

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Pustaka

1. Pengertian Pesan Dakwah

Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab “*Da’wah*” yang berarti seruan, ajakan, dan panggilan. Sedangkan secara etimologi dakwah merupakan suatu proses penyampaian (*tabligh*) pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.¹ Terkandung dalam Al-Qur’an pengertian ini dapat dilihat di dalam Al-Qur’an surah Yusuf ayat 33 yang berbunyi :

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي كَيْدَهُنَّ
 أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ ﴿٣٣﴾

Artinya : Yusuf berkata: "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku. dan jika tidak Engkau hindarkan dari padaku tipu daya mereka, tentu aku akan cenderung untuk (memenuhi keinginan mereka) dan tentulah aku Termasuk orang-orang yang bodoh."

Orang yang berdakwah biasa disebut dengan Da’i dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan Mad’u. Mad’u atau pesan dakwah adalah pesan-pesan, materi atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh da’i (subjek dakwah) kepada mad’u (objek dakwah) yaitu keseluruhan ajaran islam yang ada dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasulnya. Makna “dakwah” berdekatan dengan konsep ta’lim, tadzkir, dan tashwir. Walaupun setiap konsep tersebut mempunyai makna, tujuan, sifat, dan objek yang berbeda, namun substansinya sama yaitu menyampaikan ajaran islam kepada manusia, baik yang berkaitan dengan ajaran islam ataupun

¹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Gaya Media Pratama, Jakarta, 1997, cet-2, hlm. 31

sejarahnya. *Ta'lim* berarti mengajar, tujuannya menambah pengetahuan orang yang diajar, kegiatannya bersifat promotif yaitu meningkatkan pengetahuan, sedangkan objeknya adalah orang yang masih kurang pengetahuannya. *Tadzkir* berarti mengingatkan dengan tujuan memperbaiki dan mengingatkan pada orang yang lupa terhadap tugasnya sebagai seorang muslim. Tujuan tindakan dakwah tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media sepanjang hal yang bersesuaian dengan kaidah ajaran islam. Tindakan dakwah ini merupakan perubahan kepribadian seseorang, kelompok dan masyarakat dalam penyampaian pesan-pesan dakwah.

Ilmu komunikasi dalam pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Pesan dakwah merupakan pesan yang disampaikan di dalam proses kegiatan dakwah. Dalam literatur berbahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam bahasa Arab menjadi *maaddah al-da'wah*. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan, “isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah”. Jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.²

Prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Dengan demikian, semua pesan yang bertentangan terhadap A-Qur'an dan hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang berbicara tentang moral, bahkan dengan mengutip ayat Al-Qur'an sekalipun. Akan tetapi, jika hal itu dimaksudkan untuk membenaran atau dasar bagi kepentingan nafsunya semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah. Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan

² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Surabaya: Kencana Prenada Media Group 2004), cet-1, hlm. 318-319

utama (Al-Qur'an dan hadis) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Qur'an dan hadis). Ada tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah.³

Pertama, pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. Pada konteks ini pesan dakwah mengandung dua aspek yaitu isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan adalah pikiran, sedangkan lambangnya adalah kata-kata atau bahasa. Tanpa bahasa, pikiran sebagai isi pesan tidak mungkin didakwahkan. Oleh karena itu, bahasa melekat pada pikiran sehingga bahasa tidak mungkin dilepaskan dari pikiran. Tegasnya, orang berpikir dengan bahasa.⁴

Fungsi berpikir menyangkut dua aspek yang penting dalam diri manusia yaitu mengetahui (*wissen*) dan memahami (*verstehen*) secara mendalam. Manusia berpikir mengenai suatu realitas dengan dilandasi pengalaman sebagai rekaman dan penginderaan selama hidupnya. Manusia tidak hanya puas dengan sekedar mengetahui (*wissen*), tetapi juga ingin memahaminya secara mendalam. Di sini berlangsung proses refleksi atau kontemplasi atau perenungan yang secara akumulatif bersifat kuantitatif atau kualitatif. Manusia tidak lagi memandang suatu realita sosial dengan indra semata, tetapi dengan mata batiniah apa yang terdapat di luar realita secara metafisik. Dalam keradilannya pemikiran manusia secara sistematis dapat dipelajari melalui filsafat. Filsafat membawa kita kepada pemahaman dan pemahaman membawa kita kepada tindakan yang lebih layak.

Kedua, pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh seseorang. Makna merupakan proses aktif yang diciptakan dari hasil kerja sama antara sumber (pengiriman pesan) dengan penerima pesan, pembicara dengan pendengar, atau penulis dengan pembaca. Makna tidak hanya bergantung pada pesan saja, melainkan juga pada interaksi antara pesan dengan pemikiran dan perasaan penerima pesan. Sementara, pemikiran dan

³ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), cet-1, hlm 140-141

⁴ *Ibid.*, hal. 140.

perasaan penerima pesan dibangun di atas lingkungan sosial dan budaya yang bisa jadi berbeda-beda. Kata-kata tidaklah mengandung makna, manusialah yang menciptakan makna. Konsekuensi logisnya, untuk menemukan makna, tidak cukup hanya mengkaji kata-katanya saja, tetapi perlu melihat siapa yang memberikan makna tersebut. Apakah pemberi makna tersebut seorang yang konservatif, moderat atau liberal, akan melahirkan makna yang berbeda-beda di antara mereka.

Sebagai contoh sederhana, kata jihad secara bahasa mengandung arti bersungguh-sungguh baik dalam menciptakan karya (*ijtihad*), beribadah (*mujahadah*), maupun berjuang (*mujahid*). Kata jihad tersebut apabila dimaknai oleh seorang yang memiliki pemikiran yang liberal dan dibentuk oleh lingkungan yang cenderung ideologis dan militan, maka makna jihad bisa diartikan dengan berjuang melawan kemungkaran melalui perang suci dan bahkan rela jiwanya dikorbankan untuk mati syahid. Radikalisme dan kekerasan yang mengatasnamakan agama bisa muncul, salah satunya akibat dari pemaknaan ajaran agama yang menyimpang dari makna yang sesungguhnya.

Ketiga, penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh mad'u atau objek dakwah. Semua pesan dakwah memiliki peluang terbuka untuk dimaknai dan dipahami secara berbeda oleh penerima yang berbeda. Meskipun demikian, ada kesepakatan bersama (*memorandum of understanding*) antara pengirim dan penerima yang memungkinkan proses dakwah terjadi. Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa proses penerimaan pesan dakwah tidak bisa mencapai angka 100%. Banyak faktor yang bisa menyebabkan pesan dakwah tidak bisa diterima sepenuhnya oleh mad'u, diantaranya karena faktor psikologis penerima pesan, situasi, kemampuan pengirim pesan, dan waktu penyampaian. Pada poin ketiga ini, pesan dakwah berkaitan dengan efektivitas pesan. Pesan dakwah tidak hanya mengandung kata-kata saja, tetapi juga mengandung makna dan dimensi penerimaan pesan dakwah oleh *mad'u*. Selanjutnya, pesan dakwah tidak hanya bersifat verbal saja, tetapi juga bersifat non-verbal. Begitu juga, seorang aktivis pergerakan yang membangun

komunitasnya dan memberikan contoh dalam pengembangan keterampilan yang bermanfaat bagi masyarakat dalam mendekati diri kepada Tuhan sehingga dapat diklasifikasikan sebagai da'i yang melaksanakan pesan dakwah secara non-verbal.

Sebelum menggali lingkup pesan dakwah, ada baiknya dipahami terlebih dulu mengenai pengertian pesan dakwah. Menurut Hafi Anshari, pesan dakwah adalah segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah berupa keseluruhan ajaran islam yang ada di dalam *Kitabullah* maupun Sunnah Rasul-Nya. Menurut Endang Saefuddin Ansari, menyatakan bahwa pesan dakwah adalah *al-islam* tentang berbagai soal perikehidupan dan penghidupan manusia. Sementara menurut Murtadha Muthahhari, menyatakan bahwa pesan dakwah adalah pandangan dunia islam mengenai berbagai hal. Dari sejumlah pengertian pesan dakwah di atas dapat diambil benang merah bahwa pesan dakwah merupakan segala hal yang muatannya berpaut erat dengan nilai-nilai keilahian, ideologi dan kemaslahatan. Ia mengupas banyak hal yang di dalamnya ada nilai-nilai keilahian, baik secara tersurat maupun secara tersirat. Hal itu berisi kandungan ajakan unuk bertambah iman dan takwa kepada Allah, menampakan kebenaran, keadilan, kemaslahatan, dan seterusnya yang merupakan kandungan islam yang penting bagi kehidupan dan merupakan implementasi dari nilai dan misi tauhid, baik dikemas secara deduktif, induktif, maupun campuran, maka hal tersebut termasuk pesan dakwah.⁵

Hal demikian dapat dimaklumi karena pada dasarnya agama yang memerintahkan berdakwah, memiliki dua watak utama. *Pertama*, klaim-klaim keabadian ajaran, nilai, dan petunjuknya. *Kedua*, perintah moral yang secara logis merupakan konsekuensi dari konstelasi pertama. Agama baru akan “nyata” setelah direalisasikan pada kenyataan-kenyataan hidup di dunia yang serba dinamik. Hal ini berarti, disamping di satu pihak agama melakukan rekayasa terhadap kehidupan manusia, namun juga pesan-pesan keagamaan,

⁵ Engkus Kuswandi, *Kajian Dakwah Multiperspektif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), cet-1. Hal.220-221

persepsi keagamaan mengenai tata alam manusia dan moralitas kemanusiaan perlu “d disesuaikan” dengan proposisi-proposisi duniawi agar selaras dengan kenyataan dan problematika kehidupan manusia, sehingga ia (klaim keabadian dan perintah-perintah moral) tidak kehilangan vitalitasnya di dalam keseluruhan ‘denyut nadi’ kehidupan manusia.

Rasulullah Muhammad SAW mencontohkan sebagai sosok yang mengintegrasikan berbagai nilai, sehingga beliau menjadi pribadi paripurna. Berbagai nilai dalam kepribadiannya, menyatu-padu saling memberikan makna dan memberikan kekokohan. Oleh karena itu, maka pesan dakwah dalam hal ini adalah berupa rincian kedalaman berbagai nilai, terbangunnya hubungan erat berbagai nilai, serta terintegrasikannya ke dalam kepribadian umat manusia secara pribadi, keluarga, sosial maupun bernegara dan antar bangsa. Dengan kata lain, hal ini merupakan pesan dakwah yang perlu digali, didalami, disikapi, dan diaplikasikan.

Semua keunggulan akan semakin bermakna luas dan berbagai kekurangan akan semakin dapat diminimalisir melalui berbagai peran, bekerja sama dan sama-sama kerja, berbagai kalangan gerakan dakwah islam.

Pertama, perlunya diuat jaringan-jarngan kerja antar kelompok-kelompok kegiatan sejenis di kantor-kantor Ormas islam, di masjid-masjid, di kampus-kampus kota, pesantren-pesantren di desa, untuk tukar-menukar pengalaman kerja dan gagasan diantara para da’i.

Kedua, perlunya dibuat pertemuan berkala antar kelompok da’i yang berlainan jenis spesialisasi untuk menghasilkan sinergi kreatif antara berbagai jenis kegiatan dakwah. Pada tahapan ini juga bisa disepakati untuk membuat media massa bersama, yang memuat berbagai pendapat, serta informasi kegiatan bersama berbagai orms islam mengenai garapan yang tengah dihadapi. Dengan adanya media yang mempublikasikan tiap kegiatan bersama, secara umum umat akan menjadi tahu dan akan saling bahu-membahu.

Ketiga, perlunya mengartikulasikan berbagai keberhasilan kelompok da’i dalam pemecahan masalah keumatan ke dalam suatu kerangka konseptual yang islami. *Keempat*, perlunya menerjemahkan kembali kerangka konseptual

tersebut menjadi program-program kerja sama antar kelompok kegiatan da'i berbeda spesilis dengan skala yang lebih besar. *Kelima*, perlunya mengevaluasi hasil-hasil kegiatan kelompok da'i yang meningkatkan kecerdasan dan kesejahteraan umat berdasarkan kriteria keserasian dengan kedalaman dan keluasan nilai isam. *Keenam*, mengurangi secara bertahap hal-hal yang berlawanan dan bertentangan dengan nilai-nilai islam.

Pada dasarnya pesan dakwah merupakan ajaran islam itu sendiri yang digolongkan menjadi beberapa, diantaranya:⁶

- 1) Pesan *Aqidah*, merupakan isi pesan yang berhubungan dengan rukun iman.
- 2) Pesan *Syariah*, merupakan isi pesan yang membahas tentang kehidupan sehari-hari, misalnya membahas thaharoh, sholat, puasa, dan haji serta mu'amalah.
- 3) Pesan *Akhlak*, merupakan isi pesan yang membahas tentang akhlak.

Penelitian ini dalam meneliti hanya memfokuskan kepada pesan akhlak. Dengan demikian pengertian dari akhlak itu sendiri menurut bahasa (*etimologi*) ialah bentuk jamak dari *Khuluqun* yang berarti budi pekerti, tingkah laku, tabi'at, atau kebiasaan. Dengan demikian pesan akhlak merupakan ilmu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terkait tingkah laku seseorang yang sudah melekat di jiwa karena kebiasaan sehingga dapat memberikan nilai baik atau buruk, terpuji atau tercela sesuai dengan norma dan nilai yang ada.

Adapun akhlak Islam dibagi menjadi dua, diantaranya yaitu: akhlak mulia dan akhlak tercela. Dilihat dari ruang lingkup akhlak Islam dibagi menjadi dua bagian, yaitu akhlak terhadap *Khaliq* (Allah Swt), dan akhlak terhadap makhluk (selain Allah). Sedangkan akhlak terhadap makhluk dibagi lagi menjadi beberapa macam, diantaranya: akhlak terhadap sesama manusia, akhlak terhadap selain manusia (binatang, tumbuhan) dan akhlak terhadap benda mati.

⁶ Diah Hikmah Fitriyah, *Analisis Pesan Dakwah dalam Novellet "Ketika Mas Gagah Pergi" Karya Helvy Tiana Rosa*, Jurnal Studi Al-Qur'an, volume 12, No. 1, Tahun 2016. P-ISSN: 0126-1648, E-ISSN: 2239-2614

2. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah, *maddah* (materi dsakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).

a. *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga.

b. *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Masd'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, ataupun manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain, manusia secara keseluruhan.

c. *Maddah* (Materi) Dakwah

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* atau *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.

d. *Wasilah* (Media) Dakwah

Wasilah atau media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

e. *Thariqah* (Metode) Dakwah

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Media dakwah memiliki peran penting dalam proses dakwah, meskipun pesan yang disampaikan adalah suatu kebenaran bila metode penyampaian yang digunakan tidak sesuai maka pesan dakwah tidak dapat diterima dengan baik oleh *mad'u*.

Allah SWT berfirman QS. An-Nahl ayat 125 yang berbunyi :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۗ

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

f. *Atsar* (Efek) Dakwah

Atsar (efek) sering disebut dengan *feed back* (umpan balik), artinya jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'i* dengan materi dakwah, *wasilah*, dan *thariqah* tertentu, maka akan timbul respons dan efek (*atsar*) pada *mad'u* (penerima dakwah).⁷

3. Media Dakwah

Media dakwah merupakan peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah, pada zaman modern umpamanya yaitu televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar termasuk melalui berbagai macam upaya mencari nafkah dalam berbagai sektor kehidupan. Pada media pun masalah penelitian bisa diperoleh, misalnya bagaimana efek pentas drama terhadap perilaku keagamaan masyarakat tertentu yang menonton drama.⁸ Alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran islam, menurut Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima, yaitu:

1. Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lisan dan suara. Media ini berbentuk pidato, cramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
2. Tulisan, buku majalah, surat kabar, sepanduk dan lain-lain.
3. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.

⁷M. Munir dan Wahyuni Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2006, hlm. 21-35

⁸ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Dakwah*, Logos, Jakarta, 1997. Cet. 1, hlm. 35.

4. Audio visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, internet dan lain-lain.
5. Akhlaq yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam, yang dapat dinikmati dan dengarkan oleh mad'u.⁹

4. Efek Dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feed back* (umpan balik) adalah umpan balik dari reaksi proses dakwah. Dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah. Menurut jalaluddin rakmat efek dapat terjadi pada tataran, yaitu:

1. *Efek kognitif*, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan di persepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan. Efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mitra dakwah tentang isi pesan yang diterimanya pertanyaan yang paling pokok berkaitan dengan efek kognitif adalah, apakah mitra dakwah memahami pesan dakwah dengan benar. Jadi dengan menerima pesan dakwah, diharapkan mitra dakwah mengubah cara berpikirnya tentang ajaran agama sesuai dengan pemahaman yang sebenarnya.¹⁰
2. *Efek efektif*, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci oleh khalayak, yang meliputi dengan segala yang berkaitan dengan emosi, sikap serta nilai. Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap mitra dakwah setelah menerima pesan dakwah. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variable sebagai penunjangnya, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan. Pada tahap atau aspek ini pula penerimaan dakwah dengan pengertian dan pemikirannya

⁹ M. Munir dan Wahyuni, *Op Cit*, hlm. 20.

¹⁰ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2009, hlm. 456.

terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah.¹¹

3. *Efek behavioral*, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat di amati, yang meliputi pola-pola tindakan, tindakan atau kebiasaan tindakan berperilaku. Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mitra dakwah dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui proses kognitif, afektif, sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Rahman Natawijaya (1978:20) bahwa tingkah laku itu dipengaruhi oleh kognitif, yaitu faktor-faktor yang dipahami oleh individu melalui pengamatan dan tanggapan serta afektif, yaitu yang dirasakan oleh individu melalui tanggapan dan pengamatan dan dari perasaan itulah timbul keinginan-keinginan dalam individu yang bersangkutan.¹²

5. Pengertian Film

Film secara etimologis berarti *moving image*, atau gambar bergerak. Awalnya, film lahir sebagai bagian dari perkembangan teknologi. Film ini ditemukan dari hasil pengembangan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Secara terminologi, film merupakan sinema atau kumpulan gambar-gambar yang bergerak. Di mana gambar hidup adalah bentuk seni, bentuk populer dari hiburan dan juga bisnis yang diperankan oleh tokoh-tokoh sesuai karakter dan direkam dari kamera atau animasi. Sedangkan secara etimologis film berartikan sarana media massa yang disiarkan menggunakan peralatan perfilman. Ditinjau dari segi penokohan dibagi menjadi tiga teknik penggambaran dramatik, yaitu:¹³

¹¹ *Ibid*, Hlm. 457.

¹² *Ibid*, Hlm. 457-458.

¹³ Gina Qolby Qomariyah, *Birrul Walidain dalam Film Ada Surga di Rumahmu*, Edisi 23, Mei 2016, hlm. 12

a. Teknik Cakapan

Teknik cakapan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan karya sastra atau bagian yang berbentuk percakapan antara dua tokoh atau lebih maupun ada kalanya seorang tokoh berbicara dengan dirinya sendiri atau kepada pembaca dan pendengar. Percakapan yang dimaksud adalah percakapan dengan bahasa tutur atau bahasa verbal. Perkataan seorang tokoh dengan tokoh lain dalam drama mengandung pesan yang disampaikan kepada pembaca, pendengar atau penonton. Dengan demikian, saat tokoh berdialog atau berbincang-bincang terjadi dua kejadian yang bersamaan yaitu penokohan dan penyampaian pesan.

b. Teknik Tingkah Laku

Teknik tingkah laku merupakan hal yang dilakukan orang dalam wujud tindakan dan tingkah laku dapat menunjukkan reaksi, tanggapan, sifat dan sikap yang mencerminkan sifat-sifat pribadi dari tokoh. Teknik tingkah laku merujuk pada tindakan non-verbal, teknik ini digunakan untuk membentuk karakter tokoh melalui sikap dan tingkah laku yang ditunjukkan dengan gerakan anggota tubuh.

c. Teknik Pikiran dan Perasaan

Sifat-sifat pribadi tokoh akan banyak dicerminkan melalui keadaan dan jalan pikiran serta perasaan yang sering dipikirkan dan dirasakan oleh tokoh. Teknik pembentukan karakter ini hanya terbatas pada pikiran dan perasaan tokoh dan tidak melalui ucapan ataupun tindakan.

Televisi merupakan medium komunikasi massa produk Revolusi Elektronik di abad dua puluh ini telah dipergunakan oleh para negarawan dan tokoh-tokoh masyarakat sebagai sarana untuk mencapai perdamaian dunia. Televisi sebagai medium komunikasi massa yang baru dan efektif sehingga akhir-akhir ini semakin banyak digunakan sebagai sarana pendidikan. Di negara-negara yang sudah maju seperti Amerika Serikat, Jepang dan negara-negara Eropa dengan adanya TV ini semakin lebih maju lagi. Alat tersebut bukan saja dipergunakan di universitas-universitas, di mana kuliah kedokteran umpamanya seperti praktek operasi badan dapat diikuti oleh

ratusan mahasiswa, juga dipergunakan untuk pendidikan sekolah dasar, untuk murid-murid yang bertempat tinggal jauh di gunung-gunung.

Televisi ini tidaklah semua manusia merasa gembira dengan ditemukannya TV tersebut. Akan tetapi, yang terang ialah pengusaha-pengusaha bioskop, para produser dan bintang film merasa terpukul oleh kehadiran TV dalam masyarakat bangsa-bangsa ini. Betapa tidak, karena TV yang mempunyai banyak persamaan dengan bioskop dan menyebabkan seolah-olah bioskop dipindahkan ke rumah-rumah, sehingga orang dapat menikmatinya dengan aman dan tenang tanpa harus mengeluarkan biaya dan membuang waktu dan tenaga. Bahkan lebih dari bioskop TV dapat menyajikan berbagai program, bukan seperti yang dipertunjukkan di bioskop-bioskop tetapi warta berita, musik ceramah pendidikan, dan sebagainya.¹⁴ Dalam suasana gelap di dalam gedung bioskop penonton menyaksikan suatu cerita yang seolah-olah benar-benar terjadi di hadapannya. Tanda-tanda ini akan mempunyai arti hanya di dalam alam sadar. Sebaliknya film memberikan tanggapan terhadap yang menjadi pelaku dalam cerita yang dipertunjukkan itu dengan jelas tingkah lakunya dan dapat mendengarkan suara para pelaku itu beserta suara-suara lainnya yang bersangkutan dengan cerita yang dihidangkan. Sehingga apa yang dilihatnya pada layar bioskop seolah-olah kejadian yang nyata yang terjadi di hadapan matanya.

Film adalah medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah-ceramah penerangan atau pendidikan kini banyak digunakan film sebagai alat pembantu untuk memberikan penjelasan. Bahkan filmnya sendiri banyak yang berfungsi sebagai medium penerangan dan pendidikan secara penuh. Artinya bukan sebagai alat pembantu dan juga tidak perlu dibantu dengan penjelasan, melainkan medium penerangan dan pendidikan yang komplit. Pengaruh film itu besar sekali terhadap jiwa manusia. Penonton tidak hanya terpengaruh sewaktu atau selama duduk di dalam gedung bioskop, tetapi terus

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), cet-3, hlm182-183

sampai waktu yang cukup lama. Sehingga yang mudah dan terpengaruh oleh film ialah anak-anak dan pemuda-pemuda. Kita sering menyaksikan mereka yang tingkah lakunya dan cara berpakaianya meniru-niru gaya bintang film.

Jenis film cerita yang khusus diproduksi untuk hiburan umum dewasa ini film banyak digunakan oleh berbagai lembaga, diantaranya *Public Relations*. Film dapat digunakan sebagai alat untuk pendidikan kepada para karyawan untuk penerangan ke luar dan ke dalam untuk propaganda meningkatkan perdagangan dan disebabkan sifatnya yang semi permanen film dapat dijadikan dokumentasi. Sehubungan dengan film yang dijadikan dokumentasi, maka film dibedakan pula menurut sifatnya, yang umumnya terdiri dari jenis-jenis sebagai berikut :

a. Film cerita (*story film*)

Film cerita adalah film yang mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan para bintang filmnya yang tenar. Film jenis ini didistribusikan barang dagangan dan diperuntukkan semua publik dimana saja.¹⁵

Film cerita merupakan film yang menyajikan kepada publik sebuah cerita. Sebagai cerita harus mengandung unsur-unsur yang dapat menyentuh rasa manusia. Film yang bersifat auditif visual dapat disajikan kepada publik dalam bentuk gambar yang dapat dilihat dengan suara yang dapat didengar dan merupakan suatu hidangan yang sudah masak untuk dinikmati, hal tersebut merupakan suatu medium yang bagus untuk mengolah unsur-unsur tadi. Unsur-unsur seks dan kejahatan adalah unsur-unsur cerita yang dapat menyentuh rasa manusia yang membuat publik terpesona dan dapat membikin publik tertawa terbahak-bahak, menangis terisak-isak, dapat membuat publik dongkol, marah, terharu, iba, bangga, gembira, tegang, dan lain-lain. Maka diambillah episode-episode semisal kitab injil, kisah-kisah dari sejarah, cerita nyata dari kehidupan sehari-hari, atau juga khayalan untuk kemudian diolah menjadi film.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 211.

b. Film berita (*newsreel*)

Film berita atau *newsreel* adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*newsvalue*). Sebenarnya kalau dibandingkan dengan media lainnya seperti surat kabar dan radio sifat "*newsyfact*"nya film tidak ada. Sebab sesuatu berita harus aktual sedang berita yang dihidangkan oleh film berita tidak pernah aktual. Ini disebabkan proses pembuatannya dan penyajiannya kepada publik yang memerlukan waktu yang cukup lama. Akan tetapi dengan adanya TV yang juga sifatnya auditif visual seperti film, maka berita yang difilmkan dapat dihidangkan kepada publik melalui TV lebih cepat dari pada kalau dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop mengawali film utama yang sudah tentu film cerita.¹⁶

Film berita sudah tua usianya lebih tua dari pada film cerita. Bahkan film cerita yang pertama dipertunjukkan kepada publik kebanyakan berdasarkan film berita. Akan tetapi film-film berita yang dewasa ini dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop banyak ada yang mengecangkan berita-berita yang benar-benar terjadi seperti kebakaran, banjir dan sebagainya.

c. Film dokumenter (*documentary film*)

Titik berat dari film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi. Bedanya dengan film berita bahwa film berita harus mengenai sesuatu yang mempunyai nilai berita *news (value)* untuk dihidangkan kepada penonton apa adanya dan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Tetapi dalam merencanakan suatu film dokumenter diperlukan usaha keras dalam imajinasi, karena sering sekali mengalami kesukaran untuk membebaskan diri dari hal-hal yang menjemukan. Sedang publik yang akan dihidangi film harus tertarik. Bahkan mereka harus terhibur. Sering sekali film dokumenter berkisar

¹⁶ *Ibid*, hlm. 212.

pada hal-hal yang merupakan perpaduan manusia dan alam. Kalau saja hal ini dapat didramatisir, maka film dokumenter akan mempunyai cukup daya tarik. Tetapi dengan munculnya TV di tengah-tengah masyarakat, film dokumenter yang tadinya hanya dilihat oleh publik yang terbatas. Kini dapat disaksikan oleh jutaan orang. Dewasa ini berbagai studio siaran TV mempunyai unit film dokumenter sendiri dan banyak diantaranya yang dapat menghasilkan film dokumenter yang terkenal.¹⁷

Pada awalnya film adalah hiburan bagi kelas bawah, dengan cepat film mampu menembus batas-batas kelas dan menjangkau kelas lebih luas. Kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, kemudian menyadarkan para ahli komunikasi terutama bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya.¹⁸ Karena itu, mulailah merebak *studi* yang ingin mengetahui dampak film terhadap masyarakat. Karena film merupakan sarana penyampaian pesan yang dapat diterima dengan cepat, disamping itu isi film pada umumnya tidak berbeda jauh dengan kehidupan sehari-hari. Dalam pesan yang disampaikan oleh penulis cerita akan dihasilkan makna yang dapat dipetik sehingga bermanfaat bagi pemirsanya.

Pesan yang disampaikan oleh penulis dalam sebuah cerita film akan dihasilkan makna yang dapat dipetik sehingga bermanfaat bagi pemirsanya. Karena secara tidak langsung setiap kegiatan yang dilakukan manusia dalam kehidupan sehari-harinya menyimpan sebuah makna. Dalam kajian ilmu pengetahuan makna memiliki rantai tersendiri yang dilambangkan melalui tanda. Sedangkan ilmu yang mengkaji tentang tanda itu sendiri adalah semiotika.

6. Analisis Semiotik

Semiotika merupakan suatu studi ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks skenario, gambar, teks, dan adegan di

¹⁷ *Ibid*, hlm. 124.

¹⁸ Yoyon Mudjiono, *Kajian Semiotika Dalam Film*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 1, Nomor 1, April 2011, ISSN: 2088-981X

film menjadi sesuatu yang dapat dimaknai. Sedangkan semiotika berasal dari bahasa Yunani yang berarti *semion*, yang berarti tanda. Semiotik menurut Berger memiliki dua tokoh, yakni Ferdinand de Saussure (1857-1913) dan Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Saussure di Eropa dan Peirce di Amerika Serikat. Latar belakang dari Saussure adalah linguistic, sedangkan Peirce adalah filsafat.¹⁹

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai berarti objek-objek yang tidak hanya membawa informasi dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau ide dan upaya kolonisi seluruh dataran. Karena itu, bisa dikatakan bahwa dalam tanda tersebut terkandung kekuatan konotasi. Sebagaimana tanda yang lain secara potensial konotasi dapat mengaktifkan keseluruhan sistem penandaan yang ada dalam masyarakat.

Hjelmslev mengatakan bahwa “sebuah semiotika denotatif adalah sebuah semiotika di mana bidangnya bukanlah yang semiotik”, sedangkan semiotik konotatif adalah “sebuah semiotika di mana bidangnya bersifat semiotik”. Bidang kandungan bisa menjadi semiotika, dan menurut Hjelmslev ini disebut sebagai suatu “*metasemiotika*”. Menurut Hjelmslev, linguistik adalah sebuah contoh metasemiotika, tentang bahasa juga adalah bahasa itu sendiri. Para penulis seperti Barthes, Todorov dan Eco menggunakan pengertian tentang semiotika konotatif dan denotatif, namun mereka masih berhati-hati sehubungan dengan pengertian tentang metasemiotika ini.

¹⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2003, cet-1. hlm. 15

Barthes menjelaskan dua tingkat dalam pertandaan, yaitu denotasi (*denotation*) dan konotasi (*connotation*). Denotasi dapat dikatakan sebagai makna objektif yang tetap, sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi. Dalam teori semiotik Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebutnya sebagai mitos. Mitos dalam pandangan Barthes berbeda dengan konsep mitos dalam arti umum. Menurut Barthes mitos adalah bahasa, maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos adalah sebuah pesan. Mitos merupakan perkembangan dari konotasi yang terbentuk lama di masyarakat.

Salah satu area semiologi penting yang ditekuni Roland Barthes dalam *studinya* tentang tanda adalah peran pembaca (*the reader*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sebagai sistem pemaknaan tataran kedua yang dibangun diatas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sistem kedua ini oleh Barthes disebut konotatif, yang di dalam *mythologies*-nya secara tegas ia bedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama. Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja.

Tabel 2.1 Peta Tanda Roland Barthes²⁰

1. Signifer (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative sign (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED ((PETANDA KONOTATIF)
6. COONOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Dari peta tersebut diatas terlihat jelas bahwa bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal

²⁰ *Ibid*, hlm. 69

tersebut merupakan unsur material: hanya jika mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin. Dengan demikian sumbangan Barthes sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure mengenai tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

7. Film Ada Surga di Rumahmu

Film “Ada Surga di Rumahmu” merupakan film produksi Mizan Production yang hadir awal di bioskop pada tanggal 2 April 2015 silam. Film garapan sutradara kondang Aditya Gumay yang terkenal sebagai sutradara yang selalu menyajikan film-film religi.

Film ini merupakan film yang diangkat dari sebuah novel karya oleh Ustadz Ahmad Al-Habsyi. Film ini menceritakan seorang anak yang nakal dan akhirnya dipesantrenkan oleh kedua orang tuanya dengan biaya ginjal abuyanya. Selama di pesantren Ramadhan memiliki teman yang peduli dan setia kepada dirinya serta guru yang sangat ia hormati dan sayangi. Film bergenre religi yang sangat menyentuh hati para penontonnya. Film ini berdurasi 100 menit 34 detik yang di dalamnya terdapat adegan tentang nilai-nilai akhlak baik.

Fenomena yang diangkat pada film ini sangat merakyat. Dalam artian mungkin pernah mengalami kejadian-kejadian yang digambarkan dalam ini seperti kasih sayang orang tua terhadap anak, hormat murid kepada gurunya dan sebagainya. Dalam film ini memberikan kesadaran akan pentingnya berbakti kepada orang tua, baik terhadap teman dan hormat terhadap guru. Karena selain harus memperbaiki hubungan manusia dengan Allah, perlu juga untuk menjalin hubungan baik antar manusia dengan manusia lainnya karena sejatinya manusia adalah makhluk sosial yang selalu berketergantungan dengan orang lain. Dalam hal ini peneliti telah mengidentifikasi nilai-nilai akhlak yang terdapat pada film “Ada Surga di Rumahmu”.

Menurut Abudin Nata dalam bukunya “Akhlak Tasawuf” membagi nilai akhlak kepada Allah, akhlak kepada sesama dan akhlak kepada lingkungan. Berikut adegan-adegan dalam film “Ada Surga di Rumahmu” yang menunjukkan nilai-nilai akhlak di dalamnya :

- a. Akhlak kepada Allah SWT, beribadah, berdo’a, bersuku
- b. Akhlak kepada sesama berupa hormat kepada kedua orang tua, hormat kepada guru, akhlak kepada teman, akhlak bertamu, menjenguk kerabat yang sakit, memaafkan kesalahan orang lain, saling sapa, menasihati dan mengajak kepada kebaikan, akhlak meminta izin, simpati kepada orang lain dan menghindari diri dari kekerasan.
- c. Akhlak kepada lingkungan berupa membersihkan lingkungan masjid.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Deskripsi teori sebagai rujukan dalam penelitian ini, maka peneliti ingin membandingkan bahwa peneliti memberikan beberapa penelitian terdahulu. Hal ini dimaksudkan supaya penelitian ini jelas arahnya. Penelitian terdahulu yang peneliti gunakan yakni penelitian yang berkaitan dengan film religius dan berbakti kepada kedua orang tua dalam berdakwah, hal ini dimaksudkan agar memperjelas penelitian. Penelitian tentang penggunaan bentuk data sebagai media dakwah yang masih jarang dijumpai. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang terkait secara langsung dengan pesan dakwah dalam sebuah film sebagai media dakwah, penulis di antaranya adalah:

Pertama, skripsi yang disusun oleh Nurul Afifah Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “*Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika*” menyatakan bahwa film tersebut membahas tentang akan pesan dakwah mengenai ajaran islam dalam bidang syariah, diantaranya: menyayangi anak kecil, gemar berderma, berperilaku baik kepada tetangga, cinta damai, bersikap sabar, toleransi antar manusia yang berbeda agama dan menolong penganut agama. Film ini menceritakan

tentang kisah petualangan antara tokoh bernama Hanum dengan Rangga ketika di Amerika dengan *background* tragedi runtuhnya gedung WTC pada 11 September.²¹ Perbedaan penelitian skripsi ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian skripsi ini akan membahas tentang isi pesan dakwah dari sebuah film yang berbeda. Menganalisis dari semiotik berupa tanda-tanda dari sebuah film dalam mengambil pesan dakwah.

Kedua, skripsi disusun oleh Ade Fikri Amrullah Fakultas Dakwah dan Komunikasi mahasiswa IAIN Purwokerto dengan judul “*Pesan Moral Islami dalam Film Surga Yang Tak Dirindukan (Analisis Semiotika Roland Barthes)*” menyatakan bahwa pesan film yang disampaikan menanamkan nilai pendidikan, kebudayaan, budi pekerti, dan sebagainya. Pesan akhlak yang baik kepada Allah SWT yaitu setiap manusia yang mengalami kesulitan, masalah, mereka tetap berserah diri kepada sang pencipta yaitu Allah SWT dan bersabar ketika mendapat musibah. Begitu pula menceritakan pesan akhlak yang baik kepada orang tua yaitu menghormati keputusan apa saja yang diberikan oleh orang tua selagi keputusan tersebut tidak melanggar syariat Islam.²² Yang menjadikan penelitian ini berbeda dengan penelitian kami adalah pembahasan dalam penelitian memfokuskan pada *birrul walidain* budi pekerti kepada orang tua. Menanamkan pendidikan dalam ilmu menuju akhirat buat kebaikan di dunia maupun akhirat.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.²³ Penelitian ini berhubungan dengan analisis

²¹ Skripsi Nurul Afifah, *Analisis Semiotik Pesan Dakwah dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika*. hal. 36

²² Ade Fikri Amrullah, *Pesan Moral Islami Dalam Film Surga Yang Tak Dirindukan (Analisis Semiotika Roland Barthes)*, IAIN Purwokerto, 2017.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandsung, Alfabeta CV, Cet-17, 2013.

semiotik dalam mengambil analisa-analisa pada film tersebut. Salah satu ilmuwan Roland Barthes membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda (*semiotik*). Fokus perhatian Barthes lebih tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*). *Two order of signification* (signifikasi dua tahap atau dua pertandaan) menurut Barthes terdiri dari *first order of signification* yaitu denotasi dan *second order of signification* yaitu konotasi. Tatanan yang pertama mencakup petanda yang berbentuk tanda. Tanda yang disebut makna denotasi.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

