

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Maureen Malanchuk dalam Asep menggambarkan suatu era baru dalam berkomunikasi. Ia menjelaskan bahwa zaman ini sebagai ruangan pengap dan sesak oleh banyaknya informasi yang berlalu lalang.<sup>1</sup> Arus informasi yang semakin berkembang pesat di tengah kehidupan masyarakat dapat mempengaruhi pola-pola dan nilai yang telah lama ada dan dianut oleh masyarakat. Manusia berperan sebagai aktor komunikasi merupakan pribadi yang sarat dengan muatan nilai. Nilai-nilai tersebut berasal dari budaya, tradisi, norma sosial, serta agama dan kepercayaan.<sup>2</sup> Manusia sebagai komunikator didefinisikan sebagai pencipta budaya, sebagai pencipta suatu kebudayaan manusia andil dalam proses regenerasi komunikasi.

Dalam proses komunikasi terdapat lima unsur utama yang membangun, yakni komunikator sebagai sumber komunikasi, pesan sebagai isi komunikasi, media sebagai alat penyampaian pesan, komunikan sebagai penerima, serta efek yang ditimbulkan. Media massa menjadi sarana utama dalam proses komunikasi massa, tanpa media penyampaian pesan mustahil dapat dilakukan dengan serentak. Kemunculan berbagai bentuk media komunikasi dan informasi menjadi ciri khas yang menarik pada era informasi.<sup>3</sup> Bagaimana tidak, media menjadi salah satu sarana penting yang digunakan oleh masyarakat dalam mengkonsumsi informasi.

Dewasa ini media telah menjelma menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan setiap individu, hampir setiap individu di semua rentang usia terkena paparan media. Bisa dikatakan media telah menjadi kebutuhan primer di kalangan masyarakat selain dari tiga kebutuhan primer yang telah ada, yakni sandang, pangan, dan papan. Seiring dengan berkembangnya zaman,

---

<sup>1</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi)* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 1.

<sup>2</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi)* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 16.

<sup>3</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi)* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 67.

media makin beragam dan berkembang. Sebagai alat komunikasi media massa ialah majalah, surat kabar, radio, televisi, serta film.<sup>4</sup>

Media telah berkembang menyesuaikan kebutuhan dalam kehidupan masyarakat. perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terjadi karena adanya perubahan gaya hidup yang terjadi di masyarakat. saat ini masyarakat telah aktif dalam mengadopsi teknologi dan informasi, contohnya dalam penggunaan media sosial. Media sosial merupakan yang digunakan oleh masyarakat sebagai ruang baru atau media interaksi baru untuk saling berbagi cerita maupun media dalam menyalurkan ide.<sup>5</sup>

Media massa selain memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas juga berfungsi sebagai hiburan. Film merupakan bagian dari media massa yang berbentuk hiburan. Sebagai media hiburan, film dapat digunakan untuk mengangkat kisah cerita seseorang atau masyarakat untuk menyalurkan aspirasi melalui kisah film yang dapat membuat penonton tertarik untuk mengetahui cerita dalam film. Kehadiran film di tengah – tengah masyarakat memiliki artian yang unik di antara media komunikasi yang lainnya. Film merupakan media ekspresi seni yang memeberikan jalur pengungkapan kreatifitas dan media budaya dan menggambarkan kehidupan manusia serta kepribadian dari suatu bangsa.<sup>6</sup>

Berdasarkan media yang dipakai oleh masyarakat, film merupakan sarana yang tepat dipilih oleh masyarakat untuk mendapatkan pengaruh baru terhadap mereka. Karena film adalah media massa yang paling digemari oleh remaja, anak-anak, hingga dewasa.<sup>7</sup> Film menjadi hal yang digemari oleh masyarakat karena film menampilkan visualisasi cerita yang selaras dengan kehidupan sehari-hari. Film juga merupakan media yang paling kompleks dibandingkan dengan yang lainnya.

---

<sup>4</sup> Errika Dwi Setya Watie, “Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media),” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 69–75, <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.

<sup>5</sup> Wira Respati, “Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi Di Indonesia,” *Humaniora* 5, no. 45–60 (2014): 47.

<sup>6</sup> Rabiatul Adawiyah, “Analisis Pesan Dalam Film Perempuan Berkalung Sorban □; Perspektif Gender,” *Jurnal Ilmiah Kajian Gender*, n.d., 218–37.

<sup>7</sup> Andri Munandar Tampubolon, “Pengaruh Film Habibie Anun Terhadap Sikap Mahasiswa,” n.d., 1–8.

Setiap tahunnya proses pembuatan film terjadi hampir di setiap negara yang ada di dunia. Berbagai macam genre film diproduksi oleh sebuah rumah produksi perfilman. Film juga telah menjadi suatu cerminan budaya yang ada di lingkungan masyarakat di suatu bangsa. Hal itu dikarenakan film merupakan hasil kerja kolektif, dapat dikatakan demikian dikarenakan di dalam proses pembuatan film pasti melibatkan kerja sejumlah unsur atau profesi, yakni : sutradara, produser, penulis skenario, penata kamera, penata artistik, penata musik, editor, pengisi serta penata suara, dan aktor – aktris.<sup>8</sup>

Film yang sudah menjadi candu bagi masyarakat memungkinkan suatu pihak ataupun kelompok masyarakat yang berkuasa untuk mencoba mempengaruhi kehidupan sosial suatu kelompok tertentu. Gambar-gambar yang tidak sesuai dengan norma-norma yang berlaku dengan bebas melenggang pesat untuk memberantas jejak-jejak kemanusiaan melalui film, televisi, majalah, serta sarana-sarana yang mereka sebut peradaban yang dapat merusak manusia.<sup>9</sup>

Dalam upaya mengimbangi perkembangan teknologi yang begitu pesat, media dakwah pun ikut andil dengan memproduksi pesan dakwah yang dikemas melalui media audio dan visual. Model dakwah modern yang ada sekarang ini hadir dalam berbagai macam bentuk, seperti melalui film, *podcast*, poster, parodi, dan lain-lain. Bukan tanpa alasan, masyarakat era ini dimana semua hal dapat diakses secara langsung menyebabkan para *da'i* untuk melakukan suatu inovasi bagi sistem dakwah yang telah ada sebeumnya. Hal tersebut merupakan upaya yang dilakukan oleh *da'i* agar mereka dapat menyampaikan pesan dakwah khususnya pada millennial.

Film dengan nuansa Islami memang sudah mulai banyak bermunculan, namun masih kalah kuantitasnya dengan film yang bukan berunsur Islami. Dakwah melalui film memiliki peluang tersendiri untuk bisa mensukseskan dakwah, terutama bagi masyarakat perkotaan yang cenderung sibuk dengan urusannya masing-masing sehingga tidak memiliki waktu luang untuk menghadiri ceramah atau pun pengajian, metode dakwah melalui

---

<sup>8</sup> Idola Perdini Putri et al., “Industri Film Indonesia Sebagai Bagian Dari Industri Kreatif Indonesia,” *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)* 3, no. 1 (2017): 24-42, <https://doi.org/10.25124/liski.v3i1.805>.

<sup>9</sup> Shadiq Amin, *Mencari Format Gerakan Dakwah Ideal* (Jakarta: AL-Thisom Cahaya Umat, 2015), 10.

film ini juga sangat cocok ditujukan kepada generasi millennial. Namun, sayangnya masih banyak para *da'i* yang sampai sekarang masih sering berkuat pada metode dakwah seperti ceramah agama.<sup>10</sup> Oleh karenanya, dakwah melalui film dapat dijadikan sebagai solusi yang tepat karena *da'i* disini tidak harus bertatap muka secara langsung dengan *mad'u* sehingga dapat menghemat waktu masyarakat perkotaan yang cenderung sibuk dengan urusannya masing-masing. Dengan demikian, misi untuk membentuk perilaku sosial keagamaan masyarakat dapat terealisasi melalui film-film pendek maupun *web series* yang diproduksi oleh channel YouTube Film Maker Muslim.

Film pendek bernuansa Islami saat ini sangat dibutuhkan oleh umat Islam pada umumnya, di tengah maraknya film-film yang bertentangan dengan syariat Islam. Film bertemakan Islam biasanya menampilkan visualisasi yang ringan, yakni menampilkan tentang kehidupan sehari-hari dan dibumbui dengan norma-norma Islam. Film yang seperti itu lebih banyak disukai oleh masyarakat luas, serta dapat mencakup seluruh elemen masyarakat tanpa membedakan satu dari yang lain. Film Maker Muslim hadir di tengah-tengah masyarakat dengan tujuan menyebarkan nilai-nilai kebaikan dengan atmosfer yang positif melalui film pendek bagi penikmatnya. Mereka berharap channel YouTubanya dapat dijadikan alternatif bagi penikmat film selain beberapa serial yang ada di televisi tentunya, serta menambah wawasan keislaman pada khususnya. Film Maker Muslim dalam usahanya berusaha untuk menayangkan tontonan kisah yang dikemas secara sederhana untuk disampaikan kepada pennontonnya.

Film Maker Muslim merupakan salah satu channel YouTube yang menyajikan cerita-cerita yang berunsur Islami dalam bentuk film pendek maupun *web series*. Komunitas ini sudah mulai aktif berkarya sejak tahun 2014. Film Maker Muslim berdiri dengan dipelopori oleh empat orang yakni Amrul Ummami berperan sebagai sutradara, Ali Ghifari sebagai *scriptwriter* (penulis naskah), Andre M. Addin sebagai produser, serta Ryan Kurniawan yang bertugas sebagai sinematografer. Pada tahun 2012 Film Maker Muslim mendapatkan prestasi di pagelaran acara Ganesha Film Festival, yakni penghargaan *Official Selection*. Ganesha Film Festival (Ganffest) merupakan acara dua tahunan yang diselenggarakan oleh liga film mahasiswa Institut Teknologi

---

<sup>10</sup> Mubasyaroh, *Dakwah Kolaboratif* (Yogyakarta: Idea Press, 2011), 12.

Bandung (ITB). Pada festival ini banyak ditampilkan karya film pendek dari para sineas Indonesia.

Channel YouTube Film Maker Muslim selama ini telah berjasa menghasilkan film-film yang sangat membantu dalam proses dakwah guna membentuk perilaku sosial keagamaan masyarakat. Dengan keberadaan serta eksistensinya, diharapkan Film Maker Muslim mampu untuk terus menggerakkan proses dakwah melalui film yang diproduksinya. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang peran film sebagai salah satu media dakwah dengan judul, **“Strategi Komunikasi Dakwah Channel YouTube Film Maker Muslim Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Melalui Film Pendek”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan pada latar belakang, untuk mendapatkan fokus penelitian dapat dilakukan dengan cara mempersempit cakupan pembahasan agar penelitian ini tidak terlalu jauh dari permasalahan. Pada penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Dakwah Channel YouTube Film Maker Muslim Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam. Peneliti akan memfokuskan penelitian pada hal berikut yakni strategi komunikasi dakwah. Untuk strategi komunikasi dakwah berkaitan dengan kebijakan yang dilakukan oleh pihak pengelola Film Maker Muslim dalam upayanya menyampaikan nilai-nilai Islam melalui film pendek, meliputi kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari metode dakwah yang mereka sajikan. Data-data tersebut dianalisis untuk kemudian dicarikan solusi atas permasalahan yang dibahas.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh channel YouTube Film Maker Muslim dalam menyampaikan nilai-nilai Islam?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh channel YouTube Film Maker Muslim dalam menyampaikan nilai-nilai Islam?

## **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan teori terkait dengan dakwah dan komunikasi Islam, terutama pada bidang komunikasi

dan penyiaran Islam. Maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengungkapkan hal-hal berikut ini :

1. Strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh channel YouTube Film Maker Muslim dalam menyampaikan nilai-nilai Islam.
2. Faktor pendukung dan penghambat komunikasi dakwah pada channel YouTube Film Maker Muslim dalam menyampaikan nilai-nilai Islam.

## E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis, yaitu menambah khazanah kepustakaan serta sebagai masukan dalam pengembangan penelitian bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam. Khususnya dalam Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dalam penelitian strategi komunikasi dakwah melalui media film.
2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat yang bersifat praktis yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah :

a. Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai bagaimanakah strategi komunikasi dakwah yang ada pada dunia perfilman yang mengusung tema Islami, khususnya mengenai strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh channel YouTube Film Maker Muslim.

b. *Content Creator*

Bagi YouTuber, *content creator* penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan bagi channel YouTube mereka di mana channel tersebut dijadikan untuk penelitian ini, mengenai strategi komunikasi dakwah melalui film pendek.

c. Praktisi Dakwah

Bagi praktisi dakwah, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan arahan pertimbangan mengenai metode dakwah yang akan digunakan agar dapat menarik perhatian *mad'u*.

d. Masyarakat

Bagi masyarakat umum, penelitian ini dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menyerap ilmu keagamaan melalui film, sehingga dapat mempengaruhi perilaku sosial keagamaan mereka.

## F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berfungsi sebagai gambaran dan garis-garis besar dari setiap bagian kepala pembaca, sehingga akan diperoleh karya ilmiah yang sistematis. Berikut ini adalah sistematika penulisan yang penulis bagi menjadi tiga bagian :

### 1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri dari bagian muka yang berisi halaman judul, pengesahan majlis pengujian munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, dan daftar gambar.

### 2. Bagian Isi

Bagian ini terdiri dari lima bab, antara lain :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang definisi strategi, definisi komunikasi, komunikasi dakwah, komponen dakwah, strategi komunikasi dakwah, bentuk-bentuk strategi komunikasi dakwah, definisi pesan dakwah, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini terdapat 3 sub bab. **Sub bab pertama** berisi tentang deskripsi objek penelitian. **Sub bab kedua** berisi deskripsi data tentang strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh channel YouTube Film Maker Muslim . Dan **Sub bab ketiga** yang berisi tentang analisis serta pembahasan terkait dengan strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh channel YouTube Film Maker Muslim.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang simpulan, saran-saran, dan penutup.

3. Bagian Akhir

Bagian ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, bukti wawancara, foto, serta riwayat hidup penulis.

