

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kerangka Teori

Kerangka teori adalah sejumlah teori yang disusun secara sistematis, logis serta terstruktur dengan tetap berpangkal kepada rumusan masalah dan tema sebagai pemandu alur pikir kegiatan penelitian. Teori-teori ini diharapkan mampu menjadi alat utama dalam proses analisa data setelah sejumlah data terkumpul dalam proses pengumpulan data.

#### 1. Pengantar Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris, *communication* dan dari bahasa Latin *communicatio-comumunicatio* berasal dari kata *communis* yang berarti “sama” atau memiliki makna yang sama.<sup>1</sup> *Term* “sama” dalam konteks ini adalah adanya kesamaan persepsi atau pemahaman di antara pihak yang berkomunikasi. Dengan kata lain, apabila dua pihak terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan maka komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna, persepsi dan pemahaman mengenai apa yang di bahas.

##### a. Pengertian

Komunikasi adalah sebuah proses antara seseorang atau beberapa orang baik sebagai pribadi atau sebuah kelompok, menciptakan dan menggunakan informasi tertentu untuk terhubung dengan lingkungan sekitarnya. Pada umumnya, komunikasi dapat dilakukan baik secara lisan-verbal atau non-verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Menurut pendapat beberapa pakar, komunikasi memiliki makna dan arti sebagai berikut:

- 1) *Stoner* dan *Wankel* berpendapat, komunikasi adalah proses ketika orang-orang berusaha memberikan pengertian melalui penyampaian pesan-pesan dalam bentuk lambing atau simbol.

---

<sup>1</sup> Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Msasa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), hlm. 5-6.

- 2) *Harold Koontz* berpendapat, komunikasi adalah penyampaian informasi dari pengirim kepada penerima dan informasi itu dimengerti oleh pihak penerima tersebut.
- 3) *Dale S. Beach* berpendapat, komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari satu orang kepada orang lain.
- 4) *Wexly* dan *Yuki* berpendapat, komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi di antara dua orang atau lebih.
- 5) *Marvin E. Mundel* berpendapat, komunikasi adalah penyampaian pikiran, pendapat, informasi atau sikap dengan berbicara. Menulis atau memberi isyarat.<sup>2</sup>

Beberapa pengertian komunikasi pakar dan ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi dalam berbagai bentuk dari seseorang kepada orang lain dan menggunakan simbol, media serta cara yang dapat dipahami bersama.

#### b. Bentuk bentuk Komunikasi

Proses komunikasi, juga terdapat berbagai bentuk dan tipologi selama proses tersebut berlangsung. Secara garis besar, bentuk-bentuk komunikasi dapat diklasifikasikan berdasarkan pelaku komunikasinya. Berikut ini adalah bentuk-bentuk komunikasi :

##### 1). Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang proses produksi dan penyebar luasan kepada publik atau masyarakat dilakukan oleh sebuah institusi atau lembaga media. seiring perkembangannya, komunikasi jenis ini memiliki kekuatan sosial yang cukup besar untuk merubah pemahaman dan persepsi masyarakat. Dalam tahap tertentu, pesan-pesan atau propaganda yang disampaikan di dalam komunikasi massa mampu

---

<sup>2</sup> Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Msasa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), hlm. 5-6.

merubah kehidupan sosial serta budaya masyarakat yang menjadi komunikan. Adapun jenis-jenis komunikasi dilihat dari medianya meliputi film, televisi, radio dan lain sebagainya.

Di era digital, komunikasi dengan menggunakan media elektronik menjadi sebuah trend fenomena baru yang di pakai oleh berbagai komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi melalui berbagai medianya.

## 2). Komunikasi Inter-Personal Dan Intra-Personal

Komunikasi inter-personal adalah jenis komunikasi yang dilakukan oleh dua atau lebih individu yang dilakukan secara acak, non formal meskipun dapat juga berlangsung formal. Komunikasi jenis ini, umumnya dilakukan tanpa aturan tertentu, bersifat bebas, mengalir sebagaimana adanya. Dalam komunikasi jenis ini ada pihak sebagai komunikator dan ada pihak yang menjadi komunikan. Kedua dapat saling bertukar peran dan posisi bergantung alur komunikasi dan suasana serta proses sepanjang komunikasi tersebut.

Sedangkan komunikasi intra-personal adalah bentuk komunikasi dalam diri komunikator dengan persepsi atau pemahaman diri komunikator sendiri dengan obyek lain. Obyek lain tersebut dapat berupa dirinya sendiri atau obyek yang tidak terlihat, Tuhan. Komunikasi jenis ini, seorang dapat menjadi pengirim dan penerima pesan sekaligus, memberikan umpan balik kepada dirinya sendiri. Proses ini lazimnya berlangsung di dalam pemahaman dan pikiran seseorang komunikator.

## 3). Media Komunikasi

Media komunikasi adalah alat maupun sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Secara umum, media dalam berkomunikasi antar individu adalah pancaindera manusia. Akan tetapi, agar pesan di dalam komunikasi dapat menjangkau lebih efektif serta efisien, maka media komunikasi kemudian berkembang lebih luas. Secara sederhana, media

komunikasi adalah perantara dalam menyampaikan sebuah data dan informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk menyebarkan informasi atau pesan tersebut.

Fungsi dan tujuan media sebenarnya memiliki satu persamaan umum, yakni agar pesan dalam berbagai bentuknya dapat disampaikan secara luas, efektif dan efisien serta dalam tahap tertentu memberikan hiburan bahkan informasi yang bersifat edukatif.

Karakteristik dari media komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa aspek di antaranya adalah media inter-personal, intra-personal, media massa dan media publik. Kesemuanya bergantung kepada dan seperti apa serta siapa komunikator-komunikannya, apa dan untuk siapa pesan yang akan disampaikan.

Bentuk dari media komunikasi dapat sangat beragam. Hal ini juga sangat bergantung dari perkembangan zaman serta metode penyampaian yang akan digunakan oleh komunikator seperti media cetak, audio, visual, audio-visual dan lain sebagainya.

#### c. Tujuan Komunikasi

Pengertian komunikasi seperti telah dijelaskan sebelumnya, adalah usaha dan upaya lebih dari satu pihak untuk menyampaikan pesan dipahami di dalam proses komunikasi tersebut. Hal ini merupakan tujuan utama dari kegiatan komunikasi. Lebih jauh, tujuan di dalam komunikasi dapat dikelompokkan menjadi berikut:

##### 1). Perubahan sikap (*Attitude Change*)

Sikap atau *attitude* merupakan karakter yang mendasar serta melekat dalam diri pihak yang berkomunikasi, komunikasi dalam berbagai bentuknya. Secara tidak langsung, sikap sebenarnya sudah merupakan pesan yang tersampaikan kepada pihak yang dituju. Secara umum, perubahan sikap sebagai tujuan komunikasi dapat terpenuhi apabila

memenuhi beberapa unsur. Di antaranya adalah kualitas dari pesan yang akan disampaikan, isi atau substansi pesan tersebut, bagaimana pesan disampaikan, media penyampaian pesan dan lain sebagainya.

2). Perubahan pendapat (*Opinion Change*)

Komunikasi juga dapat menyebabkan seseorang merubah pemahaman atau persepsinya terhadap obyek tertentu, baik bersifat abstrak maupun konkret. Komunikasi dalam berbagai bentuk dan mediana dapat menjadi jalur propaganda terhadap sebuah obyek tertentu. Hal ini yang menyebabkan komunikasi mampu merubah persepsi, pemahaman atau pendapat yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

3). Perubahan perilaku (*Behavior Change*)

Setelah terjadi perubahan persepsi dan pendapat serta pemahaman sebagai tujuan dari komunikasi, efek selanjutnya adalah adanya perubahan perilaku oleh komunikan yang menerima pesan atau informasi dari komunikator.

4). Perubahan sosial (*Social Changer*)

Tahap akhir dari tujuan yang diharapkan dari komunikasi adalah adanya perubahan sosial-budaya dari masyarakat atau komunikan. Tahap ini adalah tertinggi dimana, komunikasi dalam berbagai aspek, bentuk serta mediana mampu merubah perilaku individu dengan individu dalam masyarakat.<sup>3</sup>

2. Film sebagai Bagian Dari Komunikasi Massa

Telah disinggung sebelumnya, bahwa pengertian komunikasi dengan berbagai bentuk dan tujuannya. Di dalam kajian ini dibahas serta dipaparkan teori-teori yang relevan dengan rumusan masalah penelitian. Teori yang koheren dengan rumusan masalah ini selanjutnya adalah film sebagai bagian dari komunikasi massa.

---

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 33-34.

a. Pengantar Komunikasi Massa

Komunikasi massa termasuk dalam proses komunikasi secara sekunder, karena menggunakan bahkan bergantung pada peralatan teknis seperti media cetak maupun media elektronik.

Menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup hal-hal berikut:

- 1). Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern yang mengirimkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Pesan itu disebarkan melalui media modern pula seperti surat kabar, majalah, televisi, dan film.
- 2). Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyampaikan pesan-pesannya yang bermaksud berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling mengenal satu sama lain.
- 3). Pesan adalah milik publik, artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang.
- 4). Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal ikatan atau perkumpulan. Dengan kata lain komunikatornya berasal dari lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan.
- 5). Komunikasi massa dikontrol *gatekeeper* (penapis informasi). Artinya pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh lembaga sebelum disiarkan lewat media. Contohnya seorang reporter, editor film, lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*.
- 6). Umpan dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah alat-alat yang digunakan dalam komunikasi

yang bisa menyebarkan pesan secara bersama-sama, cepat dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Secara garis besar, karakteristik dari komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1) Komunikator dalam komunikasi melembaga

Komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang tetapi kumpulan orang, artinya gabungan berbagai macam unsur dan bekerja sama dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud seperti sebuah sistem.

Komunikator dalam komunikasi massa merupakan lembaga karena unsur utama komunikasi massa adalah media massa. Media massa bisa muncul jika ada hubungan kerja sama dengan beberapa orang. Orang yang terlibat dalam komunikasi ini memiliki tujuan sendiri ketika mengadakan komunikasi tanpa aturan tertentu.

2) Komunikasi dalam komunikasi massa Bersifat Heterogen

Komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen atau beragam. Artinya penonton televisi mempunyai bermacam-macam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi, memiliki agama atau kepercayaan yang tidak semuanya sama, namun mereka adalah komunikasi televisi.

3) Pesannya bersifat Umum

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu tetapi kepada khalayak atau seluruh masyarakat. Oleh karena itu, pesan-pesan yang disampaikan tidak boleh bersifat khusus.

4) Komunikasinya Berlangsung Satu Arah

Media cetak seperti koran, komunikasi hanya berlangsung satu arah. Tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya. Kalaupun bisa sifatnya tertunda. Misalnya, mengirimkan ketidaksetujuan pada berita melalui

rubric surat pembaca. Jadi komunikasi yang hanya berjalan satu arah akan memberi konsekuensi umpan balik yang sifatnya tertunda atau tidak langsung.

- 5) Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan  
 Dalam komunikasi massa ada keserempakan dalam proses penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan. Contohnya surat kabar bisa dibaca ditempat terbit pukul 5 pagi, tetapi di luar kota baru pukul 6 pagi.

- 6) Komunikasi Massa Mengandalkan Peralatan Teknis

Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan teknis. Peralatan teknis yang di maksud seperti pemancar untuk media elektronik. Televisi disebut media massa yang tidak lepas dari pemancar. Peralatan teknis adalah sebuah keniscayaan yang di butuhkan oleh media massa agar proses pemancar atau penyebaran pesannya bisa lebih cepat dan serentak kepada masyarakat.

- 7) Komunikasi Massa Dikontrol Oleh *Gatekeeper*

*Gatekeeper* atau penepis informasi adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan mudah dipahami.<sup>4</sup>

Dari penjelasan tersebut di atas, dapat ditarik satu garis benang merah sebagai kesimpulan dalam teori tersebut diatas. Bahwa film dapat dikatakan

---

<sup>4</sup> Nurudun, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2013), hlm 8-31.

sebagai sebuah media komunikasi massa. Dengan melihat realitas bahwa film diproduksi dengan menggunakan sejumlah alat atau sarana tertentu, dengan tujuan untuk mencapai tujuan penyampaian pesan secara lebih luas, film diproduksi tidak hanya oleh satu atau dua orang tetapi merupakan satu kesatuan sebuah lembaga atau institusi yaitu stasiun atau studio.

b. Pengertian Film

Pengertian film secara luas adalah film yang diproduksi secara khusus untuk dipertunjukkan di gedung-gedung pertunjukan atau gedung bioskop. Film jenis ini juga disebut dengan istilah “*teatrikal*”. Film ini berbeda dengan Film Televisi atau Sinetron yang dibuat khusus untuk siaran televisi.<sup>5</sup>

Pada dasarnya film merupakan alat audio visual yang menarik perhatian orang banyak, karena dalam film itu selain memuat adegan yang terasa hidup juga adanya sejumlah kombinasi antara suara, tata warna, costum, dan panorama yang indah. Film memiliki daya pikat yang dapat memuaskan penonton. Alasan-alasan khusus mengapa seseorang menyukai film, karena adanya unsur usaha manusia untuk mencari hiburan dan meluangkan waktu. Kelebihan film karena tampak hidup dan memikat. Alasan seseorang menonton film untuk mencari nilai-nilai yang memperkaya pengetahuan dan kepuasan seseorang setelah menontonnya. Setelah menyaksikan film, seseorang memanfaatkan untuk mengembangkan suatu realitas rekaan sebagai bandingan terhadap realitas nyata yang dihadapi. Film dapat dipakai penonton untuk melihat hal-hal di dunia ini dengan pemahaman baru.<sup>6</sup> Sebuah film disadari atau tidak, dapat mengubah pola kehidupan seseorang. Terkadang ada seseorang yang

---

<sup>5</sup> Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hlm 201.

<sup>6</sup> Marsell Sumarno, *Dasar-Dasar Apreasi Film*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana, 1996), hlm. 22.

ingin meniru kehidupan yang diceritakan dalam film. Para penonton sering menyamakan seluruh pribadinya dengan salah seorang pemeran film. Film mempunyai pengaruh sendiri bagi para penonton, antara lain:

- 1) Pesan yang terdapat dalam adegan-adegan film akan membekas dalam jiwa penonton, gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut sebagai identifikasi psikologis.
- 2) Pesan film dengan adegan-adegan penuh kekerasan, kejahatan, dan pornografi apabila ditonton dengan jumlah banyak akan membawa keprihatinan banyak pihak. Sajian tersebut memberikan kecemasan bagi manusia modern. Kecemasan tersebut berasal dari keyakinan bahwa isi seperti itu mempunyai efek moral, psikologi, dan sosial yang merugikan, khususnya pada generasi muda dan menimbulkan anti sosial
- 3) Pengaruh terbesar yang ditimbulkan film yaitu imitasi atau. Peniruan yang diakibatkan oleh anggapan bahwa apa yang dilihatnya wajar dan pantas untuk dilakukan setiap orang. Jika film-film yang tidak sesuai dengan norma budaya bangsa (seperti seks bebas, penggunaan narkoba) dikonsumsi oleh penonton khususnya remaja, maka generasi muda Indonesia akan rusak.<sup>7</sup>

#### c. Jenis-jenis Film

- 1) Drama, adalah suatu kejadian atau peristiwa hidup yang hebat, mengandung konflik pergolakan, clash atau benturan antara dua orang atau lebih. Dalam drama itu sendiri terdapat sifat romance, tragedy, dan komedi.
- 2) Realisme, adalah film yang mengandung relevansi dengan kehidupan keseharian.
- 3) Film sejarah, melukiskan kehidupan tokoh tersohor dan peristiwanya.

---

<sup>7</sup> Aep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hlm. 95.

- 4) Film perang, menggambarkan peperangan atau situasi di dalamnya atau setelahnya.
- 5) Film futuristik, menggambarkan masa depan secara khayali.
- 6) Film anak, mengupas kehidupan anak-anak.
- 7) Kartun, cerita bergambar yang mulanya lahir di media cetak. Yang diolah sebagai cerita bergambar, bukan saja sebagai story board melainkan gambar yang sanggup bergerak dengan teknik animation.
- 8) Adventure, film pertarungan, tergolong film klasik.
- 9) Crime Story, pada umumnya mengandung sifat-sifat heroik.
- 10) Film misteri/horror, mengupas terjadinya fenomena supranatural yang menimbulkan rasa heran, takjub dan takut.<sup>8</sup>
- 11) Film dokumenter, menggambarkan fakta atau peristiwa yang terjadi. Film ini merupakan film nonfiksi yang mengeksplorasi

d. Animasi Sebagai Bagian Dari Film

Arti animasi adalah menghidupkan gambar, sehingga perlu mengetahui dengan pasti setiap detail karakter, mulai dari tampak (depan, belakang, dan samping) dan detail muka si karakter dalam berbagai ekspresi (normal, diam, marah, senyum, kesal dan lain-lain) lalu pose atau gaya khas karakter bila sedang melakukan kegiatan tertentu yang menjadi ciri khas si karakter tersebut. Arti animasi intinya adalah membuat gambar lebih kelihatan hidup, sehingga bisa mempengaruhi emosi penonton, turut menjadi sedih, ikut menangis, jatuh cinta, kesal, gembira, bahkan tertawa<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Aep Kusmawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hlm. 101

<sup>9</sup> Siti Habibah Wardah, Pengertian animasi <http://wordpress.com>

Pengertian umum kartun atau animasi adalah sebuah gambar lelucon yang muncul di media massa, yang berisikan humor semata, tanpa membawa beban kritik sosial apapun<sup>10</sup>. Kartun juga merupakan salah satu bentuk komunikasi grafis yaitu suatu gambar *interpretative* yang menggunakan simbol-simbol untuk menyampaikan pesan secara tepat dan ringkas atau sesuatu sikap terhadap orang, situasi atau kejadian-kejadian tertentu. Kemampuannya besar sekali untuk menarik perhatian, mempengaruhi sikap maupun tingkah laku. Kartun biasanya hanya menangkap isi pesan yang disampaikan dan menuangkannya ke dalam gambar sederhana. Tanpa detail dengan menggunakan simbol-simbol serta karakter yang mudah dikenal dengan cepat.<sup>11</sup>

### 3. Dakwah Sebagai Bagian Dari Agama Islam

Keberhasilan penyebaran agama Islam sejak masa Nabi Muhamad SAW sampai dengan saat ini adalah salah satu bagian dari kegiatan berdakwah oleh para penyebar agama Islam. Islam bahkan mampu merubah tatanan dunia lama menjadi tatanan dunia baru.<sup>12</sup> Keberhasilan tersebut juga merupakan bentuk kebijaksanaan para penyebar agama Islam dalam merespons kontekstualisasi dimana agama Islam tersebut disebarluaskan. Meminjam teori Ilmu Islam Terapan, Agama adalah tunggal bersifat mutlak dan tidak akan mengalami penambahan atau pengurangan. Sedangkan keberagaman adalah aktualisasi atau praktik dari substansi ajaran agama tersebut sesuai dengan konteks ruang waktu.<sup>13</sup>

Dakwah sendiri adalah sebagai sebuah ajaran agama Islam. Hal ini dengan jelas tercantum di dalam al-Qur'an

---

<sup>10</sup> Ranang A.S, *Animasi Kartun: Dari Analog Sampai Digital*, (Jakarta: PT. Indeks, 2010), hlm. 3

<sup>11</sup> Arif S Sadiman, dkk, *Media Pendidikan, Pengertian, Pengembangan dan Pemanfaatannya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1993), hlm. 47.

<sup>12</sup> Lohtrop Stoddard, *Dunia Baru Islam*, (Jakarta, Panitia Penerbit, 1966), hlm. 11.

<sup>13</sup> Muslim Kadir, *Ilmu Islam terapan*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2002), hlm.55.

yang juga merupakan sumber dari agama Islam disamping Sunnah, *ijma* dan *qiyas*. Di dalam surah an-Nahl ayat 125 dengan jelas dan tegas menyatakan kegiatan berdakwah sebagai sebuah seruan menuju ke jalan Tuhan. Di dalam sebuah hadits *shahih* Nabi SAW, juga diperintahkan untuk menyampaikan walaupun hanya satu ayat.

Dengan demikian, jelaslah bahwa dakwah adalah bagian dari ajaran agama Islam yang harus dipraktikan dan diaktualisasikan sesuai dengan konsteks ruang waktunya sendiri sesuai dengan teori agama dan keberagaman tersebut di atas.

Dakwah secara bahasa adalah ajakan atau seruan. Secara istilah dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.<sup>14</sup> Hamzah Ya'qub berpendapat dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah dan bijaksana untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.<sup>15</sup>

Arti dakwah juga berarti mengajak seseorang kepada agama Islam, penutup seluruh *kalamullah*, serta agama yang paling sempurna. Dakwah wajib diarahkan kepada semua umat manusia sebagai *mad'u*. apabila *mad'u* beriman kepada Allah tetapi tidak tunduk atau tidak memiliki komitmen dengan apa yang disyariatkan, maka hal yang sesuai untuknya adalah mengajaknya mengenal ajaran agama Islam, baik dalam segi ibadah, muamalah, maupun akhlak Islam. Apabila *mad'u* itu muslim dan mukmin tetapi ia melakukan beberapa kemaksiatan, dakwah yang sesuai baginya adalah mengajarkan taat dan memiliki komitmen kepada semua ketaatan yang dibawa ajaran agama Islam.<sup>16</sup>

Dalam al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 disebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke Allah

---

<sup>14</sup> Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pertama, 1997), hlm. 31.

<sup>15</sup> Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam*, (Bandung : Diponegoro, 1992 ), hlm. 3

<sup>16</sup> Ali Abdul Halim Mahmud, *Jalan Dakwah Muslim*, (Solo: Intermedia, 2007), hlm. 8.

dengan cara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula. Allah berfirman :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجِدْ لَهُمُ الْبَلَّتَىٰ هِيَ  
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن 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”*(QS. An-Nahl: 125).<sup>17</sup>

Dari berbagai macam pengertian dakwah tersebut, pada dasarnya mencerminkan hal-hal berikut:

- 1) Dakwah adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana.
- 2) Usaha yang dilakukan adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah, memperbaiki situasi yang lebih baik.

Dari beberapa pengertian terminologi dakwah tersebut di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah adalah sebuah kegiatan menyeru, mengajak sesama manusia untuk menuju ke jalan Allah SWT dengan menggunakan metode, media dan substansinya sesuai dengan konteks yang ruang dan waktu.

Konseptualisasi ruang dan waktu dalam hal ini merupakan keniscayaan metodologis, karena dakwah merupakan bagian dari ajaran agama Islam. Sudah barang pasti, kegiatan berdakwah harus memperhatikan konteks ruang dan waktunya, tentu saja tidak melupakan unsur-unsur dalam dakwah lain seperti substansi pesan dakwah dan juga media dalam berdakwah itu sendiri.

---

<sup>17</sup> Departemen Agama RI, *Al - Qur'an dan Terjemahnya* , hlm. 421.

Berangkat dari konteks ruang waktu tersebut, media dan karakter dakwah di era Nabi Muhammad SAW dengan era modern saat ini tentu berbeda. Kegiatan untuk menyeru atau mengajak, saat ini tentu tidak lagi sebatas ajakan atau seruan secara langsung, akan tetapi dapat menggunakan berbagai bentuk media dan berbagai jenis karakteristik pesan di dalamnya, bergantung siapa sasaran dakwah yang diakan dituju.

#### a Media Dakwah

Dakwah pada dasarnya dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang, indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif media yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.<sup>18</sup> Adapun media dakwah yang dapat dimanfaatkan antara lain:

##### 1) Media Lisan (*Bi al-Lisan*)

*Da'wah bil lisan* yaitu menyampaikan informasi atas pesan dakwah melalui lisan. Termaksud dalam bentuk ini adalah ceramah, khotbah, tausyiah, pengajian, pendidikan agama (lembaga pendidikan formal), kuliah, diskusi, seminar, nasihat. Termaksud media dakwah melalui siaran radio atau telepon, yang hanya menggunakan suara.

##### 2) Media tertulis (*Bi al-Qalam*)

*Da'wah bil qalam* yaitu penyampaian materi dakwah dengan menggunakan media tulisan. Termaksud dalam jenis ini adalah buku-buku, majalah, surat kabar, risalah, bulletin, brosur, dan sejenisnya. Dalam memanfaatkan media ini, hendaknya ditampilkan dengan gaya bahasa yang lancar, mudah dicerna dan menarik minat publik, baik mereka yang awam maupun terpelajar.

##### 3) Media *Audio Visual*

---

<sup>18</sup> Arifuddin, *Metode Dakwah Dalam Masyarakat*, (Makassar:Alauddin University Press,2011), hlm. 407.

Dakwah melalui audio visual yaitu dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya. Seperti televisi, film, slide, internet. Media dakwah melalui audio visual cenderung disukai karna dapat didengarkan sekaligus melihat langsung apa yang disampaikan oleh seorang penceramah. Sehingga penonton seperti terlibat didalam tayangan tersebut.<sup>19</sup>

#### b Karakteristik Pesan Dakwah

Untuk membedakan pesan dakwah dengan pesan lainnya seperti pesan dalam komunikasi, maka perlu dikenali karakteristik pesan dakwah. Karakteristik tersebut yaitu satu, mengandung unsur kebenaran dalam pesan dakwahnya artinya kebenaran yang bersumber dari Allah SWT yang berwujud dalam bentuk rangkaian ayat-ayat yang terdapat dalam Al-Qur'an. Jadi Al-Qur'an merupakan sumber kebenaran mutlak yang perlu disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*, membawa pesan perdamaian yang sesuai dengan namanya Islam dari kata dasar *Salam* artinya *damai*. Perdamaian menjadi unsur penting yang harus dikembangkan dalam penyampaian pesan dakwah. Seperti ucapan *Assalamu'alaikum* (semoga kedamaian untuk kalian) yang diucapkan seseorang merupakan pesan dakwah yang terus disampaikan oleh setiap umat Islam.<sup>20</sup>

Pesan adalah ide, gagasan, informasi, dan opini yang disampaikan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan ke arah sikap yang diinginkan oleh komunikator.<sup>21</sup> Pesan disampaikan dalam bentuk simbol, baik verbal (lisan) atau nonverbal (non-lisan). Simbol lisan adalah kata-kata, sedangkan simbol nonverbal adalah apa yang anda sampaikan dengan nada suara atau gerak fisik (*gestures*) seperti gerak mata,

<sup>19</sup> Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah*, hlm. 236

<sup>20</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, hlm. 142-144.

<sup>21</sup> Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta,1997), hlm. 7

ekspresi wajah, menggapaikan tangan, memainkan jari-jemari atau sikap badan (*postures*) dan penampilan (*appearance*), atau isyarat, seperti membunyikan alat atau menunjukkan warna.<sup>22</sup>

Pesan merupakan salah satu unsur utama dalam dakwah, tanpa adanya pesan kegiatan dakwah tidak memiliki arti apa-apa. Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan didalam proses kegiatan dakwah. Ada tiga jenis yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah. Pertama, pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. Kedua, pesan dakwah berkaitan dengan makna yang diterima oleh seseorang. Ketiga, penerimaan pesan dakwah yang dilakukan *mad'u* atau objek dakwah. Semua pesan dakwah memiliki peluang terbuka untuk dimaknai dan dipahami secara berbeda oleh penerima yang berbeda pula.<sup>23</sup>

Toto Tasmara, beliau berpendapat bahwa pesan dakwah ialah semua pernyataan yang bersumberkan al-Qur'an dan Sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut. Sedangkan Moh. Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah, menyatakan bahwa pesan dakwah merupakan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.<sup>24</sup>

Pesan dakwah juga bisa diartikan sebagai isi dari aktivitas dakwah yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u* dalam proses dakwah. Pesan-pesan dakwah tersebut bersumber dari kitab suci Al-Qur'an. Pesan-pesan dakwah juga dapat diartikan semua pernyataan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist baik tulisan maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> M.S. Hidajat, *Public Speaking dan Teknik Presentasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 43-44.

<sup>23</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 140-141.

<sup>24</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 43.

<sup>25</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 143.

Berangkat dari beberapa pendapat tersebut di atas tentang karakteristik pesan dakwah, secara garis besar pesan-pesan di dalam dakwah islamiyah dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1) Masalah Keimanan (Akidah)

Akidah berasal bahasa Arab *aqidah* yang bentuk jamaknya adalah *aqaid* berarti kepercayaan atau keyakinan.<sup>26</sup> Oleh karena itu akidah merupakan pondasi utama bagi setiap muslim. Akidah inilah yang menjadi dasar untuk memberikan arah bagi hidup dan kehidupan seorang muslim. Hal ini seperti yang disabdakan Rasulullah SAW:

*“...Bahwasanya engkau percaya kepada Allah, malaikatmalaikatNya, kitab-kitabNya, Rasul-rasulNya, hari akhir dan engkau percaya adanya qadar Allah yang baik maupun buruk...”*. (HR. Muslim).<sup>27</sup>

2) Masalah Keislaman (Syariah)

Syariah dalam Islam berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antar manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia.<sup>28</sup> Ini dijelaskan dalam sabda Nabi SAW:

*“...Islam ialah bahwasanya engkau bersaksi bahwa sesungguhnya tidak ada Tuhan yang sebenarnya melainkan Allah dan sesungguhnya Muhammad adalah utusan Allah, dan engkau mendirikan shalat, memberikan zakat, engkau berpuasa pada bulan Ramadan, dan engkau menjalankan haji ke Baitullah-Baitullah bila*

---

<sup>26</sup> Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Studi Islam*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Prees, 2006), hlm. 75.

<sup>27</sup> Imam Namawi, *Hadits Arba'in dan Terjemahan*, (Solo: Kuala Pustaka, 2004), hlm. 5.

<sup>28</sup> Jalā'ud-Din As-Sayūti, *Ad-Dībāj Fī Sārḥ Muslim Ben Al-Hajjāj*, hLM. 89.

*engkau mampu menjalankannya...”*. (HR. Muslim).<sup>29</sup>

Hadits tersebut mencerminkan hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Artinya masalah-masalah yang berhubungan dengan masalah syariah bukan saja terbatas pada ibadah kepada Allah, akan tetapi masalah-masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antara sesama manusia diperlukan juga. Seperti hukum jual-beli, berumah-tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan dan amal-amal saleh lainnya. Demikian juga larangan-larangan Allah seperti minum-minuman keras, berzina, mencuri dan sebagainya termasuk pula dalam materi dakwah (nahi munkar).<sup>30</sup>

### 3) Masalah Budi Pekerti (Akhlak)

Ditinjau dari segi bahasa, kata akhlak berasal dari bahasa Arab *akhlaq* yang merupakan bentuk jamak dari *khuluq* yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku.<sup>31</sup> Jika perilaku tersebut melahirkan perbuatan yang baik dan terpuji menurut pandangan akal dan hukum Islam, disebut akhlak yang baik. Jika perbuatan yang timbul itu tidak baik, maka dinamakan akhlak yang buruk.<sup>32</sup>

Adapun akhlak terdiri dari akhlak terhadap khaliq dan akhlak terhadap makhluk (manusia maupun bukan manusia). Masalah akhlak dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang.

---

<sup>29</sup> Imam Namawi, *Hadits Arba'in dan Terjemahan*, (Solo: Kuala Pustaka, 2004), hlm. 4-5.

<sup>30</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 62.

<sup>31</sup> Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Studi Islam*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2006), hlm. 108.

<sup>32</sup> Penyusun Ensiklopedi Islam, *Ensiklopedi Islam*, (Jakarta: PT Ichtiar Baru van Hoeve, 1997), hlm. 102.

Meskipun akhlak ini berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah tentang akhlak kurang penting dibandingkan dengan masalah keimanan dan keislaman, akan tetapi akhlak sebagai penyempurna keimanan dan keislaman.

#### 4. Masyarakat Islam Di Era Global; Film Animasi Sebagai Media Dakwah Masa Kini

Perkembangan teknologi saat ini berkembang pesat dan semakin canggih. Memberikan banyak kemudahan bagi manusia dalam melakukan kegiatan, termasuk bagi pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya. Dakwah dapat dilakukan dengan cara menggunakan teknologi yang sedang berkembang. Jika dulu di masa Rasulullah SAW dan para sahabat masih menggunakan dakwah tradisional, akan tetapi seiring majunya teknologi saat ini, modern metode dakwah mulai bergeser menuju dakwah kontemporer.<sup>33</sup> Dakwah kontemporer berbeda dengan dakwah tradisional. Tradisional adalah dakwah yang dilakukan sesuai budaya masyarakat setempat, sedangkan dakwah kontemporer dilakukan dengan cara mengikuti teknologi yang sedang berkembang. Dalam konteks ini, teknologi yang dapat digunakan sebagai media dakwah seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Selain media massa tersebut, dikenal juga media antar personal (antar pribadi) seperti telepon, telegram dan surat elektronik. Semua jenis media tersebut dapat menjadi media dakwah.<sup>34</sup>

Media massa adalah salah satu alat utama untuk menyebarkan dakwah pada masa kontemporer, baik media cetak maupun elektronik. Misalnya berdakwah melalui media cetak surat kabar, artikel, majalah, buletin, buku dan semua yang berhubungan dunia tulisan. Begitu juga media elektronik yaitu televisi, radio dan media *online*. Saat ini media massa menjadi kebutuhan umat manusia saat ini. Salah satu media massa yang sangat populer saat ini ialah

---

<sup>33</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Cet. 1; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 87.

<sup>34</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Cet. 1; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 87

televisi, yang menayangkan berbagai program acara untuk menghibur, mendidik para penonton. Hampir seluruh televisi di Indonesia punya program berkonten dakwah. Program dakwah di televisi bisa berbentuk lagu-lagu religi, iklan, film, *talkshow*, diskusi atau *on the spot*. Semuanya dikemas sesuai kebutuhan masyarakat saat ini. Salah satu keberagaman program dakwah kontemporer adalah berdakwah melalui film.

Film memiliki realitas yang kuat salah satunya menceritakan kehidupan masyarakat. Film diartikan sebagai hasil budaya dan alat ekspresi kesenian, dimana film menjadi alat komunikasi massa yang menggabungkan teknologi seperti fotografi dan rekaman suara, kesenian baik seni rupa dan seni teater sastra dan arsitektur serta seni musik. Saat seseorang menyaksikan film, disadari atau tidak terkadang cenderung ingin meniru kehidupan yang dikisahkan dalam film. Para penonton ingin menyamakan dirinya dengan salah satu tokoh yang ada dalam film tersebut. Film sebagai media komunikasi yaitu, sebagai penyebar informasi, sarana pendidikan dan bahkan juga sebagai media hiburan. Film membawa pengaruh terhadap penontonya.

Dakwah melalui film animasi, adalah hal baru tentang dakwah Islamiyah dalam memuat film-film kartun yang Islami, dengan memperkenalkan budaya dan ajaran Islam, serta cerita-cerita kepahlawanan. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat film-film Dakwah melalui film animasi, adalah hal baru tentang dakwah Islamiyah dalam memuat film-film kartun yang Islami, dengan memperkenalkan budaya dan ajaran Islam, serta cerita-cerita kepahlawanan. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat film-film animasi yang bisa dilakukan oleh para animator muslim, sehingga anak-anak muslim tidak kehilangan sejarah dan identitasnya.

Film animasi sebagai salah satu media dakwah, berarti menyampaikan sesuatu-pesan dalam bentuk seruan, ajakan kepada orang lain yang bersifat untuk mengubah suatu keadaan yang tidak baik menjadi yang baik dan

terpuji atau merupakan sebuah peringatan.<sup>35</sup> Argumentasi ini dapat digunakan, apabila menggunakan teori atau konseptualisasi yang lain. Seperti telah disinggung di dalam sub bab sebelumnya, bahwa dakwah adalah bagian integral dari ajaran agama Islam. Sebagai agama, Islam tentu saja bukan agama untuk jaman Nabi SAW semata. Akan tetapi, Islam adalah agama yang *rahmatan lil alamin*. Agar tujuan risalah ini terpenuhi, maka Islam harus mampu menjawab persoalan dalam kehidupan setiap pemeluknya dimanapun dan kapanpun. Konsep atau paradigma yang dapat digunakan adalah Ilmu Islam Terapan. Dalam konsep ini, agama menunjuk kepada wahyu yang sifatnya tunggal, mutlak dan selesai. Akan tetapi, umat yang mempraktikkan ajaran agama tersebut tentu berkembang dan tumbuh sesuai dengan konteks ruang dan waktunya. Inilah yang dikenal dengan terminologi keberagamaan.<sup>36</sup> Keberagamaan adalah wujud aktualisasi praktik ajaran agama Islam sesuai dengan konteks ruang dan waktunya. Dengan demikian dakwah sebagai bagian dari agama Islam, dalam berbagai bentuknya juga harus merespons ruang dan waktu sebagai konteksnya.

## B. Penelitian Terdahulu

Tujuan dicantulkannya penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan bahan perbandingan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu dan sebagai bahan referensi. Maka peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu, yaitu:

- 1 Penelitian Ihsan Al Mandiri, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makasar. 2018, dengan judul “*Makna Pesan Dakwah Dalam Film Animasi Adit dan Sopo Jarwo Episode 22 Kabar Burung Bikin Bingung*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna pesan dakwah yang terkandung dalam film Animasi Adit dan Sopo Jarwo yang ditandai dengan gambar dan lisan.

---

<sup>35</sup> Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 22.

<sup>36</sup> Muslim A. Kadir, *Ilmu Islam Terapan*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2002), hlm.55.

Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti, yaitu menggunakan metode analisis semiotik yang memberikan penjelasan tentang cara menafsirkan makna gambar atau simbol dalam sebuah film. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini analisis film animasi Sopo dan Jarwo sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah analisis film animasi Upin dan Ipin.

Hasil penelitian yang diperoleh setelah mengidentifikasi dan menganalisis film Adit dan Sopo Jarwo, menunjukkan bahwa; secara denotasi, Sopo dan Jarwo keliru dalam mendengarkan informasi yang diucapkan oleh Dennis sehingga kabar meninggalnya Ayah adit adalah hoax namun Sopo dan Jarwo terlanjur menyampaikan ke masyarakat akibatnya terjadi kegaduhan. Pemaknaan mendalam (konotasi) yang diperoleh dari tokoh Sopo dan Jarwo adalah Sopo dan Jarwo digambarkan kurang berpendidikan sehingga keliru dan mudah menyebarkan berita hoax selain itu mereka juga tidak memiliki pekerjaan atau ekonomi lemah. Penggambaran tersebut direkonstruksi oleh media agar mereka dianggap tidak layak menyampaikan kebenaran, adanya dominasi sosial antara masyarakat bawah dan atas. Sopo dan Jarwo adalah representasi dari masyarakat pinggiran (bawah). Kemudian ideologi (mitos) orang yang memiliki legitimasi dalam masyarakat cenderung didengarkan karena mempunyai pengetahuan. Pesan dakwah yang diperoleh dalam film Adit dan Sopo Jarwo adalah ketelitian dalam memperoleh dan menyebarkan berita kepada khalayak masuk dalam kategori dakwah muamalah.

2. Penelitian oleh Siti Fatimah Zuhro, Jurusan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah, UIN Sunan Kalijaga, 2009, dengan judul “*Nilai-nilai Pendidikan Agama Islam Dalam Film Animaasi Kartun Upin dan Ipin*”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada orang tua atau pendidik untuk dapat menyampaikan materi yang akan disampaikan dengan mudah dan menggunakan metode yang mudah diterima. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah subyek penelitiannya kartun Upin dan Ipin. Perbedaan penelitian

ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah tujuannya.

Hasil penelitian ini adalah bahwa di dalam film animasi Upin dan Ipin mengandung Pendidikan Fikih misalnya Sholat(sholat teraweh dan sholat wajib), Puasa(Pengertian puasa, kewajiban puasa ramadan). Disamping itu, di dalam film animasi Upin dan Ipin mengandung pembelajaran fikih terutama bagi orang tua maupun pendidik, dimana dalam penyampaian Pendidikan termasuk fikih, dapat menjadikan Upin dan Ipin sebagai contoh atau acuan agar pembelajaran fikih dapat menyenangkan bagi anak-anak.

- 3 Penelitian oleh Basirudin, Progam Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah STAIN Purwokerto, 2010 dengan judul “*Nilai-nilai Moral dalam Film Serial Kartun Upin dan Ipin*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai-nilai moral dalam film kartun Upin dan Ipin. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah subyek penelitiannya kartun Upin dan Ipin. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan di lakukan peneliti adalah tujuannya. Penelitian ini bertujuan meneliti nilai moral sedangkan penelitian yang akan di lakukan peneliti adalah pesan dakwah.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai nilai-nilai moral dalam Serial Kartun Upin dan Ipin episode: “Esok Puasa”, “Puasa Pertama”, “Nikmat”, “Teraweh”, “Lailatul Qadar”, dan “Zakat Fitrah”, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1) Dalam episode “Esok Puasa” terdapat nilai-nilai moral yang meliputi moral terhadap Allah yang berupa: ketakwaan, dan moral terhadap keluarga, khususnya terhadap orang tua yang berupa mematuhi perintah atau saran orang tua. 2) Dalam episode “Puasa Pertama” terdapat nilai-nilai moral yang meliputi moral terhadap Allah yang berupa ketakwaan, dan moral terhadap keluarga seperti menyayangi anggota keluarga yang lebih muda. 3) Dalam episode “Nikmat” terdapat nilai-nilai moral seperti: moral pribadi, yaitu tentang kesopanan dalam makan dan sabar, dan moral terhadap keluarga, yakni patuh kepada orang tua dan menyayangi yang lebih muda. 4) Dalam episode “Teraweh”

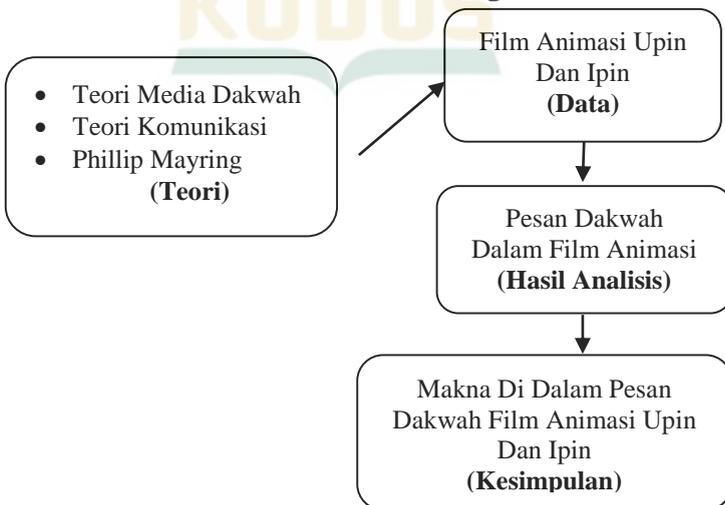
terdapat nilai-nilai moral yang tidak jauh berbeda dengan nilai-nilai moral yang dikandung dalam episode tersebut di atas, yakni: moral terhadap Allah yang berupa ketakwaan, nilai moral pribadi berupa sikap rendah hati atau tidak sombong, nilai moral terhadap keluarga.

Dari beberapa penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang peneliti lakukan berada dalam posisi untuk memperkuat temuan-temuan teori atau hasil penelitian terdahulu berkaitan dengan pesan-pesan dakwah, utamanya dengan menggunakan media film.

### C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan buku panduan karya tulis ilmiah Institut Agama Islam Negeri Kudus, kerangka berfikir didalam kegiatan penelitian adalah sebuah *gambaran*, deskripsi, profil atau pola yang menjelaskan bagaimana hubungan antar variabel, konsep dan teori yang digunakan sebagai alat analisis. Fungsi utama dari kerangka berpikir adalah untuk menjelaskan serta memudahkan dalam memahami alur pikir dan kegiatan dari keseluruhan tahapan dan proses penelitian. Alur berpikir dalam konteks ini lebih mengaju kepada bangunan teoritis yang digunakan sebagai alat analisis dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan.

**Gambar 2.1. Kerangka Berfikir**



Keterangan : Di dalam gambar kerangka berpikir di atas, dapat dideskripsikan bahwa, film animasi Upin Dan Ipin Episode 13 mulanya Ramadan, diposisikan sebagai data penelitian. Data penelitian tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan teori di dalam *landasan* teoritis. Landasan teoritis tersebut adalah teori media dakwah, teori komunikasi dan analisis konten Phillip Mayring. Hasil yang di peroleh adalah adanya pesan dakwah di dalam film animasi tersebut. Dari hasil analisis tersebut kemudian disimpulkan sebagai sebuah makna pesan dakwah sekaligus hasil akhir atau temuan di dalam penelitian skripsi ini.

