

BAB II

KAJIAN TENTANG FILM DAN DAKWAH

2.1. Kajian Tentang Film

2.1.1. Pengertian Film

Film adalah cerita singkat yang ditampilkan dalam bentuk gambar dan suara yang dikemas sedemikian rupa dengan permainan kamera, teknik editing, dan skenario yang ada. Film bergerak dengan cepat dan bergantian sehingga memberikan visual yang kontinyu. Kemampuan film melukiskan gambar hidup dan suara memberinya daya tarik tersendiri. Media ini pada umumnya digunakan untuk tujuan-tujuan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Ia dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan ketrampilan, meningkatkan atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap (Arsyad, 2005: 49). Isi dari film akan berkembang kalau sarat akan pengertian-pengertian atau simbol-simbol, dan berasosiasikan suatu pengertian serta mempunyai konteks dengan lingkungan yang menerimanya. Film yang banyak mempergunakan simbol, tanda, ikon akan menantang penerimanya untuk semakin berusaha mencerna makna dan hakekat dari film itu.

Film yang dimaksud dalam penelitian ini adalah film teatrical (*theatrical film*), yaitu film yang diproduksi secara khusus untuk dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop (*cinema*) (Effendy, 2000: 201).

Film berbeda dengan film televisi atau sinetron yang dibuat secara khusus untuk siaran televisi. Perbedaannya adalah film diproduksi secara khusus untuk dipertunjukan di bioskop sedangkan film televisi atau sinetron adalah film yang diproduksi dengan banyak episode dan langsung di tayangkan khusus di televisi. Meskipun kemudian banyak film teatrical diputar di televisi. Sedang sinetron merupakan media komunikasi pandang dengar yang dibuat berdasarkan sinematografi yang direkam pada pita video melalui proses elektronik kemudian ditayangkan melalui siaran televisi yang ceritanya bersambung.

2.1.2. Sejarah Film

Hubungan masyarakat dengan film memiliki sejarah yang cukup panjang. Hal ini dibuktikan oleh ahli komunikasi Oey Hong Lee, yang menyatakan bahwa film merupakan alat komunikasi massa yang muncul kedua didunia setelah surat kabar, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke-19. Pada awal perkembangannya, film tidak seperti surat kabar yang mengalami unsur-unsur teknik, politik, ekonomi, sosial, dan demografi yang merintangki kemajuan surat kabar pada masa pertumbuhannya pada abad ke-18 dan permulaan abad ke-19. Oey Hong Lee menambahkan bahwa film mencapai puncaknya diantara Perang Dunia I dan Perang Dunia II. Namun, kemudian merosot tajam setelah tahun 1945, seiring dengan munculnya medium televisi (Sobur, 2003: 126).

Ketika pada tahun 1903 kepada publik Amerika Serikat diperkenalkan sebuah film karya Edwin S. Porter yang berjudul "*The Great Train Robbery*", para pengunjung bioskop dibuat terperanjat. Mereka bukan saja seolah-olah melihat kenyataan, tetapi seakan-akan tersangkut dalam kejadian yang digambarkan pada layar bioskop itu. Film yang hanya berlangsung selama 11 menit ini benar-benar sukses. Film "*The Great Train Robbery*" bersama nama pembuatnya, yaitu Edwin S. Porter terkenal ke mana-mana dan tercatat dalam sejarah film (Effendy, 1981: 186). Namun, film ini bukan yang pertama sebab setahun sebelumnya, tahun 1902, Edwin S. Porter juga telah membuat film yang berjudul "*The Life of an American Fireman*", dan Ferdinand Zecca di Perancis pada tahun 1901 membuat film yang berjudul "*The Story of Crime*". Tetapi film "*The Great Train Robbery*" lebih terkenal dan dianggap film cerita yang pertama.

Pada tahun 1913 seorang sutradara Amerika, David Wark Griffith, telah membuat film berjudul "*Birth of a Nation*" dan pada tahun 1916 film "*Intolerance*", yang keduanya berlangsung masing-masing selama kurang lebih tiga jam. Ia oleh sementara orang dianggap sebagai penemu "grammar" dari pembuatan film. Dari kedua filmnya itu tampak hal-hal yang baru dalam editing dan gerakan-gerakan kamera yang bersifat dramatis, meskipun harus diakui bahwa di antaranya ada yang merupakan penyempurnaan dari apa yang telah diperkenalkan oleh Porter dalam filmnya "*The Great Train Robbery*".

Film tersebut adalah film bisu, akan tetapi cukup mempesona dan berpengaruh kepada jiwa penonton. Orang-orang yang berkecimpung dalam perfilman menyadari bahwa film bisu belum merupakan tujuannya. Pada tahun 1927 di Broadway Amerika Serikat munculah film bicara yang pertama meskipun dalam keadaan belum sempurna sebagaimana dicita-citakan.

Menurut sejarah perfilman di Indonesia, film pertama di negeri ini berjudul “Lely Van Java” yang diproduksi di Bandung pada tahun 1926 oleh seorang yang bernama David. Film ini disusul oleh “Eulis Atjih” produksi Krueger Corporation pada tahun 1927/1928. sampai pada tahun 1930 film yang disajikan masih merupakan film bisu, dan yang mengusahakannya adalah orang-orang Belanda dan Cina (Effendy, 1981: 201).

2.1.3. Jenis-Jenis Film

Dalam buku Onong Uchjana Effendy film mempunyai beberapa jenis, diantaranya sebagai berikut:

1. Film Cerita

Film cerita adalah film yang menyajikan kepada publik sebuah cerita. Sebagai cerita harus mengandung unsur-unsur yang dapat menyentuh rasa manusia (Effendy, 1981: 196). Film jenis ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukkan semua publik di mana saja.

2. Film Berita

Film berita adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*newsvalue*). Film berita sudah tua usianya, lebih tua dari film cerita. Bahkan film cerita yang pertama-tama dipertunjukkan kepada publik kebanyakan berdasarkan film cerita.

Imitasi film berita itu semakin lama semakin penting. Oleh karena itu, film berita kemudian berkembang menjadi film cerita yang kini mencapai kesempurnaannya.

3. Film Dokumenter

Film dokumenter yaitu sebuah film yang menggambarkan kejadian nyata, kehidupan dari seseorang, suatu periode dalam kurun sejarah atau sebuah rekaman dari suatu cara hidup makhluk berbentuk rangkuman perekaman fotografi berdasarkan kejadian nyata dan akurat.

Titik berat dari film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi. Bedanya dengan film berita adalah bahwa film berita harus mengenai sesuatu yang mempunyai nilai berita untuk dihidangkan kepada penonton apa adanya dan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya. Film berita sering dibuat dalam waktu yang tergesa-gesa. Sedangkan untuk membuat film dokumenter dapat dilakukan dengan pemikiran dan perencanaan yang matang.

4. Film Kartun

Film kartun adalah film yang menghidupkan gambar-gambar yang telah dilukis. Titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis. Rangkaian lukisan setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup.

Film kartun pertama kali diperkenalkan oleh Emile Cohl dari Perancis pada tahun 1908. Sedangkan sekarang pemutaran film kartun banyak didominasi oleh tokoh-tokoh buatan seniman Amerika Serikat Walt Disney, baik kisah-kisah singkat Mickey Mouse dan Donald Duck maupun feature panjang diantaranya Snow White (Effendy, 1993 : 210-216).

Beberapa jenis film diatas merupakan perkembangan yang luar biasa dalam seni drama yang memasuki dunia perfilman yang semakin mengalami kemajuan. Film yang sarat dengan simbol-simbol, tanda-tanda, atau ikon-ikon akan cenderung menjadi film yang penuh tafsir. Film memiliki kemajuan secara teknis juga mekanis, ada jiwa dan nuansa didalamnya yang dihidupkan oleh cerita dan skenario yang memikat. Film Dalam Mihrab Cinta termasuk dalam kategori film cerita karena film ini dapat menyentuh hati para penontonnya.

2.1.4. Unsur-Unsur Film

1. Sutradara

Sutradara merupakan pemimpin pengambilan gambar, menentukan apa saja yang akan dilihat oleh penonton, mengatur laku didepan kamera, mengarahkan akting dan dialog, menentukan posisi dan gerak kamera, suara, pencahayaan, dan turut melakukan editing.

2. Skenario

Skenario merupakan naskah cerita yang digunakan sebagai landasan bagi penggarapan sebuah produksi film, isi dari skenario adalah dialog dan istilah teknis sebagai perintah kepada crew atau tim produksi. Skenario juga memuat informasi tentang suara dan gambar ruang, waktu, peran, dan aksi.

3. Penata fotografi

Penata fotografi atau juru kamera adalah orang yang bertugas mengambil gambar dan bekerjasama dengan sutradara menentukan jenis-jenis shoot, jenis lensa, diafragma kamera, mengatur lampu untuk efek cahaya dan melakukan pemingkaiian serta menentukan susunan dari subyek yang hendak direkam.

4. Penata artistik

Penata artistik bertugas menyusun segala sesuatu yang melatarbelakangi cerita sebuah film, melakukan *setting* tempat-tempat dan waktu berlangsungnya cerita film. Penata artistik juga bertugas

menterjemahkan konsep visual dan segala hal yang meliputi aksi didepan kamera (*setting* peristiwa).

5. Penata suara

Penata suara adalah tenaga ahli dibantu tenaga perekam lapangan yang bertugas merekam suara baik di lapangan maupun di studio. Serta memadukan unsur-unsur suara yang nantinya akan menjadi jalur suara yang letaknya bersebelahan dengan jalur gambar dalam hasil akhir film yang diputar di bioskop.

6. Penata musik

Penata musik bertugas menata paduan musik yang tepat. Fungsinya menambah nilai dramatik seluruh cerita film.

7. Pemeran

Pemeran atau aktor yaitu orang yang memerankan suatu tokoh dalam sebuah cerita film. Pemeran membawakan tingkah laku seperti yang telah ada dalam skenario.

8. Penyunting

Penyunting disebut juga *editor* yaitu orang yang bertugas menyusun hasil *shooting* sehingga membentuk rangkaian cerita sesuai konsep yang diberikan oleh sutradara.

<http://www.scribd.com/doc/51445271/unsur-film>

Sedangkan unsur-unsur film dari segi teknis, sebagai berikut:

1. Audio; Dialog dan *Sound Effect*.
 - a. Dialog berisi kata-kata. Dialog dapat digunakan untuk menjelaskan perihal tokoh atau peran, menggerakkan plot maju dan membuka fakta. Dialog yang digunakan dalam film Perempuan Berkalung Sorban ini menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Arab.
 - b. *Sound Effect* adalah bunyi-bunyian yang digunakan untuk melatarbelakangi adegan yang berfungsi sebagai penunjang sebuah gambar untuk membentuk nilai dramatik dan estetika sebuah adegan.
2. Visual; *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 pengambilan gambar dari tempat yang letaknya lebih rendah dari obyek. Hal ini membuat seseorang nampak kelihatan mempunyai kekuatan yang menonjol dan akan kelihatan kekuasaannya.
3. *High Angle*, yaitu sudut pengambilan gambar dari tempat yang lebih tinggi dari obyek. Hal ini akan memberikan kepada penonton sesuatu kekuatan atau rasa superioritas.

b. *Pencahayaan / Lighting*

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

Jenis pencahayaan antara lain:

- *Front Lighting / Cahaya Depan.*
Cahaya merata dan tampak natural / alami.
- *Side Lighting / Cahaya Samping.*
Subyek lebih terlihat memiliki dimensi. Biasanya banyak dipakai untuk menonjolkan suatu benda karakter seseorang.
- *Back Lighting / Cahaya Belakang.*
Menghasilkan bayangan dan dimensi.
- *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 karena itu ada beberapa kerangka dalam perlakuan kamera, yakni:

- *Full Shot* (seluruh tubuh). Subyek utama berinteraksi dengan subyek lain, interaksi tersebut menimbulkan aktivitas sosial tertentu.
- *Long Shot Setting* dan karakter lingkup dan jarak. *Audience* diajak oleh sang kameramen untuk melihat keseluruhan obyek dan sekitarnya. Mengenal subyek dan aktivitasnya berdasarkan lingkup setting yang mengelilinginya.
- *Medium Shot* (bagian pinggang ke atas). *Audience* diajak untuk sekedar mengenal obyek dengan menggambarkan sedikit suasana dari arah tujuan kameramen.

- *Close up* (hanya bagian wajah). Gambar memiliki efek yang kuat sehingga menimbulkan perasaan emosional karena *audience* hanya melihat hanya pada satu titik interest. Pembaca dituntut untuk memahami kondisi subyek.
- *Pan up / frog eye* (kamera diarahkan ke atas). Film dengan teknik ini menunjukkan kesan bahwa obyek lemah dan kecil.
- *Pan down / bird eye* (kamera diarahkan ke bawah). Teknik ini menunjukkan kesan obyek sangat agung, berkuasa, kokoh dan berwibawa. Namun bisa juga menimbulkan kesan bahwa subyek dieksploitasi karena hal tertentu.
- *Zoom in / out Focallength* ditarik ke dalam observasi / fokus. *Audience* diarahkan dan dipusatkan pada obyek utama. Unsur lain di sekeliling subyek berfungsi sebagai pelengkap makna.

d. *Setting*

Setting yaitu tempat atau lokasi untuk pengambilan sebuah visual dalam film.

2.1.5. Komponen-Koponen Dalam Film

Di dalam film terdapat beberapa hal yang menjadi komponen-komponen sebuah film. Komponen film tersebut adalah:

3. *Title* / judul.
4. *Crindent title*, meliputi : produser, karyawan, artis, ucapan terima kasih, dll.
5. Tema film.
6. Intrrik yaitu usaha pemeranan film untuk mencapai tujuan.

7. Klimaks yaitu benturan antar kepentingan.
8. *Plot* (alur cerita).
9. Suspen atau keterangan masalah yang masih terkatung-katung.
10. *Million*/seting /latar belakang terjadinya peristiwa, masa/waktu, bagian kota, perlengkapan, aksesoris, dan fesyen yang di sesuaikan.
11. Sinopsis yaitu untuk member ringkasan atau gambaran dengan cepat kepada orang yang berkepentingan.
12. *Trailer* yaitu bagian film yang menarik.
13. *Carakter* yaitu karakteristik pelakunya.

Film mempunyai tujuan selain dapat memasukan pesan-pesan juga mengandung unsur hiburan, 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 prilaku dan nilai-nilai kelompok.

Film dapat juga memberikan pengaruh yang besar pada jiwa manusia. Dalam satu proses menonton film, terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu jiwa sosial sebagai identifikasi psikologis. Ketika proses dikoding terjadi, para penonton sering menyamakan seluruh pribadinya dengan salah seorang pemeran film. Penonton bukan hanya dapat memahami atau merasakan seperti yang dialami oleh salah satu pemeran, lebih dari itu, mereka juga seolah – olah mengalami sendiri adegan – adegan dalam film (Kusnawan, 2004 : 93).

2.2. Tinjauan Umum Tentang Dakwah

2.2.1. Pengertian Dakwah

Dalam pengertian keagamaan, dakwah memasukan pengertian *tabligh* (penyiaran), *tatbiq* (penerapan / pengalaman) dan *tandhim* (pengelolaan). (Sulton, 2003:15).

Kata dakwah (دعوة) secara harfiah bisa diterjemahkan menjadi “seruan, ajakan, panggilan, undangan, pembelaan, permohonan (do’a) (pimay, 2005:13). Secara istilah (terminologi) meski tertulis dalam Al Qur’an, pengertian dakwah tidak ditunjuk secara eksplisit oleh Nabi Muhammad. Oleh karena itu, umat Islam mempunyai kebebasan merujuk perilaku tertentu yang intinya adalah mengajak kepada kebaikan dan melaksanakan ajaran Islam sebagai kegiatan dakwah.

Dalam kaitan dengan itu, maka munculah beberapa definisi dakwah (Sulthon, 2003: 8), diantaranya:

1. Toha Yahya Umar mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang besar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka didunia dan akhirat (Aziz, 2004: 5).
2. Syeh Ali Mahfudh mengatakan dakwah adalah mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama) menyeru mereka pada kebaikan dan mencegah mereka dari perbuatan *munkar* agar memperoleh kebahagiaan dunia akhirat (Aziz, 2004: 4).

3. Amrullah Ahmad (1983: 17) memberikan definisi bahwa dakwah adalah mengadakan dan memberikan arah perubahan, merubah struktur masyarakat dan budaya dari kedhaliman ke arah keadilan, kebodohan ke arah kemajuan (kecerdasan), kemiskinan ke arah kemakmuran, keterbelakangan ke arah kemajuan yang semuanya dalam rangka meningkatkan derajat manusia dan masyarakat ke arah puncak kemanusiaan.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dakwah secara esensial bukan hanya berarti usaha mengajak *mad'u* untuk beriman dan beribadah kepada Allah, melainkan juga bermakna menyadarkan manusia terhadap realitas hidup yang harus mereka hadapi dengan berdasarkan petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Jadi dakwah dipahami sebagai seruan, ajakan dan panggilan dalam rangka membangun masyarakat Islami berdasarkan ajaran agama Islam.

Dalam penelitian ini definisi dakwah yang digunakan adalah menurut Amrullah Ahmad yaitu mengadakan dan memberikan arah perubahan, merubah struktur masyarakat dan budaya dari kedhaliman ke arah keadilan, kebodohan ke arah kemajuan (kecerdasan), kemiskinan ke arah kemakmuran, keterbelakangan ke arah kemajuan yang semuanya dalam rangka meningkatkan derajat manusia dan masyarakat ke arah puncak kemanusiaan.

2.2.2. Dasar Hukum Dakwah

Dakwah merupakan bagian terpenting dari ajaran Islam yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim. Kewajiban ini tercermin dari konsep *amar ma'ruf nahi munkar*, yakni perintah untuk mengajak masyarakat melakukan kebenaran sekaligus mengajak untuk meninggalkan atau menjauhkan dari perilaku kejahatan. Pijakan dasar pelaksanaan dakwah ada dalam Al Qur'an.

1. Dasar Kewajiban Dakwah dalam Al Qur'an

a. Surat An Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ
هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah 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"(Depag RI, 1982: 421).

Ayat di atas memerintahkan kaum muslimin untuk berdakwah sekaligus memberi tuntunan bagaimana cara-cara pelaksanaannya, yakni dengan cara yang baik yang sesuai dengan petunjuk agama (Aziz, 2004: 38).

b. Surat Ali 'Imron ayat 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ
الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya ahli kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik" (Depag RI, 1982: 94).

Pada ayat di atas ditegaskan bahwa umat Muhammad adalah umat terbaik dibandingkan dengan umat-umat sebelumnya. Dalam ayat tersebut juga ditegaskan bahwa orang-orang yang melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar* akan selalu mendapatkan keridhoan Allah karena telah menyampaikan ajaran Islam kepada manusia dan meluruskan perbuatan yang tidak benar kepada akidah dan akhlak Islam.

Kata "*khaira ummatin ukhrijat linnas*" mencakup semua orang Islam, baik berbeda suku, warna, bahasa, dan strata sosialnya. Semua muslim wajib berdakwah (Pimay, 2005: 31)

c. Surat Ali 'Imron ayat 104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung” (Depag RI, 1982: 93).

Ayat ini merupakan pangkal perbedaan pendapat para ulama' mengenai hukum berdakwah. Perbedaan penafsiran itu terletak pada kata *minkum*, “*min*” diberi pengertian *littabidh* atau sebagian, sehingga menunjuk kepada hukum fardlu kifayah. Sedangkan pendapat lain mengartikan dengan *littabyin* atau *lil bayaniyah* atau menerangkan sehingga menunjukkan kepada hukum fardlu 'ain (Sanwar, 1985: 35).

2.2.3. Tujuan dakwah

Tujuan dakwah adalah menjadikan manusia muslim mampu mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan bermasyarakat dan menyebarluaskan kepada masyarakat yang mula-mula apatis terhadap Islam menjadi orang yang suka rela menerimanya sebagai petunjuk aktivitas duniawi dan ukhrawi. Kebahagiaan ukhrawi merupakan tujuan *final* setiap muslim. Untuk mencapai maksud tersebut diperlukan usaha yang sungguh-sungguh dan penuh optimis melaksanakan dakwah.

Oleh karena itu seorang da'i harus memahami tujuan dakwah, sehingga segala kegiatannya benar-benar mengarah kepada tujuan seperti dikemukakan di atas. Seorang da'i harus yakin akan keberhasilannya, jika ia

tidak yakin dapat menyebabkan terjadinya penyelewengan-penyelewengan di bidang dakwah.

Berikut akan diuraikan tentang tujuan dakwah :

- Mengajak umat manusia (meliputi orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik) kepada jalan yang benar agar dapat hidup sejahtera di dunia maupun di akhirat.
- Mengajak umat Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah swt.
- Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.
- Menyelesaikan dan memecahkan persoalan-persoalan yang gawat yang meminta segera penyelesaian dan pemecahan.
- Menyelesaikan dan memecahkan persoalan-persoalan yang terjadi sewaktu-waktu dalam masyarakat.

2.2.4. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah.

a. Da'i (Subjek dakwah)

Da'i adalah orang yang melakukan dakwah baik lisan atau tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga (Aziz, 2004: 75). Dalam menyampaikan pesan dakwah, seorang da'i harus memiliki bakat pengetahuan keagamaan yang

baik serta memiliki sifat-sifat kepemimpinan (*qudwah*). Selain itu, da'i juga dituntut memahami situasi sosial yang sedang berlangsung. Ia harus memahami transformasi sosial baik secara kultural maupun keagamaan (Supena, 2007: 110).

Da'i merupakan kunci yang menentukan keberhasilan dan kegagalan dakwah. Seorang da'i harus mempunyai persiapan-persiapan yang matang baik dari segi keilmuan ataupun budi pekerti. Sebab kondisi masyarakat muslim di Indonesia pada umumnya masih bersifat paternalistik, yakni masih sangat tergantung pada sosok seorang figur atau tokoh. Demikian juga dalam konteks dakwah, masyarakat memiliki kecenderungan yang sangat kuat untuk mengikuti ajakan seseorang da'i tertentu tanpa mempertimbangkan pesan-pesan yang disampaikan.

Oleh karena itu, visi seorang da'i, karakter, keluhuran akhlak, kapabilitas, keluasan dan kedalaman ilmu, dan sikap positif lainnya sangat menentukan keberhasilan da'i dalam menjalankan tugas dakwah. Sementara itu, menurut Aziz (200: 81) untuk mewujudkan seorang da'i yang profesional yang mampu memecahkan kondisi *mad'unya* sesuai dengan perkembangan dan dinamika yang dihadapi oleh *mad'u* ada beberapa kriteria. Adapun sifat-sifat penting yang harus dimiliki oleh seorang da'i secara umum, yaitu:

- a. Mendalami Al Qur'an dan Sunah dan sejarah kehidupan Rasulullah serta Khulafaur Rasyidin.

- b. Memahami keadaan masyarakat yang akan dihadapi.
- c. Berani dalam mengungkapkan kebenaran kapanpun dan dimanapun.
- d. Ikhlas dalam melaksanakan tugas dakwah tanpa tergiur oleh nikmat materi yang hanya sementara.
- e. Satu kata dengan perbuatan.
- f. Terjauh dari hal-hal yang menjatuhkan harga diri.

Sebagai seorang yang menjadi penentu dan pengendali sasaran dakwah da'i juga harus mempunyai kepribadian yang baik secara jasmani maupun rohani.

1. Kepribadian yang bersifat rohani

Klasifikasi kepribadian yang bersifat rohani mencakup sifat, sikap, dan kemampuan diri pribadi da'i. Ketiga masalah tersebut mencakup keseluruhan kepribadian yang harus dimiliki (Faizah dan Lalu Muchtar Efendi, 2006: 90).

2. Kepribadian yang bersifat jasmani

Dakwah memerlukan akal yang sehat sedangkan akal yang sehat terdapat pada badan yang sehat. Da'i juga harus berkepribadian sopan, rapi, dan pantas yang bisa mendorong rasa simpati *mad'u*. Dan mampu berkomunikasi baik agar dapat dipahami *mad'u*.

Sifat dan kepribadian tersebut di atas juga termasuk sifat yang sangat ideal. Belum sampainya da'i ke taraf tersebut bukan berarti ia terbebas dari

tugas dakwah. Seorang da'i mempunyai kewajiban untuk selalu berusaha meningkatkan kepribadiannya sampai menjadi pribadi yang sempurna.

b. *Mad'u* (Objek dakwah)

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah yang senantiasa berubah karena perubahan aspek sosial kultural. Perubahan ini mengharuskan da'i untuk selalu memahami dan memperhatikan objek dakwah (Supena, 2007: 111).

Mad'u terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan *mad'u* sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri, profesi, ekonomi, dan seterusnya. Dengan realitas seperti itu, stratifikasi sasaran perlu dibuat dan disusun supaya kegiatan dakwah dapat berlangsung secara efisien, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan. Penyusunan dan pembuatan tersebut bisa berdasarkan tingkat usia, pendidikan dan pengetahuan, tingkat sosial ekonomi dan pekerjaan, tempat tinggal dan sebagainya (Hafidhuddin, 1998: 97). Kesemua heterogenitas manusia penerima harus dicermati setiap da'i agar ia tidak salah dalam memilih pendekatan, metode, teknik serta media dakwah (Aziz, 2004: 94).

c. *Maddah* (Materi dakwah)

Maddah adalah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada *mad'u* yang mengundang kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits. Allah sendiri memerintahkan kepada Nabi Muhammad SAW untuk memilih materi dakwah yang cocok dengan

situasi dan kondisi objek dakwah. Namun, materi tetap tidak bergeser dari ajaran Islam (Supena, 2007: 109).

Menurut Abu Zahrah (1994: 16), pesan dakwah Islam menjelaskan tujuan Islam bagi individu dan masyarakat dengan prinsip saling menghormati manusia, keadilan hukum di antara manusia, keadilan dalam bermasyarakat dan bernegara, persamaan dan kemerdekaan, saling kenal antar sesama manusia, gotong royong dalam kebaikan dan takwa, serta melarang gotong royong dalam perbuatan dosa seperti mewujudkan diskriminasi.

Pada dasarnya pesan-pesan dakwah itu hampir mencakup semua bidang kehidupan. Seorang da'i tidak perlu takut akan kehabisan materi karena Al Qur'an dan Hadits sudah diyakini sebagai *all encompassing the way of life* (meliputi semua kehidupan) bagi setiap tindakan manusia (Tasmara, 1997: 43).

Ali Yafie menyebutkan lima pokok materi dakwah (Aziz, 2004: 95), yaitu:

- a. Masalah kehidupan
- b. Masalah manusia
- c. Masalah harta benda
- d. Masalah ilmu pengetahuan
- e. Masalah akidah

Namun, secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok (Aziz, 2004: 109-129), sebagai berikut:

1. Masalah keimanan (akidah)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiah. Dari akidah inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Selain tentang tauhid, materi tentang akidah Islamiah terkait dengan ajaran tentang adanya malaikat, kitab suci, para rasul, hari akhir, dan qadar baik dan buruk. Dengan demikian ajaran pokok dalam akidah mencakup enam elemen yang biasa disebut dengan rukun iman.

2. Masalah syari'ah

Syari'ah berperan sebagai peraturan-peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia. Syari'at Islam sangatlah luas dan luwes (fleksibel). Akan tetapi, tidak berarti Islam lalu menerima setiap pembaruan yang ada tanpa ada filter sebaliknya.

Syari'ah dibagi menjadi dua bidang, yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah adalah cara manusia berhubungan dengan Tuhan. Dalam hal ini yang berkaitan dengan ibadah adalah adanya rukun Islam. Sedangkan muamalah adalah ketentuan Allah yang langsung berhubungan dengan kehidupan sosial manusia seperti warisan, hukum, keluarga, jual beli, dan lain-lain.

3. Masalah Akhlak

Ajaran tentang nilai etis dalam Islam disebut akhlak. Materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhi. Karena semua manusia harus mempertanggung jawabkan setiap perbuatannya. Maka Islam mengajarkan kriteria perbuatan dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan, bukan siksaan.

Materi akhlak sangat luas sekali yang tidak saja bersifat lahiriah, tetapi juga sangat melibatkan pikiran. Akhlak 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.
- c. Akhlak terhadap lingkungan, lingkungan disini adalah segala sesuatu yang berada disekitar manusia, baik binatang, tumbuhan maupun benda-benda yang bernyawa (Shihab, 2000: 261-272).
- d. *Wasilah* (Media dakwah)

Unsur dakwah yang keempat adalah *wasilah* (media dakwah), yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* (obyek dakwah) (Aziz, 2004: 120).

Media dakwah merupakan salah satu unsur penting yang harus diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Media itu sendiri memiliki relativitas yang sangat bergantung dengan situasi dan kondisi yang dihadapi.

Hamzah Ya'qub dalam Aziz (2004: 120) membagi wasilah dakwah menjadi lima, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.

1. Lisan, yaitu 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, yaitu dakwah dengan menggunakan media tulis (cetak), seperti buku, majalah, surat kabar, dan spanduk.
3. Lukisan, bisa berupa gambar atau karikatur.
4. Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indera pendengaran atau penglihatan. Misalnya, televisi, film, slide, internet, dan sebagainya.
5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh *mad'u*.

e. *Thariqah* (Metode dakwah)

Metode dakwah adalah cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah untuk mencapai tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang. Seperti firman Allah dalam surat An Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ
هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah 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"(Depag RI, 1982: 421).

Dalam ayat ini, metode dakwah ada tiga yaitu : a). *hikmah*, b). *mauidzatul hasanah*, c). *mujadalah billati hiya ahsan*. Semua metode yang ada adalah cabang dari tiga metode ini (Aziz, 2004: 123).

Metode dakwah adalah cara-cara yang dilakukan oleh seorang da'i untuk mencapai suatu tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang. Dengan kata lain pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan *human oriented* menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia (Tasmara, 1997: 43).

Macam-macam metode dakwah sebagai berikut:

a. Metode Ceramah

Metode ceramah adalah metode yang dilakukan untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, penjelasan tentang sesuatu masalah dihadapan orang banyak.

b. Metode Tanya Jawab

Metode yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab untuk mengetahui sampai sejauh mana ingata atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai suatu materi dakwah. Disamping itu, untuk merangsang perhatian bagi penerima dakwah dan sebagi ulangan atau selingan dalam pembicaraan.

c. Metode Diskusi

Metode berarti mempelajari atau menyampaikan materi dengan jalan mendiskusikan sehingga menimbulkan pengertian serta perubahan kepada masing-masing pihak sebagai penerima dakwah.

d. Metode Propaganda

Dakwah menggunakan metode ini berarti suatu upaya menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk massa dan persuasif dan bukan bersifat otoritatif (paksaan) (Abdullah, 1989: 91).

e. Metode Keteladanan (*Demonstration*)

Metode yang diberikan dengan cara memperhatikan gerak gerik, kelakuan, perbuatan dengan harapan orang dapat menerima, melihat, memperhatikan, dan mencontohnya (Abdullah, 1989: 107).

Dakwah dengan metode keteladanan ini berarti suatu cara penyajian dakwah dengan jalan memberikan keteladanan secara langsung,

sehingga *mad'u* akan tertarik untuk mengikuti apa yang akan didakwahkan.

f. Metode *Home Visit* (Silaturahmi)

Dakwah dengan metode *home visit* dilakukan dengan mengadakan kunjungan kepada sesuatu objek tertentu dalam rangka menyampaikan isi dakwah kepada *mad'u*. Termasuk didalamnya adalah berkunjung ke rumah-rumah untuk silaturahmi, menjenguk orang sakit, menjenguk orang yang terkena musibah, ta'ziah, dan lain-lain.

g. Metode Sisipan (Infiltrasi)

Metode sisipan adalah cara menyampaikan ajaran Islam dengan disusupkan atau disisipkan ketika memberi keterangan, penjelasan, pelajaran, kuliah, dan lain-lain.

h. Metode Drama (*Role Playing Method*)

Dakwah dengan menggunakan metode drama adalah suatu cara menyajikan materi dakwah dengan mempertunjukkan dan mempertontonkannya kepada *mad'u*, agar dakwah dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

i. Metode Pendidikan dan Pengajaran Agama.

Yaitu metode yang pada dasarnya membina dan melestarikan fitrah anak yang dibawa sejak lahir, yakni fitrah beragama (perasaan ber-Tuhan).

f. Atsar (Efek Dakwah)

Efek dakwah merupakan akibat dari pelaksanaan proses dakwah. Positif atau negatif efek dakwah berkaitan dengan unsur-unsur dakwah lainnya (Bachtar, 1997:36). Sehingga efek dakwah menjadi ukuran berhasil tidaknya sebuah proses dakwah. Evaluasi dan koreksi terhadap efek dakwah harus dilakukan secara menyeluruh. Sebab, dalam upaya mencapai tujuan efek dakwah harus diperhatikan.

Dalam upaya mencapai tujuan dakwah maka kegiatan dakwah selalu diarahkan untuk mempengaruhi tiga aspek perubahan dari objeknya, yakni perubahan pada aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikap (*attitude*), dan aspek perilaku (*behavioral*). Berknaan dengan ketiga hal tersebut Jalaluddin Rahmat dalam Aziz (2004: 139) menyatakan:

- Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau persepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan, dan informasi.

- Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap, serta nilai.

Efek behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

2.2.5. Hubungan Dakwah Dan Film Sebagai Media Dakwah

Dakwah dan film adalah dua hal yang berkaitan. Upaya penyebaran pesan-pesan keagamaan (dakwah) tersebut mampu menawarkan satu alternatif dalam membangun dinamika masa depan umat dengan menempuh cara dan strategi yang bijak. Pesan-pesan keagamaan akan dikonsumsi oleh masyarakat dengan jumlah banyak, maka dalam prosesnya memerlukan media dan salah satunya adalah film.

Film sebagai salah satu media komunikasi massa yang memiliki kapasitas untuk memuat pesan yang sama secara serempak dan mempunyai sasaran yang beragam dari agama, etnis, status, umur dan tempat tinggal dapat memainkan peranan sebagai saluran penarik untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu dari dan untuk manusia, termasuk pesan-pesan keagamaan yang lazimnya disebut dakwah. Dengan melihat film, kita dapat memperoleh informasi dan gambaran tentang realitas tertentu, realitas yang sudah diseleksi (Asep S. Muhtadi dan Sri Handayani, 2000: 94-95). Dalam penyampaian

pesan keagamaan, film mengekspresikannya dalam berbagai macam cara dan strategi, sehingga tujuan dakwah dapat tercapai dengan baik.

Salah satu kelebihan film sebagai media dakwah adalah da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya dapat diperankan sebagai seorang tokoh pemain dalam produksi film, tanpa harus ceramah dan berkhotbah seperti halnya pada majelis taklim. Sehingga secara tidak langsung para penonton tidak sedang merasa diceramahi atau digurui.

Dengan media film pesan dakwah dapat menjangkau berbagai 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. Pesan dakwah dalam film juga lebih mudah disampaikan pada masyarakat karena pesan verbal diimbangi dengan pesan visual memiliki efek yang sangat kuat terhadap pendapat, sikap, dan perilaku *mad'u*. Hal ini terjadi karena dalam film selain pikiran perasaan pemirsa pun dilibatkan.

Dalam sebuah film terdapat kekuatan dramatik dan hubungan logis bagian cerita yang tersaji dalam alur cerita. Kekuatan pesan yang dibangun akan diterima *mad'u* secara penghayatan, sedangkan hubungan logis diterima *mad'u* secara pengetahuan.

Namun, film sebagai media dakwah juga mempunyai kelemahan yaitu penonton film cukup bersikap pasif. Hal ini dikarenakan film merupakan sajian yang siap dinikmati.