

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI DAKWAH
DALAM FILM 7 PETALA CINTA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Srata I

Disusun oleh :

Ali Akbar

NIM. 10210035

Pembimbing:

Dra. Anisah Indriati, M.si

NIP.19661226 199203 2002

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

2015



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/ 1088 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM FILM 7 PETALA CINTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALI AKBAR
NIM/Jurusan : 10210035/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 16 Juni 2015
Nilai Munaqasyah : 91,33 (A -)

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

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.

NIP 19661226 199203 2 002.

Penguji II,

Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.

NIP 19661209 199403 1 004

Penguji III,

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

NIP 19640923 199203 2 001



Yogyakarta, 22 Juni 2015

Dean,

Dr. Najjannah, M.Si

NIP 19600310 198703 2 001



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/ 1088 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM FILM 7 PETALA CINTA

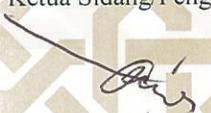
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALI AKBAR
NIM/Jurusan : 10210035/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 16 Juni 2015
Nilai Munaqasyah : 91,33 (A -)

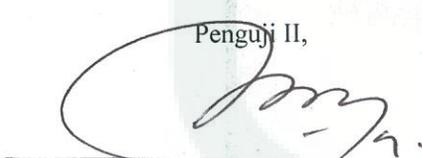
dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,


Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.
NIP 19661226 199203 2 002.

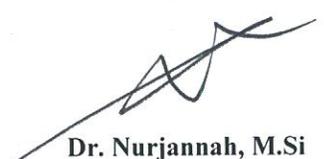
Penguji II,


Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
NIP 19661209 199403 1 004

Penguji III,


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

Yogyakarta, 22 Juni 2015
Dekan,


Dr. Nurjannah, M.Si
NIP 19600310 198703 2 001



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

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

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

Nama : Ali Akbar

NIM : 10210035

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : *Implementasi Komunikasi Dakwah Dalam Film 7 Petala Cinta.*

Sudah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan / Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Islam.

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

Yogyakarta, 28 Mei 2015

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Khoiro Ummatin, S.Ag. M.Si.
NIP. 19710328 199703 2 001

Pembimbing,

Dra. Hj. Anisah Indrianti, M.Si.
NIP. 19661226 199203 2 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ali Akbar

NIM : 10210035

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa, skripsi saya yang berjudul "*Implementasi Komunikasi Dakwah Dalam Film 7 Petala Cinta*" adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun jadikan sebagai bahan acuan.

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

Yogyakarta, 28 Mei 2015

Penulis,



Ali Akbar
NIM. 10210035

PERSEMBAHAN

Dengan Penuh Rasa Syukur & Kerendahan Hati,

Penulis Persembahkan Skripsi Ini Kepada;

Nenek Ku Hj. Jeliha

Ibu Rohinap & Ayah Amat Tercinta

Saudara Ku Ayu Sartika, Abon Ardiyanto & Abon Azhari

ALMAMATER KEBANGGAAN

Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri

Sunan Kalijaga Yogyakarta

MOTTO

*Minta Bantuan Kepada Orang Lain Memang Baik,
Akan Lebih Baik Jika Mampu Memberi Bantuan Kepada
Mereka Yang Membutuhkan.*

... لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَاءً آتَتْهَا^ع سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا^١

*“...Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang
melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya.
Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah
kesempitan”*

¹ Q.S. Ath-Thalaaq: 7

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt yang tidak ada sekutu bagi-Nya. Allah telah mengajarkan sedikit ilmu dan pengalaman kepada saya sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan. Berharap semoga tulisan ini bisa menjadi amal shaleh yang bisa menghapuskan segala keburukan dan dapat mengantarkan saya kepada ampunan dan rahmat-Nya. Keberkahan juga saya minta kepada keluarga tercinta, Ayah, Ibu, kakak dan adik-adik serta saudara-saudaraku semuanya. Mudah-mudahan semua ini menjadi amal jariah yang dialirkan buat kami semuanya.

Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Rosulullah Muhammad SAW yang telah mendidik manusia, serta kepada keluarga, sahabat-sahabat, dan sampai pada pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini merupakan kajian singkat mengenai komunikasi dakwah yang diterapkan dalam film 7 petala cinta. Penulis pun menyadari sepenuhnya, bahwa terwujudnya karya ini tidak lepas dari keterlibatan dan bantuan dari banyak pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih yang sangat kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan segenap jajarannya.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ketua dan sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Ibu Dra. Hj. Anisah Indriati M.Si selaku Pembimbing dan Konsultan Skripsi sekaligus Pembimbing Akademik.

5. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam serta seluruh elemen civitas akademik Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses *study*.
6. Keluarga tercinta, Nenek, Bapak, Ibu dan Kakak Adik saya yang senantiasa memberi semangat dan membantu mendoakan untuk kelancaran semasa *study*.
7. Saudara-saudara ku yang tidak hentinya memberikan nasehat agar kuliah yang benar, supaya esok jadi orang yang berguna, tidak mudah di bodohi dan bisa membantu orang-orang yang butuh bantuan; Busu Agus (Alm), Amang Acin, Amang malik, Amang Ibok, Amang Anto, Wo Kucun, Nga Sa'diun (Alm), Ngali, Ngaren, Cik Da, Wo Nahru, Wo Katul, Wo Nilau, Bang Uden, Bang Runi, Bang Sardi, Bang Bujang, Bang Nur, Bang Mit, Bang Jer, masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.
8. Sahabat-sahabat ku seperjuangan yang selalu siap untuk diajak berdiskusi terkait Skripsi ini, Ustadz Sariful, Ahmad Habibi S.Sos.I, Effendi, Rusdiyanto, Nurasih, Yapan, Hermanto, Junet Wilantara, Dodi Ariyanto, Anto Raharjo, Miftahur Rozaq, Bang Ari Pratama, Bang Adi Abing, Bang Am, Bang Isroni, Bang Kodi, Pak Ute, Sahek, Be, Anto, Ozil, Akbar
9. Adik-adik ku yang selalu tanya dan ikut mendorong agar cepat lulus, Anis Mustika Fitri, Sutris Eleni, Maya Sri Andini, Nurfitriana, Evi Susanti, Tuti Awaliyah, Laila Usria, Pawit Puji Astuti, Mursiti, Ade Kosasi, Riki, Firman, Purnomo, Agung, Seldi, Arif,

10. Seluruh rekan Mahasiswa Komunikasi dan Peyiaran Islam Angkatan 2010 yang tidak bisa saya sebutkan bernama, terima kasih atas kebersamaannya selama menuntut ilmu di jurusan kebanggaan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Semoga Allah memberi balasan yang lebih atas segala dorongan, bantuan, semangat dan doa yang sudah diberikan kepada peneliti. Saya berdoa kepada Allah semoga para pencari ilmu dan pembaca karya ini mendapat ilmu dan hikmah dari yang bisa memperbagus iman dan amal shaleh menjelang kita semua menutup mata, *“Ya Allah, bukakanlah buat kami semua hikmah-Mu, dan berikanlah untuk kami rahmat-Mu dari perbendaharaan rahmat-Mu. Wahai yang paling pengasih paling penyayang, kasihanilah kami, sayangilah kami. Berikanlah ya Rabb, ilmu-Mu buat kami. Ilmu yang bermanfaat dan amal shaleh yang diterima serta rizki yang halal. Maha Suci Engkau yang tidak ada ilmu kecuali Engkau berikan pada kami. Sesungguhnya Engkau Maha Mengetahui dan Maha Bijaksana. Kepada-Mu kami bertawakal, kepada-Mu kami bertaubat, dan kepada-Mu kami kembali. Amiin, yarabbal alamin.*

Yogyakarta, 26 Mei 2015

Penulis,

Ali Akbar
Nim. 10210035

ABSTRAK

Ali Akbar 10210035. Skripsi ini berjudul "*Implementasi Komunikasi Dakwah Dalam Film 7 Petala Cinta*". Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Terdapat tiga alasan yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini yaitu: *pertama* secara psikologis, film memberikan pengaruh terhadap penonton melalui pesan-pesan yang disampaikan secara halus dan menyentuh relung hati tanpa merasa digurui. *Kedua*, untuk hal kebenaran, kalau memang itu benar maka katakan benar, bahkan demi kebenaran harus rela mengorbankan harta dan jiwa raga. *Ketiga*, berdakwah tidak pandang siapa, kapan waktunya dan dimanapun tempatnya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan komunikasi dakwah yang diterapkan dalam film 7 petala cinta. Kajian ini juga menggunakan teori model semiotik Roland Barthes khususnya berkaitan tentang makna denotasi dan konotasi dalam sebuah film.

Adapun hasil penelitiannya adalah terdapat lima metode komunikasi dakwah yang diterapkan dalam film 7 petala cinta, yaitu terdapat lima metode komunikasi dakwah yang diimplementasikan dalam film tersebut, yaitu metode *icing*, *Emphaty*, *Pay-Off*, *Cognitif Dissonance*, *Integrasi*. Sedangkan pesan moral yang terkandung dalam film ini yaitu: Tawadhu'. Selalu menjaga sikap saat komunikasi sedang berlangsung seperti diajarkan dalam Al-Qur'an (*qawlan baligha, qawlan karima, qawlan layyina, qawlan maisura, qawlan ma'rufan, qawlan saddidan*). Bersikap rendah hati yang meliputi: sikap melayani, menghargai, mau mendengarkan dan memberikan kritik, tidak sombong, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut, sabar, ikhlas, penuh pengendalian diri serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar. Serta Bertobat dengan sesungguhnya untuk kembali ke jalan yang lurus.

Keyword : Implementasi, Komunikasi Dakwah, Film 7 Petala Cinta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAM PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Telaah Pustaka.....	7
G. Kerangka Teori.....	9
H. Metodologi Penelitian.....	33
I. Sistematika Pembahasan.....	36
BAB II : GAMBARAN UMUM FILM 7 PETALA CINTA	
A. Deskripsi Film 7 Petala Cinta.....	38
B. Sinopsis Film 7 Petala Cinta.....	41
C. Karakter Tokoh.....	42
BAB III: PEMBAHASAN	
A. IMPLEMENTASI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM FILM 7 PETALA CINTA	
1. Metode <i>Icing</i>	45

2. Metode <i>Emphaty</i>	49
3. Metode <i>Pay-Off</i>	51
4. Metode <i>Cognitif Dissonance</i>	54
5. Metode <i>Integrasi</i>	57
B. PESAN MORAL DALAM FILM 7 PETALA CINTA	
1. Tawadhu'.....	59
2. Sikap Saat Berkomunikasi	72
3. Taubat.....	74
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
C. Penutup	77
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAM PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Telaah Pustaka.....	7
G. Kerangka Teori.....	9
H. Metodologi Penelitian.....	33
I. Sistematika Pembahasan.....	36
BAB II : GAMBARAN UMUM FILM 7 PETALA CINTA	
A. Deskripsi Film 7 Petala Cinta.....	38
B. Sinopsis Film 7 Petala Cinta.....	41
C. Karakter Tokoh.....	42
BAB III: PEMBAHASAN	
A. IMPLEMENTASI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM FILM 7 PETALA CINTA	
1. Metode <i>Icing</i>	45

2. Metode <i>Emphaty</i>	49
3. Metode <i>Pay-Off</i>	51
4. Metode <i>Cognitif Dissonance</i>	54
5. Metode <i>Integrasi</i>	57
B. PESAN MORAL DALAM FILM 7 PETALA CINTA	
1. Tawadhu'.....	59
2. Sikap Saat Berkomunikasi	72
3. Taubat.....	74
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
C. Penutup	77
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Dalam skripsi ini, penulis memilih judul “*Implementasi Komunikasi Dakwah Dalam Film 7 Petala Cinta*”. Secara umum judul ini sangat mudah untuk dipahami dengan baik dan benar, tetapi karena sebab tertentu bisa saja seorang mendapatkan kesulitan dalam memahami judul ini, sehingga memungkinkan terdapat kesalahpahaman yang sama sekali lain dari apa yang dimaksud oleh penulis.

Agar terhindar dari interpretasi keliru tersebut, maka peneliti perlu memberikan penegasan terhadap istilah-istilah yang dimaksud dalam judul tersebut.

1. Implementasi Komunikasi Dakwah

Implementasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti penerapan, pelaksanaan¹. Sedangkan komunikasi adalah proses menyampaikan pesan verbal (kata-kata) atau nonverbal (bukan dengan kata-kata) dari komunikator kepada komunikan yang menimbulkan efek tertentu. Dalam prakteknya, dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak². Dakwah memiliki arti menyampaikan, menyeru atau mengajak manusia ke jalan Allah. Dengan catatan,

¹ Ebita Setiawan, *KBBI Offline 1.5.1*

² Hamidi, *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 6

Sebelum memperbaiki orang lain perbaiki terlebih dahulu diri kita sendiri. Hal ini mutlak diperlakukan karena dakwah membutuhkan keteladanan.³

Dalam skripsi ini yang dimaksud dengan implementasi komunikasi dakwah yakni kegiatan-kegiatan atau tingkah laku yang dapat mengajak orang lain (secara rasional atau emosional) kearah lebih baik dengan cara berdialog, berbagi pengalaman dan pengetahuan baik dengan bahasa verbal (kata-kata) ataupun nonverbal (bukan kata-kata) secara lugas yang mengandung unsur kebaikan tanpa melukai atau menyinggung perasaan orang lain.

2. Film 7 Petala⁴ Cinta

Film 7 Petala Cinta yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah film karya Shariman Wahap dari Malaysia. Film ini dikategorikan sebagai film drama religi (cinta islami) yang dirilis pada 15 Maret 2012 dengan durasi 82 menit 41 detik. Film ini juga merupakan kreasi dari Metrowealth Pictures yang disutradarai oleh Azhari Mohd Zein dan aktornya yakni Aeril Zafrel (Attar), Fizo Omar (Hamka), Shima Anuar (Saidatul Nafisah), Diana Amir (Hilma).

Secara umum film ini bercerita tentang kesetiaan, kesabaran, dalam menjalani hubungan asmara antara wanita dan laki-laki. Karena inti dari cinta itu bukan melemahkan tapi menguatkan, dan cinta juga bukan menyedihkan tapi menggembirakan⁵.

³ Bambang Syaifullah Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Reaktama Media, 2010) hlm 34.

⁴ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia **Petala** berarti lapisan, susunan, tingkatan. Misalnya *tujuh-bumi* (tujuh lapis bumi). Sama halnya dengan 7 petala cinta (tujuh lapisan cinta)

⁵ Ucapan Hamka kepada Saidatul Nafisah dalam narasi film.

Dengan demikian yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah penerapan komunikasi dakwah yang dilakoni oleh aktor-aktor dalam film 7 Petala Cinta untuk menyampaikan, mengajak serta mempengaruhi (secara rasional atau emosional) orang lain agar terjadi perubahan baik menggunakan bahasa verbal (kata-kata) ataupun nonverbal (bukan kata-kata).

B. Latar Belakang Masalah

Dakwah dan komunikasi memiliki kaitan yang erat dan tidak dapat dipisahkan. Dakwah bisa menjadi salah satu bentuk komunikasi manusia, selain itu dakwah pun dapat menjadi sumber etika dan moral bagi komunikasi. Apalagi sebagai manusia religius, kita meyakini bahwa Allah SWT telah memberikan pelajaran kepada kita untuk berkomunikasi melalui pikiran dan kemampuan berbahasa yang telah dianugerahkan-Nya.⁶ Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an:

الرَّحْمَنُ ۝ عَلَّمَ الْقُرْآنَ ۝ خَلَقَ الْإِنْسَانَ ۝ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ ۝

Artinya:

“Tuhan yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai berbicara” (Ar-Rahman: 1-4).⁷

⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2010), hlm. 3.

⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Penerbit J-ART, 2004), hlm. 532.

Dari ayat di atas dapat kita ambil pelajaran, berbicara merupakan bentuk komunikasi verbal yang penting dalam kehidupan. Dengan berkomunikasi, interaksi sosial di lingkungan bisa tercipta dengan baik, saling berbagi (ilmu, pengalaman, wawasan), menghasilkan (pemahaman, tindakan dan kesenangan), bahkan dapat mempengaruhi orang lain agar merasa, berpikir, bersikap atau bertindak sesuai keinginan. Inilah yang dikatakan oleh Stewart dan Sylvia sebagai komunikasi efektif.⁸

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif dapat dilakukan secara primer dan skunder.⁹ Secara Primer pesan disampaikan menggunakan lambang sebagai media. Misalnya: kial, isyarat, gambar warna dan yang sering dipakai adalah bahasa. Sedangkan secara skunder penyampaian pesan sangat efisien untuk menjangkau komunikan dengan jumlah yang banyak. Hal ini dikarenakan komunikasi secara skunder menggunakan alat yang disebut dengan komunikasi bermedia seperti: surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio televisi dan film.

Akan tetapi seiring perkembangan peradaban dan kebudayaan masyarakat, akhirnya proses komunikasi primer dan skunder dapat berkolaborasi. Hingga saat ini video, film, dan sebagainya yang mengandung unsur bahasa, gambar, warna bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat.¹⁰ Bahkan dalam sejarahnya, film

⁸ Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication (Prinsip-Prinsip Dasar)*, diterj. Oleh Deddy Mulyana, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 29.

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 11.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 16.

dijadikan sebagai alat propaganda dan komunikasi sosial untuk mendukung visi-misi pembuatnya.¹¹

Berkaitan dengan film, komunikasi berlangsung melalui dialog dengan dukungan berbagai karakter tokoh, alur cerita dan setting. Dengan demikian realitas yang terjadi di masyarakat dapat terekam dengan baik. Selain itu kehadiran film dirasa dapat memberikan manfaat kepada para penonton, hal ini disebabkan di dalamnya terkandung nilai-nilai pendidikan (moral, agama, sosial), informasi, hiburan serta kritik sosial.¹² Dengan demikian, tidak menutup kemungkinan film dapat dijadikan sebagai salah satu media dakwah, karena dewasa ini banyak sekali film-film yang tersebar di berbagai penjuru dunia, salah satunya adalah film *7 Petala Cinta* yang bertemakan islam (film religi).

Namun yang membuat penulis tertarik untuk meneliti film ini adalah *pertama* secara psikologis, film memberikan pengaruh terhadap penonton melalui pesan-pesan yang disampaikan secara halus dan menyentuh relung hati tanpa merasa digurui.¹³ Dalam hal ini penulis awalnya tidak berfikir akan melakukan penelitian terhadap film tersebut, setelah diamati, ternyata terdapat unsur-unsur dakwah yang sifatnya membangun. Tanpa disadari penulis pun terbawa suasana film ini yang membuat perasaan ini menjadi berkecamuk. Adakalanya sedih, senang, geram serta kesal.

¹¹ Khoo Gaik Cheng, *Mau Dibawa Kemana Sinema Kita?*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 10.

¹² Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 127.

¹³ Aep Kusnawan et. El. *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hlm. 94-95.

Kedua, untuk hal kebenaran, kalau memang itu benar maka katakan benar, bahkan demi kebenaran harus rela mengorbankan harta dan jiwa raga. Dalam film ini tergambarkan pada menit ke 00:57:07 bahwa Attar hampir kehilangan nyawanya karena ditusuk pisau oleh Naufal yang tidak menghendaki Nida ikut ke Pondok Pesantren Qolbun Salim. Pembelaan ini dilakukan Attar demi Nida supaya ia tidak kembali ke pekerjaannya yang suram.

Ketiga, berdakwah tidak pandang siapa, kapan waktunya dan dimanapun tempatnya. Pada menit ke 00:14:16 tampak bahwa Abi Ikhwan sedang berzikir ditengah malam, disaat itulah beliau mengarahkan Attar untuk kembali ke jalan Allah. Pada menit ke 00:38:26-00:40:48 hal yang serupa dilakukan oleh Attar kepada Nida, meskipun pada awalnya hanya sekedar untuk mengambil surban yang diberikan oleh Abi kepada Attar. Dari pertemuan singkat itulah akhirnya Nida memutuskan untuk mencari masa depan yang cerah di Pondok Qolbun Salim.

C. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana implementasi komunikasi dakwah dalam film 7 Petala Cinta?.
2. Pesan moral apa saja yang terkandung dalam film 7 Petala Cinta?.

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mendeskripsikan implementasi komunikasi dakwah dalam film 7 Petala Cinta.
2. Untuk mengetahui pesan moral yang terkandung dalam film 7 Petala Cinta.

E. Manfaat Penelitian

Ada tiga manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini, yakni:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan berguna dalam memperluas pengetahuan peneliti khususnya mengenai film.
2. Secara akademis diharapkan bermanfaat untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan terutama bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah yang konsentrasinya pada dunia jurnalistik dan Broadcasting.
3. Secara praktis, hasil penelitian ini bisa menjadi wawasan baru serta referensi bagi pihak yang berminat untuk mengadakan penelitian di bidang yang sama. Selain itu diharapkan kepada penonton agar bisa memilih film-film yang banyak mengandung manfaat. Kepada produsen film bisa menjadi masukan untuk menghasilkan film-film yang berkualitas.

F. Telaah Pustaka

Dalam kepustakaan ada beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai komunikasi dakwah dalam sebuah film, di antaranya: “*Komunikasi Dakwah Dalam Film Ummi Aminah (Analisis Semiotik Nilai Sabar Dalam Film)*” ditulis oleh Uyun Latifah Jurusan KPI 2009. Hasilnya hanya komunikasi dakwah *qawlan adhima* yang mendominasi dalam film tersebut dibandingkan dengan

qawlan baligha, qawlan karima, qawlan layyina, qawlan maisura dan qawlan syadidan. Sedangkan *qawlan tsaqilah* tidak muncul sama sekali. Kemudian nilai sabar terhadap perintah dan larangan Allah, sabar menerima musibah dan sabar terhadap perbuatan orang lain dapat terwakili dalam film tersebut.¹⁴

Sebaliknya, penelitian Hasan Baidhowi Jurusan KPI 2009: “*Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah*”. Kesimpulannya tidak ditemukan komunikasi dakwah *qawlan adhima*, yang muncul adalah *qawlan baligha, qawlan karima, qawlan layyina, qawlan maisura, qawlan ma'rufa, qawlan sadida dan qawlan tsaqilah*.¹⁵

Jauh berbeda dengan penelitian Muji Rohmat mahasiswa KPI 2010, hasilnya menunjukkan bahwa hanya terdapat lima dari delapan jenis komunikasi dakwah menurut wahyu Ilahi yang tertambahkan dalam film sang pencerah, yaitu: *qawlan adhima, qawlan baligha, qawlan layyina, qawlan sadida, dan qawlan tsaqilah*. Dalam film tersebut komunikasi dakwah yang mendominasi adalah *qawlan baligha*.¹⁶

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, judul penelitian skripsi ini ialah “*Implementasi Komunikasi Dakwah Dalam Film 7 Petala Cinta*”. Dalam penelitian ini penulis meneliti bagaimana komunikasi dakwah itu diterapkan oleh aktor-aktor film tersebut untuk menyampaikan, mengajak serta mempengaruhi

¹⁴ Uyun Latifah, *Komunikasi Dakwah Dalam Film Ummi Aminah (Analisis Semiotik Nilai Sabara Salam Film)*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suka, 2014).

¹⁵ Hasan Baidhowi, *Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah*, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suka, 2014).

¹⁶ Muji Rohmat, *Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah*, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suka, 2014).

(secara rasional atau emosional) orang lain agar terjadi perubahan baik menggunakan bahasa verbal (kata-kata) ataupun nonverbal (bukan kata-kata).

G. Kerangka Teori

1. Komunikasi Dakwah

a. Pengertian dan Proses Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah terdiri atas dua kata yakni “komunikasi dan dakwah”. Setiap ahli juga mempunyai pandangan masing-masing dalam menginterpretasi pengertian komunikasi dan dakwah itu sendiri. Tetapi hakekatnya mempunyai kesamaan arti terhadap kedua kata tersebut. sebagaimana menurut Ricard dan Turner, komunikasi itu proses sosial yang mana setiap individu menggunakan berbagai simbol untuk menciptakan dan menafsirkan berbagai makna dalam lingkungan mereka.¹⁷

Di sisi lain, komunikasi juga proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain melalui media dengan tujuan untuk saling berbagi (Pengalaman, Pengetahuan, wawasan), mengubah sikap, pendapat serta perilaku baik secara langsung ataupun tidak langsung.¹⁸ Sedangkan dakwah diartikan sebagai usaha mengajak umat manusia dengan hikmah untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rosul-Nya.¹⁹ Ada juga yang mengatakan bahwa dakwah itu kegiatan mengajak orang untuk meyakini dan mengamalkan aqidah serta syariat islam.²⁰

¹⁷ Richard west dan Lynn H. Turnner, *Pengantar Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), hlm. 5.

¹⁸ Onong Uchyana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1986), hlm. 5.

¹⁹ Hamzah Ya’kub, *Publistik Islam: Teknik Dakwah dan Leadership* (Bandung: Diponogoro, 1981), hlm. 13.

Pada initya komunikasi merupakan bagian penting dalam kegiatan dakwah, proses penyampaian pesan dari komunikator (dai) kepada komunikan (mad'u) dilakukan melalui media tertentu untuk perubahan kearah yang lebih baik. Toto Tasmara memandang komunikasi dakwah itu suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seorang komunitaor menyampaikan pesan-pesan yang bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan sunnah dengan tujuan agar orang lain dapat beramal saleh sesuai dengan pesan yang disampaikan.²¹

Dari pandangan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi dakwah itu mengajak orang lain dengan menggunakan bahasa verbal atau nonverbal melalui media untuk mengubah sikap, pendapat serta prilaku baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dengan harapan orang yang diajak tersebut dapat meyakini dan mengamalkan aqidah serta syariat islam.

Selain itu unsur penting yang memungkinkan terjadinya komunikasi yakni; komunikator, pesan, komunikan, media, efek serta umpan balik.²² Tidak jauh berbeda komponen pembentuk komunikasi dakwah yaitu; dai, mad'u, pesan dakwah, efek dakwah, dan lingkungannya.²³

Proses komunikasi dakwah akan berlangsung jika antara komunikator dan komunikan mempunyai kesamaan makna. Sebagai mana proses komunikasi

²⁰ A. Hasyimi, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1974), hlm. 8.

²¹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987), hlm. 49.

²² Dani Vardiansyah, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 28.

²³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm 76.

terjadi secara primer dan skunder.²⁴ Secara Primer pesan disampaikan menggunakan lambang sebagai media. Misalnya: kial, isyarat, gambar warna dan yang sering dipakai adalah bahasa. Komunikasi primer disebut juga dengan komunikasi secara langsung dimana komunikatornya sering menggunakan bahasa sebagai media dalam berkomunikasi. Ini disebabkan bahasa mampu “menterjemahkan” ide, pikiran, pendapat, perasaan dari seseorang kepada orang lain. Untuk menterjemahkannya bisa menggunakan bahasa verbal ataupun nonverbal.

Menurut Mark L. Knapp pesan nonverbal berfungsi²⁵ yakni: *pertama*, *Repetisi* yaitu mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. Misalnya setelah menjelaskan tentang penolakan, kemudian menggelengkan kepala berkali-kali. *Kedua*, substitusi yakni menggantikan lambang-lambang verbal. Contoh, tanpa mengucapkan apapun, kita bisa mengatakan setuju dengan mengangguk-anggukan kepala.

Ketiga, kontradiksi ialah menolak pesan verbal atau memberikan makna yang lain terhadap pesan verbal. Contoh, kita memuji prestasi teman dengan mencibirkan bibir, “habat kau memang hebat”. *Keempat*, komplemen adalah melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal. Misalnya air mata yang keluar menunjukkan tingkat penderitaan yang tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata. *Kelima*, aksentuasi, menegaskan pesan verbal atau menggaris bawahinya. Seperti, karena jengkel kita memukul mimbar.

²⁴ Onong Uchjana Effendy, *Op Cit*, hlm. 11.

²⁵ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 287.

Selain itu bahasa juga berfungsi sebagai alat untuk menyatakan ekspresi diri, alat komunikasi, alat mengadakan integrasi dan adaptasi sosial, serta alat mengadakan kontrol sosial. Sebagai alat komunikasi, bahasa merupakan saluran perumusan maksud kita, melahirkan perasaan kita dan memungkinkan kita menciptakan kerja sama, ia mengatur berbagai macam aktivitas kemasyarakatan, merencanakan dan mengarahkan masa depan kita. Ia juga memungkinkan manusia menganalisis masa lampau untuk memetik hasil-hasil yang berguna bagi masa kini dan masa yang akan datang.²⁶

Adapun secara skunder penyampaian pesan sangat efisien untuk menjangkau komunikasi dengan jumlah yang banyak. Hal ini dikarenakan komunikasi secara skunder menggunakan alat yang disebut dengan komunikasi bermedia (komunikasi tidak langsung) seperti: surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio televisi dan film.

b. Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif yakni kemampuan berkomunikasi yang dapat membujuk atau mengarahkan orang lain baik secara rasional (ide atau konsep) atau emosional (aspek simpati dan empati). Karenanya ia bersifat asertif yaitu mampu menyampaikan pendapat secara lugas kepada orang lain namun tidak melukai atau menyinggung perasaan orang lain entah bersifat verbal ataupun nonverbal.²⁷

²⁶ Gorys Keraf, *Komposisi*, (Flores: Nusa Indah, 2001), Cetakan Pertama, hlm. 8.

²⁷ Herdiyan Maulana & Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*, (Jakarta: Akademia Permata, 2013), hlm. 5-6.

Dalam komunikasi persuasif, ada beberapa pendekatan yang dapat digunakan, yaitu: pendekatan tradisional, kognitif, belajar-pesan. *pertama*, pendekatan tradisional yang pada umumnya meliputi komunikator, pesan serta audien. Asumsi dasar pendekatan ini adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan tergantung pada sejauh mana komunikasi itu diperhatikan, dipahami, dan diterima.²⁸

Kedua, pendekatan kognitif yang beranggapan bahwa sewaktu individu dihadapkan pada pesan persuasif, maka akan memikirkan pesan itu, memikirkan argumentasi apa yang terkandung dan tidak di dalamnya. Pemikiran-pemikiran inilah yang membawa kepada penerimaan atau penolakan pesan yang disampaikan, bukan pesan itu sendiri. Pemikiran-pemikiran tersebut merujuk pada kerja kognitif yang terjadi dalam pemrosesan sebuah pesan persuasif.²⁹

Ketiga, pendekatan belajar-pesan yang mengatakan bahwa proses paling dasar dalam mengubah sikap manusia adalah atensi, pemahaman, penerimaan, dan retensi. Empat hal ini merupakan proses perantara internal yang dipengaruhi oleh karakteristik sumber pesan itu sendiri, target atau orang yang sikapnya hendak diubah, dan saluran yang digunakan dalam penyampaian dan penerimaan pesan. Pendekatan ini memasukkan satu bentuk proses perantara internal yang sangat penting yaitu retensi yang membedakannya dari pendekatan tradisional.³⁰

²⁸ Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 62.

²⁹ *Ibid*, hlm. 67.

³⁰ *Ibid*, hlm. 71

Adapun unsur-unsur dalam komunikasi persuasif menurut Aristoteles ada tiga yakni komunikator, pesan dan komunikan. Dalam komunikasi persuasif seorang komunikator sangat dipertaruhkan. Oleh sebab itu ia harus mempunyai etos tinggi, setidaknya meliputi kesiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan, kesederhanaan, sikap reseptif, selektif, digestif, asimilatif dan transitif.³¹

Untuk menjadi efektif sebagai dai setidaknya mempunyai keahlian dasar yang meliputi: 1) Mendengar, memberi, dan menerima umpan balik. 2) Menunjukkan ketegasan. 3) Menangani konflik dengan individu, kelompok dengan pendekatan aktif dan efektif, perilaku tegas, memusatkan pada pokok masalah, mengenali, dan menilai dengan teliti dalam setiap tindakan. 4) Menyelesaikan masalah dengan menawarkan berbagai solusi.³²

Adapun metode yang dapat digunakan dalam komunikasi dakwah; metode *Cognitif dissonance*, *Emphaty*, *Pay-off*,³³ *icing*, *Integrasi*³⁴.

1. Metode *Cognitif dissonance*

Teknik ini berhubungan tentang gejala-gejala hidup manusia yang sering perilakunya tidak sesuai dengan pendapat serta sikapnya atau apa yang dilakukan terkadang bertentangan dengan hati nuraninya. Dengan pesan persuasif yang disampaikan seorang dapat menyadari apa yang telah ia lakukan. Misalnya,

³¹ *Ibid*, hlm. 11-12.

³² Wahyu Ilaihi, *op cit*, hlm. 85-86.

³³ Sunaryo dalam buku Psikologi Dakwah Dengan Aspek-Aspek Kejiwaan yang Qur'ani (Totok Jumantoro, Wonosobo: Amzah, 2001), hlm. 155-156.

³⁴ Wahyu Ilaihi, *op cit*, hlm. 126-127.

seorang da'i tahu bahwa si Ahmad memperoleh jabatannya dengan jalan nyogok. Da'i seolah-olah membenarkan apa yang dilakukan oleh Ahmad tersebut, tetapi dalam rangka meluruskan pemahaman Ahmad tersebut bukan semata-mata mengamini apa yang diperbuat oleh Ahmad.

Dalam dakwah ini termasuk dalam metode bil hikmah yang dianjurkan dalam QS. An-Nahl: 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّدْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah³⁵ dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

2. Metode *Emphaty*

Merupakan kemampuan seorang untuk menempatkan dirinya pada situasi orang lain. Sehingga seorang dai harus memahami kondisi dan situasi yang sedang dialami oleh mad'unya. Adapun prosesnya adalah sebagai berikut:

- a. Membayangkan diri (da'i) dalam kedudukan sebagai mad'u
- b. Membandingkan sikap apa yang harus dilakukan seandainya posisinya seperti pada poin a.

³⁵ **Hikmah** merupakan perkataan yang tegas dan benar yang dapat membedakan antara yang hak dengan yang bathil.

- c. Mengambil kesimpulan dari dua sikap yang telah dirasakan oleh da'i ketika membayangkan dirinya sebagai mad'u dan sikap mad'u itu sendiri.³⁶

3. Metode *Pay-Off*

Yakni mendeskripsikan hal yang bisa membuat perasaan mad'u senang, sedih, tegang dan menakutkan. Misalnya menggambarkan ancaman bagi orang yang berbuat dosa adalah masuk neraka begitu juga sebaliknya, sebagaimana dalam ayat Al-Baqarah: 81-82):

بَلَىٰ مَنْ كَسَبَ سَيِّئَةً وَأَحَاطَتْ بِهِ خَطِيئَتُهُ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٨١﴾ وَالَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٨٢﴾

“(Bukan demikian), yang benar: barangsiapa berbuat dosa dan ia Telah diliputi oleh dosanya, mereka Itulah penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. Dan orang-orang yang beriman serta beramal saleh, mereka itu penghuni surga; mereka kekal di dalamnya.”

4. Metode *Icing*

Adalah membungkai pesan dengan sebaik mungkin agar memperoleh kesan yang memuaskan dan melekat di dalam hati. Dengan menyajikan suatu pesan yang lebih menarik, bisa memperoleh kesan yang sulit untuk dilupakan sekaligus menonjol dari pada yang lain. Misalnya, “Yang berlalu biarlah berlalu, anggap saja semua itu pelajaran buat hari esok. Sebab siapa yang menuai dia yang memetik.”

5. Metode *Integrasi*

³⁶ Totok Jumentoro, Wonosobo, *Loc Cit.*

Kemampuan untuk menyatukan diri dengan komunikan dalam arti menyatu diri secara komunikatif, sehingga tampak menjadi satu atau mengandung arti kebersamaan dan senasib serta sepenanggungan dengan komunikan, baik dilakukan secara verbal maupun non verbal. Yang terpenting adalah untuk kebersamaan bukan untuk diri sendiri.

Misalnya penggunaan subjek saya bisa diganti dengan subjek kita. Sebab kalo menggunakan “saya” lebih individu, tetapi kalo menggunakan “kita” lebih mengarah kebersamaan, sepenanggungan.

c. Pesan Moral

Pesan secara bahasa diartikan sebagai nasihat, pelajaran, permintaan dan amanah yang dilakukan atau disampaikan kepada orang lain.³⁷ Sedangkan moral merupakan ahlak atau tingkah laku yang mengacu pada peraturan sosial atau menyangkut hukum atau adat kebiasaan yang mengatur hal tersebut.³⁸

Menurut Amin Abdullah, moral itu bisa dikatakan dengan ahlak atau praktik dari perbuatan manusia. Selain itu moral juga identik dengan etika. Hanya saja etika lebih cenderung untuk mempelajari tentang baik dan buruk perbuatan manusia.³⁹ Sedangkan etika (moralitas) seperti yang di ungkapkan Haidar Bagir mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:⁴⁰ *pertama*, semua manusia pada dasarnya

³⁷ WJS. Purwodarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1984), hlm. 677.

³⁸ Dian Ibung, *Mengembangkan Nilai Moral Pada Anak*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo), hlm 3.

³⁹ M. Amin Abdullah, *Filsafat Etika Islam antara Al-Ghazali dan Kant*, terj. (Bandung: Mizan, 2002), hlm. 15.

⁴⁰ Haidar Bagir, dalam pengantar buku, *Filsafat Islam antara Al-Ghazali dan Kant* (M. Amin Abdullah), *ibid*, hlm. 19-20.

mempunyai fitrah sejak lahir tentang baik dan buruk. *Kedua*, moralitas didasarkan atas keadilan, yaitu menempatkan sesuatu pada porsinya. *Ketiga*, tindakan yang beretika pada akhirnya akan memberikan kebahagiaan bagi pelakunya. *Keempat*, tindakan yang etis itu bersifat rasional untuk mendapatkan kebenaran. *Terakhir*, sumber utama moralitas ada pada prinsip-prinsip keagamaan.

Moral mengandung nilai universal dan berlaku bagi siapa saja, tetapi keegoisan jelas-jelas hanya menyangkut pada satu orang yang kepentingan pribadi.⁴¹ Jauh berbeda dengan moral yang di ajarkan dalam islam, segala kegiatan dalam kehidupan ini untuk mencapai ridha Allah. Bacaan doa *iftitah* yang sering diucapkan dalam shalat merupakan bukti bahwa tujuan utama dalam hidup menurut pandangan etika Islam adalah mendapat ridha Allah.⁴²

Dengan demikian, pesan moral dalam penelitian ini yaitu ajaran, nasihat atau pelajaran yang bermanfaat disampaikan kepada orang lain sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadist. Sebagaimana Nabi Muhammad Saw datang ke dunia ini adalah untuk menyempurnakan ahlak umat manusia. Di antaranya sebagai berikut:⁴³

1. Tawadhu'

Menurut Al-Fudhail bin Iyadh tawadhu' itu bersedia pada kebenaran dan mematuhinya, mau menerima dari orang yang mengatakannya dan mau

⁴¹ Robert C. Salomon, *Etika Suatu Pengantar*, alih bahasa, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1984), hlm. 14.

⁴² Muhammad Alfian, *Filsafat Etika Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 49.

⁴³ Muh Fauqi Hajjat, *Tassawuf Islam & Ahlak*, Terj. Kamran As'at Irsyady & Fahri Ghazali, (Jakarta: Amzah, 2011), hlm. 313.

mendengarkannya⁴⁴. Tawadhu mengharuskan pelakukanya untuk memandang tidak angkuh, seperti firman Allah berikut ini:

وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ

“Dan rendahkanlah dirimu terhadap orang-orang yang mengikutimu, yaitu orang-orang yang beriman.” (QS. Asy-Syu’ara: 15)

Tawadhu’ disebut juga dengan kerendahan hati yang esensinya merupakan iman. Nabi menyebutkan “Kerendahan hati adalah sebagian dari iman”. Artinya, iman hanya bisa diterima melalui kerendahan hati, begitu juga sebaliknya. Kerendahan hati berangkat dari kesedihan, rasa takut dan takjub. Tawadhu’ terdiri atas: malu berbuat salah; malu akan ketidakmampuan dirinya; redah hati di hadapan suatu persamaan yang mulia; rendah hati terhadap cinta kasih; dan rendah hati terhadap ketakjuban.⁴⁵

2. Menjaga sikap saat sedang berkomunikasi

Saat komunikasi sedang berlangsung ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan:⁴⁶

- a. Mengembangkan dialog, ini berkaitan dengan keaslian, inklusi, konfirmasi, kehadiran, semangat kesetaraan dan iklim saling mendukung. Individu yang terlibat dalam dialog berarti ia sudah memulai langkah untuk peduli dan menghargai satu sama lain.

⁴⁴ *Ibid*, hlm. 331.

⁴⁵ Ja’far Ash-Shadiq, *Lentera Ilahi: 99 Wasiat Imam Ja’far Ash-Shadiq*, terj. Rahmani Astutu, (Bandung: Mizan, 2008), hlm. 262-263.

⁴⁶ Brent D. Ruben & Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2013), edisi kelima, hlm. 96-97.

- b. Menghargai keanekaragaman, walaupun kita terbagi atas banyak kesamaan aspirasi, perilaku komunikasi kita tentu berbeda tergantung pada kondisi. Contohnya sebagai bentuk penghormatan, orang jepang menundukkan kepala, sedangkan kita orang Indonesia saling salaman. Dengan demikian sangat penting untuk memahami perbedaan budaya dalam menimbang proses komunikasi.
- c. Toleransi ketidaksepakatan, terkadang kita banyak belajar dari orang yang tidak sepakat dengan kita. Maka dari itu perlu kiranya belajar untuk mendengarkan perbedaan yang tidak sepemahaman dengan kita. Karena tanpa mendengarkan dengan baik bisa jadi diskriminasi dan sebagainya.

Begitu juga jika ingin menghasilkan interaksi yang positif dalam komunikasi dakwah maka seorang dai harus berhati-hati dalam bertutur kata. Setidaknya ada beberapa adab yang perlu diperhatikan sebagai berikut:⁴⁷

- a. Topik pembicaraannya mengarah pada hal yang baik dan bermanfaat.
- b. Tidak berbohong, mencela orang lain, menyebarkan isu-isu tidak baik tentang orang lain.
- c. Menghindari perselisihan, tidak angkuh dalam berbicara.
- d. Memberikan kesempatan kepada orang lain untuk mengutarakan idenya.
- e. Berbicara dengan tenang supaya mudah dicerna dan dipahami oleh orang lain.

Selain itu dalam al-quran juga disebutkan ada etika-etika dalam berkomunikasi, sebagaimana berikut: *qawlan adhima* (berkata jujur), *qawlan*

⁴⁷ Wahyu Ilaihi, **op cit**, hlm 170.

baligha (ucapan yang membekas), *qawlan karima* (perkataan yang mulia), *qawlan layyina* (berucap dengan lemah lembut), *qawlan maisura* (mudah diterima), *qawlan ma'rufan* (ucapan yang bermanfaat), *qawlan saddidan* (langsung pada intiya), *qawlan tsaqila* (berdasarkan fakta).⁴⁸

a. *Qawlan adhima*

Yaitu anjuran pada para pendakwah untuk selalu mengucapkan kata-kata yang tidak mengandung kebohongan, atau tuduhan yang sama sekali tidak berdasarkan pada misi dakwahnya.

b. *Qawlan Baligha*

Dalam bahasa arab artinya sampai, mengenai sasaran atau tujuan. Kalau dihubungkan dengan kata *qawl* (komunikasi atau ucapan) *baigha* berarti fasih atau maknanya jelas. Dengan demikian *qawlan baligha* ialah apa yang disampaikan oleh seorang da'i sesuai antara hati dan pikirannya, sehingga apa pesan yang disampaikan tepat sasaran pada mad'u. Dalam Al-Qur'an disebutkan:

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

Artinya:

“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.” (Q.S An-Nisa: 63)⁴⁹

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 171-193).

⁴⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Op Cit*, hlm. 89.

c. *Qawlan Karima*

Bisa diartikan sebagai perkataan yang mulia. Maksudnya jika kita berhadapan dengan orang yang lebih tua dari kita, etika bahasa yang tepat yakni menggunakan perkataan yang mulia, sehingga pendekatannya lebih kepada sopan santun, menghormati serta tidak menggurui. Hal ini dijelaskan dalam firman-Nya:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرَهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا



Artinya:

*“Dan Tuhanmu Telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan 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.” (Q.S Al-Isra’: 23)*⁵⁰

d. *Qawlan Layyina*

Secara bahasa diartikan sebagai perkataan yang lemah lembut. Dalam berkomunikasi, perkataan yang lemah lembut merupakan interaksi antara komunikator untuk mempengaruhi komunikannya agar apa yang disampaikan mudah dimengerti dan dipahami. Dalam surat Thaha : 43-44 disebutkan:

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهِ يَتَذَكَّرُ أَوْ تَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

⁵⁰ *Ibid*, hlm. 285.

Artinya:

“Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, Sesungguhnya dia Telah melampaui batas (43) Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut (44).”⁵¹

Fa qula lahu qaulan layyina menjadi dasar akan perlunya sikap bijaksana dalam berdakwah, terutama saat bertutur kata dengan menggunakan kata-kata yang lemah lembut ketika sedang berkomunikasi.

e. *Qawlan Maisura*

Secara terminology berarti mudah. Kaitannya dengan etika berkomunikasi diartikan bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah da'i harus menggunakan bahasa yang ringan, sederhana, pantas dan mudah diterima oleh mad'u secara spontan tanpa harus melalui pikiran yang berat. Dalam Al-qur'an dikatakan:

وَإِذَا تَعَرَّضْنَا لَهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Artinya:

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas.” (Al-Isra': 28)⁵²

Maksudnya: apabila kita tidak dapat melaksanakan perintah Allah seperti memberikan bantuan kepada keluarga-keluarga dekat, orang miskin dan orang yang dalam perjalanan jauh. Maka Katakanlah kepada mereka perkataan yang baik agar mereka tidak kecewa lantaran mereka belum mendapat bantuan dari kita.

⁵¹ *Ibid*, hlm. 315.

⁵² *Ibid*, hlm. 286.

f. *Qawlan Ma'rufa*

Diartikan dengan ungkapan atau ucapan yang pantas dan baik, sehingga menghasilkan pembicaraan yang bermanfaat, menambah pengetahuan, mencerahkan pikiran serta bisa membantu kesulitan orang lain meskipun tidak secara materi tetapi membantu secara psikologi. Ayat Al-qur'an menggambarkan sebagai berikut:

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَأَرْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوفًا ﴿٨﴾

Artinya:

“Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, Maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik”. (Q.S An-Nisa: 8)⁵³

Kata *qawlan ma'rufa* pada ayat diatas menggambarkan cara berkomunikasi yang etis kepada kerabat-kerabat, anak yatim serta orang miskin yaitu perkataan yang baik. Perkataan yang baik yaitu memberikan penjelasan kepada mereka bahwa jatah mereka sudah disediakan masing-masing.

g. *Qawlan Sadida*

Diartikan sebagai pembicaraan yang benar, jujur, lurus, dan tidak berbelit-belit. *Sadida* juga diartikan istiqomah atau konsistensi. Berdasarkan bentuknya kata *sadida* terdiri huruf “sin” dan “dal” menunjukkan pada makna meruntuhkan sesuatu kemudian memperbaikinya. Kata ini juga menunjuk pada sasarannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa *qawlan sadida*

⁵³ *Ibid*, hlm.79.

yaitu berkata benar dan tepat sasaran. Sedangkan kata *sadida* yang mengandung makna meruntuhkan kemudian memperbaiki, maksudnya kritik yang disampaikan hendaknya merupakan kritik yang membangun. Hal ini terdapat pada Al-qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar.” (Al-Azhab: 70)⁵⁴

h. *Qawlan Tsaqila*

Dalam pemahaman komunikasi dapat diartikan sebagai kata-kata yang mantap sehingga tidak akan mengalami perubahan. Maksudnya ketika menyampaikan pesan, yang disampaikan harus benar kata-kata yang mengandung nilai kebenaran dan tidak ada keraguan di dalamnya dan tidak dapat dipengaruhi oleh apapun. Dalam Surah Al-Muzammil: 5 disebutkan:

إِنَّا سَنُلْقِي عَلَيْكَ قَوْلًا ثَقِيلًا ﴿٥﴾

Artinya:

“Sesungguhnya kami akan menurunkan kepadamu perkataan yang berat”⁵⁵.

Adapun perbedaan antara etika komunikasi yang satu dengan yang lain dapat dilihat pada tabel berikut ini:

⁵⁴ *Ibid*, hlm. 428.

⁵⁵ *Ibid*, hlm. 575.

No	Etika Dakwah	Ciri-ciri
1	<i>Qawlan Adhima</i>	1. Sumbernya jelas. 2. Tidak menuduh atau mengandung prasangka buruk. 3. Untuk semua golongan. 4. Dapat diterapkan dalam segala jenis materi atau pesan ⁵⁶
2	<i>Qawlan Baligha</i>	1. Kalimatnya tidak bertele-tele tapi tidak mengaburkan pesan. 2. Kesesuaian kandungan pesan dan gaya bahasa komunikasi. 3. Kesesuaian kata dengan tata bahasa ⁵⁷ .
3	<i>Qawlan Karima</i>	Digunakan untuk konteks mad'u yang usianya lebih tua. Kata-kata yang sopan, memberikan penghormatan, tidak menggurui, dan retorikanya baik. ⁵⁸
4	<i>Qawlan Layyina</i>	Perkataan sopan, lemah lembut dan tidak menyakitkan hati komunikasi. Tidak bersifat memaki atau memojokkan. ⁵⁹
5	<i>Qawlan Maisura</i>	Bahasanya ringan dan mudah dipahami dan melahirkan harapan dan optimisme ⁶⁰
6	<i>Qawlan Ma'rufa</i>	Ditujukan kepada semua kalangan, seperti orang yang mempunyai kekuatan (pengaruh), orang miskin, anak yatim, anak-anak dan kepada perempuan. ⁶¹
7	<i>Qawlan sadida</i>	Harus benar, mendidik, digunakan untuk memberikan saran yang membangun. ⁶²
8	<i>Qawlan Tsaqila</i>	Kata-katanya tegas dan mempunyai sumber yang jelas. Menegaskan sesuatu yang sudah pasti. Dan untuk menghilangkan keraguan.

Tabel 1. Ciri-Ciri Etika Dakwah

⁵⁶ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, hlm. 468.

⁵⁷ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, vol 2, hlm. 491-492.

⁵⁸ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 176.

⁵⁹ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, vol 2, hlm. 306-307

⁶⁰ *Ibid*, hlm. 451

⁶¹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 187.

⁶² M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, vol 2, hlm. 330.

Agar komunikasi berjalan dengan baik menurut Ariwibowo Prijosaksoo dan Roy Sembel sebagai berikut: Saling menghargai, berempati, saling mengerti (*audible*), keterbukaan atau transparan dan rendah hati.⁶³

- a. Saling menghargai, apabila kita ingin dihargai maka kita diharuskan untuk menghargai. Menurut Dale Carnegie, salah satu jurus ampuh untuk menjalin hubungan dengan manusia adalah memberikan penghargaan yang jujur dan tulus. Sebagaimana yang dituturkan oleh William James “prinsip paling dasar pada sifat manusia adalah kebutuhan untuk dihargai”.
- b. Empati merupakan kemampuan untuk merasakan apa yang orang lain rasakan. Salah satu syaratnya adalah mengerti (mendengarkan) terlebih dahulu orang lain. Dengan demikian pesan yang kita sampaikan lebih mudah untuk diterima.
- c. *Audible* berarti pesan yang disampaikan bisa dimengerti dengan baik.
- d. Transparan yang berguna untuk membangun kepercayaan. Tanpa adanya keterbukaan akan menimbulkan sikap saling curiga akhirnya menurunkan semangat dan antusias dalam berkomunikasi.
- e. Sikap rendah hati yang meliputi: sikap melayani, menghargai, mau mendengarkan dan memberikan kritik, tidak sombong, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut, sabar, ikhlas, penuh pengendalian diri serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar.

3. Tobat

⁶³ Muhamad Mufid, *Etika Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 136-140.

Bertobat berarti mereka yang mengetahui dan sadar akan penyebab dari tobatnya dan niat yang terkandung di dalamnya. Selain itu juga membersihkan batinnya dengan penyesalan, selalu ingat apa yang telah dilakukannya, dan merasa takut akan apa yang tersisa dari kehidupannya. Ia akan selalu membulatkan harinya untuk menjalankan perintah-perintah Allah, melewatkan malam-malamnya untuk mencari keridhaan-Nya, selalu memohon kepada-Nya agar selalu tabah dalam menjalankan kehidupan baik suka ataupun duka.⁶⁴

Ini dikuatkan dalam firman-Nya:

وَهُوَ الَّذِي يَقْبَلُ التَّوْبَةَ عَنْ عِبَادِهِ وَيَعْفُو عَنِ السَّيِّئَاتِ وَيَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٢٠﴾

Artinya:

*“Dan Dia-lah yang menerima tobat dari hamba-hamba-Nya, memafkan kesalahan-kesalahan, dan mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*⁶⁵

2. Tinjauan Tentang Film

a. Makna dan Pengaruh Film

Secara psikologis, film memberikan pengaruh besar terhadap penontonnya. Tidak jarang seseorang seolah-olah mengalami hal yang sama seperti apa yang diperankan dalam sebuah film, ada kalanya tertawa, terharu, emosi bahkan menangis. Pengaruhnya pun tidak hanya sebatas itu saja, tapi pesan yang terdapat di dalamnya akan membekas dalam jiwa penonton. lebih dari itu ia bisa membentuk karakter penontonnya.⁶⁶

⁶⁴ Imam Ja'far Ash-Shadiq, *Lentera Ilahi: 99 Wasiat Imam Ja'far Ash-shadiq*, (Badung: Mizan, 2008), hlm. 141.

⁶⁵ Departemen Agama RI, *Op Cit*, hlm. 487.

Maka dari itu Effendi mengatakan bahwa film itu medium komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Bahkan Jakob menyatakan, film berberan sebagai pengalaman pribadi dan nilai.⁶⁷ Alex Sobur ikut menambahkan, film adalah bayangan yang diangkat dari kenyataan hidup yang dialami dalam kehidupan sehari-hari. Itulah sebabnya antara film dan realita kehidupan harus ada relevansinya.⁶⁸

Karena pengaruhnya yang cukup besar, Soelarko menyebutkan, penonton akan cenderung meniru perilaku, atau sikap yang dianggapnya layak untuk dilakukan. Dengan demikian film bisa dijadikan sebagai media dakwah. Yang mana kandungan pesan-pesannya dapat disampaikan kepada konsumennya secara halus, benar, menyentuh dan membekas di dalam hati. Inilah yang dikatakan oleh Greme Turner, film mengarahkan dan mendeskripsikan kembali kenyataan berdasarkan kode-kode, kemufakatan, dan ideologi dari kebudayaan masyarakat.⁶⁹

Dilihat dari jenisnya film terdiri atas, film cerita, film dokumenter, film animasi, film berita. Tetapi dari sisi isinya, terdapat film *action*, film komedi, film drama, dan film propaganda.⁷⁰ Kemudian, banyak unsur-unsur yang terdapat

⁶⁶ Aep Kusnawan & Didin Solahudin, *Komunikasi & Penyiaran Islam: Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar, Media Cetak, Televisi, Film, dan Media Digital*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hlm. 93.

⁶⁷ *Ibid*, hlm. 94.

⁶⁸ *Ibid*, hlm. 95.

⁶⁹ *Ibid*, hlm. 94-95.

⁷⁰ Heru Effendi, *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*, (Jakarta: Konfiden, 2002), hlm. 24.

di dalamnya, yaitu: scenario, sutradara, sinopsis, plot, *scene*, judul, tema film, klimaks, *setting*, karakter.⁷¹

b. Struktur Cerita Dalam Film⁷²

Ketika sebuah film akan dibuat, maka ada srtuktur yang penting untuk diperhatikan, yaitu:

1. Pembagian cerita (*scene*)
2. Pembagian adegan (*sequence*)
3. Jenis pengambilan gambar (*shot*)
4. Pemilihan adegan pembuka (*opening*)
5. Alur cerita dan *contuinity*
6. *Intrigue* dan *jealousy*, penghianatan, rahasia bocor, tipu muslihat dan lainnya.
7. Benturan antar kepentingan (klimaks)
8. Penyelesaian masalah (anti klimaks)
9. Pemilihan adegan penutup (*ending*).

c. Percakapan Dalam Film

Dalam sebuah film percakapan salah satu untuk penting yang dapat memunculkan karakter serong tokoh. Dalam hal ini ada tiga teknik yang bisa membentuk karakter tokoh sesuai dengan perilaku manusia yang berbicara dengan kata-kata, bersikap menggunakan bahasa tubuh dan berfikir. Adapun tiga hal tersebut yakni:

1. Teknik cakapan, maksudnya adalah percakapan dengan bahasa tutur atau verbal. Cakapan merupakan bagian yang berentuk percakapan antara dua

⁷¹ Aep Kusnawan & Didin Solahudin. **op cit**, hlm. 100.

⁷² *Ibid*, hlm. 101

tokoh atau lebih, adakalanya mereka berbicara dengan sendirinya, atau kepada pembaca, dan pendengar.⁷³ Percakapan yang baik bisa menggambarkan sifat kepribadian seorang tokoh dalam film.⁷⁴

2. Teknik tingkah laku, kalau teknik cakapan cenderung pada bahasa tutur, teknik ini lebih menekankan pada bahasa tubuh atau nonverbal yang meliputi tindakan dan tingkah laku dari seorang tokoh, misalnya gerakan alis mata, menggelengkan atau menganggukkan kepala, dan sebagainya.⁷⁵
3. Teknik pikiran dan perasaan, apapun yang terlintas dalam pikiran dan perasaan serta apa yang dipikirkan atau dirasakan oleh tokoh tidak ditunjukkan melalui percakapan atau tindakan.⁷⁶

d. Film Sebagai Analisis Semiotik

Aktivitas film serlalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksinya ke atas layar. Dengan demikian, film merupakan bidang kajian relevan bagi analisis semiologi. Hal ini menurut Van Zoest disebabkan film dibangun dengan banyak tanda yang saling bekerja sama untuk mencapai pengaruh yang diharapkan. Tanda yang dideskripsikan oleh film menunjukkan realitas yang terjadi dalam tatanan sosial.⁷⁷

⁷³ Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2013), hlm. 146.

⁷⁴ Burhan Nurgiyantoro, *Teori Pengkajian Sastra*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012), hlm. 201.

⁷⁵ *Ibid*, hlm. 203.

⁷⁶ *Ibid*, hlm. 204.

⁷⁷ Aart Van Zoest, diterj. Oleh Ani Soekowati, *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa Yang Kita Lakukan Dengannya*, (Jakarta: Yayasan Sumber Agung), hlm. 109.

Media film umumnya dibangun dengan banyak tanda yang termasuk sistem yang diharapkan.⁷⁸ Tanda merupakan konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya.⁷⁹ Dalam film tanda bermakna untuk mengungkapkan pesan yang ada di dalamnya. Tanda dan simbol menjadi sasaran komunikasi antara pembuat film dan penonton. Tanda berkaitan erat dengan pemberi pesan, apa dan bagaimana pesan itu disampaikan dan penerima pesan itu sendiri.

Simbol dapat berupa ungkapan tertulis, gambar, benda, latar, peristiwa dan perwatakan yang menggambarkan kesan dan memperkuat makna dengan mengatur dan mempersatukan arti secara keseluruhan. Simbol juga dapat bersifat pribadi, asli tradisional. Contohnya, bunga mawar merupakan jenis bunga yang indah dan berwarna cerah menjadi lambang perempuan cantik.⁸⁰

Suatu objek dalam film tidak akan memberikan makna apa-apa tanpa ada simulasi atau proses pemberian makna terhadap objek itu sendiri. Maka dari itu, sutradara mengajak penontonnya menerima data, fakta, gagasan, pandangan, pikiran, cita-cita dan saling berbicara tentangnya.⁸¹

⁷⁸ Alex Sobur, *Op Cit*, hlm. 128.

⁷⁹ John Fiske, *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm. 60.

⁸⁰ Albertine Minderop, *Metode Karakteristik Telaah Fiksi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2011) hlm. 78.

⁸¹ ST. Sunardi, *Semiotika Negatif*, (Yogyakarta: Buku Baik, 2004), hlm. 39.

H. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memperoleh fakta dan prinsip secara sistematis dalam sebuah penelitian.⁸² Dalam hal ini penelitian dilaksanakan agar bisa mendeskripsikan suatu fenomena terutama yang berkaitan dengan implementasi komunikasi dakwah dalam film 7 Petala Cinta.

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali data sesuai dengan kebutuhan penelitian melalui rangkaian kata-kata atau pernyataan.⁸³ Sedangkan jenis penelitiannya adalah *content analysis* (analisis isi) model semiotik agar dapat menelaah lebih jauh mengenai isi yang terkandung di dalam film pada pembahasan ini. Hal ini berangkat dari anggapan dasar-dasar ilmu sosial tentang proses dan isi komunikasi adalah dasar dari studi-studi ilmu sosial.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian yaitu sumber data yang diperoleh dalam penelitian.⁸⁴ Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini yakni film “ 7 Petala Cinta”. Sedangkan objek penelitian adalah permasalahan yang hendak diteliti.⁸⁵ Dalam

⁸² Daud Rasyid, *Islam dalam Berbagai Dimensi*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), hlm. 15.

⁸³ Surahmad Winarto, *Dasar dan Teknik Research Pengetahuan Metode Ilmiah*, (Bandung: Tarsito, 1999), hlm. 13

⁸⁴ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Renika Cipta, 1992), hlm. 102.

⁸⁵ Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafiika Persada, 1995), hlm. 92-93.

penelitian ini objeknya ialah Implementasi Komunikasi Dakwah yang dilakukan oleh aktor dalam film 7 Petala Cinta.

3. Jenis Data dan Sumber Data

Terdapat data primer dan skunder yang dipakai dalam penelitian ini.⁸⁶ Data primernya berupa file Film 7 Petala Cinta. Sedangkan data skundernya meliputi berbagai literatur seperti Al-Qur', Hadits, serta referensi lainnya yang relevan untuk memberikan penjelasan tentang data yang dianalisis. Sehingga hasil penelitiannya lebih komprehensif.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menghimpun data dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode dokumentasi yakni, mengumpulkan data-data melalui dokumen-dokumen⁸⁷ yang berkaitan dengan implementasi komunikasi dakwah. Dalam skripsi ini penulis melakukan beberapa langkah pengumpulan data yaitu: *pertama*, peneliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan tema komunikasi dakwah.

Pada tahap *kedua* peneliti melakukan klarifikasi tema yaitu pemilihan topik yang dianggap sebagai bahasan utama dan bahasan pendukung. Pada tahap *ketiga* peneliti mengkombinasikan semua topik bahasan yang saling berintegrasi dan diimplementasikan dalam film 7 Petala Cinta malui *scene-scene* yang dipilih. *Terakhir*, peneliti melakukan analisis untuk mendapatkan kesimpulan terkait dengan pembahasan dalam penelitian ini.

⁸⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003, Cet ke 6), hlm 83.

⁸⁷ Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 73.

5. Analisis Data

Agar nilai-nilai sosial, akademis, dan ilmiah bisa tergambar dalam sebuah fenomena dalam penelitian ini, maka pengolahan datanya penulis menggunakan analisis semiotik yang menekankan pada hakekat suatu tanda⁸⁸ untuk mendeskripsikan secara objektif dan sistematis terkait komunikasi yang tampak.⁸⁹ Sebagaimana Roland Barthes menggambarkan tentang bagaimana tanda bekerja melalui petanya sebagai berikut:⁹⁰

1. Penanda (<i>signifier</i>)	2. Petanda (<i>signified</i>)
3. Tanda Denotatif (<i>Denotatif sign</i>)	
4. Penanda Konotatif (<i>Connotatif Signifier</i>)	5. Petanda Konotatif (<i>Connotatif Signified</i>)
6. Tanda Konotatif (<i>Connotatif Sign</i>)	

Tabel 2. Peta Semiotika Roland Barthes

Dari peta di atas terlihat bahwa penanda (1) dan petanda (2) merupakan bagian dari tanda denotatif (3). Akan tetapi pada saat bersamaan, tanda denotatif juga merupakan penanda konotatif (4). Dari penanda konotatif akan memunculkan petanda konotatif yang kemudian akan melandasi munculnya tanda konotatif.

Penanda adalah bunyi atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. Sedangkan petanda adalah

Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek. Sedangkan **konotasi** ialah bagaimana mengambarkannya (Fiske, 1990: 88)

⁸⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandun: PT Rema Rosdakarya, 2012), hlm. 87.

⁸⁹ Eriyanto, *Analisis Isi, Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: Lkis, 2013), hlm. 15.

⁹⁰ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (PT Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 69.

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, yakni upaya dalam memberi makna terhadap dunia.⁹¹

I. Sistematika Pembahasan

Sebagai gambaran umum pembahasan dan untuk mempermudah dalam pembuatan skripsi, penulis akan menyajikan sistematika pembahasannya sebagai berikut: Pertama, Memuat formalitas yang terdiri atas halaman judul, halaman pengesahan, halaman moto, halaman persembahan, kata pengantar, dan daftar isi. Kedua, memuat bagian isi dalam pembahasan hasil penelitian skripsi ini yang terdiri atas lima bab yang di dalamnya memuat sub-sub bab.

Bab I : Merupakan pendahuluan terdiri dari: penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II : Penulis menguraikan gambaran umum tentang film 7 Petala Cinta yang mencakup: deskripsi film 7 Petala Cinta, sinopsis film 7 Petala Cinta, dan karakter tokoh.

Bab III : Berisi tentang hasil penelitian mengenai metode komunikasi dakwah yang diterapkan dalam film 7 Petala Cinta serta pesan moral yang terkandung di dalamnya.

Bab IV : Bab terakhir dalam pembahasan penelitian ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan kata penutup. Setelah bab terakhir ini,

⁹¹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 46.

penulis akan menyajikan daftar pustaka sebagai kejelasan referensi skripsi beserta lampiran-lampiran untuk memperjelas proses penelitian. Lampiran-lampiran tersebut berupa: riwayat hidup, bukti seminar proposal, dan dokumen-dokumen lainnya yang digunakan selama penelitian berlangsung.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap Implementasi Komunikasi Dakwah dalam Film 7 Petala Cinta, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat lima metode komunikasi dakwah yang diimplementasikan dalam film tersebut, yaitu metode *icing*, *Emphaty*, *Pay-Off*, *Cognitif Dissonance*, *Integrasi*.
2. Pesan moral yang terkandung dalam film ini yaitu: Tawadhu'. Selalu menjaga sikap saat komunikasi sedang berlangsung seperti diajarkan dalam Al-Qur'an (*qawlan baligha*, *qawlan karima*, *qawlan layyina*, *qawlan maisura*, *qawlan ma'rufan*, *qawlan saddidan*). Bersikap rendah hati yang meliputi: sikap melayani, menghargai, mau mendengarkan dan memberikan kritik, tidak sombong, berani mengakui kesalahan, rela memaafkan, lemah lembut, sabar, ikhlas, penuh pengendalian diri serta mengutamakan kepentingan yang lebih besar. Serta Bertobat dengan sesungguhnya untuk kembali ke jalan yang lurus.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diperoleh, ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan, sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat umum selaku penikmat film, supaya bisa menyeleksi mana film yang layak atau tidak untuk ditonton. Sehingga film yang di tonton memberikan dampak baik terutama dalam membantu merubah polah pikir

kearah yang lebih baik. Selain itu juga, selaku penikmat film, dapat memberikan sumbangsih pikiran melalui lembaga yang berwenang jika terdapat hal-hal yang tidak layak untuk di tonton.

2. Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dapat ikut terlibat dalam memproduksi film-film yang mencerahkan masyarakat luas, terutama dalam menyampaikan nilai-nilai islam yang digabungkan dalam realita kehidupan. Hal ini dikarenakan film termasuk media yang mempunyai banyak peminat, sehingga film dapat digunakan media untuk berdakwah.
3. Oleh karena film memiliki pengaruh yang kuat kepada khalayak, maka dari itu bagi para pembuat film agar bisa memproduksi lebih banyak lagi film-film realita kehidupan yang dikemas dengan nilai-nilai religius. Dengan catatan semua kalangan bisa menikmatinya dan bisa mengambil pelajaran dari setiap film yang telah ditonton.

C. Penutup

Alhamdulillah robbil alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang terus membukakan pintu rahmat serta karunia-Nya kepada kita semua tanpa pamrih. Meskipun kita semua beribadah, kemuliaan-Nya juga tidak akan bertambah. Begitu juga sebaliknya, jikalau kita kufur pun tidak akan membuat kemuliaan-Nya berkurang sedikitipun. Maka dari itu kita semua berharap agar selalu dijadikan orang-orang yang selalu dekat dengan-Nya. Sebab itu juga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul: *“Implementasi Komunikasi Dakwah Dalam Film 7 Petala Cinta”* dengan segenap kemampuan yang ada.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan, kekeliruan dalam penulisan serta analisis dalam skripsi ini. Oleh sebab itu, koreksi, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna perbaikan untuk meningkatkan kualitas isi di dalam karya ini. Selain itu, hadirnya karya ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan bermanfaat bagi semua kalangan khususnya dalam menambah khazanah keilmuan.

Pada akhirnya, hanya kepada Allah lah penulis mengembalikan segala sesuatu. Tanpa Dia penulis tidak bisa berbuat apa-apa, pikiran, kesehatan yang telah diberikan-Nya merupakan anugrah lebih bagi penulis. Sembari memohon semoga Allah SWT selalu sayang kepada kita semua, selalu membimbing serta tidak salah dalam beramal saleh. *Amin ya rabbal alamin ya Allah.*

DAFTAR PUSTAKA

- A. Hasjmy. *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang. 1974.
- Aart Van Zoest, diterj. Oleh Ani Soekowati. *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa Yang Kita Lakukan Dengannya*. Jakarta: Yayasan Sumber Agung. 1993.
- Aep Kusnawan & Didin Solahudin. *Komunikasi & Penyiaran Islam: Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar, Media Cetak, Televisi, Film, dan Media Digital*. Bandung: Benang Merah Press. 2004.
- . *Komunikasi Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Press. 2004.
- Albertine Minderop. *Metode Karakteristik Telaah Fiksi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor. 2011.
- Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2006.
- . *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandun: PT Rema Rosdakarya. 2012.
- . *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2003.
- Bambang Syaifullah Ma'arif. *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Reaktama Media. 2010.
- Brent D. Ruben & Lea P. Stewart. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo. 2013.
- Burhan Nurgiyantoro. *Teori Pengkajian Sastra*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2012.
- Dani Vardiansyah. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2004.
- Daud Rasyid. *Islam dalam Berbagai Dimensi*. Jakarta: Gema Insani Press. 1998.

- Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Rosdakarya. 2010.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Penerbit J-ART. 2004.
- Ebta Setiawan. *KBBI Offline 1.5.1*
- Eriyanto. *Analisis Isi, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Lkis. 2013.
- Gorys Keraf. *Komposisi*. Flores: Nusa Indah. 2001.
- Hamidi. *Teori Komunikasi Dan Strategi Dakwah*. Malang: UMM Press. 2010.
- Hamzah Ya'kub. *Publistik Islam: Teknik Dakwah dan Leadership*. Bandung: Diponogoro. 1981.
- Hasan Baidhowi. *Model Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suka. 2014.
- Herdiyan Maulana & Gungum Gumelar. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata. 2013.
- Heru Effendi. *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*. Jakarta: Konfiden. 2002.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara. 1995.
- Jalaludin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2009.
- John Fiske. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra. 2007.
- Khoo Gaik Cheng. *Mau Dibawa Kemana Sinema Kita?*. Jakarta: Salemba Humanika. 2011.
- Muhamad Mufid. *Etika Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana. 2009.

- Muji Rohmat. *Komunikasi Dakwah Kyai Ahmad Dahlan Dalam Film Sang Pencerah*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suka. 2014.
- Onong Uchyana Effendi. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2009.
- , *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 1986.
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2013.
- Richard west dan Lynn H. Turner. *Pengantar Komuniksi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika. 2008.
- Saifuddin Azwar. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1995.
- ST. Sunardi. *Semiotika Negatif*. Yogyakarta: Buku Baik. 2004.
- Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss. *Human Communication (Prinsip-Prinsip Dasar)*, diterj. Oleh Deddy Mulyana. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2008.
- Suharsimi Arikunto. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 2003.
- , *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Renika Cipta. 1992.
- Winarto Surakhmad. *Dasar dan Teknik Research Pengetahuan Metode Ilmiah*. Bandung; Tarsito. 1999.
- Tatang M. Amirin. *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: Raja Grafika Persada. 1995.
- Toto Tasmara. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama. 1987.
- Totok Jumantoro. *Psikologi Dakwah dalam Aspek-Aspek Kejiwaan yang Qur'ani*. Wonosobo: Amzah. 2001.
- Uyun Latifah. *Komunikasi Dakwah Dalam Film Ummi Aminah (Analisis Semiotik Nilai Sabara Salam Film)*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suka. 2014.
- Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2010.