

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Deskripsi Pustaka

##### 1. Film Sebagai Media Dakwah

Dari segi bahasanya, media diambil dari kata latin medius yang artinya perantara. Dalam bahasa Inggris, media adalah bentuk jamak dari kata medium, yang berarti tengah, menengah, dan rata-rata. Sedangkan menurut istilah media berarti segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai perantara (alat) untuk mencapai suatu tujuan.<sup>1</sup> berdasarkan pengertian tersebut, ahli komunikasi mendefinisikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi dari komunikator dengan komunikan. Jadi, media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampai pesan dakwah kepada objek dakwah. Ketika dai ingin ceramahnya didengarkan oleh semua pemirsa di indonesia, maka menggunakan media radio. Jika, ceramahnya ingin didengar, dan ekspresi wajahnya bisa dilihat, maka menggunakan media televisi. Jika, ceramahnya ingin dibaca, maka menggunakan media cetak.<sup>2</sup>

Dengan demikian, media dakwah berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi dakwah kepada para objek dakwah. Seorang Da'i di Indonesia akan menggunakan media massa ketika dia ingin pesannya menjangkau khalayak seluas mungkin. Seluruh Indonesia dapat menyaksikan ekspresinya di TV saat ia membaca ayat-ayat Al-Qur'an dengan keras sambil mendengarkan pidatonya. Mereka yang lebih suka membaca ceramah dalam bentuk cetak didorong untuk melakukannya.<sup>3</sup> Dengan banyaknya media yang bermunculan, da'i sebagai pihak yang akan menggunakan media tersebut haruslah pandai dalam membuat pilihan tentang bentuk media apa yang akan digunakan untuk membantu da'i berhasil mencapai tujuan dakwah. Jelas, juga harus membuat keputusan sesuai dengan etika media yang diterima. Memilih media dakwah berarti dai sudah mengerti akibat yang diterima, seperti mempelajari dan menguasai

---

<sup>1</sup> Ropingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik* (Malang: Madani, 2016), 131.

<sup>2</sup> Irzum Farihah, "Media Dakwah Pop," *Jurnal At-Tabsyir*, 1 (2013): 27.

<sup>3</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 346.

potensi yang diseleksi. Karena kemajuan teknologi dalam komunikasi semakin cepat di dunia global sekarang ini. Hasil yang terjadi dari kemajuan teknologi komunikasi yakni ketika jarak fisik dan waktu bukan lagi menjadi penghalang komunikasi. Dengan demikian, hal tersebut sangat penting untuk dikuasai oleh para da'i.<sup>4</sup> Dalam memilih media dakwah, da'i harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Tidak ada saluran komunikasi yang optimal untuk seluruh dunia. Karena kualitas berbagai media berbeda-beda.
- b. Media yang dipilih harus sesuai dengan tujuan usaha.
- c. Media yang dipilih harus sesuai dengan kemampuan misionaris yang dituju.
- d. Media yang dipilih harus sesuai dengan materi khotbah.
- e. Outlet media dipilih secara tidak memihak.
- f. Aksesibilitas dan ketersediaan media harus dipertimbangkan.
- g. Efisiensi dan efikasi juga perlu diperhitungkan.<sup>5</sup>

Selain hal-hal diatas, da'i juga harus mempertimbangkan beberapa faktor dalam memilih media dakwah antara lain:

- a. Tujuan dakwah.
- b. Materi dakwah.
- c. Sasaran dakwah.
- d. Kemampuan da'i.
- e. Ketersediaan media.
- f. Kualitas media.

Itulah alasan utama mengapa da'i harus memilih media dakwah. Agar dakwah mencapai keberhasilan dan memastikan bahwa itu didengar oleh orang yang tepat.

Media dakwah memiliki peran penting dalam sebuah aktivitas dakwah, karena media tidak sekedar sebagai perantara yang bersifat penunjang saja, tetapi merupakan bagian dari sistem. Dalam hal ini, media dakwah memiliki fungsi yang sama seperti unsur dakwah yang lainnya. Keberadaan media dakwah akan menentukan tingkat

---

<sup>4</sup> Aminuddin, "Media Dakwah," Jurnal Al-Munzir, 9 (2016): 347.

<sup>5</sup> Aminuddin, 348.

efektifitas dan efisiensi dalam aktivitas dakwah.<sup>6</sup> Ada dua jenis media dakwah berdasarkan jumlah sasaran dakwah yakni, media massa dan media non-massa,.

- a. Media massa yaitu sarana komunikasi yang digunakan ketika jumlah orang yang terlibat besar dan mereka tersebar secara geografis. Orang-orang seperti surat kabar, televisi, radio, dan film semuanya memiliki jumlah pembaca dan pemirsa yang signifikan setiap hari.
- b. Media nonmassa Istilah "media yang ditargetkan" mengacu pada segala jenis komunikasi yang ditujukan untuk orang atau kelompok kecil tertentu, seperti surat, panggilan telepon, pesan teks, email, faks, dll. Ada pengelompokan ini karena utusan mereka tidak representatif dari masyarakat umum.<sup>7</sup>

Selain pengklasifikasian media dakwah di atas, berdasarkan sifatnya media dakwah juga dibagi menjadi dua, yaitu media tradisional dan media modern.

- a. Media tradisional, yaitu media yang bersifat tradisional, misalnya menggunakan seni pertunjukan tradisional yang memiliki sifat komunikatif, seperti kesenian wayang, ludruk, lenong, ketoprak, dan lain sebagainya.
- b. Media modern, yaitu media yang dilahirkan dari perkembangan teknologi, seperti televisi, radio, internet, dan lain sebagainya.<sup>8</sup>

Menurut Hamzah Ya'qub dalam bukunya Munir, media dakwah dibagi menjadi lima macam, diantaranya sebagai berikut:

- a. Lisan, adalah metode paling dasar menyebarkan kata (dakwah) dengan menggunakan suara dan bibir sendiri. Tujuan saluran ini dapat dicapai dengan penyampaian pidato, ceramah, konsultasi, dll.
- b. Tulisan, adalah media dakwah berbentuk tulisan seperti buku, majalah, surat kabar, spanduk, dll.

---

<sup>6</sup> Ropongi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*, 131.

<sup>7</sup> Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 105.

<sup>8</sup> Wahyu Illahi, 107.

- c. Lukisan, adalah media dakwah melalui gambar, seperti karikatur, komik, dan lain sebagainya..
- d. Audio-visual, adalah media dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran, penglihatan atau keduanya, seperti televisi, film, OHP, internet, dan lain sebagainya.
- e. Akhlak, media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh objek dakwah.<sup>9</sup>

Meskipun media dakwah sangat banyak, tetapi tidak ada yang paling sempurna, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Kekurangan yang ada pada media yang satu akan disempurnakan oleh media yang lainnya. Semakin banyak menguasai penggunaan media, maka semakin mengantarkan kepada keberhasilan dan kesuksesan dalam pelaksanaan dakwah. Oleh karena itu, dalam memilih media sebaiknya selalu disesuaikan dengan objek dakwah, karena tidak semua media dakwah bisa digunakan dalam semua kondisi dan situasi.<sup>10</sup>

Media bisa dikatakan berhasil jika hasil dari kegiatan dakwahnya sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Sehingga, dai sebagai pelaku dakwah dalam memilih media harus mempertimbangkan beberapa faktor, yakni tujuan dakwah yang hendak dipakai, kesesuaian dengan materi dakwahnya, kondisi mad'u sebagai sasaran dakwah, kemampuan dai dalam menggunakan media, serta ketersediaan dan kualitas dari media tersebut.<sup>11</sup>

Media dakwah juga memiliki manfaat pada proses berjalannya dakwah. Secara umum, manfaat dari media dakwah, antara lain:

- a. Penyeragaman dalam menyampaikan informasi.
- b. Lebih interaktif.
- c. Waktu dan tenaga menjadi lebih efisien.
- d. Memungkinkan proses belajar dimana saja dan kapan saja.

---

<sup>9</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 32.

<sup>10</sup> Suarin Nurdin, "Media Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Berdakwah," *Jurnal Ta'dib*, 16 (2018): 45.

<sup>11</sup> Mubasyaroh, "Film Sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media Dakwah Kontemporer)," 2, *Jurnal At-Tabsyir*, 2 (2014): 9–10.

e. Menumbuhkan sikap positif.

Selain manfaat yang disebutkan diatas, media dakwah juga memiliki manfaat-manfaat praktis lainnya, antara lain:

- a. Media memperjelas penyajian pesan dan informasi sehingga dapat memperlancar dan meningkatkan proses dan hasil.
- b. Media dapat meningkatkan serta mengarahkan perhatian sehingga dapat menimbulkan motivasi, interaksi, dengan siapa saja.
- c. Media dapat mengatasi keterbatasan indera, ruang, maupun waktu..

Diantara lima macam media dakwah diatas, film menjadi salah satu media dakwah yang masuk dalam jenis audiovisual. Seiring perkembangan teknologi informasi, dan komunikasi, film akan segera menggeser media dakwah tradisional yakni menggunakan lisan. Meskipun media dakwah menggunakan lisan masih tetap eksis, film tetap dianggap telah mengambil peranan yang cukup penting dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan yakni dakwah sampai hari ini.<sup>12</sup>

Terdapat keunikan-keunikan film sebagai media dakwah. Secara psikologis, penyuguhan secara hidup dan tampak serta dapat berlanjut dengan animasi memiliki keunggulan daya efektifnya terhadap penonton. Banyak hal yang abstrak dan samar-samar dan sulit diterangkan dengan kata-kata dapat disuguhkan kepada khalayak lebih baik dan efisien menggunakan media ini. Keunikan yang lainnya, media film yang menyuguhkan pesan hidup dapat mengurangi keraguan yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.<sup>13</sup>

Dalam konteks media komunikasi pesan-pesan keagamaan, biasa disebut dengan film dakwah. Sederhananya, film bisa disebut film dakwah kalau di dalamnya memuat pesan-pesan keagamaan tertentu. Oleh karena itu, film dakwah dituntut untuk mengolaborasikan dakwah dengan imajinasi-imajinasi cerita sehingga pesan

---

<sup>12</sup> Sri Wahyuningsih, *Film dan Dakwah: Memahami Representasi Pesan-pesan Dalam Film Melalui Analisis Semiotik* (Surabaya: Sahabat Cendekia, 2019), 8.

<sup>13</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 364.

dapat disampaikan secara efektif.<sup>14</sup> Contohnya seperti film *The Message*. Film yang dirilis pada tahun 1970-an ini bercerita tentang perjalanan dakwah Rasulullah SAW di kota Mekkah yang penuh dengan intimidasi dan tantangan-tantangan lainnya.<sup>15</sup>

Film sebagai salah satu media dakwah memiliki beberapa fungsi, yaitu pertama, *to inform*, yakni berfungsi menginformasikan sesuatu kepada pihak lain. Kedua, *to educate*, dengan maksud untuk mencerahkan penontonnya, atau memberi mereka informasi, etika, dan materi lain yang dimaksudkan untuk memperbaiki kehidupan mereka, film ini dibuat. Akhirnya, tujuan film ini adalah untuk mempengaruhi pikiran, perasaan, dan tindakan penonton; inilah yang kami maksud dengan "pengaruh" dan "fungsi pengaruh". Fungsi keempat adalah yang berkaitan dengan hiburan dan permainan. Film ini dimaksudkan untuk menghibur penonton, memecah kemonotonan ritual Dakwah yang membentuk pertunjukan.<sup>16</sup>

Dakwah dengan melalui media film sangatlah efektif karena lebih komunikatif, materi dakwah dapat diproyeksikan ke dalam suatu skenario film yang memikat dan menyentuh keberadaan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Di sisi lain, film sebagai media dakwah bukan hanya untuk hiburan saja, tetapi juga untuk penerangan dan Pendidikan.<sup>17</sup>

Film adalah seluloid tipis yang digunakan untuk mengembangkan proyeksi negatif menjadi positif dalam sebuah teater, menurut Kamus Bahasa Indonesia.<sup>18</sup> Menurut UU Republik Indonesia No. 33 tahun 2009 tentang perfilman menyebutkan, "*Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang*

---

<sup>14</sup> Sri Wahyuningsih, *Film dan Dakwah: Memahami Representasi Pesan-pesan Dalam Film Melalui Analisis Semiotik*, 9.

<sup>15</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, 365.

<sup>16</sup> Mubasyaroh, "Film Sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media Dakwah Kontemporer)," 12–13.

<sup>17</sup> Alamsyah, "Perspektif Dakwah Melalui Film," *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13 (2012): 207.

<sup>18</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1993).

*dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara*".<sup>19</sup>

Dalam definisi yang paling dasar, film adalah proses memproyeksikan gambar ke layar besar; dalam definisi yang lebih luas, bagaimanapun, itu juga mencakup transmisi gambar melalui televisi. Sejak film mulai muncul di televisi, banyak orang telah berhenti menonton film demi menontonnya di rumah. Keahlian visual film dan desain suara yang unik menjadikannya alat yang ampuh untuk hiburan dan instruksi. Ini juga cukup fleksibel untuk dilakukan berulang-ulang untuk berbagai audiens.<sup>20</sup>

Film juga bisa disebut *movie*. Singkatnya, film juga bisa disebut "bioskop". Film secara harfiah berarti sinematografi, yaitu film berarti gerak, *tho* atau *phytos* berarti cahaya dan *grafie* berarti tulisan, gambar atau gambar. Jadi inti dari film adalah melukis dengan cahaya.<sup>21</sup>

Film merupakan teknologi audiovisual yang sangat efektif dalam mempengaruhi khalayak. Ceritanya dipadukan dengan paduan suara dan musik, cerita dipadukan dengan perilaku dan emosi, dan penonton bisa menikmatinya. Film sebagai media komunikasi tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga untuk pendidikan dan informasi. Film ini menyampaikan banyak informasi.<sup>22</sup>

Film juga merupakan media komunikasi massa. Alasan mengapa dikatakan sebagai media komunikasi massa adalah karena film mengadopsi suatu bentuk komunikasi, yaitu menggunakan saluran (media) untuk menghubungkan komunikator dan komunikan dalam jumlah yang banyak, dan tersebar dalam jumlah yang banyak. Penontonnya heterogen dan anonim. efek tertentu. Sebagai media massa, film dapat berperan sebagai saluran yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu kepada masyarakat, termasuk pesan atau misi keagamaan.

Karena kekhasan media yang digunakan, film, seperti media elektronik lainnya, memiliki strategi komunikasinya

---

<sup>19</sup> Undang-undang RI, "33 Tahun 2009, Perfilman" (08 Oktober 2009).

<sup>20</sup> Hafidz Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo, 2006), 126.

<sup>21</sup> Mubasyaroh, "Film Sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media Dakwah Kontemporer)," 11.

<sup>22</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 209.

sendiri. Misalnya, di media elektronik, termasuk film, informasi yang diterima penonton hanya sekilas, dan penonton harus selalu berada di depan layar. Jadi, menurut Wilbur Schramm, pesan yang akan dikirim terlebih dahulu harus disusun dalam formula yang mudah dipahami audiens, bahasa dan logika yang sederhana, sehingga pesan mudah dicerna begitu sampai ke audiens.<sup>23</sup>

Seperti acara TV, penonton menonton film terutama untuk hiburan. Namun, film memiliki fungsi informasi, pendidikan, dan persuasif.<sup>24</sup> Adapun beberapa penjelasan dari fungsi tersebut, antara lain:

- a. Fungsi Informasi, yaitu film memiliki fungsi untuk memberitahukan segala sesuatu yang ada dalam film tersebut kepada khalayak. Fungsi ini sangat penting karena dapat menjadi jembatan antara pemerintah dan masyarakat.
- b. Fungsi Edukasi, yaitu Film memiliki fungsi pendidikan. Salah satu caranya adalah dengan mengajarkan nilai, etika, dan aturan yang berlaku kepada penonton.
- c. Fungsi Hiburan. Fungsi ini sangatlah penting bagi khalayak. Karena, fungsi ini memiliki tujuan untuk menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, sarana relaksasi guna meredakan ketegangan sosial bagi masyarakat.
- d. Fungsi Persuasi. Fungsi ini bertujuan untuk memberikan pengaruh dari media massa khususnya film kepada khalayak. Hal ini dimaksudkan agar khalayak terpengaruh oleh film tersebut. Fungsi ini dianggap fungsi paling penting dalam film. DeVito, menjelaskan ada beberapa macam bentuk memengaruhi, diantaranya:
  - 1) Penegasan atau penguatan sikap, keyakinan, atau nilai seseorang.
  - 2) Mengubah sikap, keyakinan, atau nilai seseorang.
  - 3) Memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu.

---

<sup>23</sup> Asep Saiful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2012), 112–13.

<sup>24</sup> Elvinaro Ardianto, Lukiati Komara, dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa* (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2017), 145.



- 4) Memperkenalkan sistem moral atau nilai tertentu.<sup>25</sup>

Dalam film juga terdapat beberapa faktor yang menunjukkan karakteristik dari film tersebut, antara lain:

- a. Layar Lebar

Film dan TV memiliki satu kesamaan, yaitu penggunaan layar. Film, bagaimanapun, memiliki keuntungan menggunakan layar yang lebih lebar. Menggunakan layar lebar memberikan fleksibilitas kepada pemirsa untuk melihat tentang apa film tersebut.

- b. Pengambilan Gambar

Dengan menggunakan layar lebar, dimungkinkan untuk mengambil gambar atau gambar di film dalam jenis pengambilan gambar, yaitu pengambilan gambar ekstrim atau jarak jauh, dan panorama, yaitu dengan bidang pandang yang luas. Pemotretan ini digunakan untuk memberikan kesan artistik dan autentik agar film lebih menarik.<sup>26</sup>

- c. Konsentrasi Penuh

Ketika kita sedang menonton film di bioskop, ketika kursi sudah penuh, lampu padam, dan sudah waktunya pertunjukan, mata di depan layar lebar mulai bersinar. Kita semua tidak terganggu oleh kebisingan luar, semua mata tertuju pada layar, dan pikiran serta perasaan kita ditangkap oleh gerakan. Emosi kita juga terbawa suasana, sehingga kita bisa tertawa melihat adegan film lucu, berteriak ngeri melihat adegan seram, bahkan menangis melihat adegan sedih.

- d. Identifikasi Psikologi

Kami merasa bahwa suasana di bioskop telah membubarkan pikiran dan perasaan kami dalam cerita yang disajikan. Karena apresiasi kita terhadap menonton film yang begitu dalam, kita seringkali secara tidak sadar menyamakan diri kita dengan

---

<sup>25</sup> Qudratullah, "Peran dan Fungsi Komunikasi Massa," *Jurnal Tabligh*, 17 (2012): 44.

<sup>26</sup> Elvinaro Ardianto, Lukiati Komara, dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa*, 145-46.

seorang aktor dalam film, seolah-olah kitalah yang memainkan peran tersebut.<sup>27</sup>

Film juga memiliki unsur-unsur yang sangat berkaitan dengan karakteristik film. Unsur-unsur tersebut, antara lain.

- a. Unsur Naratif. Dalam sebuah film, elemen ini adalah salah satu yang paling penting. Karena unsur naratif ini merupakan salah satu materi film, yaitu penceritaan. Jadi elemen ini adalah elemen pertama yang perlu disiapkan.
- b. Unsur Sinematik yaitu, cara bahan diproses. Unsur ini meliputi beberapa aspek yaitu panggung, film, editing dan suara.<sup>28</sup> Dalam *mise en scene*, terdapat beberapa elemen, diantaranya:
  - 1) *Setting*, yakni latar tempat ataupun waktu dalam produksi film.
  - 2) Tata cahaya, yakni pengaturan pencahayaan dalam produksi film.
  - 3) Tata kostum, yakni penyediaan kostum atau pakaian yang sesuai dengan cerita dalam produksi film.
  - 4) *Make Up*, yakni berfungsi untuk menunjang ekspresi bagi para pemain dalam produksi film.<sup>29</sup>

Menurut Himawan Pratista, berdasarkan cara bertuturnya film dibagi menjadi tiga jenis, yakni sebagai berikut:

- a. Film dokumenter, Film tentang kenyataan. Inti utama dari film ini adalah penyajian fakta. Alih-alih menciptakan sebuah peristiwa, film ini menangkap apa yang sebenarnya terjadi.
- b. Film fiksi, yaitu film yang terpaku pada cerita. Tidak seperti film dokumenter, film fitur didorong oleh cerita. Film fitur sering menggunakan cerita fiksi di samping peristiwa nyata.
- c. Film eksperimental, Film ini tidak memiliki plot, tetapi masih memiliki struktur. Struktur dipengaruhi oleh subjektivitas pikiran, ide, emosi, dan pengalaman batin pembuat film.<sup>30</sup>

<sup>27</sup> Elvinaro Ardianto, Lukiati Komara, dan Siti Karlinah, 146–47.

<sup>28</sup> Ahmad Zaini, “Analisis Pesan Dakwah Dalam Film ‘ Di Bawah Lindungan Ka’bah’ Perspektif Roland Bathes,” Jurnal At-Tabsyir, 6 (2019): 321 – 322.

<sup>29</sup> Alamsyah, “Perspektif Dakwah Melalui Film,” 200 – 201.

<sup>30</sup> Himawan Pratista, *Memahami Film* (Yogyakarta: Montase Press, 2017), 29–

Selain jenis-jenis film, film juga memiliki beberapa genre. Istilah genre berasal dari Bahasa Prancis yang memiliki arti bentuk atau arti. Dalam film, genre dapat didefinisikan sebagai jenis atau klasifikasi dari sekelompok film yang memiliki karakter atau pola yang sama. Adapun beberapa genre film yang cukup populer dalam dua decade terakhir, antara lain:

- a. Aksi, yaitu film ini menampilkan situasi yang intens dan berpotensi mengancam jiwa, berpacu dengan waktu, dan plot yang cepat.
- b. Biografi, yaitu mengacu pada film yang didasarkan pada kehidupan orang terkenal, baik dari masa lalu atau sekarang. Film ini biasanya menceritakan kisah melalui cobaan dan kesengsaraan kehidupan protagonis sebelum dia mencapai ketenaran dan kekayaan, atau melalui keterlibatan protagonis dalam beberapa titik plot utama.<sup>31</sup>
- c. Fantasi, yaitu Cerita yang diceritakan dalam film yang memiliki karakter, setting, dan elemen plot yang seluruhnya dibuat-buat. Film ini juga menggali alam fantasi, delusi, dan mimpi, serta sihir dan mitologi.
- d. Fiksi ilmiah, yaitu Secara khusus, film tentang planet Bumi yang diserang atau dihancurkan oleh alien. Film ini juga sering menyinggung gadget futuristik yang tidak mungkin dilakukan dengan teknologi saat ini.<sup>32</sup>
- e. Horor, yaitu Penggambaran sinematik kengerian. Film ini bermaksud untuk mengejutkan dan membuat ngeri penontonnya secara signifikan.
- f. Komedi, yaitu film dengan tujuan membuat penontonnya tertawa. Film-film ini biasanya komedi atau drama ringan dengan karakter, dialog, dan situasi yang berlebihan.<sup>33</sup>
- g. Musikal, yaitu film yang menampilkan nomor musik dan/atau urutan tarian. Dalam film Bollywood, musik dan tarian merupakan bagian integral dari cerita.

---

<sup>31</sup> Himawan Pratista, 43–45.

<sup>32</sup> Himawan Pratista, 46–48.

<sup>33</sup> Himawan Pratista, 48–50.

- h. Roman, yaitu Konflik dalam hubungan romantis menjadi fokus film ini. Gadis remaja dan orang dewasa sama-sama berduyun-duyun ke film ini.<sup>34</sup>
- i. Thriller, yaitu film yang sengaja membuat penontonnya tidak nyaman. Plot film ini seringkali serba cepat, misterius, dan penuh kejutan; mampu menjaga ketegangan hingga klimaks film.<sup>35</sup>

## 2. Nilai-nilai Keislaman dalam Film

Nilai adalah penilaian subjektif individu tentang apa yang signifikan dan apa yang tidak.<sup>36</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "nilai" dapat berarti uang atau gagasan abstrak mendasar yang sangat berharga bagi manusia.<sup>37</sup> nilai adalah keyakinan, cita-cita, ritual, dan informasi lain yang membangkitkan respons emosional terhadap orang atau kelompok tertentu, seperti yang didefinisikan oleh Onong Uchjana Effendy.<sup>38</sup> Senada dengan itu, Frankel mendefinisikan nilai dalam bukunya Basit sebagai sebuah konsep yang berkaitan dengan apa yang dianggap esensial dalam kehidupan seseorang. Bahwa sesuatu itu penting, berguna, atau berharga tersirat oleh tindakan menilainya.<sup>39</sup>

Menurut buku Abdul Karim Zaidan "Harjani," Islam adalah seperangkat hukum dan ketetapan yang mengatur setiap aspek keberadaan manusia. Ini juga merupakan panduan tentang bagaimana hidup dan apa yang terjadi jika Anda menerima atau menolak ajaran Muhammad. Orang-orang yang hanya menerima Islam sebagian bukanlah Muslim, seperti yang dijelaskan oleh definisi ini. Definisi ini didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang firman Allah SWT yang berbunyi sebagai berikut:

---

<sup>34</sup> Himawan Pratista, 51–53.

<sup>35</sup> Himawan Pratista, 57.

<sup>36</sup> Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah : Kajian Ontologis, Epistemologis, dan Ontologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 141.

<sup>37</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 615.

<sup>38</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, 376.

<sup>39</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 194.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَدْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ  
الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu”. (QS. Al-Baqarah (2): 208).<sup>40</sup>

Islam diasosiasikan dengan agama karena ia juga berarti "religius", "religius", "religius", dan "sesuatu yang bersangkutan dengan religi". Nilai keagamaan masyarakat, yang merupakan konsep yang sangat dijunjung tinggi oleh masyarakat untuk beberapa situasi kehidupan yang paling berharga, memberikan kerangka kerja bagi tindakan keagamaan orang-orang di masyarakat yang terkena dampak.<sup>41</sup>

Bagi umat Islam, Al-Qur'an dan Sunnah memberikan referensi dan sumber yang jelas, membuat cita-cita Islam menjadi sangat jelas. Oleh karena itu, prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah adalah yang benar-benar menyempurnakan individu sesuai dengan kualitas yang melekat pada dirinya. Unsur-unsur penting dan bermanfaat dalam kehidupan manusia juga dapat dilihat sebagai prinsip-prinsip Islam.<sup>42</sup>

Nilai-nilai Islam berkaitan dengan berbagai aspek kehidupan manusia. Adapun nilai-nilai Islam dapat dibedakan menjadi 3 jenis, antara lain:

- a. Nilai-nilai Aqidah, Dengan kata lain, tanamkan pada individu keyakinan bahwa Allah SWT adalah satu-satunya pencipta alam semesta, dan bahwa Dia terus-menerus melacak dan menimbang nilai setiap tindakan.
- b. Nilai-nilai Syariah, Nilai-nilai menanamkan dalam diri individu komitmen untuk bertindak semata-mata demi keridhaan Allah SWT.

<sup>40</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Kencana, 2015), 9–10.

<sup>41</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 615.

<sup>42</sup> Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah : Kajian Ontologis, Epistemologis, dan Ontologi*, 143.

- c. Nilai-nilai Akhlak, Artinya, konvensi atau etiket yang diajarkan kepada orang-orang untuk menjalani kehidupan yang lebih damai dan memuaskan bagi semua orang yang terlibat.<sup>43</sup>

Jadi, nilai keislaman berarti sebuah ukuran yang dijadikan sebuah patokan dalam menerapkan keyakinan tentang nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam. Keyakinan tersebut berupa hal-hal yang berhubungan dengan Islam dan dijadikan acuan oleh pemeluknya dalam mengamalkan nilai-nilai tersebut di kehidupan sehari-hari.

Setiap informasi yang dibagikan pada acara dakwah dianggap sebagai pesan dakwah. Pesan-pesan yang dikomunikasikan dapat berupa himbauan untuk berbuat baik dan mematuhi semua hukum Islam.<sup>44</sup> Pesan merupakan komunikator mentransfer informasi dengan urutan simbol dengan makna yang melekat.<sup>45</sup> Pesan, menurut Deddy Mulyana, adalah kumpulan tanda yang menyampaikan emosi, keyakinan, nilai, ide, atau tujuan pengirim, baik tanda itu vokal maupun nonverbal.<sup>46</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan komunikasi sebagai komunikasi yang disampaikan melalui pihak ketiga, seperti perantara atau perintah atau saran tidak langsung.<sup>47</sup>

Pesan merupakan pesan apapun bisa dijadikan dakwah selama tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadits. Jika ada pesan yang bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadist, maka tidak termasuk dalam pesan dakwah. Informasi Dakwah terbagi menjadi dua, informasi utama yaitu Al-Qur'an dan Hadits, dan informasi tambahan, yaitu informasi selain Al-Qur'an dan Hadits.<sup>48</sup>

Adapun jenis-jenis pesan dakwah diklasifikasikan meliputi beberapa hal, diantaranya sebagai berikut:

---

<sup>43</sup> Kinung Nuril Hidayah, "Representasi Nilai-nilai Islam Dalam Film Sang Murabbi," *Commonline Departemen Komunikasi*, 4 (2017): 185.

<sup>44</sup> Elok Yumna Nadhira dan Primi Rohimi, "Analisis Pesan Dakwah dalam Film Lorong Waktu," *Jurnal At-Tabsyir*, 7 (2020): 371.

<sup>45</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, 79.

<sup>46</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 63.

<sup>47</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 606.

<sup>48</sup> Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 140–41.

- a. Aqidah, yakni Sistem Iman kepada Allah SWT meliputi Iman kepada Allah, Iman kepada Malaikat, Iman kepada Kitab-Kitab Allah, Iman kepada Qadla dan Qadar, dan Iman kepada Hari Kiamat. Sistem ini menjadi dasar bagi sikap, aktivitas dan perilaku umat Islam dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Syari'ah, yakni seperangkat pedoman dalam ajaran Islam, yang berisi tata cara shalat langsung dan tidak langsung, tentang apa yang boleh dan apa yang tidak boleh, dan apa yang dilarang dan dianjurkan sebagai seorang Muslim.
- c. Muamalah, Artinya, seperangkat sistem interaktif dan hubungan antara individu dan kelompok. Umat Islam tidak hanya harus beribadah secara langsung, tetapi juga harus menerapkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip ajaran Islam dalam berhubungan dengan sesama.
- d. Akhlaq, Termasuk tata cara mendekorasi diri dalam hubungannya dengan Tuhan, yaitu ibadah, dan hubungan dengan sesama manusia dan sesama manusia.<sup>49</sup>

Pesan dakwah juga mempunyai karakteristik. Asep Muhiddin merumuskan beberapa karakteristik pesan dakwah, yakni antara lain:

- a. Islam sebagai agama fitrah.
- b. Islam sebagai agama rasional dan pemikiran.
- c. Islam sebagai agama ilmiah, hikmah, dan fiqhiyah.
- d. Islam sebagai agama representatif dan demonstratif.
- e. Islam sebagai agama hati, kesadaran, dan nurani.
- f. Islam sebagai agama kebebasan dan kemerdekaan<sup>50</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi acuan dasar peneliti untuk mencari persamaan, perbedaan, dan perbandingan, serta memperkaya teori-teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian ini. Hal ini memudahkan peneliti dalam membuat penelitiannya. Namun, hal ini bukan berujuan untuk menjiplak,

---

<sup>49</sup> Ropingi El Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*, 77–80.

<sup>50</sup> Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 150–151.

tetapi untuk dijadikan referensi tentang bagaimana peneliti melihat contoh karya ilmiah yang membahas topik yang sama dengan peneliti. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan diantaranya:

Kajian yang dilakukan oleh Henry Pradana dan Novi Yulianti. Mereka meneliti tentang nilai-nilai islami dalam Film Cinta Subuh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai-nilai Islami yang terdapat dalam film Cinta Subuh. Hasil dari penelitian ini, yakni terdapat beberapa nilai-nilai Islami yang sesuai dengan dengan level realitas dan level ideologi semiotika John Fiske. Selain itu, nilai-nilai islami tersebut dimasukkan dalam konflik yang berkenaan dengan masalah-masalah remaja zaman sekarang. Perbedaan antara penelitian ini dan penulis adalah metode yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika, sedangkan penulis menggunakan metode analisis isi.<sup>51</sup>

Penelitian dilakukan oleh Kinung Nuril Hidayah. Penelitian ini berfokus pada penggambaran nilai-nilai Islam dalam film “Sang Murabbi”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis nilai-nilai Islam yang terkandung dalam film tersebut. Temuan penelitian ini, penyajian nilai-nilai Islam, meliputi nilai keyakinan, nilai ibadah, dan nilai moral, diwujudkan dengan adanya identitas dalam pakaian, atribut, dan perilaku sehari-hari. Penelitian ini berbeda dengan penulis dalam metodologi yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika, sedangkan penulis menggunakan metode analisis isi. Perbedaan lain dapat ditemukan pada film-film yang diperiksa.<sup>52</sup>

Penelitian ini oleh Harris Supiandi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah dengan cara mengkaji tanda-tanda dalam film Sang Kiai. Hasil dari penelitian ini adalah tiga pesan dakwah, yaitu pesan iman, pesan moral dan pesan Syariah. Penelitian ini berbeda dengan penulis dalam metodologi yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika, sedangkan penulis menggunakan metode analisis isi.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Henry Pradana dan Novi Yulianti, “Nilai-nilai Islami dalam Film Cinta Subuh,” *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2 (2016).

<sup>52</sup> Kinung Nuril Hidayah, “Representasi Nilai-nilai Islam Dalam Film Sang Murabbi,” *Commonline Departemen Komunikasi*, 4, 3, (2017)

<sup>53</sup> Haris Supiandi, “Dakwah Melalui Film Analisis Semiotika Pesan Dakwah dalam Film Sang Kiai Karya Rako Prijanto,” *Deskovi : Art and Design Journal*, 3 (2020).



Penelitian dilakukan oleh Abdul Haris Maulana. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penggambaran nilai-nilai Islam dalam film "Jinn". Temuan penelitian ini meliputi beberapa nilai keislaman, yaitu nilai aqidah, nilai keislaman dan nilai akhlak. Penelitian ini berbeda dengan penulis dalam metodologi yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika, sedangkan penulis menggunakan metode analisis isi.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Irfan Maulana Hidayat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam film "Surga yang Tak Dirindukan 2". Hasil dari penelitian ini, makna denotasi ditemukan pada adegan film yang menjelaskan mengenai cuplikan-cuplikan gambar adegan dengan menggambarkan bahwa Islam mengajarkan nilai aqidah dalam hal ketaatan dalam ketentuan tuhan. Makna konotasi, terdapat dalam cuplikan gambar yang menjelaskan bahwa Islam hadir sebagai solusi dari permasalahan manusia. Makna mitos, ditemukan pada cuplikan yang menjelaskan bahwa Islam memberikan pandangan melalui penjelasan yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits. Terdapat persamaan antara penelitian ini dengan penulis yakni sama-sama meneliti tentang nilai-nilai keislaman. Perbedaannya terletak pada pendekatan yang digunakan.

Kajian yang diteliti oleh Mutoharotul Farida. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai keislaman dengan cara mengkaji tanda-tanda yang terdapat dalam film "Assalamualaikum Calon Imam". Hasil dari penelitian ini menggambarkan tentang nilai keislaman dalam film tersebut, seperti berdoa setelah sholat, menolong orang, merawat tanaman, menghormati orang tua, peduli terhadap orang lain, dan nilai-nilai yang lainnya. Terdapat persamaan antara penelitian ini dengan penulis yakni sama-sama meneliti tentang nilai-nilai keislaman. Perbedaannya terletak pada pendekatan yang digunakan.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka ini digunakan untuk menghindari kesalahpahaman ketika menafsirkan film Rentang Kisah. Kerangka kajiannya adalah menjelaskan konsep teori. Berdasarkan teori slapstick di atas, slapstick dapat dilakukan melalui media film. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, baik itu protagonis sekunder atau lainnya, kerangka pemikiran dibuat berdasarkan adegan demi adegan atau adegan demi adegan.

**Gambar 2.1**

