

**MODEL KOMUNIKASI DAKWAH KYAI AHMAD DAHLAN**

**DALAM FILM SANG PENCERAH**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun oleh :

**Hasan Baidhowi**

NIM 09210002

Pembimbing :

**Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si**

NIP. 19640923 1992203 2 001

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2014**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281. E-mail: fd@uin-suka.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 983 /2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**MODEL KOMUNIKASI DAKWAH KYAI AHMAD DAHLAN DALAM FILM 'SANG  
PENCERAH'**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HASAN BAIDHOWI  
NIM/Jurusan : 09210002/KPI  
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 21 April 2014  
Nilai Munaqasyah : 85 (A/B)

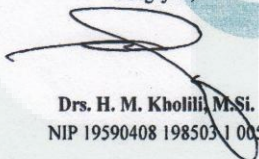
dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**TIM MUNAQASYAH**


Ketua Sidang/Penguji I,

  
Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si.  
NIP 19640923 199203 2 001

Penguji II,

  
Drs. H. M. Kholili, M.Si.  
NIP 19590408 198503 1 005

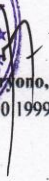
Penguji III,

  
Saptoni, S.Ag., M.A.  
NIP 19730221 199903 1 002

Yogyakarta, 26 Mei 2014

Dekan,



  
Dekan, M.Ag.  
NIP 19730221 199903 1 002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucito Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Hasan Baidhowi  
Nim : 09210002  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul proposal : Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan dalam Film Sang Pencerah

Telah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 27 Maret 2014

Mengetahui



Ketua Jurusan KPI  
Septiani, S.Ag. M.Si.  
NIP. 199703 2 0001

Dosen Pembimbing

Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si  
NIP. 19640923 1992 203 2 001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hasan Baidhowi  
Nim : 09210002  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak beisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 27 Maret 2014

Yang menyatakan,



Hasan Baidhowi

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

### **Skripsi ini saya persembahkan untuk:**

- ❖ Bapak ibuku tercinta, terimakasih atas kesabaran dan kasih sayangnya selama ini.
- ❖ Kakak-kakaku dan adikku tercinta (Anwar Harianto, Umar Iskandar, Renny Ika Nur Jannah)
- ❖ Para sahabat yang selalu menyemangati, serta membantu dalam menyumbangkan ide-idenya.
- ❖ Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga.

## **MOTTO**

Tuhan yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al Quran. Dia menciptakan manusia. Mengajarnya pandai berbicara.

(QS. Ar-Rahman 1-4)

Berusahalah menjadi orang Islam yang berani menunjukkan identitas yang sebenarnya, bukan malah ingin menyembunyikannya.

(KH. Ahmad Dahlan).



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tercurahkan kepada *nabiyullah* Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, tabi'in yang selalu menjaga kemurnia Islam.

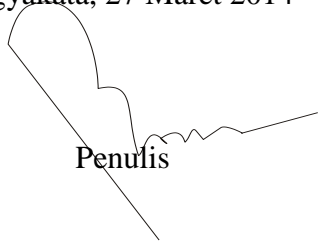
Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari banyak pihak yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material. Untuk itu, penulis sepantasnya mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Musya Asy'ari, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Waryono. M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Khoiro Ummatin, S.Ag. M.Si selaku ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dra. Hj. Evi Septiani, TH. M.Si selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas kritik, saran, bimbingannya selama ini.
5. Bapak Drs. H. M. Kholili, M.Si selaku Pembimbing Akademik, dan penguji I terimakasih atas bimbingannya selama ini.
6. Bapak Saptoni, S.Ag., M.A selaku penguji II terimakasih atas sarannya selama ini.

7. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
8. Bapak dan Ibuku yang selalu mendoakan anaknya dengan penuh keikhlasan, kesabaran serta kasih sayangnya.
9. Buat kakak-kakak dan adikku Anwar Hariyanto, Umar Iskandar, Renny Ika Nur Jannah yang telah memberikan motivasi.
10. Abd. Rahman Taufiq dan seluruh anak kos masjid Al-Maun yang telah mengisi hari-hari ku selama ini.
11. Teman-teman KPI '09 dan COMPENI FC '09 yang telah menemaniku belajar selama menjadi mahasiswa.
12. Teman-teman KKN-77 dukuh Kranggan, bersama mereka kita mendapatkan banyak pelajaran.
13. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu, tanpa kalian semua saya tidak bias sampai disini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan sarannya yang bersifat membangun, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Yogyakarta, 27 Maret 2014



Penulis



## ABSTRAK

Hasan Baidhowi: 09210002. Skripsi “ *Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah*”. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014

Film “ Sang Pencerah” merupakan film biopic karya Hanung Bramantyo yang menceritakan tentang berdirinya sebuah organisasi Islam yaitu Muhammadiyah yang di perankan oleh Lukman Sardi sebagai KH Ahmad Dahlan. Penelitian ini berjudul “ Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah”. Penelitian ini ingin memahami model komunikasi dakwah yang dilakukan oleh kyai Ahmad Dahlan dalam film Sang Pencerah. Sehingga peneliti merumuskan masalah bagaimana model komunikasi dakwah kyai Ahmad Dahlan dalam film Sang Pencerah.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian studi diskriptif-kualitatif. Subyek penelitiannya adalah film Sang Pencerah. Obyek penelitiannya adalah *scene-scene* model komunikasi dakwah dalam film Sang Pencerah. Analisis data dalam penelitian ini, menggunakan analisis semiotik.

Kesimpulan dari penelitian “Model Komunikasi Dakwah Dalam Film Sang Pencerah” peneliti menemukan 7 dari 8 tanda-tanda model komunikasi dakwah dalam film Sang Pencerah, yaitu: (1) Qawlan Baligha (perkataan yang tepat, jelas maknaya) yang terdapat pada *scene* 17, 46, dan 51; (2) Qawlan Kariima (perkataan yang mulia) yang terdapat dalam *scene* 31, 49 dan 64; (3) Qawlan Layyina (perkataan yang lemah lembut, kata-kata sindiran) terdapat dalam *scene* 16; (4) Qawlan Maisura (perkataan yang mudah) terdapat dalam *scene* 39; (5) Qawlan Ma’rufa (perkataan yang pantas atau baik) terdapat dalam *scene* 25, 38, 45, dan 48; (6) Qawlan Sadiida (pembicaraan yang benar) terdapat dalam *scene* 19 dan 21; (7) Qawlan Tsaqilah (perkataan yang mantap) terdapat dalam *scene* 16 dan 56.

*Key Word : Model Komunikasi Dakwah, Analisis Semiotik, Film Sang Pencerah*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
E. Kajian Pustaka .....	7
F. Kerangka Teori .....	9
1. Tinjauan Tentang Komunikasi Dakwah .....	9
a. Pengertian Komunikasi Dakwah.....	9
b. Model Komunikasi Dakwah .....	10
2. Tinjauan Tentang Film.....	21
a. Pengertian Film .....	21
b. Fungsi Film.....	23
3. Kajian Semiotika Dalam Menganalisis Film .....	25
G. Metode Penelitian .....	27
1. Jenis penelitian .....	27
2. Subyek dan obyek penelitian .....	28
3. Jenis data dan sumber data.....	28
4. Teknik pengumpulan data .....	29

5. Metode analisis data.....	29
H. Sistematika Pembahasan .....	32
BAB II: GAMBARAN UMUM TENTANG FILM SANG PENCERAH.....	33
A. Film Sang Pencerah.....	33
B. Visi dan Misi Film Sang Pencerah.....	35
C. Sinopsis Film Sang Pencerah .....	36
D. Karakter Tokoh Dalam Film Sang Pencerah.....	38
BAB III : MODEL-MODEL KOMUNIKASI DAKWAH KYAI AHMAD DAHLAN DALAM FILM SANG PENCERAH.....	42
A. Qawlan Baligha .....	42
B. Qawlan Kariima .....	50
C. Qawlan Layyina .....	58
D. Qawlan Maisura .....	63
E. Qawlan Ma'rufa .....	67
F. Qawlan Sadiida .....	76
G. Qawlan Tsaqilah.....	81
BAB IV : PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran-Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Peta Tanda Raland Barthes .....	30
Gambar 2.1 <i>scene</i> 46 .....	42
Gambar 2.2 <i>scene</i> 46 .....	43
Gambar 2.3 <i>scene</i> 51 .....	43
Gambar 2.4 <i>scene</i> 31 .....	50
Gambar 2.5 <i>scene</i> 49 .....	50
Gambar 2.6 <i>scene</i> 64 .....	51
Gambar 2.7 <i>scene</i> 16 .....	58
Gambar 2.8 <i>scene</i> 16 .....	58
Gambar 2.9 <i>scene</i> 39 .....	62
Gambar 2.10 <i>scene</i> 39 .....	63
Gambar 2.11 <i>scene</i> 25 .....	67
Gambar 2.12 <i>scene</i> 38 .....	67
Gambar 2.13 <i>scene</i> 45 .....	68
Gambar 2.14 <i>scene</i> 48 .....	68
Gambar 2.15 <i>scene</i> 19 .....	76
Gambar 2.16 <i>scene</i> 21 .....	76
Gambar 2.17 <i>scene</i> 21 .....	77
Gambar 2.18 <i>scene</i> 16 .....	81
Gambar 2.19 <i>scene</i> 56 .....	82

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan penelitian yang berjudul “**Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan dalam Film Sang Pencerah**” maka akan dijelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul tersebut.

#### 1. Model

Model adalah pola, bentuk, rencana, contoh, acuan, atau macam dari sesuatu yang akan dibuat atau dihasilkan.<sup>1</sup> Definisi lain dari model adalah representasi suatu fenomena, baik nyata atau pun abstrak, dengan menonjolkan unsur-unsur terpenting fenomena tersebut.<sup>2</sup>

#### 2. Komunikasi Dakwah

Komunikasi Dakwah adalah suatu penyampain pesan dakwah yang sengaja dilakukan oleh komunikator (da'i) kepada komunikan (mad'u) dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu. Komunikasi dakwah juga dapat diartikan sebagai upaya komunikator (orang yang menyampaikan pesan, seperti : Ustadz, Ulama', Kyai, Mubaligh) dalam mengkomunikasikan/ menyampaikan pesan-pesan Al-Quran dan Hadist

---

<sup>1</sup> Wirawan, *Evaluasi: Teori, Model, Standar, Aplikasi, Profesi*, (Jakarta: Rajawali Press), hlm. 79

<sup>2</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rodaskarya, 2009), hlm.131

kepada umat agar dapat mengetahui, memahami, menghayati, dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari serta menjadikan Al-Quran dan Hadist sebagai pedoman dan pandangan hidupnya.<sup>3</sup>

### 3. Kyai Ahmad Dahlan

Kyai Ahmad Dahlan dilahirkan pada tahun 1868 dalam sebuah keluarga yang shaleh dan tinggal dalam atmosfer religius yang kental. Sumber lain menyebutkan bahwa Ahmad Dahlan dilahirkan di Yogyakarta pada tahun 1869 dengan nama Muhammad Darwis, anak seorang Kyai Haji Abu Bakar bin Sulaiman, seorang khatib di masjid Sultan. Dahlan dibesarkan dalam lingkungan masyarakat Kauman. Oleh karena itu, Dahlan sangat dipengaruhi oleh tradisi sosial daerah tersebut. Setelah menyelesaikan pendidikannya di Pesantren Yogyakarta, Ahmad Dahlan melanjutkan studinya di Mekah. Di sinilah Ahmad Dahlan menemukan tulisan-tulisan pembaharu muslim, yaitu Al-Afgani dan Muhammad Abduh di Mesir.

### 4. Film Sang Pencerah

---

<sup>3</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm.

Sang Pencerah adalah film karya Hanung Bramantyo, sejarah biografi dari seorang pahlawan nasional yang sekaligus pendiri Muhammadiyah, Kyai Ahmad Dahlan. Film Islami ini di produksi oleh Mvp Pictures dan terdapat sederet bintang artis dan aktor seperti Lukman Sardi, Slamet Raharjo, Sudjiwo Tedjo, Zaskia A. Mecca, Giring Nidji, Ihsan Idol, Ikranegara. Secara umum film ini menceritakan proses lahirnya salah satu organisasi sosial kemasyarakatan umat muslim yaitu Muhammadiyah, serta pemikiran dan pembaharuan dalam pendidikan yang dipimpin oleh Kyai Ahmad Dahlan.

Berdasarkan pengertian istilah di muka, maka penegasan judul *Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah* adalah contoh berdakwah yang dilakukan oleh Kyai Ahmad Dahlan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada umat agar dapat mengetahui, memahami, menghayati, dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari serta menjadikan Al-Quran dan Hadist sebagai pedoman dan pandangan hidupnya dalam film Sang Pencerah.

## **B. Latar Belakang Masalah**

Berkomunikasi merupakan kebutuhan setiap manusia dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sebab tanpa berkomunikasi manusia tidak akan bisa menjalankan fungsinya sebagai pembawa amanah dari Allah dimuka bumi ini yaitu sebagai khalifah. Karena komunikasi

merupakan suatu proses, banyak sekali yang dapat terjadi dari awal hingga akhir dari sebuah pembicaraan atau berkomunikasi.

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Oleh karena itu, manusia saling membutuhkan satu sama yang lain dan dengan berkomunikasi manusia dapat mengespresikan keinginannya, komunikasi juga membuat manusia bisa saling mengenal dan mempererat tali silaturrahi dengan manusia lain serta berdakwah. Pada hakekatnya kehidupan umat manusia adalah usaha untuk menyiarkan dan menyebarkan ajaran agama Islam yang merupakan kegiatan dakwah yang harus dilakukan oleh umat muslim.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi secara cepat membawa banyak perubahan pada masyarakat Indonesia. Semua itu tidak lepas dari peran media sebagai alat komunikasi yang dapat membantu aktivitas manusia. Beberapa media diantaranya adalah media cetak seperti koran, majalah serta media elektronik, seperti televisi, radio, internet, serta film.

Film memberikan pengaruh yang sangat besar pada manusia, dalam satu proses menonton film terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu jiwa Sosial sebagai identifikasi psikologis. Film adalah sebagai media komunikasi yang dapat berfungsi sebagai media tabligh, yaitu media untuk mengajak kepada kebenaran dan kembali menginjakkan kaki di jalan Allah. Film dapat dijadikan sebagai media tabligh, tentunya film mempunyai kelebihan tersendiri dibandingkan dengan media-media yang lainnya. Kelebihan itulah yang membuat film dapat menjadi media tabligh yang efektif, dimana pesan-



pesanya dapat disampaikan kepada penonton secara halus dan menyentuh menyentuh relung hati tanpa mereka merasa digurui.<sup>4</sup> Film yang menampilkan kebudayaan Islam dan membawa misi keselamatan bagi seluruh umat manusia, nampak sudah semakin penting untuk menjadi bahan pemikiran yang agak serius bagi kalangan muslim.<sup>5</sup>

Film Sang Pencerah menimbulkan banyak kontroversi oleh khalayak penonton yang tidak mengikuti ajaran Muhammadiyah. Kontroversi itu timbul dari ajaran yang dibawa oleh Kyai Ahmad Dahlan yang dianggap tidak sesuai dengan budaya masyarakat Yogyakarta, dengan adanya ajaran Kyai Ahmad Dahlan yang dikisahkan menjadi film Sang Pencerah dalam menerangi Islam di Yogyakarta tentunya menimbulkan kontroversi, karena dalam film Sang Pencerah masyarakat muslim Yogyakarta digambarkan dalam kegelapan dan ajaran Kyai Ahmad Dahlan hadir mencerahkan Islam yang cenderung dianggap tidak sesuai dengan Al-Quran serta Hadist nabi besar Muhammad SAW. Oleh karena itu, peneliti tertarik ingin meneliti model komunikasi dakwah Kyai Ahmad Dahlan yang dilakukan pada waktu itu melalui film Sang Pencerah.

Sebagai sebuah film, Sang Pencerah juga memiliki ideologi yang ingin dibangun oleh seorang sutradara. Film Sang Pencerah dapat berbicara mengenai model komunikasi dalam berdakwah atau perbedaan pendapat yang ingin diangkat ke permukaan melalui adegan, karakter maupun dialog para

---

<sup>4</sup>Aep Kusnawan et. El. *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hlm. 94-95

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm. 96.

tokoh. Apapun yang dihadirkan oleh media tentunya membawa kepentingan yaitu ideologi. Peneliti nantinya akan membahas bagaimana film Sang Pencerah membawa ideologi mengenai model komunikasi dalam berdakwah.

### **C. Rumusan Masalah**

Bagaimana Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan dalam film Sang Pencerah?

### **D. Tujuan dan Manfaat penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di muka maka tujuan yang hendak dicapai ialah untuk mengetahui model komunikasi dakwah yang digunakan Kyai Ahmad Dahlan dalam film Sang Pencerah.

#### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Secara Akademis, dapat menambah khasanah kepustakaan tentang Model Komunikasi dakwah di Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- b. Secara Praktis, dapat dijadikan acuan bagi calon Da'i yang menyampaikan dakwah pada masyarakat dengan Model Komunikasi Dakwah yang dicontohkan Kyai Ahmad Dahlan.

- c. Sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan dakwah Islam dengan kemasan yang lebih menarik dan berbeda yaitu melalui media film.
- d. Sebagai motivasi bagi dunia perfilman untuk melakukan inovasi dalam berkarya.

### **E. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka adalah kajian teoritik yang relevan dengan masalah yang hendak diteliti. Kajian pustaka digunakan sebagai pembeda antara penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti dengan penelitian lain yang sejenis dari peneliti-peneliti sebelumnya serta untuk melihat permasalahan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.

Penelitian yang berkaitan dengan film adalah skripsi Abdul Rofiq, pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2005 yang berjudul *Pesan-Pesan Dakwah Dalam Film Harun Yahya*, penelitian ini mengupas beberapa Film dokumenter karya Harun Yahya. Film dokumenter Harun Yahya menggabungkan unsur Islami dan ilmu pengetahuan dan teknologi modern. Hasilnya adalah ketiga unsur diatas saling terkait satu sama lain, karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi modern akan berjalan selaras jika di dalam sesuai dengan unsur - unsur Islam. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. <sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Abdul Rofiq, *Pesan -Pesan Dakwah Dalam Film Harun Yahya*, Skripsi Fakultas UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2005.

Penelitian kedua karya Asep Anggana Fitra, mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2006 yang berjudul “Metode Dakwah Dalam Film Kiamat Sudah Dekat Sebuah Analisis Semiotik”. Pada penelitian ini dikupas beberapa konstruksi tentang metode dakwah yang ada dalam film Kiamat Sudah Dekat. Hasil dalam penelitian ini menyebutkan bahwa dakwah dalam Kiamat Sudah Dekat dapat diklasifikasikan ke dalam empat kategori; *pertama*, perubahan *religiusitas* pada diri Fandi akibat syarat-syarat yang diberikan oleh Haji Romli. *Kedua*, perubahan pada keluarga Fandi setelah menyaksikan Fandi shalat. *Ketiga*, perubahan pada teman-teman Fandi setelah mendengar kaset rekaman bacaan shalat Saprol yang digunakan Fandi untuk belajar shalat. *Kemempat*, perubahan pada paradigma Haji Romli terhadap penampilan dan latar belakang Fandi yang Barat dan *sekuler*.<sup>7</sup>

Penelitian *ketiga* adalah skripsi Wiwit Kartika pada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2011 yang berjudul *Akhlah Hati dan Pergaulan Remaja dalam Film Ketika Cinta Bertasbih*. Penelitian ini memfokuskan pada akhlak hati dan adegan cerita dalam film *Ketika Cinta Bertasbih* tentang pergaulan remaja, yaitu dengan melihat dari visualisasi perbuatan para tokoh melalui dialog-dialog yang digunakan dan interaksi yang terjadi dalam jalinan cerita pada film. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Akhlak hati yang terdapat dalam film Ketika Cinta Bertasbih yaitu syukur, ikhlas, dan tawakkal. (2) Adegan cerita tentang

---

<sup>7</sup> Asep Anggana Fitra, *Metode Dakwah dalam Film Kiamat Sudah Dekat Sebuah Analisis Semiotik*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2006.

pergaulan dalam film *Ketika Cinta Bertasbih* terbagi menjadi pergaulan dalam lingkungan keluarga, pergaulan dalam lingkungan masyarakat, pergaulan sesama teman, dan pergaulan dengan lawan jenis.<sup>8</sup>

Terdapat beberapa kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, diantaranya objek yang digunakan adalah sebuah film serta metode analisisnya menggunakan analisis semiotik. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang terdahulu adalah dalam penelitian ini peneliti menggunakan film *Sang Pencerah* dan fokus pada Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan dalam film *Sang Pencerah*.

## **F. Kerangka Teoritik**

### **1. Tinjauan tentang Komunikasi Dakwah**

#### **a. Pengertian Komunikasi Dakwah**

Komunikasi Dakwah menurut Toto Tasmara, adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.<sup>9</sup> Dari perseptif agama Allah berfirman dalam Al-Quran surat Ar-Rahman ayat 1-4. Tuhanlah yang mengajari manusia untuk berkomunikasi,

---

<sup>8</sup> Wiwit Kartika, *Ahlak Hati Dan Pergaulan Remaja Dalam film Ketika Cinta Bertasbih*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan kalijaga, Yogyakarta, 2011.

<sup>9</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta : Gaya Meda Pratama, 1997) cet-2, hlm.

dengan menggunakan akal dan kemampuan berbahasa yang dianugerahkan-Nya kepada manusia.

#### b. Model Komunikasi Massa

Untuk lebih memahami fenomena komunikasi dakwah yang terjadi dalam film Sang Pencerah maka peneliti akan menggunakan model komunikasi dakwah sebagai acuan dalam meneliti film ini. Menurut Sereno Mortensen model komunikasi merupakan deskripsi ideal mengenai apa yang dibutuhkan untuk terjadinya komunikasi. Model dapat berfungsi sebagai basis bagi teori yang lebih kompleks, alat untuk menjelaskan teori dan menyarankan cara-cara untuk memperbaiki konsep-konsep.<sup>10</sup> Komunikasi adalah aspek yang menentukan keberhasilan dakwah. Onong Uchjana Effendy menyebutkan dalam bukunya yang berjudul *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* menurut penelitian para ahli ada beberapa model-model komunikasi massa diantaranya yaitu:

##### 1) Model Jarum Hipodermik

Secara harfiah “*hypodermic*” berarti “di bawah kulit”.

Dalam hubungannya dengan komunikasi massa, istilah “

---

<sup>10</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rodaskarya, 2009), hlm.132

*hypodermic needle model*” mengandung anggapan dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera dan langsung itu adalah sejalan dengan pengertian “perangsang tanggapan (stimulus-response) yang mulai dikenal sejak penelitian ilmu jiwa pada tahun 1930-an. Media massa digambarkan sebagai jarum hipodermik raksasa yang menyuntik massa komunikasi yang pasif.

Elihu Katz mengatakan, bahwa model tersebut terdiri dari:

- a) Media yang sangat ampuh mampu memasukan idea pada benak yang tidak berdaya atau media massa mampu melaksanakan kehendaknya pada komunikasi yang sama sekali tidak berusaha mencoba berfikir lain, kecuali ikut apa yang disampaikan media massa.
- b) Massa komunikasi yang terpecah-pecah, yang berhubungan dengan media massa, tetapi sebaliknya komunikasi tidak berhubungan satu sama lain.

## 2) Model Komunikasi Satu Tahap

Model komunikasi satu tahap menyatakan bahwa saluran media massa berkomunikasi langsung dengan massa komunikasi tanpa berlalunya suatu pesan melalui orang lain, tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikasi dan tidak menimbulkan efek yang sama pada setiap komunikasi.

Model komunikasi satu tahap adalah model jarum hipodermik yang disempurnakan, model satu tahap mengakui bahwa:

- a) Media tidak mempunyai kekuatan yang hebat.
  - b) Aspek pilihan dari penampilan, penerimaan, dan penahanan dalam ingatan yang selektif mempengaruhi satu pesan.
  - c) Untuk setiap komunikasi terjadi efek yang berbeda.
- 3) Model Komunikasi Dua Tahap

Konsep komunikasi dua tahap ini berasal dari Lazarsfeld, Berelson, dan Gaudet (1948) yang berdasarkan penelitiannya menyatakan bahwa idea-idea seringkali datang dari radio dan surat kabar yang ditangkap oleh pemuka pendapat (opinion leaders) dan dari mereka ini berlalu menuju penduduk yang kurang giat. Tahap pertama adalah dari sumbernya, yakni komunikator kepada pemuka pendapat yang mengoperkan informasi, sedang tahap yang kedua adalah dari pemuka pendapat kepada pengikut-pengikutnya, yang juga mencakup penyebaran pengaruh.

Pada kebanyakan komunikasi massa tampak bahwa sebuah pesan laju pada sumbernya, yakni komunikator, melalui saluran media massa, menuju komunikasi sebagai pihak pertama, yang kemudian sebagai kebalikannya memberikan tanggapan kepada pesan dan kepada orang-orang yang berinteraksi dengannya.



Dari penelitian komunikasi timbul dua keuntungan dari hipotesis dua tahap tersebut:

- a) Suatu pemusatan kegiatan terhadap kepemimpinan opini dalam komunikasi massa.
  - b) Beberapa perbaikan dari komunikasi dua tahap, seperti komunikasi satu tahap dan komunikasi ganda tahap.
- 4) Model Komunikasi Banyak Tahap

Model ini menggabungkan semua model yang telah dibahas di atas. Model banyak tahap ini penyebaran yang berurutan yang terjadi pada kebanyakan situasi komunikasi. Model ini menyatakan bahwa bagi lajunya komunikasi dari komunikator kepada komunikan terdapat jumlah “*relay*” yang berganti-ganti. Komunikan menerima pesan langsung melalui saluran dari komunikator, yang lainnya terpindahkan dari sumbernya beberapa kali.

c. Model Komunikasi Dakwah

Sedangkan di dalam Al-Qur’an ada beberapa model atau bentuk-bentuk komunikasi yang efektif dalam berdakwah yaitu :

**1) Qawlan Adhima**

Kata-kata yang mengandung *Qawlan Adhima* terdapat dalam Al-Quran pada QS Al-Isra [17]: 40.

أَفَأَصْفَكُمْ رَبُّكُمْ بِالْبَيْنِ وَاتَّخَذَ مِنَ الْمَلَائِكَةِ إِنْتًا إِنَّكُمْ لَتَقُولُونَ قَوْلًا عَظِيمًا

*“Maka apakah patut Tuhan memilihkan bagimu anak-anak laki-laki sedang dia sendiri mengambil anak-anak perempuan di antara para malaikat? Sesungguhnya kamu benar-benar mengucapkan kata-kata yang besar (dosanya)”*.<sup>11</sup>

Sesungguhnya kamu mengucapkan kata-kata yang besar, dalam ayat tersebut diartikan sebagai “kata-kata” atau “ucapan yang banyak mengandung kesalahan dan kebohongan atau tidak memiliki dasar sama sekali”.

Penafsiran ayat tersebut adalah melukiskan bahwa dalam berkomunikasi atau berdakwah da’i tidak boleh mengucapkan kata-kata yang mengandung kebohongan, atau tuduhan yang sama sekali tidak berdasar. Karena ucapan-ucapan yang tidak berdasar sangatlah dibenci oleh Allah Swt. Komunikasi dakwah sebenarnya memberikan kebenaran-kebenaran Ilahi jauh dari prasangka dan kebohongan.<sup>12</sup>

## 2) Qawlan Baligha

<sup>11</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Tangerang: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2007), hlm. 286

<sup>12</sup> Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm.172

Dalam bahasa arab kata baligha diartikan “sampai”, “mengenai sasaran” atau “mencapai tujuan”. Jika dikaitkan dengan *qawlan* (ucapan atau komunikasi) baligh berarti “fasih”, “jelas maknanya”, “tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki” dan “terang”. Dalam Al-Quran Allah berfirman:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

*“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka. (QS An-Nisaa:63)<sup>13</sup>*

Model komunikasi dakwah dalam bentuk *Qawlan Baligha* adalah hendaknya para da'i harus seimbang dalam melakukan sentuhan terhadap mad'u, yaitu antara otaknya dan hatinya. Jika kedua komponen tersebut dapat terakomodasi dengan baik maka akan menghasilkan umat yang kuat, karena terjadi penyatuan antara hati dan pikiran. Interaksi aktif keduanya merupakan sebuah kekuatan yang kuat dan saling berkaitan dalam membentuk komunikasi yang efektif.

### 3) Qawlan Kariima

---

<sup>13</sup> Departemen Agama RI, “*Al-Quran dan Terjemahannya*”, hlm. 88

*Qawlan Karima*, dapat diartikan sebagai “ perkataan yang mulia”. Komunikasi dakwah menggunakan *Qawlan Karima* lebih ke sasaran (mad'u) dengan tingkatan umurnya yang lebih tua. Sehingga, pendekatan yang digunakan lebih pada pendekatan yang sifatnya pada sesuatu yang santun, lembut, dengan tingkatan dan sopan santun yang diutamakan. Allah berfirman dalam surat Al-Isra' ayat 23:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفًا وَلَا تَنْهَرَّهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾

*“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”.*<sup>14</sup>

Prinsip komunikasi yang terkandung adalah jika berkomunikasi dengan orang yang lebih tua daripada kita atau kepada siapa saja, maka komunikator haruslah memiliki dan memperhatikan sopan santun yang berlaku. Dalam artian, tidak melakukan kekerasan dan memilih bahasa yang terbaik dan sopan penuh penghormatan.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Departemen Agama RI, “*Al-Quran dan Terjemahannya*”, hlm 284

<sup>15</sup> Wahyu Illaihi, “*Komunikasi Dakwah*”, hlm.178

#### 4) Qawlan layyina

*Layyin* secara terminologi diartikan sebagai “lembut”. *Qawlan layyina* juga berarti perkataan yang lemah lembut. Perkataan yang lemah lembut dalam komunikasi dakwah merupakan interaksi komunikasi dai dalam mempengaruhi mad’u untuk mencapai hikmah. Dalam Al-Quran Allah berfirman dalam surat Thaha ayat 43-44.

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

*“Pergilah kamu berdua pada fir’aun, sesungguhnya dia telah melampaui batas; maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata lemah lembut. Mudah-mudahan ia ingat atau takut.”<sup>16</sup>*

Jika dilihat dari konteks mad’u yang dihadapi, penggunaan *qawlan layyina* lebih diarahkan pada sang penguasa. Dalam hal ini, seorang dai dalam menyampaikan pesan dakwahnya kepada seorang penguasa adalah dengan perkataan yang lemah lembut tanpa ada konfrontasi.

Dengan demikian, interaksi aktif dari *qawlan layyina* adalah komunikasi yang ditujukan pada dua karakter mad’u. Pertama, adalah pada mad’u yang tingkat penguasa dengan

---

<sup>16</sup> Departemen Agama RI, “*Al-Quran dan Terjemahannya*”, hlm 314

perkataan yang lemah lembut menghindarkan atau menimbulkan sikap *konfrontatif*. Kedua, mad'u pada tataran budayanya masih rendah.<sup>17</sup>

## 5) Qawlan Maisura

Secara terminologi *Qawlan Maisura* berarti mudah. Dalam komunikasi dakwah dengan menggunakan *Qawlan Maisura* dapat diartikan bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah, dai harus menggunakan bahasa yang ringan, sederhana, pantas atau mudah diterima oleh mad'u secara spontan tanpa harus melalui pemikiran yang berat. Dalam Al-Quran surat Al-Isra' ayat 28:

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.” (QS Al-Isra' ayat 28)<sup>18</sup>

Terkait dengan proses komunikasi dakwah, dalam buku *metode dakwah* ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika sang dai menggunakan *Qawlan Maisura* jika ditinjau dari karakter dan kondisi mad'u yang akan dihadapi adalah:

- a. Orang tua atau kelompok orang tua yang merasa dituakan, yang sedang menjalani kesedihan lantaran kurang bijaknya

<sup>17</sup> Wahyu Illaihi, “Komunikasi Dakwah”, hlm. 181

<sup>18</sup> Departemen Agama RI, “Al-Quran dan Terjemahannya”, hlm 285

perlakuan anak terhadap orangtuanya atau kelompok yang lebih muda.

- b. Orang yang tergolong dizalimi hak-haknya oleh orang-orang yang lebih kuat.
- c. Masyarakat yang secara sosial berada di bawah garis kemiskinan, lapisan masyarakat tersebut sangat peka dengan nasihat yang panjang, karenanya dai harus memberikan solusi dengan membantu mereka dengan dakwah *bil hal*.<sup>19</sup>

#### 6) Qawlan Ma'rufa

Kata *Qawlan Ma'rufa* jika ditelusuri lebih dalam dapat diartikan dengan “ungkapan atau ucapan yang pantas dan baik”. Pantas disini juga bisa diartikan sebagai kata-kata yang terhormat, sedangkan baik diartikan sebagai kata-kata yang sopan.

Jalaluddin Rahmat mengartikan bahwa *Qawlan ma'rufa* adalah pembicaraan yang bermanfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan pemecahan terhadap kesulitan orang lemah.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ  
وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥٠﴾

---

<sup>19</sup> Wahyu Illaihi, “Komunikasi Dakwah”, hlm.183

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata baik.” (Q.S An-Nisa’{4}:5)<sup>20</sup>

Apabila ditelaah lebih jauh, dari ayat diatas *qawlan ma'rufa* terlihat gambaran mengenai secara etis berkomunikasi dan berlaku pada konteks komunikasi, *pertama*, orang-orang kuat (komunikator yang memiliki power) kepada kaum yang lemah seperti orang miskin, anak yatim dan lain sebagainya (komunikan). *Kedua*, orang-orang masih belum sempurna menggunakan akal nya (anak-anak) yang lebih mengedepankan emosi daripada logikanya.<sup>21</sup>

## 7) Qawlan Sadiida.

*Qawlan Sadiida* dapat diartikan sebagai “pembicaraan yang benar”, “jujur”, “tidak bohong”, “lurus” dan tidak berberlit-belit”. Dalam Al-Quran, kata *Qawlan Saddida* terungkap sebanyak dua kali yaitu yang pertama Allah SWT menyuruh *qawlan saddida* dalam menghadapi urusan anak yatim dan keturunannya. Allah berfirman dalam surat QS Al-Nisaa ayat 9.

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ  
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

<sup>20</sup> Departemen Agama RI, “Al-Quran dan Terjemahannya”, hlm 77

<sup>21</sup> Wahyu Illaihi, “Komunikasi Dakwah”, hlm. 186-187



*“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar lagi tepat.”<sup>22</sup>*

Dalam konteks ayat diatas, sebagai tafsirannya keadaan sebagai anak-anak yatim pada hakikatnya berbeda dengan anak-anak lainnya, dan ini menjadikan mereka lebih peka, sehingga membutuhkan perlakuan yang lebih hati-hati dan kalimat-kalimat yang terpilih, bukan saja dalam segi kandungannya yang benar, tetapi juga yang tepat. Dengan perkataan tepat dan baik yang terucapkan dengan lidah dan didengar orang banyak, maupun yang tertulis sehingga terucapkan oleh diri sendiri dan orang lain ketika membacanya, maka akan tersebar luas informasi dan memberi pengaruh yang tidak kecil bagi jiwa dan pikiran manusia. Jika ucapan itu baik maka baik pula pengaruhnya, sebaliknya jika buruk perkataanya buruk pula pengaruhnya, maka ayat di atas menjadikan dampak dari perkataan yang tepat dan perbaikan amal-amal.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Departemen Agama RI, “*Al-Quran dan Terjemahannya*”, hlm. 78

<sup>23</sup> Wahyu Illaihi, “*Komunikasi Dakwah*”, hlm. 187-188

## 8) Qawlan Tsaqilah.

Kata *Tsanulqi* diambil dari kata *laqila* yang pada mulanya berarti “bertemunya dua hal dalam bentuk kedekatan”. Dalam surat Al-Muzzammil ayat 5 Allah berfirman:

إِنَّا سَنُلْقِي عَلَيْكَ قَوْلًا ثَقِيلًا ﴿٥﴾

“Sesungguhnya kami akan menurunkan kepadamu perkataan yang berat”. (QS Al-Muzzammil ayat 5)<sup>24</sup>

Kata-kata yang “berat” atau *Qawlan Tsaqila* kalau dituangkan dalam penafsiran komunikasi adalah kata-kata yang “mantap” sehingga tidak mengalami perubahan. Kata-kata “berat” dan “mantap” dalam komunikasi dakwah adalah saat komunikator dalam menyampaikan pesan dakwahnya haruslah berat dan mantap. Dalam artian, kata-kata tersebut mengandung nilai kebenaran (firman-firman Allah Swt terdapat dalam Al-Quran yang agung) tidak ada keraguan di dalamnya dan tidak dapat dipengaruhi oleh apapun.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, “*Al-Quran dan Terjemahannya*”, hlm.574

<sup>25</sup> Wahyu Illaihi, “*Komunikasi Dakwah*”, hlm. 192-193

## 2. Tinjauan tentang Film

### a. Pengertian Film

Dalam Undang-undang No. 33 Tahun 2009 tentang perfilman, dirumuskan Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.<sup>26</sup>

Berdasarkan pengertian diatas film memiliki tiga makna :

- 1) Sebagai karya seni budaya, yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dan dapat dipertunjukkan dengan tanpa suara.
- 2) Film adalah pranata sosial (social institution), selain karena dikembangkan sebagai karya kolektif dari banyak orang terorganisasi, film juga memiliki seperangkat nilai atau gagasan vital, visi dan misi yang diserap dari masyarakat.
- 3) Film adalah media massa, menunjuk kepada kapasitas film menyalurkan gagasan atau pesan kepada penontonnya, tanpa menggunakan media lain.

Sejak pertama kali dibuat film dipakai sebagai alat komunikasi massa atau populernya alat untuk bercerita.<sup>27</sup> Sebagai

---

<sup>26</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hlm. 105

<sup>27</sup> Umar Ismail, *Mengupas Film*, (Jakarta: Lebar, 1965), hlm. 47

alat komunikasi massa untuk bercerita, film memiliki unsur intrinsik yang tidak dimiliki oleh media massa yang lain, yaitu:

- a) *Skenario*: rencana pelakonan film berupa naskah. Skenario berisi sinopsis, diskripsi *Treatment* (diskripsi peran), *Break Dow*, rencana shot, dialog.
- b) *Sinopsis*: ringkasan cerita pada sebuah film. Secara umum, sinopsis ditulis dalam 3 alinea. Alinea pertama berisi tentang informasi identifikasi, alinea kedua tentang konflik yang terjadi dan pengembangan alur ceritanya, alinea ketiga mencakup klimaks dan penyelesaian terakhir.<sup>28</sup>
- c) *Plot*, bisa disebut juga sebagai alur atau jalan cerita. Plot merupakan jalur cerita pada sebuah skenario. Plot hanya terdapat pada film cerita.
- d) Penokohan, tokoh pada film cerita selalu menampilkan protagonis (tokoh utama), antagonis (lawan protagonis), tokoh pembantu utama atau figuran.
- e) Karakteristik, pada sebuah film cerita merupakan gambaran umum karakter yang dimiliki oleh tokoh dalam film tersebut.

---

<sup>28</sup> M . Bayu Widagdo & Winastwan, *Bikin Film Indie Itu Mudah*, (Yogyakarta: CV. ANDI, 2007), hlm 29

- f) *Scene*, biasanya disebut dengan adegan, *scene* adalah aktivitas terkecil dalam film yang merupakan rangkaian shot dalam satu ruang dan waktu serta memiliki gagasan.
- g) *Shot*, bidikan kamera terhadap sebuah objek dalam penggarapan film.

## **b. Fungsi Film**

Selain mengenal unsur-unsur film kita juga dapat mempelajari fungsi dari film diantaranya adalah:

- 1) Film sebagai media hiburan. Hiburan merupakan kebutuhan psikis bagi manusia, fungsi film sebagai hiburan bertujuan agar dapat menikmati film yang dilihatnya dan juga dapat meluapkan kejenuhan, kepenatan, supaya dapat memberikan kesegaran, dalam berfikir dan kehidupan sehari-hari.
- 2) Film sebagai sarana informasi. Film sebagai sarana informasi adalah efektifitasnya transformasi dua arah yang dapat digunakan sebagai perantara dalam menyampaikan pesan-pesan untuk memberikan gambaran tentang suatu peristiwa.
- 3) Film sebagai media massa. Komunikasi Massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada media massa dengan menggunakan alat-alat komunikasi massa yaitu pers, radio, film, televisi. Sebagai media komunikasi massa, film dapat

menjadi media dakwah yang efektif dengan pendekatan seni budaya, yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi. Pesan dakwah dapat diespresikan dalam bentuk cerita dan disajikan dalam film kepada khalayak dengan daya pengaruh yang besar.

- 4) Film sebagai sarana dakwah. Fungsi film sebagai sarana dakwah diharapkan mampu menarik pecinta film untuk dapat mengambil hikmah dari film itu dan dapat mengamalkan dari isi pesan yang disampaikan dalam film tersebut.
- 5) Film sebagai sarana pendidikan. Sarana pendidikan adalah alat atau metode atau teknik yang digunakan dalam rangka mengefektifkan komunikasi dan interaksi antara pendidik dan terdidik di dalam proses belajar mengajar.

### 3. Kajian Semiotika dalam Menganalisis Film

Menurut John Fiske, komunikasi manusia menggunakan simbol dan bahasa. Bahasa adalah lambang-lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi secara langsung maupun tidak langsung.<sup>29</sup> Proses penyampain pesan yang merupakan produk gagasan tersebut, disamping bersifat lisan ditungkan pula dalam bentuk karya tulisan dan gambar-gambar seperti sastra, seni, tari, lukis, film, dan lain sebagainya.<sup>30</sup> Dengan demikian, semua karya yang diproduksi oleh manusia merupakan representasi gagasan yang diasumsi

---

<sup>29</sup> John Fiske, *Television Culture*, (London: Routledge, 1987), hlm. 32

<sup>30</sup> Art Van Zoest, *Semiotika Tentang Tanda, Cara Kerjanya, dan Apa Yang Dilakukannya*, (Jakarta: Sumber Agung, 1993), hlm. 109

mempunyai tujuan-tujuan tertentu. Istilah yang sering digunakan adalah *segnification* dan tidak mengangap kesalahpahaman dalam berkomunikasi, sebagai indikasi gagalnya proses komunikasi, karena dimungkinkan terdapat perbedaan antara pengirim dan penerima. Hal ini yang dinamakan semiotik.<sup>31</sup>

Film merupakan bidang yang amat relevan bagi analisis semiotik. Seperti yang dikemukakan Art Van Zoest, film dibangun dengan tanda-tanda semata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerjasama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Berbeda dengan tanda-tanda fotografi statis, rangkaian tanda dalam film digunakan tanda-tanda ikonis yaitu tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu. Gambar yang dinamis pada sebuah film merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikan.<sup>32</sup>

Menurut Roland Barthes, tanda disini didefinisikan sebagai sesuatu atas dasar konvensional sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lainnya, dapat pula didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas obyek-obyek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda atau simbol. Dimana aliran pada waktu menelaah sistem tanda tidak berpegang pada makna primer, tetapi melalui makna konotasi. Artinya tanda atau simbol yang terdapat pada film tersebut berupa benda yang identik dengan masing-masing tokoh dan peneliti berusaha mengaitkan dengan membangun blok konsep-konsep sesuai dengan teori yang relevan.

---

<sup>31</sup> *Ibid*, hlm. 3

<sup>32</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003), hlm. 128

Sedangkan dalam bahasa komunikasi, simbol ini seringkali diistilahkan sebagai lambang. Dimana simbol atau lambang dapat diartikan sebagai sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainnya, berdasarkan kesepakatan kelompok/ masyarakat. Lambang ini meliputi kata-kata (berupa pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya disepakatibersama. Kemampuan manusia menggunakan lambang verbal dan non-verbal memungkinkan perkembangan bahasa dan menangani hubungan antara manusia dan objek (fisik, abstrak dan sosial) tanpa kehadiran manusia dan objek tersebut.<sup>33</sup>

Analisis semiotik sebuah film berlangsung pada teks yang merupakan struktur dari produksi tanda. Struktur bagian penandaan dalam film biasanya terdapat dalam unsur tanda paling kecil, dalam film disebut *scene*, Barthes menyebutkan *montage*. *Scene* dalam film merupakan satuan terkecil dari struktur cerita film atau biasa disebut alur. Alur sendiri merupakan sejumlah motif satuan-satuan fiksional terkecil yang terstruktur sedemikian rupa sehingga mampu mengembangkan tema serta melibatkan emosi.

## **G. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu cara yang dilakukan dalam proses penelitian dalam rangka memperoleh fakta dan prinsip secara sistematis.<sup>34</sup> Penelitian ini dilakukan untuk memberikan penjelasan mengenai suatu

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, 157

<sup>34</sup> Daud Rasyid, *Islam dalam Berbagai Dimensi*, ( Jakarta: Gema Insani Pres, 1998), hlm



fenomena. Dalam hal ini peneliti menganalisa Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan dalam film Sang Pencerah

## **1. Jenis penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Data akan ditampilkan dalam bentuk table dari *scene- scene* yang terdapat dalam film “ Sang Pencerah”. Data tersebut diinterpretasikan dengan rujukan, acuan atau referensi- referensi secara ilmiah.

## **2. Obyek Penelitian dan subyek penelitian**

### **a. Subyek Penelitian**

Subyek penelitian adalah sumber data dari penelitian yang dimana data itu diperoleh.<sup>35</sup> Dalam penelitian ini subyeknya adalah film “ Sang Pencerah”.

### **b. Obyek Penelitian**

Obyek penelitian adalah masalah apa yang hendak diteliti atau masalah penelitian yang disajikan penelitian pembatas di pertegas dalam penelitian.<sup>36</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitiannya adalah Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan dalam film Sang Pencerah meliputi Qawlan Adhima,

---

<sup>35</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta : Renika Cipta, 1991), hlm. 102

<sup>36</sup> Tatang M.Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*,(Jakarta: Raja Grafika persada, 1995), hlm. 92-93

Qawlan Baligha, Qawlan Kariima, Qawlan Layyina, Qawlan Maisura, Qawlan Ma'rufa, Qawlan Sadiida, Qawlan Tsaqilah.

### **3. Jenis Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer berupa *Video Compact Disk* (VCD) dalam film *Sang Pencerah*. Adapun data skunder buku-buku, dokumen-dokumen atau artikel-artikel yang berkaitan dengan penelitian. Fungsi dari data skunder yang peneliti gunakan adalah untuk melengkapi analisis masalah sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komperhensif.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik studi dokumentasi. Yaitu data yang dicari dalam dokumen atau sumber pustaka, maka kegiatan pengumpulan data seperti ini disebut data dokumentasi.<sup>37</sup>

Adapun langkah-langkah penulis dalam mengumpulkan data yaitu sebagai berikut:

- 1) Memutar film *Sang Pencerah* kemudian mengelompokkan data, berupa dialog, gambar yang menunjukkan Model Komunikasi Dakwah dari tokoh utama yaitu kyai Ahmad Dahlan.

---

<sup>37</sup> I Made Wirartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), hlm 36

- 2) Penulis mengkaji atau menganalisis isi dari tayangan dengan cara mengartikan maksud dari *scene-scene* dialog dan gambar yang dipilih, kemudian menafsirkannya sesuai dengan teori yang ada.
- 3) Penulis membuat kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Data yang disajikan dalam bentuk kalimat deskriptif.

## 5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah, tidak ada teknik yang baku (seragam) dalam melakukan hal ini, terutama penelitian kualitatif.<sup>38</sup>

Analisis data dalam penelitian ini, menggunakan analisis semiotik. Semiotik komunikasi menekankan pada teori tanda yang salah satunya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi yaitu pengirim, penerima, kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan ( hal yang dibahas). Secara teknis analisis semiotik mencakup klasifikasi tanda-tanda yang dipakai dalam komunikasi, menggunakan kriteria sebagai dasar kualifikasi dan menggunakan analisa tertentu untuk membuat prediksi.<sup>39</sup>

Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja.

---

<sup>38</sup> Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 180

<sup>39</sup> Alex Sobur, *Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm.63.

1.signifier (penanda)	2. signified (petanda)
3. denotative sign (tanda denotatif)	
4.connotative signifier (penanda konotatif)	5. connotative signified (petanda konotatif)
6. connotative sign (tanda konotatif)	

Gambar 1.1 Peta Tanda Roland Barthes

Berdasarkan peta Barthes pada gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa penanda (*signifier*) adalah bunyi atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. Sedangkan, petanda (*signified*) adalah gambaran material, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa. Keduanya merupakan aspek yang tidak dapat dipisahkan seperti dua sisi mata uang. Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan konsep mental tersebut dinamakan *signification*. *Signification* adalah upaya dalam memberi makna terhadap dunia.<sup>40</sup>

Arthur Asa Berger menunjukkan daftar sejumlah tanda yang sering digunakan untuk membentuk kesan, gambaran dan identitas. Dalam daftar tersebut juga memuat makna (petanda) yang sering berlaku pada masyarakat (tentu dengan budaya yang berbeda dengan masyarakat kita). Di sini, Berger mengambil contoh: model potongan rambut, pakaian, perlengkapan tata rias, sepatu, kaca mata dan dasi.

<sup>40</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003), hlm. 46

<b>PENANDA</b>	<b>PETANDA</b>
Pucat	Kaum intelektual (orang yang menderita sakit)
Rambut rapi	Pengusaha
Rambut dipotong terlalu pendek	Kaum gay dan tentara atau keduanya
Coklat bata	Menyukai olah raga, kegiatan santai
Ransel	Pengembara

Adapun terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsure material. Misalnya tanda “singa” maka barulah konotasi seperti, kegarangan, keberanian menjadi mungkin.<sup>41</sup> Tanda-tanda yang dimaksudkan adalah tanda yang menandai komunikasi dakwah dalam setiap *scene*. Untuk memaknai tanda ini adalah pada tiap *scene* diklasifikasikan menjadi penanda dan petanda, yang kemudian barulah dapat disimpulkan maknanya.

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi film Sang Pencerah yang diamati melalui DVD player.
- b. Mengamati dan memahami adegan dan dialog film Sang Pencerah untuk lebih spesifik, film dibagi dalam beberapa *scene* yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm. 69.

Dahlan. Agar lebih terfokus maka penelitian ini dibatasi pada gambar yang ada dalam film Sang Pencerah.

- c. Setelah *scene* ditemukan langkah selanjutnya *scene-scene* tersebut akan diklarifikasikan berdasarkan *scene* yang mengandung tema Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk uraian deskripsi dari dialog yang dimaksud.

Penelitian ini berusaha mencari model komunikasi dakwah yang terdapat dalam film Sang Pencerah lewat dialog atau *scene-scene* tokoh utama dalam film tersebut, melalui metode analisis Roland Barthes yang mengemukakan sebuah semiosis proses signifikasi. Signifikasi yaitu makna yang dilembagakandan dikontrol secara sosial (tanda disini berfungsi sebagai refleksi dari konvensi dan kode-kode yang ada).<sup>42</sup>

## H. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini sistematika pembahasannya dapat didiskripsikan sebagai berikut:

BAB I yang merupakan pendahuluan mencakup penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika pembahasan.

---

<sup>42</sup> *Ibid.*, hlm 82

BAB II berisi gambaran umum tentang film Sang Pencerah yang terdiri dari Profil film Sang Pencerah, Visi dan Misi film Sang Pencerah, Sinopsis film Sang Pencerah, Karakter tokoh dalam film Sang Pencerah.

BAB III berisi tentang model-model komunikasi dakwah film Sang Pencerah.

BAB IV berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan dari penelitian, saran-saran, penutup.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah dilakukan analisa dan pembahasan, penelitian yang berjudul Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan dalam Film Sang Pencerah dapat diambil kesimpulan bahwa peneliti menemukan tujuh model komunikasi dakwah dari delapan model-model komunikasi dakwah melalui tokoh kyai Ahmad Dahlan, yaitu:

1. Qawlan Baligha yang terepresentasikan dalam bentuk memberikan contoh dalam berdakwah yaitu ketika Ahmad Dahlan memberikan contoh dalam gerakan sujud serta berwudhu.
2. Qawlan Kariima yang terepresentasikan dalam bentuk pandai yaitu ketika Ahmad Dahlan bermusyawarah dengan para ulama' atau kyai dalam menjawab semua pertanyaan dengan tenang dan dengan bahasa yang sopan, lembut, pantas..
3. Qawlan Layyina yang terepresentasikan dalam bentuk sikap berhati-hati dalam berbicara yaitu ketika Ahmad Dahlan berkhotbah dengan menyindir adat berdo'a yang menggunakan sesaji.
4. Qawlan Maisura yang terepresentasikan dalam bentuk sederhana yaitu ketika memberikan pelajaran kepada mad'unya. Sederhana dapat diartikan



sebagai materinya, cara berbicaranya sehingga mudah dipahami oleh mad'unya.

5. Qawlan Ma'rufa yang terepresentasikan dalam bentuk kepedulian dan empati yaitu ketika Ahmad Dahlan mengajak anak-anak yang belum sekolah untuk bersekolah di tempatnya.
6. Qawlan Sadiida yang terepresentasikan dalam bentuk kejujuran yaitu ketika Ahmad Dahlan berbicara apa adanya dan tidak berbohong ketika arah kiblat itu melenceng.
7. Qawlan Tsaqilah yang terepresentasikan dalam bentuk berani dan tegas mantap dalam menyampaikan dakwah yaitu ketika Ahmad Dahlan menyampaikannya kepada muridnya sebagai umat Islam kita tidak boleh mempunyai sifat fanatik dan kerja sama yaitu ketika Ahmad Dahlan bergabung dengan golongan Budi Otomo untuk menunjukkan bahwa sebagai orang Islam harus bisa kerjasama dengan siapa pun.
8. Qawlan Adhima dalam penelitian ini tidak ditemukan *scene-scene* dalam film ini yang merupakan model komunikasi dakwah Qawlan Adhima.

## **B. Saran**

Setelah peneliti melakukan penelitian dan analisis mendalam terhadap film Sang Pencerah yang mengandung model komunikasi dakwah. Maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang mudah-mudahan dapat

bermanfaat bagi semua pihak yang ingin mendalami model komunikasi dakwah. Saran-sarannya adalah sebagai berikut:

1. Kepada pihak pembuat film khususnya film-film religi, hendaknya membuat film yang lebih banyak mengandung dakwahnya. Mengingat film religi saat ini banyaknya diselipi adegan-adegan percintaan. Sehingga selain film berfungsi sebagai hiburan tentunya juga dapat sebagai sarana pendidikan untuk audiennya.
2. Kepada akademisi yang berminat melakukan penelitian pada topik kajian yang sama, hendaknya lebih menekankan penelitian pada aspek penelitian khalayak tentang bagaimana mereka menerima dan menyikapi sebuah film.
3. Kepada masyarakat umum dan penikmat film tentunya dapat bersikap kritis dan cerdas sebagai penonton. Karena saat ini banyak bermunculan film-film yang kurang layak untuk ditonton. Kepada orang tua hendaknya mendampingi anaknya ketika menonton film atau tayangan televisi.

### **C. Kata Penutup**

Alhamdulillah Rabbil'alamina segala puji bagi Allah yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan inayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan proses yang harus ditempuh dan meskipun ada beberapa gangguan teknis maupun non-teknis. Tapi dengan segala upaya yang ditempuh peneliti dapat menyelesaikannya dengan kerja keras untuk memaksimalkan penelitian ini. Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan

sumbangan pikiran bagi para pembaca dan dapat berguna untuk penelitian selanjutnya yang membahas tentang model komunikasi dakwah dalam sebuah film.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, peneliti mengharap kritik dan saran yang membangun selalu dinantikan peneliti sehingga dapat membuat peneliti berkembang lebih baik lagi. Peneliti juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Akhirnya peneliti mengucapkan terima kasih kepada semuanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aep Kusnawan et. El. *Komunikasi Penyiaran Islam* Bandung: Benang Merah Press, 2004.
- Alex Sobur, *Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, Analisis Framing*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- \_\_\_\_\_, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003.
- Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Art Van Zoest, *Semiotika Tentang Tanda, Cara Kerjanya, dan Apa Yang Dilakukannya*, Jakarta: Sumber Agung, 1993.
- Daud Rasyid, *Islam dalam Berbagai Dimensi*, Jakarta: Gema Insani Pres, 1998.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rodaskarya, 2009.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Tangerang: PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2007.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Fiske, John, *Television Culture*, London: Routledge, 1987.
- H.A. Munir Mulkan, *Pesan & Kisah Kiai Ahmad Dahlan Dalam Hikmah Muhammadiyah*, Yogyakarta : Suara Muhammadiyah, 2010.
- Hamidi, *Teori Komunikasi dan Strategi Dakwah*, Malang, UMM Press, 2010.
- I Made Wirartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006.
- Kris Budiman, *Kosa Semiotika*, Yogyakarta: LKiS, 1999.
- M. Amirin Atang, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Raja Grafika persada, 1995.

M. Bayu Widagdo & Winastwan, *Bikin Film Indie Itu Mudah*, Yogyakarta: CV. ANDI, 2007.

M. Kholili, *Komunikasi Untuk Dakwah*, Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2008.

M. Masyhur Amin, *Metoda Dakwah Islam*, Yogyakarta: Sumbangsih, 1980.

Onong Uchyana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993.

Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta : Renika Cipta, 1991.

Umar Ismail, *Mengupas Film*, Jakarta: Lebar, 1965.

Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Wirawan, *Evaluasi: Teori, Model, Standar, Aplikasi, Profesi*, Jakarta: Rajawali Press.

### **Skripsi**

Abdul Rofiq, *Pesan -Pesan Dakwah Dalam Film Harun Yahya*, Skripsi Fakultas UIN Sunan Klijaga, Yogyakarta, 2005.

Asep Anggana Fitra, *Metode Dakwah dalam Film Kiamat Sudah Dekat Sebuah Analisis Semiotik*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2006.

Wiwit Kartika, *Ahlak Hati Dan Pergaulan Remaja Dalam film Ketika Cinta Bertasbih*, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan kalijaga, Yogyakarta, 2011.

### **Websaite**

<http://novi-mardiana.blogspot.com/2010/09/film-sang-pencerah.html> diakses.

<http://kolom-biografi.blogspot.com/2011/12/biografi-kh-ahmad-ahlan.html>