

BAB II

GAMBARAN UMUM TENTANG DAKWAH DAN FILM

2.1. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan amalan yang baik, karena dakwah memelihara amal Islami dalam pribadi dan masyarakat serta membangun potensi memelihara amal shaleh sehingga mempunyai peranan penting dalam menegakkan Islam dan sebuah usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap bathin dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi sesuai dengan tuntutan syari'at untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia maupun di akhirat.

Dakwah menurut etimologi berasal dari kata da'a-yad'u-da'watan yang berarti mengajak, menyeru, memanggil. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan disebut da'i, artinya orang yang menyeru, tetapi karena perintah memanggil adalah suatu proses penyampaian atas pesan-pesan tertentu, maka pelakunya dikenal dengan istilah muballigh yang artinya penyampai (Amin, 2009: 1). Sebagai suatu proses, dakwah tidak hanya merupakan usaha penyampaian saja, tetapi merupakan usaha untuk mengubah cara berfikir, cara merasa, dan cara hidup manusia sebagai sasaran

dakwah berkualitas. Setiap muslim secara otomatis sebagai pengemban misi dakwah sebagaimana sabda Rasulullah SAW :

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya : “Sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat” (HR. Al-Bukhari)

Dalam pengertian ini dakwah dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau ajakan dalam bentuk lisan, tulisan yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok, agar timbul penghayatan dan pemahaman kepadanya dengan tanpa adanya paksaan. Dalam Al-Qur’an surat Yunus ayat 25 :

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

Artinya : Allah menyeru (manusia) ke Darussalam (surga), dan menunjuki orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus (Islam).

Kegiatan dakwah mempunyai beberapa unsur, yakni da’i (pelaku dakwah), mad’u (penerima dakwah), maddah (materi dakwah), wasilah (media dakwah), thariqah (metode) dan efek dakwah (Munir, 2006 : 21).

Da’i biasa disebut dengan mubaligh (penyampai), seorang da’i harus mengetahui cara penyampaian dakwah agar memberikan solusi terhadap problema yang dihadapi manusia dengan metode-metode yang menjadikan pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng. Unsur

berikutnya yang penting adalah mad'u (penerima dakwah), baik secara individu maupun kelompok.

Dakwah Islam dikategorikan ke dalam tiga macam, yaitu :

1. *Dakwah bi al-lisan*, yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-seramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lain.
2. *Dakwah bi al-hal* adalah dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan. Misalnya dengan tindakan amal karya nyata yang dari karya nyata tersebut hasilnya dirasakan secara konkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah.
3. *Dakwah bi al-qalam*, yaitu dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan keahlian menulis di suratuk membutuhkan waktu kabar, majalah, buku, maupun internet. Jangkauan yang dapat dicapai oleh *dakwah bi al-qalam* ini lebih luas daripada melalui media lisan, demikianpula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya.

Berdasarkan beberapa definisi, maka dapat dirumuskan bahwa pengertian dakwah adalah suatu usaha manusia secara sadar untuk menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam secara lisan maupun tulisan sebagai realisasi amar ma'ruf nahi munkar untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Berdakwah mengunggapkan bahwa hanya Allah yang wajib disembah, karena sesungguhnya makhluk-makhluk yang diciptakan hanya untuk menyembah kepada Allah, serta mencegah kemungkaran dan tidak membuat kerusakan di muka bumi jika benar-benar beriman, sungguh besar kekuasaan Allah dalam menyayangi umat-Nya.

Secara terminologi definisi dakwah telah banyak dibuat para ahli, walaupun berbeda susunan redaksinya, namun maksud dan makna hakikinya sama.

Dibawah ini beberapa definisi dakwah yang dikemukakan para ahli mengenai dakwah (Amin, 2009:3).

A. Menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A.

“Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.”

B. Menurut Prof. A. Hasjmy

“Dakwah Islamiyyah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islamiyyah yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.”

C. Menurut Syaikh Ali Mahfudz

“Memotivasi manusia untuk berbuat kebajikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.”

D. Menurut 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-amr bi al-ma'ruf an-nahyu an al-munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara.”

E. Menurut Prof. H.M. Arifin, M.Ed.

“Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi

orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan,serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.”

F. Menurut Amrullah Ahmad

“Pada hakikatnya, dakwah Islam merupakan aktualisasi iman (*theologis*) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap, dan bertindak manusia dan tataran kenyataan individual dan sosio-kultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.

G. Menurut Prof. Dr. Aboebakar Aceh

“Dakwah yang berasal dari *da'a*, berarti perintah mengadakan seruan kepada manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik.

H. Menurut 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. Perwujudan dakwah bukan sekadar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.

I. Menurut Ibnu Taimiyah

Dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan mentaati apa yang telah diberitakan oleh rasul serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah seakan-akan melihat-Nya.

Para da'i harus melatih para pengikutnya untuk mengembangkan kemampuan menerima, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi. Para da'i harus menguasai media komunikasi dengan baik agar pesan-pesan dakwah dapat mudah tersebar dan diterima.

Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan menjadi media visual, media audio, media audio visual dan media cetak.

2.2. Materi Dakwah

Materi dakwah (*Maddah Ad-Da'wah*) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di Kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang berisi ajaran Islam (Munir, 2009: 88).

Al-Qur'an dan Hadits merupakan sumber utama dari materi dakwah. Al-Qur'an merupakan sumber petunjuk sebagai landasan Islam. Karena itu, sebagai materi utama dalam berdakwah, Al-Qur'an menjadi sumber utama dan pertama yang menjadi landasan untuk materi dakwah. Seorang *da'i* harus menguasai Al-Qur'an, baik dalam hal membacanya maupun penguasaan terhadap isi kandungan Al-Qur'an. Hadits adalah sumber kedua dalam Islam, yang merupakan penjelasan-penjelasan dari Nabi dalam merealisasikan kehidupan berdasar Al-Qur'an. Dengan menguasai materi *da'i* telah memiliki bekal dalam menyampaikan tugas dakwah. Penguasaan terhadap materi dakwah, karena beberapa ajaran Islam yang bersumber dari

Al-Qur'an diinterpretasikan melalui sabda-sabda Nabi yang tertuang dalam hadits (Amin, 2009: 89).

Menurut Barmawi Umari, materi dakwah Islam, antara lain :

1. Aqidah, menyebarkan dan menanamkan pengertian *aqidah Islamiyyah* berpangkal dari rukun iman yang prinsipil dan segala perinciannya.
2. Akhlak, menerangkan mengenai *akhlaq mahmudah* dan *akhlaq madzmumah* dengan segala dasar, hasil dan akibatnya, diikuti oleh contoh-contoh yang telah pernah berlaku dalam sejarah.
3. Ahkam, menjelaskan aneka hokum meliputi : ibadah, *al-ahwal as-syahsiyah*, muamalat yang wajib diamalkan oleh setiap muslim.
4. Ukhuwah, menggambarkan persaudaraan yang dikehendaki oleh Islam antara penganutnya sendiri, serta sikap pemeluk Islam terhadap pemeluk agama lain.
5. Pendidikan, melukiskan system pendidikan model Islam yang telah dipraktikkan oleh tokoh-tokoh pendidikan Islam di masa sekarang.

6. Sosial, mengemukakan solidaritas menurut tuntunan agama Islam, tolong menolong, kerukunan hidup sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan hadits.
7. Kebudayaan, mengembangkan perilaku kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma-norma agama, mengingat pertumbuhan kebudayaan dengan sifat asimilasi dan akulturasi sesuai dengan ruang dan waktu.
8. Kemasyarakatan, menguraikan konstruksi masyarakat yang berisi ajaran Islam, dengan tujuan keadilan dan kemakmuran bersama.
9. Amar ma'ruf, mengajak manusia untuk berbuat baik guna memperoleh *sa'adah fi ad-darain* (kebahagiaan di dunia dan akhirat).
10. Nahi munkar, melarang manusia dari berbuat jahat agar terhindar dari malapetaka yang akan menimpa manusia di dunia dan di akhirat.

Sementara Dr. Quraish Shihab, mengatakan bahwa pokok-pokok materi dakwah itu tercermin dalam tiga hal, yaitu :

- 1) Memaparkan ide-ide agama sehingga dapat mengembangkan gairah generasi muda untuk mengetahui hakikatnya melalui partisipasi positif mereka.
- 2) Sumbangan agama ditunjukkan kepada masyarakat luas yang sedang membangun, khususnya di bidang social, ekonomi, dan budaya.
- 3) Studi tentang pokok-pokok agama yang menjadikan landasan bersama demi mewujudkan kerjasama antara agama tanpa mengabaikan identitas masing-masing.

Pada dasarnya materi dakwah dapat disesuaikan ketika seorang da'I menyampaikan dakwahnya kepada *mad'u* (objek). Pokok-pokok materi dakwah yang disampaikan, juga harus melihat situasi dan kondisi *mad'u* sebagai penerima dakwah. Dengan demikian, pesan-pesan dakwah yang berisi materi dakwah tersebut dapat diterima dengan baik oleh penerima dakwah. Dan pada akhirnya materi dakwah tersebut, bisa diamalkan dan dipraktikkan oleh penerima dakwah dalam kehidupan sehari-hari.

2.3. Media Dakwah

Media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya. Adapun

yang dimaksud dengan media dakwah, yaitu peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman sekaranag ini, seperti televise, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar (Amin, 2009: 113).

Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir unsur dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponennya adalah media dakwah.

Adapun yang dimaksud dengan media dakwah, adalah peralatan peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah (Amin, 2009: 113).

Dengan banyaknya media yang ada maka da'i harus dapat memilih media yang paling efektif dan efisien untuk mencapai tujuan dakwah dengan pemilihan yang tepat.

Penguasaan teknologi komunikasi menjai sangat penting dikuasai para da'i, karena pada hakikatnya dakwah adalah proses komunikasi baik media visual, audio, dan lebih penting lagi media audio visual.

Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan pada media visual, media audio, media audio visual, dan media cetak.

2.4. Pengertian Umum Tentang Film

Berdasarkan situs Wikipedia Indonesia, menurut Sergei Eisentein, tanggal kelahiran film secara resmi adalah 20 Desember 1895, yakni sewaktu Lumiere bersaudara mendemonstrasikan untuk pertama kali penemuan mereka di muka khalayak ramai di Grand Café, Paris. Saat itu pula lahirlah sebuah tontonan yang menakjubkan.

Fenomena perkembangan film yang begitu cepat dan tak terprekdisikan membuat film kini disadari sebagai fenomena budaya yang progresif. Bukan saja oleh negara-negara yang memiliki industri film besar, tapi juga oleh negaranegara yang baru akan memulai industri filmnya.

Film adalah media komunikasi sosial yang mempunyai tema sebuah cerita yang banyak mengungkapkan realita social yang terjadi disekitar lingkungan tempat dimana film itu tumbuh. Film sendiri dapat juga berarti sebuah industri, yang mengutamakan eksistensi dan ketertarikan cerita yang dapat mengajak banyak orang terlibat.

Film sebagai salah satu media komunikasi massa merupakan potret dari masyarakat di mana film itu dibuat. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, kemudian memproyeksikannya ke atas layar (Irwanto dalam Sobur, 2004:127).

Turner dalam Sobur (2004:127), menolak perspektif yang melihat film sebagai refleksi masyarakat. Bagi Turner, perspektif ini sangat primitif dan menggunakan metafor yang tidak memuaskan karena menyederhanakan setiap komposisi ungkapan, baik dalam film, prosa, atau bahkan percakapan antara film dan masyarakat sesungguhnya terdapat kompetisi dan konflik dari berbagai factor yang menentukan, baik bersifat kultural, sub-kultural, industrial, serta institusional.

Makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat, menurut Turner, berbeda dengan film sekedar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai refleksi dari realitas film sekedar “memindah” realitas ke layar tanpa mengubah realitas itu. Sementara itu, sebagai representasi dari realitas film membentuk dan “menghadirkan kembali” realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideologi dari kebudayaannya.

Seperti halnya media komunikasi massa yang lain, film terlahir sebagai sesuatu yang tidak bisa lepas dari akar lingkungan sosialnya. Media massa merupakan sebuah bisnis, sosial, budaya, sekaligus merupakan sebuah politik. Dalam konteks hubungan media dan publik, seperti halnya media massa yang lain, film juga menjalankan fungsi utama media massa

seperti yang dikemukakan oleh Laswell dalam Mulyana (2007:37) sebagai berikut:

- a. Media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan, yaitu sebagai pemberi informasi tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan masyarakat luas.
- b. Media massa berfungsi untuk melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi informasi. Dalam hal ini peranan media adalah melakukan seleksi mengenai apa yang pantas dan perlu untuk disiarkan.
- c. Media merupakan sarana penyampaian nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi lainnya. Fungsi ini merupakan fungsi pendidikan oleh media massa.

Disamping itu film sebagai media komunikasi massa mengenal pula beberapa fungsi komunikasi sebagai berikut (Muthmainah, 2012: 32) :

- 1) *Hiburan*, film hiburan adalah film dengan sasaran utamanya adalah untuk memberikan hiburan kepada khalayaknya dengan isi cerita film, gerakannya, keindahannya, suara dan sebagainya agar penonton

mendapat kepuasan secara psikologis. Film-film seperti inilah yang biasanya diputar di bioskop dan ditayangkan di televisi.

2) *Penerangan*, film penerangan adalah film yang memberikan penjelasan kepada penonton tentang suatu hal atau permasalahan, sehingga penonton mendapat kejelasan atau paham tentang hal tersebut dan dapat melaksanakannya.

3) *Propaganda*, film propaganda adalah film dengan sasaran utama untuk mempengaruhi penonton, agar penonton menerima atau menolak ide atau barang, membuat senang atau tidak senang terhadap sesuatu, sesuatu dengan keinginan si pembuat film. Film propaganda biasa digunakan dalam kampanye politik atau promosi barang dagangan.

2.5. Jenis-jenis film

Perkembangan film sampai saat ini mempunyai beberapa jenis, diantaranya sebagai berikut (MengetahuiJenis-JenisGenreFilmEnsiklopedia, 30 Mei 2014):

A. Film Dokumenter

Dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya Lumiere bersaudara yang berkisah tentang perjalanan yang dibuat

sekitar tahun 1890-an. Film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan. Namun harus diakui, film dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu. Intinya, film dokumenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin.

B. Film Berita

Film berita adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Film berita sangat membantu publik untuk melihat peristiwa yang sedang terjadi. Menginformasikan film berita waktu kecepatan dari gedung bioskop, lebih cepat dengan televisi.

C. Film Cerita

Adalah film yang didalamnya terdapat atau dibangun dengan sebuah cerita. Film cerita mempunyai waktu penayangan yang berbeda-beda, lebih jelasnya yaitu: pertama, film cerita pendek, film ini berdurasi dibawah 60 menit. Film cerita pendek diproduksi oleh mahasiswa perfilmn dan pembuat film yang ingin melihat kualitas dari film. Kedua, film cerita panjang yaitu film yang berdurasi lebih dari 60 menit, bahkan ada film yang berdurasi samapai 120 menit.

Film cerita dari hasil realita maupun imajinasi sangat membantu publik untuk melihat peristiwa yang sedang terjadi. Menginformasikan film cerita memiliki waktu kecepatan dari gedung bioskop, lebih cepat dengan televisi.

D. Film Kartun

Film kartun dalam sinematografi adalah film yang pada awalnya dibuat dari tangan dan berupa ilustrasi di mana semua gambarnya saling berkesinambungan. Gambar-gambar ini digerakkan secara kesinambungan untuk menghasilkan gerakan yang hidup. Dari serangkaian gambar ini berubah menjadi aksi yang secara terus-menerus. Sehingga tampak seperti gerakan sesungguhnya yang hidup dan menarik. Riwayat film animasi sama tua dengan sejarah gambar hidup itu sendiri. Berkat jasa Walt Disney, film jenis itu tampil sebagai tontonan yang sangat populer, baik lewat layar bioskop maupun televisi. Lewat tokoh legendaris ciptaannya, Mickey Mouse dan Donald Duck, film animasi kemudian lebih dikenal sebagai film kartun.

Film yang sarat dengan simbol-simbol, tanda-tanda, atau *icon*-icon akan cenderung menjadi film yang penuh makna. Ia justru akan merangsang

timbulnya motivasi untuk mengenal suatu inovasi. Sesuatu yang inovatif, sifat apresiasinya juga tinggi, dengan demikian menawarkan pengetahuan yang mungkin baru, atau sesuatu yang sifatnya mengingatkan kembali pada pada sesuatu yang pengetahuan yang telah dikenal sebelumnya. Film memiliki kemajuan secara teknis, tapi film tidak hanya mekanis saja. Ada jiwa dan nuansa didalamnya yang dihidupkan oleh cerita dan skenario yang memikat.

Sebuah film berurusan dengan gambaran eksternal, visual, dan auditorial dan konflik-konflik internal. Ibarat sebuah bangunan, aksi dan gerakan menjadi batu utama bagi pondasi film. Film yang mengedepankan hasil dalam pemasaran atau komersial akan selalu mengikuti selera pasar, meskipun sebuah film adalah merealisasikannya (Cholidmasu, 2006:27).

Menurut Jalaluddin Rakhmat, ada lima langkah yang dibutuhkan untuk menyusun dan menyampaikan suatu pesan. Kelima hal tersebut adalah perhatian, kebutuhan, pemuasan, visualisasi dan tindakan. Bila ingin mempengaruhi orang lain rebut dahulu perhatiannya. Selanjutnya bangkitkan kebutuhannya, berikan petunjuk cara memuaskan kebutuhan tersebut, gambarkan dalam pikirannya mengenai keuntungan dan kerugian yang akan diperoleh bila menerapkan pesan tersebut, dan akhirnya ia akan

terdorong untuk bertindak. Memenuhi kelima hal tersebut , sangat mudah bagi media film di satu sisi dan di sisi lain media film memberikan ruang yang luas bagi kreativitas komunikator untuk tercapainya komunikasi massa yang efektif dan efisien.

2.6. Dakwah Melalui Film

Dakwah dan film adalah dua variabel yang sangat berkaitan dalam penelitian ini. Dalam tinjauan keilmuan masing-masing, yaitu dakwah dan komunikasi, keduanya juga berkaitan.

Dakwah dalam tinjauan keilmuan memiliki unsur yang salah satu diantaranya adalah media dakwah (Aminudin Sanwar, 1986 : 40 – 77). Media dakwah seperti yang dikemukakan dalam judul tinjauan umum tentang dakwah, bisa berupa alat yang dapat dinikmati dengan mendengar dan melihat seperti televisi, internet, sinetron, maupun film. Dalam tinjauan keilmuan komunikasi adalah salah satu media elektronik.

Berdasarkan pada hal di atas, dakwah dan film adalah dua hal yang sangat berkaitan. Dakwah sebagai sebuah proses komunikasi tentu membutuhkan media untuk menyampaikan pesan-pesan kepada audiens. Karena itu sinetron bisa digunakan sebagai salah satu media komunikasi.

Di sisi lain meski tidak untuk tujuan berdakwah, sinetron didalamnya kadang bermuatan dakwah. Apalagi jika dakwah dipahami secara lebih terbuka, yaitu sebagai upaya konstruktif seseorang untuk melakukan perubahan suatu yang negatif menjadi situasi yang positif. Dengan pemahaman seperti itu, banyak sinetron yang bisa dikategorikan sebagai sinetron dakwah (Amaliyah, 2005:38).

Dakwah melalui film kelebihanannya adalah dalam menyampaikan pesan dakwahnya seorang da'i dapat diperankan sebagai seorang tokoh pemain dalam produksi film, tanpa harus ceramah dan berkhotbah seperti halnya pada majlis ta'lim, sehingga para penonton tidak merasa diceramahi. Melalui film pesan dakwah dapat menjangkau berbagai kalangan.

Film mempunyai kekuatan dramatik dan hubungan logis bagian cerita yang tersaji dalam alur cerita. Melalui penghayatan mad'u dapat menerima apa yang disampaikan oleh film tersebut, namun film juga mempunyai kelemahan sebagai media dalam berdakwah yaitu penonton film bersifat pasif, dikarenakan film adalah sajian yang siap dinikmati.

2.7. Pengertian Analisis Semiotik

1. Semiotika Charles Sanders Pierce

Semiotika, yang biasanya didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda, pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu sistem apapun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna. Semiotika komunikasi mengkaji tanda dalam konteks komunikasi yang lebih luas, yaitu melibatkan berbagai elemen komunikasi. Jika kita mengikuti Pierce, maka semiotika tidak lain daripada sebuah nama lain dari logika, yakni “doktrin formal tentang tanda-tanda”.

Sebuah tanda atau representamen (*representamen*), menurut Charles Sanders Pierce dalam Budiman (2004:25), adalah sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Sesuatu yang lain itu dinamakan sebagai interpretan dari tanda yang pertama, pada gilirannya mengacu kepada objek. Dengan demikian, sebuah tanda atau representamen memiliki relasi triadik langsung dengan interpretan dan objeknya. Apa yang disebut sebagai proses semiosis merupakan suatu proses yang memadukan entitas yang disebut sebagai objek. Proses semiosis ini sering pula disebut sebagai signifikansi.

Tipologi Pierce yang terkenal adalah pengelompokan tanda menjadi tiga macam oleh Pierce dalam Sobur (2004:41), yang diistilahkan sebagai tanda sinematik, yaitu:

- a) Ikon, yaitu tanda yang mengandung kemiripan sebagaimana dapat dikenali oleh pemakainya. Menurut Pierce dalam Sobur (2004:158) ikon adalah suatu benda fisik (dua atau tiga dimensi) yang menyerupai apa yang direpresentasikannya. Reperentasi itu ditandai dengan kemiripan, misalnya suatu peta atau lukisan, memiliki hubungan ikonik dengan objek sejauh diantara keduanya terdapat keserupaan. Pandangan Pierce tentang ikon (*icon*), pengertiannya relatif sama dengan istilah simbol (*symbol*) dalam wawasan Saussure. Hal ini ditegaskan oleh Umberto Eco dalam Sobur (2004:158), "*Saussure called symbol what Pierce called icons*". Dalam wawasan Saussuran, simbol merupakan diagram yang mampu menampilkan gambaran suatu objek meskipun objek itu tidak dihadirkan. Peta, umpamanya, bisa memberikan gambaran hubungan objek-objek tertentu meskipun objek itu tidak dihadirkan.

- b) Indeks, adalah tanda yang hadir secara asosiasif akibat terdapatnya hubungan ciri acuan yang sifatnya tetap. Di dalam indeks hubungan antara tanda dan objeknya bersifat konkret, aktual, dan biasanya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Jejak telapak kaki di atas permukaan tanah misalnya, merupakan indeks dari seseorang yang telah lewat di sana; ketukan pada pintu merupakan indeks dari kehadiran atau kedatangan seseorang (Muthmainnah 2012:62).
- c) Simbol, dalam pengertian komunikasi, simbol seringkali diistilahkan sebagai lambang. Sobur (2004:157) mengatakan simbol atau lambang adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainnya. Pada dasarnya ikon merupakan tanda yang bisa menggambarkan ciri utama sesuatu meskipun sesuatu yang lazim disebut sebagai objek acuan tersebut yang tidak hadir. Hubungan antara tanda dengan objek dapat juga dipresentasikan oleh ikon, indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan (Mulyana dalam Sobur 2004: 158).

2. Semiotika Ferdinand de Saussure

Saussure adalah salah satu tokoh yang sangat berjasa dalam pendekatan semiotik di sepanjang perkembangannya sampai saat ini (Muthmainnah, 2012: 62). Saussure memang terkenal karena teorinya tentang tanda. Sebuah tanda kebahasaan menurut Saussure pada dasarnya menyatukan sebuah konsep dan suatu citra suara, bukan menyatakan sesuatu dengan sebuah nama. Suara yang muncul dari sebuah kata yang diucapkan merupakan penanda, sedang konsepnya adalah petanda. Dua unsur ini tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

Saussure mengungkap suatu hal yang bagi kebanyakan orang modern menjadi prinsip yang paling berpengaruh dalam teori linguistiknya : bahwa hubungan antara penanda dan yang ditandakan (petanda) bersifat sembarang atau berubah-ubah. Berdasarkan prinsip ini, struktur dasar suatu bahasa tidak lagi dianggap muncul dalam etimologi dan filologi, tetapi bisa ditangkap dengan sangat baik melalui cara bagaimana bahasa itu diutarakan.

3. Semiotika Roland Barthes

Semiotik pada perkembangannya menjadi perangkat teori yang digunakan untuk mengkaji kebudayaan manusia. Barthes dalam karyanya

(1957) menggunakan pengembangan teori tanda de Saussure (*signifier and signified*) sebagai upaya menjelaskan bagaimana kita dalam kehidupan bermasyarakat didominasi oleh konotasi (Hoed 2011:5).

Pendekatan semiotika Roland Barthes secara khusus tertuju kepada sejenis tuturan (*speech*) yang disebutnya sebagai mitos. Menurut Barthes dalam Budiman (2004: 63), bahasa membutuhkan kondisi tertentu untuk dapat menjadi mitos, yaitu yang secara semiotis dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran signifikasi yang disebut sebagai sistem semiologis tingkat kedua (*the second order semiological system*). Maksudnya, pada tataran bahasa atau sistem semiologis tingkat pertama (*the first order semiological system*), penanda-penanda berhubungan dengan petanda-petanda sedemikian sehingga menghasilkan tanda. Selanjutnya, tanda-tanda pada tataran pertama ini pada gilirannya hanya akan menjadi penanda-penanda yang berhubungan pula dengan petanda-petanda pada tataran kedua. Pada tataran signifikasi lapis kedua inilah mitos bercokol (Barthes dalam Budiman, 2004:63). Aspek material mitos, yakni penanda-penanda pada *the second order semiological system* itu, dapat disebut sebagai retorik atau konotator-konotator, yang tersusun dari tanda-tanda pada sistem

pertama; sementara petanda-petandanya sendiri dapat dinamakan sebagai fragmen ideologi (Barthes dalam Budiman, 2004:64).

2.8. Memahami Film dengan Semiotika

Semiotika visual (*visual semiotics*) pada dasarnya merupakan salah satu bidang semiotika yang secara khusus menaruh minat pada penyelidikan terhadap segala jenis makna yang disampaikan melalui sarana indra lihatan (*visual sense*). Apabila kita konsisten mengikuti pengertian ini, maka semiotika visual tidak lagi terbatas pada pengkajian seni rupa (seni lukis, patung, dst) dan arsitektur sematamata, melainkan juga segala macam tanda visual yang kerap kali atau biasanya dianggap bukan karya seni. Adapun isu-isu pokok di dalam semiotika visual, berdasarkan atas pembedaan tiga cabang penyelidikan semiotika menurut Charles Morris dalam Budiman (2004:13) dapat diklasifikasikan setidaknya-tidaknya ke dalam tiga dimensi, yakni dimensi sintaktik, semantik dan pragmatik.

a. Dimensi Sintaktik

Persoalan di dalam dimensi sintaktik berkisar pada homologi di antara bahasa dan gambar/ lukisan (Noth dalam Budiman, 2004:14). Sebagian pakar semiotika berpendapat bahwa struktur sebuah representasi visual dapat dipilah ke dalam satuan-

satuan pembentuknya yang sedikit-banyak analog dengan sistem kebahasaan, kendati hal ini tidak sekaligus menunjukkan adanya artikulasi ganda (*doublé articulation*) yaitu satuan terkecil yang bermakna dan satuan terkecil yang membedakan makna.

b. Dimensi Semantik dan Pragmatik

Masalah-masalah yang menyangkut dimensi semantik juga merupakan salah satu isu sentral dalam pendekatan semiotika visual. Hal-hal yang menjadi pokok perdebatan, antara lain adalah pertanyaan apakah tanda-tanda visual dicirikan oleh ikonitas atau justru indeksikalitas dan simbolitas? Para pakar semiotika mengajukan klaim bahwa relasi tanda visual dan objeknya bukan bersifat ikonik semata-mata, melainkan juga simbolik atau bersifat konvensional. Hal ini dipahami seperti pernyataan Pierce bahwa tanda-tanda yang sempurna adalah justru tanda-tanda yang mengandung keseimbangan sifat ikonik, indeksikal, dan simbolik sekaligus.

Pada dasarnya studi film mencakup pencarian pesan dan makna-makna dalam materinya, karena sesungguhnya semiotika komunikasi, seperti halnya studi komunikasi, adalah proses komunikasi, dan intinya

adalah makna. Dengan kata lain, mempelajari media adalah mempelajari makna, darimana asalnya, seperti apa, seberapa besar tujuannya, bagaimanakah ia memasuki materi media, dan bagaimana ia berkaitan dengan pemikiran kita sendiri (Sobur 2004:110). Maka dari itu, metode penelitian dalam komunikasi semestinya mampu mengungkapkan makna yang terkandung dalam materi pesan komunikasi.

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis semiotik. Seperti dikemukakan Zoest dalam Sobur (2004:128) film dibangun dengan tanda semata-mata. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Berbeda dengan fotografi statis, rangkaian gambar dalam film menciptakan imaji dan sistem penandaan. Karena itu bersamaan dengan tanda-tanda arsitektur, terutama indeksikal, pada film terutama tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu. Memang ciri gambar-gambar film adalah persamaannya dengan realitas yang ditunjukkannya. Gambar yang dinamis dalam film merupakan ikonis bagi realitas yang dinotasikannya.

Film dapat mengkomunikasikan arti dalam dua cara berbeda, yaitu secara denotasi dan secara konotasi. Sebagaimana yang telah dibahas

sebelumnya, arti denotasi adalah film sebagaimana adanya tanpa kita banyak berusaha untuk mengenalinya. Dengan kata lain dapat dikatakan sebagai kemampuan film untuk menyampaikan realitas fisik. Disinilah letak kekuatan film sesungguhnya.

Arti konotasi adalah kekayaan arti yang bisa kita sangkutkan pada sepatah kata yang melebihi denotasinya. Dalam arti makna sebenarnya kita dapatkan pada sebuah kata yang mampu melampaui makna denotasinya. Dalam hal ini film juga memiliki kemampuan konotasi yang setara.