

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era masyarakat informasi, kemudahan akses untuk mendapatkan informasi merupakan hal yang krusial. Inilah yang melatarbelakangi media semakin berkembang, mulai dari kehadiran media cetak yang menjadi primadona di tahun 1800an kemudian disusul dengan kehadiran radio dan televisi yang menguasai perhatian khalayak di era 1950an sampai 1980an, kesemuanya merupakan medium untuk memperlancar saluran komunikasi.

Jalaludin Rahmat (1996), melalui bukunya pernah mengungkapkan bahwa masyarakat esok akan ditandai dengan dominasi teknologi komunikasi, yang sebagian besar pekerjaan akan terletak pada teknologi informasi, dan sektor informasi yang dikomputerisasi dengan hebatnya. Kiranya, apa yang diramalkan oleh Jalal tersebut terasa beberapa tahun belakang ini, bahkan lebih cepat dari yang diramalkannya. Betapa tidak, kini setiap gerak langkah kita seolah dikendalikan oleh kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini memiliki imbas pada perubahan kehidupan masyarakat di segala bidang.

Memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan masyarakat telah menjadi tren, dan memiliki nilai (*prestise*) atau kelas dalam kehidupan sosial dan budaya. Akibatnya, seseorang yang tidak dapat beradaptasi dengan kecanggihan teknologi (atau gaptex: gagap teknologi) dianggap sebagai kelompok masyarakat tradisional, konservatif, dan kuno. Saat ini, pemanfaatan teknologi sudah menjadi tanda konsumerisme, yang telah menghegemoni kehidupan masyarakat sebagai sebuah keniscayaan.

Terlebih dengan perkembangan industri media, terutama televisi saat ini, yang telah menjadikan perubahan mendasar dalam budaya

masyarakat. Kehadiran televisi, dalam kehidupan masyarakat, telah mengubah pola pikir dan aktivitas kesehariannya. Dalam hal ini, televisi menemukan peran yang signifikan bagi seseorang, yang dapat terlihat dari persentase yang tinggi untuk menonton televisi. Bahkan, tidak jarang menonton acara televisi seperti menjadi kewajiban hingga mengalahkan sholat yang merupakan kewajiban mendasar (sesungguhnya) bagi umat Islam. Hidup terasa kurang bila satu hari saja terlewatkan dalam menyaksikan acara televisi, terlebih yang digemari.

Dalam perspektif *cultural studies*, perkembangan industri media, terutama televisi seringkali dikaitkan dengan perkembangan masyarakat informasi. Dalam konteks masyarakat seperti ini, media (televisi) memiliki peran yang signifikan. Media adalah sarana komunikasi antar-berbagai subjek. Ia merupakan medium yang menjembatani komunikasi dengan seluruh anggota masyarakat. Dengan demikian, media, dalam hal ini televisi, merupakan instrumen komunikasi yang sangat vital dalam masyarakat.

Televisi adalah sumberdaya yang terbuka bagi semua orang dalam masyarakat industri, dan semakin mengalami pertumbuhan di negara-negara berkembang. Ia juga sumber bagi pengetahuan populer tentang dunia dan semakin membuat kita menjalin kontak, meskipun melalui perantara, dengan cara hidup orang selain tinggal di tempat kita dilahirkan.

Televisi yang merupakan perpaduan antara audio dan visual memang menjadi daya tarik luar biasa bagi setiap orang untuk menikmatinya. Keberadaannya sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat. Dalam sebuah keluarga, keberadaan televisi dapat dikatakan menjadi kebutuhan yang “harus” dipenuhi sehingga dalam dataran realitas, televisi yang sebelumnya hanya merupakan sarana pelengkap atau media hiburan berubah menjadi kebutuhan yang layak (harus) hadir dalam rumah.

Di sisi lain, bagi industri media, kehadiran televisi telah menjadikan ruang baru untuk mendapatkan keuntungan. Untuk dapat bertahan (dan mendapatkan keuntungan), maka industri media sangat dipengaruhi oleh dominasi pasar. Industri media harus melihat kecenderungan pasar dalam menciptakan program-program yang akan ditawarkan kepada pemirsanya. Semakin dekat dengan kepentingan pasar, yang ditandai dengan rating, maka akan semakin banyak iklan yang menopangnya, yang berarti semakin banyak keuntungan yang diperoleh. Di tengah persaingan yang “ketat”, industri media dituntut harus mampu untuk merasa dekat dengan pemirsa, dalam artian memenuhi segala kebutuhan kehidupan masyarakat sampai kepada kebutuhan yang mendasar sekalipun, salah satunya adalah kebutuhan tentang agama.

Masyarakat Indonesia memang tidak dapat lepas dari aspek satu ini, agama. Hampir semua media televisi memprogramkan siaran yang bernuansa religius, termasuk nuansa Islam sebagai agama yang dianut oleh sebagian besar masyarakat. Salah satu program yang disajikan televisi adalah film. Tidak semua film bernuansa religi, akan tetapi dalam film tersebut memiliki nilai-nilai informasi, pendidikan dan lain sebagainya yang bermanfaat bagi masyarakat. Untuk itu, diperlukan sekelompok orang yang secara terus menerus mengkaji, meneliti, dan meningkatkan aktivitas dakwah secara profesional.

Film dakwah yang dimaksud adalah film yang di dalamnya mengandung nilai aqidah, akhlak, dan syari'ah. Tidak harus menonjolkan ayat-ayat Al-Qur'an, tetapi pesan dan perilaku dalam kehidupan ada unsur dakwahnya. Film yang ada unsur dakwah adalah film yang diharapkan mampu mengubah akhlak masyarakat menjadi akhlakul karimah (Arifin, 2006: 15).

Terbatasnya program dakwah di televisi, membuat da'i (pelaku dakwah) terus berfikir untuk mengembangkan metode dakwah yang efektif. Salah satunya adalah melalui film animasi, karena film animasi (kartun) lebih dekat dengan masyarakat dan disukai berbagai kalangan.

Dengan semakin berkembangnya *animator* di Indonesia, MD *Animation* mengembangkan film animasi yaitu; Adit dan Sopo Jarwo.

Adit dan Sopo Jarwo ini merupakan program animasi perdana MD *Animation*. Film yang menceritakan kisah persahabatan antara Adit dan teman-temannya. Pemeran utamanya adalah Adit, dia merupakan penggerak, motivator juga sebagai inspirator para sahabatnya untuk melewati hari-hari dalam menggapai impian masa depan.

Perjalanan mereka tidaklah mulus, mereka harus menghadapi dua orang yang mencari keuntungan tanpa harus bersusah payah yaitu si Sopo dan Jarwo. Disini juga merupakan jalur utama cerita yaitu perseteruan antara Adit dan Sopo Jarwo yang juga menjadi judul animasi ini. Di setiap akhir episodenya petuah-petuah bijak selalu muncul saat perseteruan Adit dan Sopo Jarwo berlangsung. Suasana yang gaduh akan berubah menjadi damai dan teduh (<http://sinopsis-sinetron-film.blogspot.co.id/adit-sopo.html>. akses 04 September 2015).

Film Adit dan Sopo Jarwo ini meskipun produksi dalam negeri, kualitas gambar dan cerita Adit dan Sopo Jarwo tidak kalah bersaing dengan serial animasi produksi luar negeri baik dari Jepang, Amerika Serikat, Rusia, India dan Malaysia yang sudah lebih dulu menghiasi layar kaca Indonesia.

Film animasi yang lahir dari tangan kreatif beberapa orang yang dipimpin oleh Eki NF, kepala Dinas Kreatif MD *Animation* ini hadir ditengah minimnya tayangan televisi yang memiliki konten tentang pendidikan. Dalam hal ini film Adit dan Sopo Jarwo mendapatkan beberapa pencapaian dan penghargaan, di antaranya; (1) Di apresiasi oleh KPI pada tahun 2014. (2) Pada 31 Desember 2014 lalu berhasil menduduki peringkat pertama untuk golongan penonton ABC berdasarkan survei Nielsen. (3) penghargaan yang diberikan oleh KPK, film *Adit Sopo Jarwo* terpilih jadi Film Animasi Terbaik di Anti Corruption Film Festival (ACFF 2014). Kemudian pada tahun 2015 film Adit dan Sopo Jarwo (4) meraih penghargaan Anugerah Peduli Pendidikan (APP) 2015 dari

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud). Di tahun yang sama tepatnya pada tanggal 21 Agustus 2015 film Adit dan Sopo Jarwo (5) mendapat penghargaan dari Dompot Dhuafa dengan kategori media yang memberi inspirasi dan edukasi bagi masyarakat (<https://www.kaorinusantara.or.id/> akses 26 Oktober 2016, <http://lifestyle.sindonews.com/> akses 26 Oktober 2016).

Melalui film sebagai media penyampaian informasi dan transfer ilmu pengetahuan, memiliki tujuan untuk memberikan informasi (*kognitif*), menghibur, mengubah sikap (*afektif*) atau mengubah perilaku (*behavioral*). Film dipandang sebagai salah satu media yang dapat menyerap perhatian komunikasi secara luas. Dalam proses pembuatan film selalu didahului oleh persiapan yang sangat matang sehingga dalam visualisasinya memberikan kesan yang mendalam dan memberikan manfaat kepada masyarakat luas.

Meskipun masih banyak media dakwah yang lain, film memiliki efek tertentu dalam menyampaikan muatan dakwah bagi para penontonnya. Dalam sebuah film, kita dapat memperoleh informasi dan gambaran tentang realitas tertentu yang sudah diseleksi. Sebagai media komunikasi, film dapat memainkan peran menjadi metode yang menarik untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu dari dan untuk masyarakat.

Uraian di atas bahwa setiap diri manusia mempunyai kewajiban untuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*. Dakwah dalam arti *amar ma'ruf nahi munkar*, merupakan syarat mutlak bagi kesempurnaan dan keselamatan hidup manusia. Kewajiban ini adalah manusia yang memiliki pembawaan fitrah sebagai makhluk sosial. Dakwah haruslah mengarah untuk memperbaiki suasana kehidupan yang lebih baik dan layak, sesuai dengan kehendak dan tuntutan kebenaran. Seperti yang telah dituliskan dalam AlQur'an surat Ali Imran ayat 104 yang berbunyi :

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
 وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿٧٩﴾

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”. (QS. Ali Imron (3) :104) (Depag RI, 2002 : 79).

Berdasarkan ayat di atas, dakwah merupakan ajakan, dorongan, atau memanggil umat manusia untuk menyebarkan Islam dan melakukan ajarannya di tengah masyarakat dan kehidupannya. Film memiliki berbagai ragam jenis dengan cara pendekatan berbeda-beda. Semua film mempunyai satu sasaran, yaitu menarik perhatian orang terhadap muatan masalah yang dikandung.

Cerita yang digambarkan dalam film Adit dan Sopo Jarwo ini tidak hanya menawarkan hiburan saja, tetapi juga memberikan pendidikan dan nilai-nilai moral, agama, etika, dan budaya. Seperti yang sudah dijelaskan, film Adit dan Sopo Jarwo merupakan film yang peduli pendidikan, sehingga peneliti menjadikan film ini sebagai objek penelitian. Permasalahan yang diangkat dalam film animasi Adit sangatlah kompleks dengan yang ada disekitar kita, seperti; syukuran dapat kerjaan, kabar burung bikin bingung, saudara berkunjung semua tersanjung, sunatan masal jangan asal dan masih banyak lagi.

Berdasarkan latar belakang, penulis ingin mengetahui muatan dakwah dalam film animasi Adit dan Sopo Jarwo dengan mengangkat judul penelitian “PESAN DAKWAH DALAM FILM ANIMASI ADIT DAN SOPO JARWO EPISODE 21-24”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, peneliti menemukan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana pesan dakwah yang terkandung dalam film animasi Adit dan Sopo Jarwo episode 21-24?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui pesan dakwah yang terkandung dalam film animasi Adit dan Sopo Jarwo episode 21-24.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap pengetahuan tentang metode dakwah melalui pesan dalam dunia penyiaran. Khususnya :

- a. Menjadi referensi bagi civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya mahasiswa dan Dosen jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
- b. Menjadi evaluasi bagi media dalam menyajikan program di televisi.
- c. Menambah wawasan masyarakat dalam memilih program di televisi.

E. Tinjauan Pustaka

1. Skripsi Siti Sopianah (2010) dengan judul “Analisi Semiotik Terhadap Iklan Susu Bendera Edisi Ramadhan 1430 H Di Televisi”. Penelitian berawal dari ketertarikan penulis terhadap dunia periklanan yang ditayangkan melalui media televisi terutama iklan Susu Bendera edisi Ramadhan. Kreativitas media iklan dalam menyajikan pesan dan produk sekaligus dalam satu paket. Hal ini yang terlihat dalam iklan Susu Bendera edisi Ramadhan di mana perusahaan ingin menawarkan produknya dengan tema yang sesuai dengan keadaan di masyarakat pada saat itu yaitu datangnya bulan suci Ramadhan.

Untuk menjelaskan masalah yang akan penulis teliti, dirumuskan masalah sebagai berikut, pertama Apa makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos pada iklan Susu Bendera edisi Ramadhan di televisi dilihat dari perspektif semiotik Roland Barthes? Dan kedua, Apa pesan yang terkandung dalam iklan susu bendera edisi Ramadhan 1430 H di televisi? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

analisis semiotik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data Sekunder.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis semiotik Roland Barthes. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Iklan Televisi Susu Bendera versi Ramadhan saling menguatkan bersama Susu Bendera yang akan dibahas lambang-lambang komunikasi dan aspek sinematografis setiap scene yang mendukung terbentuknya makna iklan tersebut, sehingga akan diperoleh makna denotasi, konotasi, dan mitos dari hubungan ketiganya.

Perbedaan yang terdapat dalam penelitian penulis yaitu tentang program dan konsep pendekatan yang dilakukan oleh penulis.

2. Skripsi Zumrotun Nadhiroh (2011) dengan judul “Nilai-Nilai Dakwah Dalam Film Upin dan Ipin Episode 1-10 Di MNC TV”. Peneliti menganalisis tentang kandungan makna dari nilai-nilai dakwah dalam film Upin dan Ipin mulai episode 1-10. Penelitian film animasi Upin dan Ipin bertujuan untuk mengetahui kandungan nilai-nilai yang bersinggungan dengan dakwah Islamiyyah untuk menjawab rumusan masalah, dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi kualitatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif dengan analisis semiotik. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik Ferdinand de Saussure dengan melakukan pendekatan *Signifier* (penanda) dan *Signified* (petanda).

Unit analisisnya menggunakan bunyi, gambar dan gerak. Hasil penelitian ini, ingin mengetahui kandungan makna nilai-nilai dakwah yang diceritakan setiap episodenya.

Peneliti sama-sama menggunakan analisis semiotik dengan model Ferdinand de Saussure tetapi penelitian ini berbeda karena objek yang di ambil berbeda, dan pada penelitian ini difokuskan pada pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam film animasi Adit dan Sopo Jarwo.

3. Skripsi Maftukin (2014) judul penelitian “Pesan dakwah dalam film Serdadu Kumbang”. Penelitian berawal dari ketertarikan penulis terhadap dunia film. Kreativitas para sutradara dalam menyajikan pesan dakwah dengan cara yang berbeda, yakni dengan menampilkan film yang seraya sederhana tapi kandungan religiusitasnya begitu mendalam, yang dikemas dengan dialog yang apik dan suasana yang mengandung pesan dakwah dengan bahasa sederhana, tetapi tidak mengurangi makna dari pesan-pesan dakwah yang ada.

Untuk menjelaskan masalah yang akan penulis teliti, dirumuskan masalah sebagai berikut, Bagaimana pesan dakwah dalam Film Serdadu Kumbang? Jenis penelitian ini adalah kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan pendekatan analisis semiotik yang mengacu pada teori Roland Barthes. Roland Barthes membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda.

Penelitian ini adalah kualitatif. Dengan pendekatan analisis semiotik yang mengacu pada teori Roland Barthes. Hasil penelitian ini menunjukkan Pesan akidah, yang iman kepada Allah berupa kekuasaan dan penciptaan Allah, tentang Dosa, sumpah, dan pemahaman tentang syirik. Tentang syari’at meliputi pendidikan menjalankan syari’at islam dalam hal ibadah dan penekan pada sisi kewajiban menjalankan salat fardu. Tentang Akhlaqul Karimah yang diperlihatkan sikap saling tolong menolong, berbakti kepada kedua orang tua, dan gotong royong.

4. Skripsi Hanum Failasofah (2014) judul penelitian “ Makna Muatan Dakwah Dalam Film “Baik-Baik Sayang”” Skripsi, Program Strata 1 (S.1), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Walisongo Semarang. “Baik-baik Sayang”, sebuah film drama dengan tema tentang cinta dan kesetiakawanan anak-anak pesantren La Tansa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui muatan dakwah apa

saja yang terdapat dalam film “baik-baik Sayang” dan untuk mengetahui bagaimana penyampaian dakwah dalam film “Baik-baik Sayang”.

Metode yang dilakukan untuk penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui pengamatan secara menyeluruh terhadap objek penelitian dengan menonton film “Baik -baik Sayang”.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni mengidentifikasi sejumlah gambar dan suara yang terdapat pada adegan yang didalamnya terdapat unsur yang menggambarkan realitas dakwah. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes dengan melakukan pendekatan signifikasi dua tahap, yaitu tahap denotatif dan konotatif. Adapun unit analisis penelitian ini adalah gambar dan suara. Scene yang penulis teliti adalah scene yang mengandung unsur muatan dakwah dalam film “Baik-baik Sayang”.

Berdasarkan data yang telah diteliti, hasil penelitian menunjukkan bahwa muatan dakwah dalam film “Baik-baik Sayang” diklasifikasikan menjadi tiga yaitu Aqidah, Syari’ah, dan Akhlak. Pesan Aqidah dalam film ini hanya bidang keimanan kepada Allah. Pesan Syari’ah mencakup pesan ibadah, pesan sosial dan pesan pendidikan. Pesan Akhlaq mencakup bidang akhlaq terhadap keluarga dan akhlaq terhadap sesama.

Perbedaan skripsi ini dengan yang dilakukan oleh peneliti adalah pada objek penelitian dan juga pendekatan yang digunakan peneliti untuk menganalisis objek penelitian.

5. Skripsi A. Aminatul Lutfillah (2014) judul penelitian “Analisis Semiotik Model Ferdinand De Saussure Pada Iklan “ARB” Partai Golongan Karya (GOLKAR) di Televisi Swasta Versi Petani Pahlawan Bangsa.

Skripsi ini merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yang dilakukan oleh peneliti menggunakan analisis semiotik model Ferdinand De Saussure dan obyek yang dianalisis peneliti adalah iklan ARB partai golongan karya (GOLKAR) versi petani pahlawan bangsa.

Persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini yaitu bagaimana pesan semiotik yang terdapat dalam iklan “ARB” versi petani pahlawan bangsa tersebut.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan analisis semiotik, yang digunakan untuk menunjukkan makna semiotik yang ada dalam iklan “ARB” Partai Golongan Karya (GOLKAR). Kemudian, data tersebut dianalisis secara kritis dengan menggunakan dasar pemikiran teori dramaturgi Erving Goffman.

Dari analisis yang dilakukan, peneliti menemukan bahwa makna iklan ARB mampu membentuk citra kepada masyarakat. Peneliti menemukan, (1) Kedekatan dengan petani sebagai simbol kerakyatan (2) Baju warna putih yang merupakan simbol kesucian (3) Ucapan yang menggambarkan petani sebagai pahlawan bangsa. Pendekatan dramaturgis Goffman berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola pesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya.

Ada beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peningkatan analisis semiotik dalam iklan adalah Iklan “ARB” Partai Golongan Karya (GOLKAR) merupakan iklan Partai Politik yang dikemas dalam bentuk drama narasi gambar, sehingga akan mudah dimengerti oleh khalayak umum. Dalam pembuatan iklannya, “ARB” Partai Golongan Karya (GOLKAR) narasi dan gambar juga sangat bagus. Meskipun menggunakan media televisi sebagai sarana

iklan politik, namun image atau karakter tokoh utama sangat penting untuk membangun citra partai atau citra tokoh tersebut.

Penelitian ini sama-sama menggunakan analisis semiotik Ferdinand de Saussure, akan tetapi objek penelitiannya berbeda yaitu pada penelitian ini yang diteliti adalah iklan sedangkan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada film animasi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini akan menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis dan bukan angka. Deskriptif diartikan melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu. Pada hakekatnya, metode deskriptif mengumpulkan data secara univariat. Karakteristik data diperoleh dengan ukuran-ukuran kecenderungan pusat (*central tendency*) atau ukuran sebaran (*dispersion*) (Rackmat, Subandy, 2016: 68).

Menurut Moleong (2010:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian deskriptif tentang mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi mengungkapkan rata-rata kecerdasan (*means*), frekuensi terbanyak yang memahami bahasa Inggris (*modus*), keragaman prestasi akademis (*varians*), dan sebagainya. Penelitian deskriptif ditunjukkan untuk:

- a. Mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang melukiskan gejala yang ada.
- b. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktik-praktik yang berlaku.

- c. Membuat perbandingan atau evaluasi.
- d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana serta keputusan pada waktu yang akan datang.

2. Definisi Konseptual

Konsep merupakan suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang perlu dirumuskan. Dalam merumuskan suatu hal haruslah dapat dijelaskan sesuai dengan maksud pemakaiannya, harus ditentukan batasan permasalahan dan ruang lingkungannya dengan harapan orang yang membacanya dapat segera memahami maksud penulis sesuai dengan menggunakan konsep tersebut. Untuk itu diperlukan penyederhanaan arti kata agar tidak terjadi kesimpang siuran pemahaman diantara definisi konsep dari penelitian ini adalah:

Pesan adalah berita atau informasi yang disampaikan komunikator ke komunikan. Pesan memiliki peranan penting dalam kehidupan ini khususnya dalam komunikasi. Dalam penelitian ini pesan yang dimaksud adalah pesan atau materi dakwah yang terkandung dalam film Adit dan Sopo Jarwo. Pemanfaatan media sebagai penyalur informasi, hiburan ataupun pada tujuan tertentu khususnya dakwah, akan menimbulkan efek tertentu tergantung pada muatan pesan yang disampaikan. Film Adit dan Sopo Jarwo walaupun tidak terdapat simbol dakwah dalam judulnya, film animasi ini mengandung nilai-nilai dakwah dalam materi yang disajikan. Materi tersebut terkonsep dalam tiga aspek yaitu aqidah, akhlak, dan syari'ah.

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 animasi Adit dan Sopo Jarwo ini dapat menarik perhatian penonton karena ditengah maraknya tayangan yang tidak mendidik, di Indonesia film animasi ini hadir dengan nilai-nilai yang positif dan berkualitas. Gambar, materi, dan jalan ceritanya yang ringan dan mudah dipahami membuat film animasi ini digemari masyarakat khususnya pada anak. Sehingga dengan film yang memiliki nilai-nilai positif dapat merubah akhlak ataupun moral pada masyarakat untuk berubah menjadi lebih baik. 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 tokohpemain 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.

Pentingnya muatan dalam pemanfaatan teknologi khususnya pada film, jika dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat seperti pada kebutuhan tentang agama, film memiliki peran penting karena menjadi media yang banyak diminati oleh masyarakat. Dengan muatan yang memiliki nilai-nilai positif akan dapat menarik perhatian dan tidak hanya menjadi hiburan tetapi mapu menjadi sarana edukasi dan inspirasi bagi masyarakat.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Arikunto, 2002 : 107). Sumber data terbagi menjadi dua, sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Merupakan data yang diambil secara langsung, tanpa perantara sumbernya (Azwar, 2007: 91). Sumber data primer yang dimaksud di sini adalah sumber data yang digali langsung dari film yang dijadikan obyek penelitian. Dalam pembahasan ini sumber primernya adalah film Adit dan Sopo Jarwo episode 21-24 yang dikemas dalam bentuk VCD (*video compact disk*) dan tayangan di *chanel youtube MD Animation*.

b. Data Sekunder

Data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya (Azwar, 2007: 91). Sedangkan sumber data sekunder yang dimaksud di sini adalah sumber data yang bukan berasal dari film “Adit dan Sopo Jarwo”. Bisa berupa tulisan yang ada di internet maupun buku yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah film, yang berarti data yang terdokumentasi, maka teknik yang perlu dijalankan adalah dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda, dan lain sebagainya (Bachtiar, 1997: 77). Teknik dokumentasi ini dilakukan untuk mendefinisikan data dalam film “Adit dan Sopo Jarwo” dan bahan-bahan lain yang berkaitan dengan judul penelitian.

5. Teknik Analisis data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan observasi, wawancara dan lainnya untuk

meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan penyajiannya sebagai temuan orang lain (Muhadjir, 1992 : 183).

Teknik Analisis Data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah tentang sebuah penelitian. Atau analisis data juga bisa diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk merubah data hasil dari sebuah penelitian menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini menggunakan teknik deskriptif analisis yaitu menguraikan dan menggambarkan pesan dakwah dalam film animasi Adit dan Sopo Jarwo episode 21-24.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pemahaman dalam mengkaji materi penelitian ini, penulis menyusun dengan sistematika penulisannya sebagai berikut :

Bab I : Bab ini diuraikan tentang pendahuluan sebagai pengantar global skripsi yang akan di bahas, mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Pada bab ini penulis mulai mengupas tentang pengertian pesan, pesan dakwah, pengertian dakwah, dasar hukum dakwah, unsur-unsur dakwah, pengertian film, pengertian animasi, jenis-jenis animasi, dan jenis film animasi.

Bab III : Gambaran umum film Adit dan Sopo Jarwo, sinopsis, tokoh film Adit dan Sopo Jarwo serta pengisi suara dan sinopsis film Adit dan Sopo Jarwo per episode.

Bab IV : Menguraikan analisis pesan dakwah dalam film Adit dan Sopo Jarwo episode 21-24.

Bab V : Setelah semua masalah selesai diuraikan dengan lengkap, maka pada bab ini berisi penutup. Penulis akan mengemukakan kesimpulan dari seluruh pembahasan dan akan disertai pula dengan beberapa saran.