

**TEKNIK PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH
DALAM FILM “ALMA”**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Oleh :

Yusral Hadi

NIM 17102010007

Pembimbing :

Dr. H. M. Kholili, M.Si.

NIP. 1950408 198503 1 005

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2022



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1284/Un.02/DD/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : TEKNIK PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH DALAM FILM "ALMA"

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Yusral Hadi
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010007
Telah diujikan pada : Selasa, 09 Agustus 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 62ff073637557



Penguji I

Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum
SIGNED

Valid ID: 62fee964967bd



Penguji II

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 62fe81a977dbd



Yogyakarta, 09 Agustus 2022

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 62ff0a9898d48



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230
E-mail : fdk.uin-suka.ac.id. 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 perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Yusral hadi
NIM : 17102010069
Judul Skripsi : TEKNIK PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH DALAM FILM “ALMA”

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN 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 dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Yogyakarta, 22 Juli 2022

Mengetahui,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Kepala Program Studi

Dosen Pembimbing Skripsi

Nanang Mizwak H, S.Sos., M.Si.
NIP 19840307 201101 1 013

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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yusral Hadi

NIM : 17102010007

Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:

Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film “Alma” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarism dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku

Yogyakarta 19 Juli 2022
Yang Menyatakan,



Yusral Hadi
17102010007

HALAMAN PERSEMBAHAN

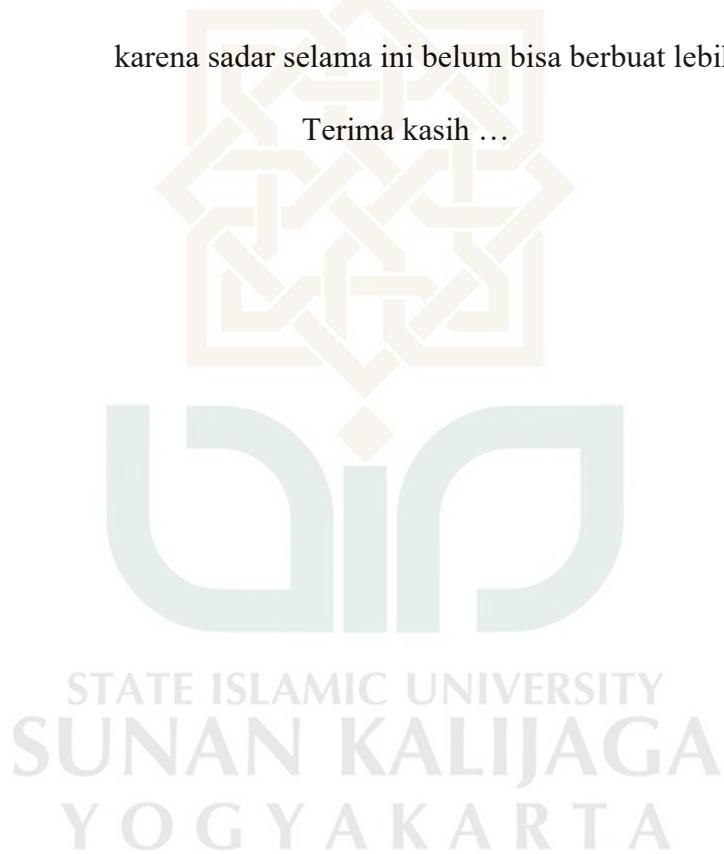
Skripsi atau Tugas akhir ini saya persembahkan untuk :

Kedua orang tuaku tersayang M. Zakiuddin (Bapak) dan Hj. Baiq Erliana (Mama)

Terimakasih atas do'a, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tiada henti.

Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat bapak dan mama bahagia,
karena sadar selama ini belum bisa berbuat lebih.

Terima kasih ...



MOTTO

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri." (QS. Ar Rad: 11)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaaatuh

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam, penulis skenario kehidupan, yang telah memberikan berbagai nikmat diantaranya nikmat sehat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada junjungan alam Nabi Agung Muhammad SAW, Kepada para keluarganya, shabatnya, dan kepada para pengikutnya.

Skripsi yang berjudul **Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film Alma** ini merupakan sebuah karya yang tak luput dari kesalahan, masih banyak kekurangan dalam penulisannya. Namun di samping itu, peneliti berharap dengan lainnya karya ini bisa bermanfaat bagi orang banyak. Tidak lupa, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orang-orang hebat yang telah ikut berkontribusi selama penulisan tugas akhir ini. Penulis ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.A., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd
3. Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si

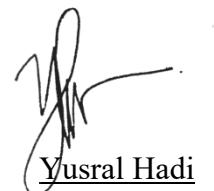
4. Dosen Pembimbing Akademik, Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil yang telah mendorong anak asuhnya untuk segera lulus tepat waktu dengan baik.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. H. M. Kholili, M.Si yang selalu membimbing dengan santai, mempermudah dalam segala prosedur yang harus penulis lewati, dan memberikan motivasi yang dapat meningkatkan semangat peneliti.
6. Segenap dosen dan staff Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang turut berkontribusi dalam penulisan Tugas Akhir ini.
7. LombokCare Foundation yang telah memberikan izin dan memberikan data penting selama proses penulisan skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta. Bapak M. Zakiuddin, S.H dan Mama Hj. Baiq Erliana, S.Ag yang tiada henti menyemangati anakmu ini dengan penuh kasih sayang untuk segera lulus.
9. Kedua Saudaraku, Kak Wang dan Adik Thoriq yang selalu membantu membiayai kebutuhan selama penelitian.
10. Keluarga Besar Bani Afifuddin dan Bani Muazzin yang selalu menanyakan kapan wisudanya biar bisa main-main ke jogja.
11. KostCol Pecinta Soto, Hafidh Ihya, Moh. Arijul Ulya, Yovie Febriansyah, Khairul Amanillah, Farhan Amin, Mahdy Perwira Utama, sekumpulan orang yang buat betah di jogja.
12. DPK Artspace
13. Suka TV, rumah pencarian jati diri.

14. Rekan-rekan seperjuangan Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2017 semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kebahagian.

15. Terakhir untuk Yusral Hadi. Terima Kasih.

Sebagai penutup, penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran membangun sangat disambut baik. Harapan penulis, semoga penelitian dan keseluruhan skripsi ini dapat bermanfaat di masa mendatang.

Yogyakarta, 19 Juli 2022
Peneliti



Yusral Hadi
17102010007



ABSTRAK

Yusral Hadi, 17102010007, Skripsi: *Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film Alma*, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dakwah Melalui Film sebagai suatu kegiatan komunikasi dihadapkan pada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, sehingga memerlukan suatu adaptasi terhadap kemajuan. Dengan media film, pesan dakwah dapat menjakau berbagai macam kalangan. Pesan-pesan da'i sebagai pemain dalam dialog-dialog adegan film dapat mengalir secara lugas, sehingga penonton (mad'u) dapat menerima pesan yang disampaikan da'i tanpa paksaan.

Sebagaimana pada film Alma adalah film yang menggambarkan perjuangan seorang anak difabel dalam meraih keinginannya. Kisah yang merubah stigma anak-anak difabel. Film yang menjadi kado istimewa bagi anak-anak difabel Nusa Tenggara Barat dengan durasi 14 menit yang di sutradarai Trish Pradana.

Jenis pendekatan dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif. Sedangkan spesifikasi penelitian yang peneliti lakukan untuk mengetahui teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma adalah analisis isi (*content analysis*)

Berdasarkan data yang telah diteliti, hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah dalam film Alma diklasifikasikan menjadi tiga bagian yaitu Aqidah, Syari'ah, dan Akhlak. Pesan aqidah dalam film ini hanya dalam bidang keimanan kepada Allah. Pesan Syari'ah mencakup pesan ibadah dan sosial. Dan pesan Akhlak mencakup bidang akhlak terhadap sesama. Teknik penyampaian pesan dalam film ditinjau dari dua aspek yaitu Audio dan Visual. Audio meliputi dialog, musik dan *sound effect*. Sedangkan Visual meliputi teknik pengambilan gambar, lokasi ataupun *setting*.

Kata kunci: teknik, pesan dakwah, film.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMPERBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Tinjauan Pustaka	5
E. Kerangka Teori.....	11
F. Metode Penelitian.....	36
G. Kerangka Pikir.....	41
H. Sistematika Pembahasan	42

BAB II GAMBARAN UMUM	43
A. Profil Alma	43
B. Tokoh-tokoh Dalam Film Alma	45
C. Sinopsis Film Alma	48
D. Teknik Penyampaian Pesan Dakwah dalam Film	50
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Analisis Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Berkaitan Dengan Aqidah	55
B. Analisis Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Berkaitan Dengan Akhlak.....	58
C. Analisis Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Berkaitan Dengan Syari'ah	67
BAB IV PENUTUP	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Kerangka pikir 41

Gambar 2.1: Tangkapan layar Judul film Alma 43



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tokoh Film Alma 45



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Film adalah salah satu bentuk karya seni yang menjadi fenomena dalam kehidupan modern. Sebagai objek seni dalam abad ini, film dalam proses berkembang menjadi salah satu bagian dari kehidupan sosial, yang tentunya memiliki pengaruh yang cukup signifikan pada manusia sebagai penonton.¹ Film yang dipungskian sebagai media dakwah bagi para da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya dapat diperankan oleh seorang tokoh pemain dalam film, tanpa harus ceramah dan khutbah seperti halnya pada majelis taklim. Sehingga secara tidak langsung para penonton tidak merasa diceramahi atau digurui

Sejalan dengan pendapat Alamsyah pada jurnal Perspektif Dakwah Melalui Film mengatakan bahwa dakwah sebagai suatu kegiatan komunikasi dihadapkan pada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, sehingga memerlukan suatu adaptasi terhadap kemajuan.² Artinya dakwah dituntut untuk dikemas melalui media komunikasi dengan aneka *mad'u* yang dihadapi. Oleh sebab itu, dakwah tidak hanya dilakukan dari mimbar ke mimbar. Dengan memanfaatkan media diharapkan mampu menyukseskan

¹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005), hlm. 13.

² Alamsyah. *Perspektif Dakwah Melalui Film*. Jurnal Dakwah Tabligh. 2012 Volume 13 (1): 197-210.

perjuangan dakwah para *da'i* kepada *mad'u* dengan jangkauan lebih luas.³

Dengan media film, pesan dakwah dapat menjangkau berbagai macam kalangan. Pesan-pesan *da'i* sebagai pemain dalam dialog-dialog adegan film dapat mengalir secara lugas, sehingga penonton (*mad'u*) dapat menerima pesan yang disampaikan *da'i* tanpa paksaan.

Sebagaimana pada film Alma, memberikan warna pada perfilman Indonesia. Film ini menggambarkan tema-tema realitas kehidupan sosial masyarakat tentang anak-anak yang berkebutuhan khusus. Film ini menceritakan tentang perjuangan seorang anak perempuan 12 tahun yang bernama Alma dalam mengejar mimpiya mengikuti lomba model busana muslim. Alma sendiri adalah seorang yang memiliki hambatan dalam berjalan. Namun, semua hambatan itu ia lewati dan membuatnya semakin kuat dalam menjalani hari-harinya. Alma sosok anak yang ingin mencoba segala hal, seakan ia tidak peduli dengan kondisi fisiknya. Ia memiliki semangat dan impian yang besar, impian yang mungkin tidak dimiliki oleh anak lainnya.

Elemen musik dan *sound effect* yang digunakan dalam film tersebut untuk mempertegas makna sebuah adegan yang membentuk nilai dramatik sangat cocok. *Theme song* yang digunakan sebagai identitas lagu dalam film adalah *pop song* sebagai bentuk keceriaan dan

³ Meta Ratih, Nurmy A. R., Samsul Hidayat. *Strategi Pengemasan Pesan Dakwah Melalui Bahasa Verbal dan Non Verbal dalam Film "Kurang Dua Ons"*, hlml.2.

semangat, sehingga film tidak membosankan dan membuat penonton lebih konsentrasi dalam mengikuti alur cerita film ini.

Teknik yang digunakan saat mengambil gambar oleh sang kamera menciptakan sejumlah visual simbol yang menunjukkan karakter tokoh dan ekspresi wajah yang bertujuan untuk menceritakan ekspresi seseorang. Mulai dengan memotret orang yang tersenyum, menangis, dan merenung. Sehingga penonton dibuatnya terharu dalam film ini. *Setting* atau latar belakang yang sering digunakan dalam adegan film ini sangat sederhana di lingkungan sekolah. Sehingga penonton mudah menerima pesannya.

Selain alasan diatas, film ini menarik diteliti karena didalamnya terdapat berbagai pesan yang tentunya bermanfaat bagi khayal luas, film ini mampu menyajikan pesan-pesan yang jelas kepada penonton tentang hal-hal yang pantas untuk ditiru dan hal-hal yang harus ditinggalkan. Tidak bertentangan dengan nilai adat istiadat, norma serta tujuan dan sasarannya mampu menjangkau semua kalangan. Oleh sebab itu, film ini bisa dikategorikan sebagai film dakwah karena mengandung pesan-pesan yang mengajak kepada kebaikan (*amar ma'ruf*) dan larangan kepada keburukan atau hal-hal yang bertentangan dengan Al-Qur'an dan sunnah (*nahi munkar*).

Dari latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma tersebut sehingga dapat dipahami dan diambil

hikmahnya. Dengan demikian untuk membahas permasalahan diatas maka penulis tuangkan dalam judul Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film Alma.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis memberikan rumusan masalah penelitian ini yakni, bagaimana teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan dakwah dan teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma karya Trish Pradana.

2. Manfaat penelitian

1. Memberi tambahan wacana dan pengetahuan tentang teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma.

2. Menumbuhkan dan memberi pemahaman bahwa film merupakan salah satu media dakwah yang efektif.

3. Menambahkan khasanah keilmuan di bidang komunikasi khususnya komunikasi penyiaran Islam.

D. Tinjauan Pustaka

Keberagaman dakwah dan film menjadi tema beberapa penelitian, berikut beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini :

1. Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film “Air Mata Ibuku”. Penelitian oleh Ibnu Waseu (2016). Perumusan masalahnya dilatarbelakangi bagaimana film yang bukan tergolong film religi namun sarat akan makna pesan-pesan yang disampaikan mengandung nilai religius yang divisualisasikan dalam film “Air Mata Ibu” sehingga berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalahnya adalah bagaimana teknik penyampaian pesan dakwah dalam film “Air Mata Ibu”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dan kategorisasi. Menurut penyusun skripsi tersebut, ia menyimpulkan bahwa teknik penyampaian pesan dakwah dalam film berupa gambar, dialog, akting, adegan, visualisasi serta setting dan pengambilan gambar pada setiap *scene* yang digambarkan dalam film “Air Mata Ibuku”. Adapun pesan dakwah yang terkandung dalam film “Air Mata Ibuku” diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu aqidah, syari’ah, dan akhlak. Pada pesan akidah terdapat pesan berupa aplikasi keimanan kepada Allah yaitu disaat sedang susah ataupun senang selalu mengingat kepada Allah. Pada bidang Akhlak

terdapat pesan berupa aplikasi sikap peduli sesama dan sikap saling memaafkan. Sedangkan akhlak kepada keluarga adalah kasih sayang keluarga dan tolong menolong keluarga. Pada bidang syariah pesan dakwah yang terkandung adalah pesan ibadah, pendidikan, dan pesan sosial untuk saling berinteraksi.⁴

2. Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika. Penelitian oleh Nurul Latifah (2016). Dalam penelitian ini Nurul latifah bertujuan untuk mengetahui bagaimana film “Bulan Terbelah di Langit Amerika” mengungkapkan sisi kehidupan keislaman masyarakat Islam yang tinggal di tengah kehidupan non muslim yang kerap dipahami tentang Islam sebagai agama “kekerasan”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotik Roland Barthes yaitu sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda yang lebih tertuju pada gagasan signifikan dua tahap, *order of signification*. *First order of signification* adalah denotasi. Sedangkan konotasi *second order of signification*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa film “Bulan Terbelah di Langit Barat” menurut tinjauan dakwah adalah berisi pesan yang lebih ditekankan dalam bidang syari’ah. Syari’ah dalam Islam berhubungan erat dalam amal

⁴ Ibnu Waseu, “Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film “Air Mata Ibuku., Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo, 2016.

lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia. Adapun pesan moralnya diantaranya : Menyayangi anak kecil, gemar berderma, berperilaku baik terhadap tetangga, cinta damai, bersikap sabar, toleransi antar manusia yang berbeda agama, dan menolong pengikut agama lain.⁵

3. Strategi Penyiaran Remotivi dalam Meningkatkan Kesadaran terhadap Produk Halal. Penelitian oleh Jamilah Nurhalimah (2019). Dalam penelitian ini Jamilah Nurhalimah bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan mengenai strategi komunikasi dalam pemilihan topik, pengemasan pesan, dan penggunaan metode penyampaian pesan yang dipilih. Penelitian menggunakan metode penelitian studi kasus yang mengkaji lebih dalam soal lembaga dan produksi video milik Remotivi. Penelitian ini didasarkan pada asumsi sebuah model komunikasi, yaitu model S-M-C-R David K. Berlo pakar ilmu komunikasi dari Amerika Serikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1. Pemilihan topik di Remotivi menggunakan gaya bahasa yang tidak saklek dan dijabarkan dengan acara sederhana dengan fokus pada isu-isu masyarakat

⁵ Nurul Latifah. *Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika*, Komunikasi Penyiaran & Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016.

- sosial. 2. Pengemasan pesan yang dilakukan oleh Remotivi dibuat dengan merumuskan poin-poin yang dikolaborasi sebelumnya dengan riset yang mendalam. 3. Metode penyampaian pesan yang dilakukan oleh Remotivi merupakan strategi pendekatan kepada komunikasi. Pendekatannya menggunakan pesan yang tidak hanya bersifat informatif tapi juga persuasif.⁶
4. Strategi Pengemasan Pesan Dakwah Melalui Bahasa Verbal dan Non Verbal Dalam Film “Kurang Dua Ons”. Penelitian oleh Meta Ratih, Nurmy A.R, Samsul Hidayat (2019). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penentuan pesan dakwah dan pemilihan ide cerita, strategi pengemasan dakwah ke dalam skenario dan bagaimana strategi pengemasan pesan dakwah ke dalam audio visual maupun verbal dan non-verbal pada film “Kurang Dua Ons”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan data primer berupa hasil *interview* dengan Sutradara, observasi terhadap film dan audio visualnya, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder berupa dokumen rekaman, wawancara dengan pihak terkait lainnya dalam film ini, buku, jurnal dan dokumen pendukung. Data tersebut kemudian

⁶ Jamilah Nurhalimah, Bahrudin, Nase Saepudin, *Strategi Penyiaran Remotivi dalam Meningkatkan Kesadaran terhadap Produk Halal*, Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2019.

dianalisis dengan melakukan *data collection, reducing, classification, dan display*. Pada kesimpulan terlihat bahwa strategi pengemasan dakwah dan penentuan ide cerita dilakukan melalui observasi, penentuan tema, penentuan tujuan pembuatan film, analisis tokoh utama, penentuan segmentasi, dan observasi lebih mendalam. Strategi pengemasan pesan dakwah ke dalam skenario film dilakukan dengan karakterisasi tokoh, penentuan *scene* dan tujuan komunikasi serta strategi pengemasan pesan dakwahnya ke dalam audio visual bahasa verbal dan non verbal menggunakan *angle*, pencahayaan, teknik pengambilan gambar dan setting sesuai arahan Sutradara.

5. Pesan-pesan Komunikasi Non Verbal Pada Pementasan Teater “Mime In Lombok” Di Komunitas Pemuda Kota Mataram. Penelitian oleh Mukhlis Arwana Putra (2019). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana “Teater Mime In Lombok” menyampaikan pesan kepada Komunitas Pemuda di Mataram dan untuk mengetahui apa dampak menyampaikan pesan melalui pementasan “Mime In Lombok” di Kota Mataram. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dalam pengumpulan data yang dibutuhkan, penelitian menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data Miles dan Huberman, untuk menguji keabsahan data,

penelitian menggunakan teknik triangulasi data. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa “Teater Mime In Lombok” dalam menyampaikan pesan kepada Komunitas Pemuda di Kota Mataram dengan menggunakan komunikasi non verbal yakni dengan media gerakan tubuh, ekspresi wajah, postur tubuh, gerakan mata atau kontak mata, dan isyarat tangan. Selain itu, penelitian menemukan dampak yang terjadi kepada Komunitas Pemuda di Kota Mataram setelah menyaksikan pementasan “Teater Mime In Lombok” yakni, Komunitas Pemuda Kota Mataram menjadi lebih peduli terhadap lingkungan, Komunitas Pemuda di Kota Mataram lebih memperkaya ilmu sosial, dan Komunitas Pemuda di Kota Mataram menjadi lebih peka terhadap penggunaan media sosial.⁷

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁷ Arwana, Mukhlis Putra, *Pesan-pesan Komunikasi Non Verbal Pada Pementasan Teater “Mime In Lombok” Di Komunitas Pemuda Kota Mataram*. Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Mataram 2019.

E. Kerangka Teori

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong ataupun memohon. Dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah merupakan bentuk mashdar dari kata kerja *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak.⁸

Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut *da'i*, artinya orang yang menyeru. Tetapi karena perintah memanggil adalah suatu proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu, maka pelakunya dikenal juga dengan istilah *mubaligh*, artinya penyampaian atau penyeru.

Dakwah ditinjau terminology atau istilah, telah dikemukakan oleh beberapa pakar keilmuan, diantaranya:

a) Syaikh Muhammad Ash-Shawwaf

Dakwah adalah risalah langit yang diturunkan ke bumi, berupa hidayah Sang Khaliq kepada mahluk, yakni *din* dan jalan-Nya yang lurus yang sengaja dipilih-Nya dan dijadikan sebagai jalan satu-satunya untuk bisa selamat Kembali kepada-Nya.

⁸ Fathul Bahri, *Meneliti Jalan Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2008), hlm. 17

b) M. Natsir

Dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, dan yang meliputi *al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan bermasyarakat dan kehidupan bernegara.⁹

c) Prof. Dr. M. Quraish Shihab

Dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna baik terhadap pribadi maupun masyarakat.¹⁰

Beberapa definisi dakwah tersebut, kesemuanya bertemu pada satu titik, yakni, dakwah merupakan sebuah upaya dan kegiatan baik dalam wujud ucapan maupun perbuatan, yang mengandung ajakan atau seruan kepada orang lain untuk mengetahui, menghayati, dan mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, untuk meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat.

⁹ M. Natsir, *Fungsi Dakwah Berjuangan*, (Yogyakarta: Sipres, 1996), hlm. 52

¹⁰ Prof. Dr. M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 2001), hlm. 194

b. Unsur-Unsur Dakwah

Dakwah menjadikan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sesuai dengan nilai-nilai Islam. Agama *rahmatan lil alamin* ini harus didakwahkan kepada seluruh manusia. Dalam prosesnya, dakwah melibatkan unsur-unsur dakwah.¹¹ Unsur-unsur dakwah tersebut antara lain:

a) Subjek Dakwah, secara teoritis, subjek dakwah atau yang lebih dikenal dengan sebutan *da'i* adalah orang yang menyampaikan pesan atau menyebarluaskan ajaran agama kepada masyarakat umum (publik). Sedangkan secara praktis, subjek dakwah (*da'i*) adalah setiap muslim atau muslimat yang melakukan aktifitas dakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tak terpisahkan dari misi sebagai penganut Islam sesuai perintah_ “*balligu ‘anni walau ayat*”. Kedua, *da'i* dilamarkan kepada mereka yang memiliki keahlian tertentu dalam bidang dakwah Islam dan mempraktekkan keahlian tersebut dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan segenap kemampuannya baik dari segi penguasaan konsep, teori, maupun metode tertentu dalam berdakwah.¹²

¹¹ Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Jakarta, Kencana,2004. hlm. 75.

¹² Pimay, Awaluddin. *Metodologi Dakwah*. Semarang: Rasail,2006. hlm. 21-22.

Suksesnya usaha dakwah tergantung juga kepada kepribadian *da'i* yang bersangkutan. Apabila *da'i* mempunyai kepribadian yang menarik insyaallah dakwahnya akan berhasil dengan baik, dan sebaliknya jika *da'i* tidak mempunyai kepribadian yang baik atau tidak punya daya tarik , maka usaha itu akan mengalami kegagalan.¹³

- b) Objek Dakwah, yaitu masyarakat sebagai penerima dakwah. Masyarakat baik individu maupun kelompok, sebagai objek dakwah, memiliki strata dan tingkatan yang berbeda-beda. Dalam hal ini seorang *da'i* dalam aktivitas dakwahnya, hendaklah memahami karakter dan siapa yang akan diajak bicara atau siapa yang akan menerima pesan-pesan dakwahnya. *Da'i* dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya, perlu mengetahui klasifikasi dan karakter objek dakwah , hal ini penting agar pesan-pesan dakwah bisa diterima dengan baik oleh *mad'u*.¹⁴

¹³ Anshari, Hafi. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas. 1993, hlm. 107.

¹⁴ Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Amzah, 2009) hlm. 15.

c. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah-dakwah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah.¹⁵

Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah. Menurut Aziz wasilah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u*.¹⁶

Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu:¹⁷

- 1) Lisan, inilah wasilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- 2) Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat (korespondensi), spanduk dan sebagainya.
- 3) Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- 4) Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-keduanya, televisi, film, internet, dan sebagainya.

¹⁵ Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Amzah, 2009) hlm. 14.

¹⁶ Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, Jakarta, Kencana, 2004, hlm. 120.

¹⁷ M. Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 32

5) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh *mad'u*.¹⁸ Untuk mendapatkan sasaran dalam komunikasi dakwah, dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan dakwah yang akan disampaikan serta teknik dakwah yang akan digunakan.

d. Materi dakwah

Materi dakwah adalah pesan (*message*) yang dibawakan oleh subyek dakwah untuk diberikan atau disampaikan kepada obyek dakwah. Materi dakwah yang biasa disebut juga dengan ideologi dakwah, ialah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Sunnah.¹⁹

Syarat pertama yang diperhatikan dalam merencanakan dan menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi (*maddah*) dakwah yang sesuai dengan kondisi dan situasi khalayak. Dalam ilmu komunikasi dijelaskan bahwa syarat utama sebuah pesan dalam mempengaruhi khalayak, ialah pesan itu mampu membangkitkan perhatian khalayak. Hal ini juga berkaitan dengan faktor siap (*da'i atau mubaligh*) yang akan menyampaikan atau menyajikan pesan dakwah tersebut.

¹⁸ Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta, Kencana,2004), hlm. 120

¹⁹ Rofiah, Khusniati, *Dakwah Jamaah Tabligh dan Eksistensinya di Mata Masyarakat*, (Ponorogo: Stain Ponorogo Press, 2010). hlm. 26.

Karena suatu pesan dakwah yang sama, tetapi disampaikan oleh *da'i* yang berbeda kepada khalayak yang sama akan menimbulkan efek yang berbeda. Begitupun suatu pesan yang sama disampaikan oleh *da'i* yang sama, tetapi khalayak yang berbeda, juga akan menimbulkan efek yang berbeda pula.²⁰

Segala pesan yang *amar ma'ruf nahi mungkar*, yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadis dan tidak bertentangan dengan keduanya adalah pesan dakwah²¹. Nilai-nilai ajaran Islam secara implisit maupun eksplisit tertuang dalam kedua sumber tersebut. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik dan tidak monoton sehingga merangsang objek dakwah untuk menerima dan mengamalkannya.²²

Pesan dakwah harus menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan dan kepentingan khalayak sebagai manusia atau sebagai makhluk sosial, maka pesan harus direncanakan. Perencanaan disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik khalayak. Khalayak harus diajak dan harus dimohon atau dibujuk dengan pesan dakwah persuasif dan metode persuasif.²³

²⁰ Arifin, Anwar. 2011. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Cetakan I.Yogyakarta: Graha Ilmu), hlm. 249..

²¹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hlm. 24

²² Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Amzah. 2009) hlm. 88

²³ Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Cetakan I.Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hlm. 249.

Keseluruhan ajaran Islam, yang ada di Kitabullah maupun Sunnah Rasul Nya, yang pada pokoknya mengandung tiga prinsip yaitu : Aqidah, Syariat, dan Akhlaq.

Maddah atau materi dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam tiga masalah pokok, yaitu sebagai berikut :

- 1) Masalah akidah

Aqidah berasal dari bahasa arab ‘*aqidah*’ yang bentuk jamaknya adalah ‘*aqa ‘id*’ yang berarti kepercayaan atau keyakinan.²⁴ Oleh karena itu aqidah yang menjadi pondasi utama bagi umat muslim. Karena aqidah ini lah yang menjadi dasar dan memberikan arahan bagi kehidupan khususnya umat muslim.

- 2) Masalah syari’ah

Syari’at dalam Islam erat hubungannya dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup manusia dengan manusia. Ini dijelaskan dalam sabda Rasulullah saw²⁵ :

“...Islam ialah bahwasanya engkau bersaksi bahwa sesungguhnya tidak ada Tuhan yang sebesar melainkan Allah dan sesungguhnya Muhammad adalah utusan Allah, dan engkau

²⁴ Madkhol Lidiroosati, *Aqidah Al Islamiyah*, Dr. Utsman Jum’ah Ad Dhomairiyah 9 (Maktabah As Sawaadi At Tauzi’, Cet 1: 1425 H, Jeddah), hlm.87

²⁵ *Ibid.*

mendirikan shalat, memberikan zakat, engkau berpuasa pada bulan Ramadhan, dan engkau menjalankan haji ke Baitullah bila engkau mampu menjelaskannya..” (HR. Muslim).

3) Masalah akhlak

Kata akhlak berasal dari kata *khuluqun* dalam bahasa arab artinya watak, kelakuan, tabi’at, perangi, budi pekerti, tingkah laku dan kebiasaan. Sedangkan istilah, akhlak merupakan suatu keadaan jiwa atau sifat yang tetap pada seseorang yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu perbuatan tanpa memerlukan pemikiran pertimbangan atau penelitian.²⁶

Masalah akhlak sangat luas sekali yang tidak saja bersifat lahiriah, tetapi juga sangat melibatkan pikiran. Ahlak dunia (agama) mencakup berbagai aspek, mulai dari akhlak kepada Allah hingga kepada sesama makhluk,

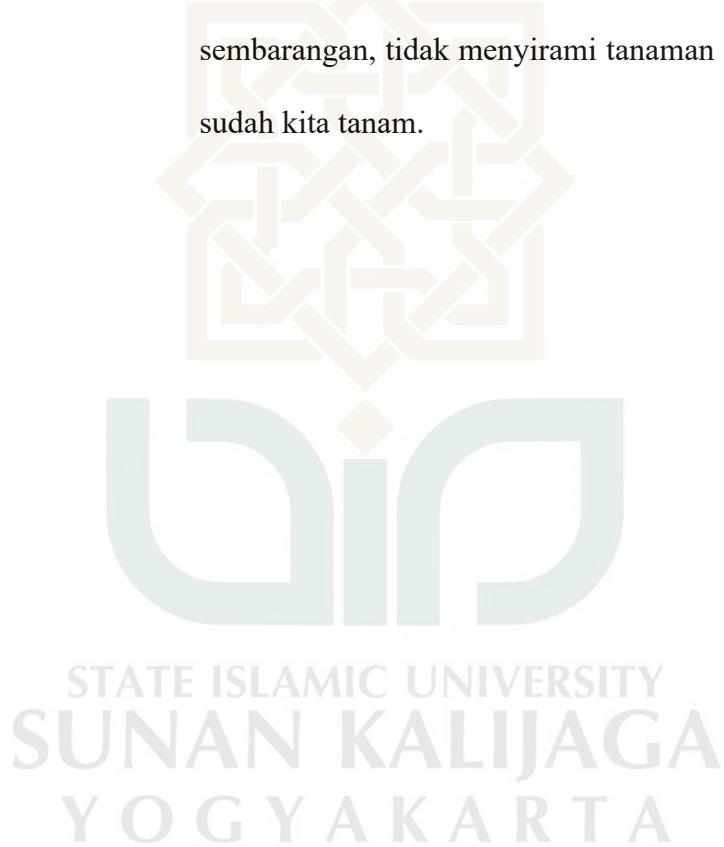
meliputi :

- a) Akhlak kepada Allah. Akhlak ini akan bertolak pada pengakuan dan kesadaran bahwa tiada Tuhan selain Allah.
- b) Akhlak terhadap sesama manusia. Akhlak berbuat baik kepada sesama. Contohnya adalah menjenguk tetangga

²⁶ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 117-118.

atau saudara yang sedang sakit memberi sedekah kepada fakir miskin.

- c) Akhlak terhadap lingkungan, lingkungan disini adalah segala sesuatu yang berada di sekitar manusia, baik binatang, tumbuhan maupun benda-benda yang bernyawa. Contohnya adalah tidak membunuh binatang sembarangan, tidak menyirami tanaman atau bunga yang sudah kita tanam.



2. Film

a. Pengertian Film

Film adalah gambar hidup dari seonggok seluloid dan dipertunjukkan melalui proyektor. Di masa sekarang produksi film tidak hanya menggunakan pita seluloid (proses kimia), tetapi memanfaatkan teknologi video (proses elektronik) namun keduanya tetap sama yaitu gambar hidup.²⁷

Film bergerak dengan cara cepat dan bergantian sehingga memberikan visual yang kontinyu. Kemampuan film melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Tujuan film selain sebagai hiburan, juga sebagai informasi dan pendidikan. Film sebagai media komunikasi mempunyai tujuan *transmission of values* (penyebaran nilai-nilai). tujuan ini disebut sosialisasi. Sosialisasi mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.²⁸

b. Jenis-jenis Film

1) Film Cerita

Cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambar yang lebih artistik. Film

²⁷ Sumarno, Marselli. 1996. Dasar-Dasar Apresiasi Film. Jakarta : PT. Grasindo, hlm. 4

²⁸ Ardianto, Elvinaro. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media,2004, hlm. 136

cerita terbagi menjadi film cerita pendek (*short films*) yang biasanya berdurasi di bawah 60 menit, sedangkan film dengan durasi 60 menit, dikategorikan sebagai film cerita panjang (*feature length films*).

Film pada penelitian ini dikategorikan film cerita pendek atau *short films*. Selain film pada penelitian ini dikategorikan sebagai film cerita, film ini juga dapat dikategorikan sebagai film pendek anak-anak karena alur cerita di dalamnya dapat dikonsumsi anak-anak.

2) Film Berita

Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*news value*).

3) Film Dokumenter

Film dokumenter dilihat dari segi subjek dan pendekatannya adalah penyajian hubungan manusia yang di dramatisir dengan kehidupan kelembagaannya, baik lembaga industri, sosial, maupun politik, dan dilihat dari segi teknik merupakan bentuk yang kurang penting dibandingkan isinya.²⁹

²⁹ Raymond Spottiswoode, *A Grammer of the Film*, dalam Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003, hlm. 215

4) Film Kartun

Film Kartun dibuat untuk konsumsi anak-anak, sebagian besar film kartun membuat kita tertawa karena kelucuan para tokohnya. Sekalipun tujuan utamanya menghibur, film kartun bisa juga mengandung unsur pendidikan³⁰.

c. Unsur-unsur Film

Pembuatan film dikenal sebagai kerja kolaboratif, artinya melibatkan sejumlah keahlian tenaga kreatif yang harus menghasilkan suatu keutuhan, saling mendukung dan mengisi.³¹ Sejumlah ahli yang terkumpul dalam pembuatan film merupakan unsur-unsur film. Berikut unsur-unsur yang terdapat dalam pembuatan film dari segi non teknis.

1) Produser

Produser merupakan pihak yang bertanggung jawab terhadap berbagai hal yang diperlukan dalam proses pembuatan film. Selain dana, ide atau gagasan, produser juga menyediakan naskah yang akan difilmkan, serta jumlah hal lainnya yang diperlukan dalam kaitan proses produksi film

³⁰ Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

³¹ Sumarno, Marselli. 1996. *Dasar-Dasar Apresiasi Film*. Jakarta : PT. Grasindo, hlm. 32

2) Sutradara

Sutradara menduduki posisi tertinggi dari segi artistik. Tanggung jawabnya meliputi aspek-aspek kreatif, baik interpretative maupun teknis, dari sebuah produksi film.

3) Penulis Skenario

Penulis skenario adalah orang yang mempunyai keahlian membuat transkripsi sebuah film. Membuat film dalam bentuk tertulis. Tugas menulis skenario membangun cerita yang menunjukkan perkembangan jalan cerita yang baik dan logis.

4) Penata fotografi

Penata fotografi bertugas untuk menentukan jenis-jenis shot. Seperti *Big Close Up* (BCU) adalah pengambilan gambar orang pada jarak dekat, misalnya dalam gambar orang hanya terlihat bibirnya saja. *Close Up* (CU) adalah pengambilan gambar pada jarak dekat, dalam gambar orang terlihat wajahnya saja untuk menegaskan ekspresi tokoh. *Long Shot* (LS) adalah pengambilan gambar pada jarak jauh, untuk gambar yang harus terlihat keseluruhan, misalnya gambar orang akan terlihat seluruh badan berikut latar belakangnya.³²

³² Lutters, Elizabeth. *Kunci Sukses Menulis Skenario*. Jakarta: PT Grasindo, 2014, hlm. 158-162.

5) Penata Suara

Seorang penata suara akan mengolah materi suara dari berbagai system rekaman. Fungsi lain dengan menjaga kesinambungan gambar.³³

6) Penyunting

Penyunting adalah orang yang bertanggung jawab untuk mendapatkan seluruh potongan gambar dan mengaturnya kedalam kesatuan yang koheren.³⁴ (Effendi, 2002: 102)

7) Penata Artistik

Penata artistik bertanggung jawab terhadap perancangan set film.

8) Pemeran

Pemeran adalah orang yang dipekerjakan untuk memunculkan karakter yang dibuat atau disesuaikan dengan biografi kepada para penonton.

9) Penata Musik

Bertanggung jawab untuk mengatur atau menyediakan musik yang akan digunakan dalam film.³⁵

³³ *Ibid.*

³⁴ Effendy Heru. *Mari Membuat Film : Panduan Menjadi Produser*. Jakarta. Yayasan Konfiden, 2002, hlm. 102

³⁵ *Ibid.*

d. Unsur- unsur Teknis Film

1. Pesan Audio

Untuk melihat bagaimana pesan-pesan keagamaan bisa disampaikan, teknik penyampaian pesan dakwah meliputi Audio Visual. Audio meliputi dialog, musik dan *sound effect*.

2. Pesan Visual

Sedangkan ditinjau dari segi visualnya, penelitian ini akan dikaji dengan melihat beberapa aspek diantaranya *Angle*, *Lighting*, teknik pengambilan gambar, dan *setting*.

a) *Angle*

Angle kamera dibedakan menurut karakteristik dari gambar yang dihasilkan ada 3 yaitu:

1. *Straight Angle*, yaitu sudut pengambilan gambar yang normal, biasanya ketinggian kamera setinggi dada dan sering digunakan pada acara yang gambarnya tetap. Mengesankan situasi yang normal, bila pengambilan *straight angle* secara *zoom in* menggambarkan ekspresi wajah obyek atau pemain dalam memainkan karakternya, sedangkan pengambilan *straight angle* secara *zoom out* menggambarkan secara menyeluruh ekspresi gerak tubuh dari obyek atau pemain.

2. *Low angle*, yaitu sudut pandang pengambilan gambar dari tempat yang letaknya lebih rendah dari obyek.

Hal ini membuat seseorang Nampak kelihatan mempunyai kekuatan yang menonjol dan atau kelihatan kekuasaannya.

3. *High angle*, yaitu sudut pengambilan gambar dari tempat yang lebih tinggi dari obyek. Hal ini akan memberikan kesan kepada penonton sesuatu kekuatan atau rasa superioritas.

b) Pencahayaan / *Lighting*

Pencahayaan adalah tata lampu film. Ada dua macam pencahayaan yang dipakai dalam produksi yaitu *natural light* (matahari) dan *artificial light* (buatan), misalnya lampu. Jenis pencahayaan antara lain:

1. Pencahayaan *Front lighting* / cahaya depan.

Cahaya merata dan tampak natural / alami.

2. *Side Lighting* / cahaya samping.

Subyek lebih terlihat memiliki dimensi. Biasanya banyak dipakai untuk menonjolkan suatu benda karakter seseorang.

3. *Back Lighting* / cahaya belakang.

Menghasilkan bayangan dan dimensi.

4. *Mix Lighting* / cahaya campuran

Merupakan gabungan dari tiga pencahayaan sebelumnya. Efek yang dihasilkan lebih merata dan meliputi setting yang mengelilingi obyek.

c) Teknik Pengambilan Gambar

Pengambilan atau perlakuan kamera juga merupakan salah satu hal yang penting dalam proses penciptaan visualisasi simbolik yang terdapat dalam film. Proses tersebut akan dapat mempengaruhi hasil gambar yang diinginkan, apakah ingin menampilkan karakter tokoh, ekspresi wajah dan setting yang ada dalam sebuah film.

Oleh karna itu dalam penelitian ini menggunakan beberapa kerangka dalam perlakuan kamera yang ada, yakni:³⁶

1. *Full Shot* (seluruh tubuh). Subyek pertama berinteraksi dengan subyek lain, interaksi tersebut menimbulkan aktivitas sosial tertentu.
2. *Long Shot Setting* dan karakter lingkup dan jarak. *Audience* diajak oleh sang cameramen untuk melihat keseluruhan obyek dan sekitarnya. Mengenal subyek dan aktivitasnya berdasarkan lingkup *setting* yang mengelilinginya.

³⁶ Teguh Trianto, *Film Sebagai Media Belajar*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 74

3. *Medium Shot* (bagian pinggang ke atas). *Audience* diajak untuk sekedar mengenal obyek dengan menggambarkan sedikit suasana dari arah tujuan cameramen.
4. *Close Up* (hanya bagian wajah). Gambar memiliki efek yang kuat sehingga menimbulkan perasaan emosional karena *audience* melihat hanya pada satu titik interest. Pembaca dituntut untuk memahami kondisi subyek.
5. *Pan Up / Frog Eye* (kamera diarahkan ke atas). Film dengan teknik ini menunjukkan kesan bahwa obyek sangat agung, berkuasa, kokoh dan berwibawa.
6. *Pan Dawn / Bird Eye* (kamera diarahkan ke bawah). Film dengan teknik ini menunjukkan kesan obyek kecil dan lemah.
7. *Crab*. Merupakan Gerakan kamera secara leteral atau menyampingm berjalan sejajar dengan subyek yang sedang berjalan. *Crab* ini mempunyai Gerakan kekiri (*Crab left*) dan kekanan (*Crab right*)
8. *Zoom In / Outfocallenght* ditarik kedalam. Maknanya observasi atau fokus. *Audience* diarahkan dan diputuskan oleh obyek utama. Unsur

lain di sekelilingi subyek berfungsi sebagai pelengkap makna.

3. Film Sebagai Media Dakwah

Di zaman sekarang ini, dakwah tidaklah cukup hanya dengan lisan belaka, yang aktivitasnya hanya dilakukan dari mimbar ke mimbar tanpa bantuan alat-alat modern, yang sekarang terkenal dengan sebutan alat komunikasi massa. Sehingga dalam perjalanan menggapai tujuan dakwah, tentunya perlu suatu media sebagai perantara untuk menyampaikan pesan kepada mad'u yang homogen maupun heterogen.³⁷

Dilihat dari sisi kekhasan media, film seperti halnya juga media massa elektronik lainnya, memiliki strategi komunikasi tersendiri. Misalnya pada media elektronik termasuk film, pesan-pesan diterima khalayak hanya sekilas, dan khalayak harus selalu berada di layar. Meskipun masih banyak bentuk media massa lainnya, film memang memiliki efek eksklusif bagi para penontonnya.³⁸

Melalui media film, informasi dapat disampaikan secara teratur sehingga menarik untuk ditonton. Hal ini karena persiapan

³⁷ Alamsyah, *Perspektif Dakwah Melalui Film*. Jurnal Dakwah Tabligh. 2012 Volume 13 (1): 197-210.hlm. 205

³⁸ Muhtadi, Asep Saeful. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016, hlm. 133

yang begitu baik mulai naskah, skenario, shooting, acting dan penyelesaiannya.

Film dijadikan sebagai media untuk menyampaikan sebuah pesan yang bermoral dan mengajak berbuat kebaikan. Contohnya: Nabi atau Rasul, bersih dari sifat-sifat tercela dan dihiasi sifat-sifat yang terpuji, seperti rasa persaudaraan, dan saling tolong menolong antar sesama manusia, belas kasih.

Film dimasukkan ke dalam kelompok komunikasi massa. Kriteria komunikasi massa yaitu komunikasi yang menggunakan media massa. Selain mengandung aspek hiburan, juga mengandung pesan edukatif. Namun aspek sosial kontrolnya tidak sekuat pada surat kabar atau majalah serta televisi yang memang menyiarkan berita berdasarkan fakta yang terjadi. Fakta dalam film ditampilkan secara abstrak, di mana tema cerita bertitik-tolak dari fenomena yang terjadi di tengah masyarakat.

Dalam mengikuti perkembangan teknologi, maka dakwah tidak hanya di tempat ibadah atau lewat lembaga khusus seperti pengajian, khutbah dan sebagainnya. Namun, dakwah dapat dilakukan melalui media modern. Salah satu media modern tersebut adalah film. Film selain sebagai media komunikasi dapat juga digunakan sebagai media dakwah. Film dikategorikan dakwah, apabila di dalamnya terdapat pesan-pesan keagamaan.

Berdasarkan pada hal diatas, dakwah dan film adalah dua hal yang sangat berkaitan. Dakwah sebagai sebuah proses komunikasi tentu membutuhkan media untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada audien. Dalam penyampaian pesan keagamaan, film mengekspresikannya dalam berbagai macam cara dan strategi, sehingga tujuan dakwah dapat tercapai dengan baik. Jadi film sebagai media komunikasi massa dapat pula berfungsi sebagai media dakwah.

4. Teknik Penyampaian Pesan Dakwah dalam Film

Teknik berasal dari kata “*technicom*” Bahasa Yunani, yang berarti keterampilan. Teknik penyampaian dalam dunia dakwah dapat diartikan dengan metode dakwah. Metode telah menjadi bahasa Indonesia yang memiliki pengertian “suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata pikir manusia”³⁹ Sedangkan dalam metodologi pengajaran Islam disebutkan bahwa metode adalah “suatu cara yang sistematis dan umum terutama dalam mencari kebenaran ilmiah”⁴⁰. Dalam kaitannya dengan pengajaran Islam, maka pembahasan selalu berkaitan dengan hakikat penyampaian materi kepada peserta didik agar dapat diterima dan dicerna dengan baik-baik

³⁹ M. Syafaat Habib, *Buku Pedoman Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1992), hlm. 160

⁴⁰ M. Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 33

Teknik merupakan operasional metode kegiatan yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan. Di dalam kegiatan dakwah terdapat teknik dakwah yang diperlukan sesuai dengan metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan dakwah, maka dapat ditetapkan bagaimana teknik pelaksanaanya. Jadi teknik merupakan tindak lanjut operasionalisasi kegiatan dakwah yang diperlukan guna tercapainya tujuan dakwah.⁴¹

Teknik penyampaian pesan dakwah pada film adalah metode atau cara yang digunakan da'i. dalam hal ini adalah sutradara dan penulis skenario untuk menyampaikan pesan dakwah melalui dua aspek yaitu audio dan visual.

Ditinjau dari aspek audionya, terdiri dari:

1. Percakapan (Dialog)

Percakapan (Dialog) menentukan apa yang diucapkan atau dikatakan karakter yang akan bergabung dan membentuk. Dialog dalam sebuah skenario film tidak boleh ditinggalkan karena di dalam dialog mempunyai unsur yang penting dalam suatu skenario film diantaranya:

- a) Dialog menampakkan karakter dan mempunyai plot
- b) Dialog menciptakan konflik
- c) Dialog menghubungkan fakta-fakta
- d) Dialog menyamarkan kejadian-kejadian yang akan datang

⁴¹ M. Bahri Ghazali, *Da'wah Komunikatif*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997), hlm. 26

- e) Dialog menghubungkan adegan-adegan dan gambar-gambar sekaligus.

2. Musik

Komponen music yang dimaksud dalam film yakni untuk mempertegas sebuah adegan agar lebih kuat makna yang akan disampingkan. Adapun music di dalam film digabri menjadi dua yaitu:⁴²

- a) Ilustrasi Musik

Ilustrasi musik adalah suara, baik dihasilkan melalui instrument music atau bukan yang disertakan dalam suatu adegan guna memperkuat suasana.

- b) *Themesong*

Themesong adalah lagu yang dimaksudkan sebagai bagian dari identitas film, bisa merupakan lagu yang ditulis khusus untuk film tersebut ataupun lagu yang telah popular sebelumnya (biasanya dipilih sendiri oleh sutradara atau produser).

3. Sound Effect (*Effect Suara*)

Sound Effect adalah suara yang ditimbulkan oleh semua aksi dan reaksi dalam film. Efek suara perlu untuk memanjakan telinga penonton, maka penata suara yang baik akan memasukkan semua

⁴² Heru Effendy, *Mari Membuat Film*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 69

bunyi yang masuk akal dengan cerita dan menghilangkan semua yang tidak perlu.

Sedangkan ditinjau dari segi visualnya, terdiri dari:

1. Adegan (*Scene*)

Adegan (*Scene*) adalah suatu unit yang menggerakkan sebuah cerita. Teknik dari sebuah adegan adalah tempat dan waktunya dilihat dari dalam ruangan (*interior*) maupun luar ruangan (*exterior*).

2. Lokasi

Lokasi menentukan gambar yang akan dibuat. Penulis skenario yang baik menggunakan lokasi yang menarik dan unik dimana menciptakan visual yang paling bagus karena tahu peraturan sebuah film adalah pemirsa yang lebih suka melihat dari pada mendengar.⁴³

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa teknik penyampaian pesan dakwah film bisa dilihat dari dua aspek yaitu dengan melihat audio dan visualnya. Audio (dialog, musik, *sound effect*) dan visual (Teknik pengambilan gambar dan *setting* atau latar).

⁴³ *Ibid.*

F. Metode Penelitian

1. Jenis Pendekatan dan Spesifikasi Penelitian

Jenis pendekatan dalam skripsi ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.⁴⁴ Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Analisis isi (*Content Analysis*). Sedangkan untuk jenis penelitiannya menggunakan analisis isi deskriptif.

Analisis isi berhubungan dengan komunikasi atau isi komunikasi. Logika dasar dalam komunikasi, bahwa setiap komunikasi selalu berisi pesan dalam sinyal komunikasinya itu, baik berupa verbal maupun nonverbal.

Beberapa skema tahapan penelitian *content analysis*. *Unitizing* (peng-uni-an). *Recording/coding* (perekaman/koding). *Reducing* (pengurangan) data atau penyederhanaan data. *Abductively inferring* (Pengambilan simpulan) bersandar kepada Analisa konstruk dengan berdasarkan pada konteks yang dipilih. *Narrating* (penarasian) atas jawaban dari pertanyaan penelitian

⁴⁴ Moleong Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.2004, hlm. 11

Analisis Isi (*Content Analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan yang mendalam isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Pelopor analisis ini adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambing atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang dimaksud untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.

Pemilihan *content analysis* sebagai pisau analisis dalam penelitian ini, karena pendekatan *content analysis* inilah yang dianggap tepat dalam menggali nilai-nilai dakwah dari film Alma.

2. Subjek & Objek Penelitian

a) Subjek Penelitian

Yang dimaksud subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran.⁴⁵ Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini adalah film Alma.

⁴⁵ Kamus Bahasa Indonesia, (1989: 862)

b) Objek Penelitian

Yang dimaksud objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian.⁴⁶ Adapun objek penelitian dalam penelitian ini adalah audio dan visual pada film Alma.

3. Sumber Data

Teknik pengumpulan data dibagi menjadi dua, yaitu:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh dari wawancara dengan produser dan film Alma. Yang kemudian dibagi per *scene* dan dipilih adegan-adegan sesuai rumusan masalah, yang digunakan untuk penelitian. Sumber data primer merupakan data yang diambil langsung oleh peneliti kepada sumbernya tanpa ada perantara dengan cara menggali sumber asli secara langsung melalui narasumber.⁴⁷
- b. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, atau literatur-literatur yang berhubungan dengan tema yang bersangkutan baik dari jurnal, tesis, skripsi, buku dan bantuan media internet. Sumber data sekunder merupakan sumber data tidak langsung yang mampu memberikan data tambahan serta penguatan terhadap data penelitian.

⁴⁶ *Ibid*

⁴⁷ Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012), hlm. 37

4. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah film, yang berarti data yang terdokumentasikan, maka teknik yang perlu dilakukan adalah teknik dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, dan lain sebagainya.⁴⁸

Teknik dokumentasi disebut juga teknik pencatatan data atau pengumpulan dokumen. Teknik dokumentasi ini dilakukan dengan mencari dat utama berupa film Alma dan bahan-bahan lain yang berkaitan dengan judul penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Setelah Data primer dan sekunder terkumpul kemudian diklasifikasi sesuai dengan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan setelah data terklasifikasi dilakukan analisis data.

Analisi data merupakan proses penyusunan transkip interview serta material lain yang telah terkumpul, tujuan agar penulis dapat menyempurnakan pemahaman terhadap data tersebut untuk kemudian penyajian lebih jelas.⁴⁹ Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

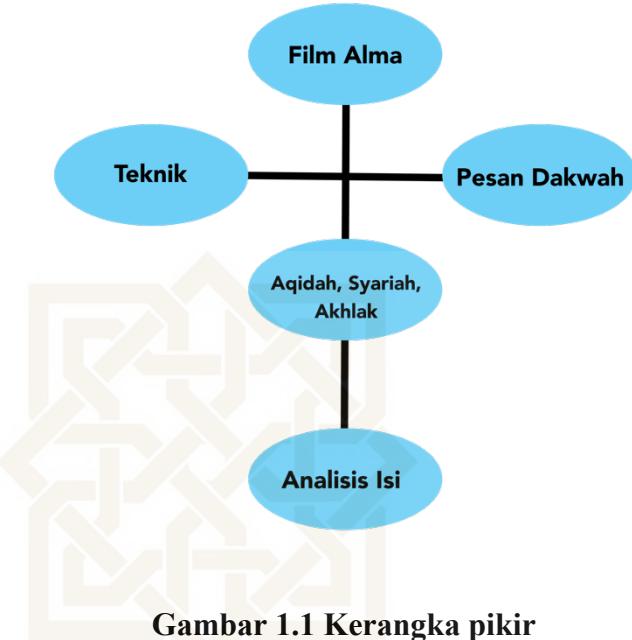
⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) hlm. 231

⁴⁹ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002) hlm. 198

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis isi, dimana tujuan dari analisis ini adalah untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambing yang didokumentasikan.

Berdasarkan data tersebut, pada tahap pertama peneliti telah mempelajari data yaitu transkip dari film Alma, kemudian yang kedua melakukan coding terhadap istilah-istilah atau penggunaan kata, kalimat atau adegan relevan dengan pesan dakwah. Ketiga melakukan klasifikasi, klasifikasi dilakukan dengan melihat satuan makna yang berhubungan dengan tujuan peneliti. Yang keempat membangun kategori, kemudian satuan makna dan kategori dianalisis dan dicari hubungan satu dengan yang lainnya untuk menemukan makna dan tujuan komunikasi dalam film Alma. Hasil analisis ini kemudian dideskripsikan dalam bentuk laporan penelitian.

G. Kerangka Pikir



Gambar 1.1 Kerangka pikir

Alma sebagai sebuah film tentunya memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Sutradara membungkus film dengan banyak teknik penyampaiannya dalam mengangkat tentang semangat anak-anak difabel dalam mewujudkan impiannya. Melalui media film, khalayak dapat tersarkan pikirannya karena kekuatan dari pengemasan pesan-pesan yang disusun rapi oleh *production house* film. Lalu dari skema pemikiran tersebut, peneliti akan membahasnya menggunakan metode analisis isi (*content analysis*)

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembatasan skripsi ini, secara sistematis penulisannya dibagi ke dalam empat bab serta sub-babnya sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

yaitu berupa latar belakang masalah yang membahas film sebagai media dakwah, sekilas tentang film Alma. Kemudian bab ini juga mencakup rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, kerangka pikir dan sistematika pembahasan.

BAB II: GAMBARAN UMUM

menjelaskan tentang film Alma, pemeran dan crew, sinopsis film Alma dan Teknik Penyampaian Pesan Film Alma

BAB III: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

bab ini yaitu berupa analisis terhadap data dari film Alma dan tentang teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma.

BAB IV: PENUTUP

bab ini berupa simpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan yang menjadi penutup dari pembahasan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Skripsi ini berusaha meneliti teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma dilihat dari kacamata dakwah menggunakan metode deskriptif analisis dan kategorisasi. Pendekatan yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*). Berdasarkan data yang telah diteliti maka dapat diambil kesimpulan bahwa teknik penyampaian pesan dakwah dalam film berupa gambar, dialog, *acting*, adegan, visualisasi serta setting dan pengambilan gambar pada setiap scene yang digambarkan dalam film Alma. Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pesan Dakwah dalam film Alma diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu Akidah, Syariah, dan Akhlak
 - a. Pada pesan akidah terdapat pesan berupa aplikasi keimanan kepada Allah yaitu mengingatkan kepada penonton bahwa Allah-lah satu-satunya Dzat yang mampu memberikan manfaat dan menghilangkan mudharat dari diri kita. Jika demikian, maka hanya Allah-lah tempat kita memohon pertolongan dan meminta perlindungan tergambar dalam *scene* 13.
 - b. Pada bidang akhlak pesan dakwah yang terkandung adalah aplikasi dari akhlak kepada sesam anatara lain sikap ramah dan sopan tergambar pada *scene* 5 dan sikap berbagi kasih sayang tergambar pada *scene* 8 dan *scene* 11.

- c. Pada bidang syari'ah pesan dakwah yang terkandung adalah pesan ibadah, seorang ibu mengajarkan kepada anaknya untuk selalu memulai sesuatu dalam kegiatan sehari-harinya dengan berdo'a tergambar pada *scene* 16. Dan pesan sosial untuk saling tolong menolong dengan satu sama lain tergambar pada *scene* 17.
2. Teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma berupa audio dan visual yaitu:
- a. Dialog berisi kata-kata. Dialog dapat digunakan untuk menjelaskan perihal tokoh atau peran, menggerakkan plot maju dan membuka fakta. Dialog yang diteliti pada film Alma terdapat pada *scene* 5, 8, 11, dan 16.
 - b. Musik
 - 1) Ilustrasi musik adalah suara, baik yang dihasilkan melalui instrument musik atau bukan yang disertakan dalam suatu adegan untuk memperkuat suasana.
 - 2) *Themesong* adalah lagu yang ditulis khusus untuk film tersebut ataupun lagu yang telah dipilih sebelumnya.
 - c. *Sound Effect* adalah suara yang ditimbulkan oleh semua aksi dan reaksi film.
 - d. *Scene* (adegan) adalah suatu unit yang menggerak majukan cerita

- e. Lokasi adalah menentukan gambar yang akan dibuat dan sekaligus menjelaskan situasi, sosial, dan budaya. Lokasi pada film ini terdapat pada semua *scene*.
- f. Teknik pengambilan gambar dalam adegan berperan dalam membentuk film agar dapat menjadi menarik.

Teknik penyampaian pesan dakwah dalam film Alma ini adegan-adegannya banyak diambil dari lokasi area sekolah. Film Alma secara garis besar memaparkan tentang perjuangan anak difabel si Alma dalam mewujudkan keinginannya dengan pesan akidah, akhlak, dan syari'ah. Adegan, dialog, lokasi, *sound effect*, ilustrasi musik dan teknik pengambilan gambar (*audio visual*) dalam film Alma sesuai dengan adegan dengan alur ceritanya yang tidak berat sehingga ringan untuk dimengerti dan dipahami oleh penonton.

B. Saran

Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan seputar teknik penyampaian pesan dakwah terhadap pembaca nantinya. Dan menjadikan film sebagai media dakwah untuk menyuarakan agama Allah *Subhanawa ta'ala* agar lebih kreatif dan tidak membosankan

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aep Kusnawan, *Komunikasi Dan Penyiaran Islam* (Bandung; Benang Merah Press, 2004),
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Amzah, 2009)
- Anshari, Hafi. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas. 1993
- Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, Cet II, (Bandung: Amico, 1984)
- Ardianto Elvinaro. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2004
- Ardianto Elvinaro dan Erdinaya. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2007
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta, Kencana, 2004)
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2004)
- David, Fred R. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Denis McQuail. *Mass Communication Theory* (Teori Komunikasi Massa). Jakarta: Erlangga, 1987
- Effendy Heru. *Mari Membuat Film : Panduan Menjadi Produser*. Jakarta. Yayasan Konfiden, 2002
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011
- Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam*, cet II, Bandung: t.p, 1981

Ilaihi Wahyu dan Harjani Hefni. *Pengantar Sejarah Dakwah*. Jakarta:

Kencana. 2010

Kurniawati, Nia Karnia, *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Teori*

Dasar, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014

Lutters Elizabeth. *Kunci Sukses Menulis Skenario*. Jakarta: PT Grasindo,

2014

Mulyana Deddy. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda

Karya. Mulyana, 2017

Muhtadi, Asep Saeful. *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. Bandung: Simbiosa

Rekatama Media, 2016

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja

Rosdakarya, 2004

Rofiah Khusniati, *Dakwah Jamaah Tabligh dan Eksistensinya di Mata*

Masyarakat, (Ponorogo: Stain Ponorogo Press, 2010).

Set, sony., dan sidharta sita. *Menjadi penulis skenario profesional*, jakarta:

grasindo, 2003

Sobur Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana,*

Analisis Semiotik dan Analisis Framing. Bandung: Remaja

Rosdakarya, 2011

Sumarno Marselli. *Dasar-Dasar Apresiasi Film*. Jakarta : PT. Grasindo,

1996

Trianton Teguh. *Jurnal: Nilai Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal dalam Film Indie Banyumas.* Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2013

Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. *Komunikasi Organisasi.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2000

Pimay Awaluddin. *Metodologi Dakwah.* Semarang: Rasail. 2006

Jurnal :

Jamilah Nurhalimah, Bahrudin, Nase Saepudin, *Strategi Penyiaran Remotivi dalam Meningkatkan Kesadaran Terhadap Produk Halal,* Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, 2015.

Meta Ratih, Nurmy A. R., dan Samsul Hidayat. *Strategi Pengemasan Pesan Dakwah Melalui Bahasa Verbal dan Non Verbal Dalam Film “Kurang Dua Ons”* Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Pontianak, 2019.

Skripsi :

Latifah Nurul, *Analisis Semiotik Pesan Dakwah Dalam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika,* Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016

Waseu Ibnu, *Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film “Air Mata Ibuku”,* Komunikasi Penyiaran Islam, 2016

Irawan, M. Saputra, *Strategi Komunikasi Massa RRI Palembang Dalam Melestarikan Cagar Budaya Di Kota Palembang,*

Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Raden Fatah Palembang, 2020.

Zikrullah, *Film Sebagai Media Dakwah*, Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2016

Supriadi, *Aktivitas Dakwah Dra. Hj Qurrota A'yunin*, Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013

Reski, Muh. Pangestu, *Pesan Dakwah Dalam Film Munafik Karya Syamsul Yusof*(Studi Analisis Isi), Ilmu Komunikasi, UIN Alauddin Makassar

Ardhin, Muh. Iksan, *Strategi Dakwah Rumah Produksi Film Maker Muslim-Daqu Movie Pada Film*, Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah

Suwanda, Fitra Rizky, *Komunikasi Dakwah Melalui Film Ketika Hati Ingin Hijrah di Channel Youtube*, Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA