

## BAB II

### KAJIAN TENTANG DAKWAH DAN FILM

#### 2.1. Kajian Tentang Dakwah

##### 2.1.1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'wan*, *du'a* yang diartikan sebagai mengajak, menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *amar ma'ruf* dan *nahi mungkar*, *mau'idzoh hasanah*, *tabsyir*, *indzar*, *tarbiyah*, *ta'lim*, dan *khotbah* (M. Sulthon, 2003 : 8).

Secara 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. Berkaitan dengan itu, maka muncullah beberapa definisi mengenai dakwah yang telah banyak juga dibuat oleh para ahli, dimana masing-masing definisi tersebut saling melengkapi. Berikut beberapa definisi dakwah yang diungkapkan oleh para ahli mengenai dakwah:

1. Amrullah Ahmad (1983 : 17) memberikan definisi bahwa dakwah adalah mengadakan dan memberikan arah perubahan,

merubah stuktur masyarakat dan budaya kedzaliman ke arah keadilan, kebodohan ke arah kemajuan (kecerdasan), kemiskinan kearah kemakmuran, keterbelakangan ke arah kemajuan yang semuanya dalam rangka meningkatkan derajat manusia dan masyarakat kearah puncak kemanusiaan.

2. Menurut Arifin (1997: 17) bahwa dakwah adalah suatu kegiatan ajakan baik berbentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya, yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya satu pengertian, kesadaran sikap penghayatan serta pengamalan terhadap pengajaran agama yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur paksaan.
3. Menurut Syeh Ali Mahfudz dalam Aziz (2004: 4) dakwah adalah mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka berbuat *ma'ruf* dan mencegah dari perbuatan *mungkar* agar mereka memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat.
4. Menurut Ghalwasy sebagaimana di kutip oleh Ilaihi (2010: 16) dakwah sebagai pengetahuan yang dapat memberikan segenap usaha yang bermacam-macam yang mengacu pada upaya penyampaian ajaran Islam kepada seluruh manusia yang mencakup akidah, syariah, dan akhlak.

5. Menurut Romli (2003: 6) dakwah dapat diartikan pula sebagai upaya terus menerus untuk melakukan perubahan pada diri manusia menyangkut pikiran (*fikrah*), perasaan (*syu'ur*), dan tingkah laku (*suluk*) yang membawa mereka kejalan Allah (*Islam*), sehingga terbentuk sebuah masyarakat islami (*al-mujtama' al-Islami*).
6. Menurut Ya'qub dalam M. Masyhur Amin (1980: 26) dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah dan kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.

Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Dengan begitu, dalam dakwah terdapat suatu ide dinamis, sesuatu yang terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntunan ruang dan waktu. Sementara itu, dakwah dalam prakteknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan (Ilaihi, 2010: 17).

Dari beberapa definisi dakwah diatas, dalam penelitian ini definisi dakwah yang digunakan adalah menurut Arifin bahwa dakwah adalah suatu kegiatan ajakan baik berbentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya, yang dilakukan secara sadar dan

berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya satu pengertian, kesadaran sikap penghayatan serta pengamalan terhadap pengajaran agama yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur paksaan.

**2.1.2. Dasar Hukum Dakwah**

Dakwah merupakan aktivitas yang sangat penting dalam ajaran Islam yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim. Kewajiban dakwah ini tercermin dalam konsep amar ma'ruf nahi munkar, yakni perintah untuk mengajak kebaikan dan menjauhkan dari perilaku kejahatan. Dasar pijakan hukum dakwah adalah Alqur'an dan Hadits.

1. Dasar Kewajiban Dakwah dalam Alqur'an

a. Surat An Nahl ayat 125

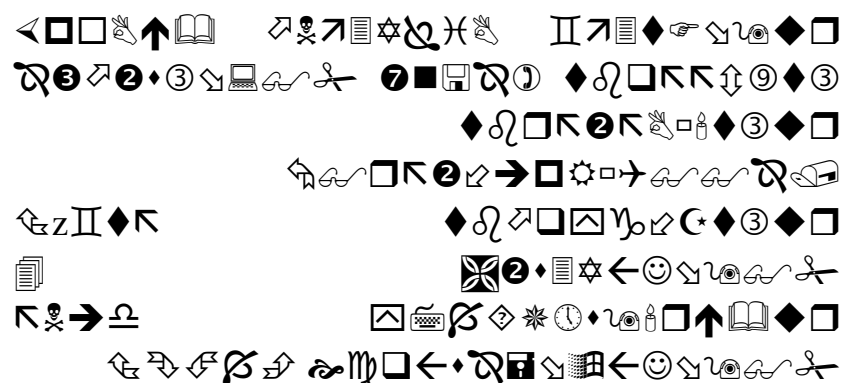


Artinya :

” Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu 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”.

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

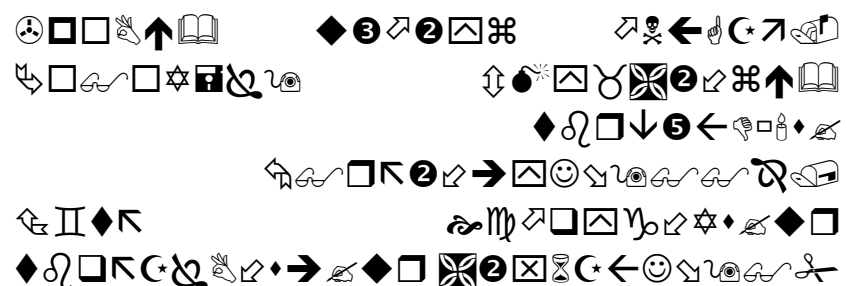
b. Surat Al Imron ayat 104

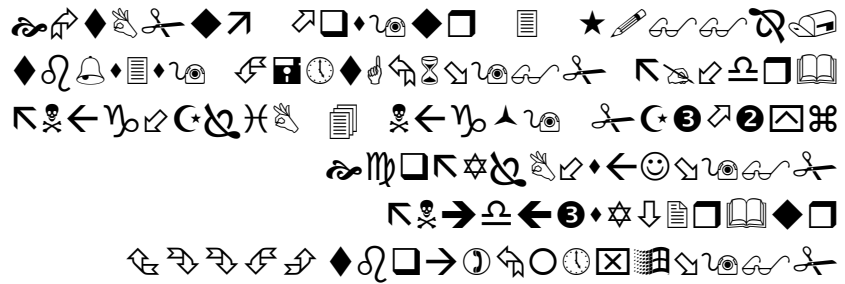


Artinya :

“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”.

c. Surat Al Imron ayat 110





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.”

Pada ayat diatas ditegaskan bahwa umat Muhammad (umat Islam) adalah umat yang terbaik dibandingkan dengan umat-umat sebelumnya. Pada ayat tersebut juga dengan tegas dikatakan bahwa orang-orang yang melaksanakan amar ma`ruf nahi mungkar akan selalu mendapatkan keridhaan Allah karena berarti mereka telah menyampaikan ajaran Islam kepada manusia dan meluruskan perbuatan yang tidak benar kepada akidah dan akhalq Islamiah. (Ali Aziz, 2004 : 39)

2. Dasar Kewajiban Dakwah dalam Hadits

a. Hadits riwayat Imam Muslim

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ

لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ (رواه مسلم)

“Dari Abi Sa’id Al Khudhari ra. Berkata : Aku telah mendengar Rasulullah bersabda: Barang siapa diantara kamu melihat kemungkaran, maka hendaklah dia mencegah dengan tangannya (dengan kekuatan atau kekerasan), jika ia tidak sanggup dengan demikian (sebab tidak memiliki kekuatan dan kekerasan)maka dengan lidahnya, dan jika (dengan lidahnya )tidak sanggup maka cegahlah dengan hatinya, dan dengan yang demikian itu adalah selemah-lemahnya iman”. (Imam Nawawi, 1999 : 212)

Selemah-lemahnya keadaan seseorang, setidak-tidaknya ia masih tetap berkewajiban menolak kemungkaran dengan hatinya, kalau ia masih dianggap Allah sebagai orang yang masih memiliki iman. Penolakan kemungkaran dengan hati tempat bertahan yang minimal, benteng penghabisan tempat berdiri (M.Natsir, 1981 : 113).

b. Bahkan dalam hadist Nabi yang lain dinyatakan (HR. Al-Bukhari):

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً.

“Sampaikanlah dariku walaupun hanya satu ayat”. (Imam Nawawi, 1999: 215)

Berdasarkan firman Allah SWT dan Hadist Nabi Muhammad SAW tersebut memberikan pemahaman, yakni berdakwah jangan fokus pada satu atau dua metode saja, melainkan pengembangan metode seiring perkembangan zaman harus juga dipenuhi.

### 2.1.3. Unsur-unsur Dakwah

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

1. 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 (2004: 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.

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.

## 2. *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). Ke semua heterogenitas manusia penerima harus dicermati setiap da'i agar ia tidak salah dalam memilih pendekatan, metode, teknik serta media dakwah (Aziz, 2004: 94).

## 3. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada *mad'u* yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari al-Qur'an dan al-Hadist. Materi dakwah merupakan inti dari dakwah itu sendiri, Oleh

karenanya hakekat materi dakwah tidak dapat dilepaskan dari tujuan dakwah.

Dalam menyajikan materi dakwah, al-Qur'an terlebih dahulu meletakkan suatu prinsip bahwa manusia yang dihadapinya (*mad'u*) adalah makhluk yang terdiri dari unsur jasmani, akal, dan jiwa, sehingga dengan demikian ia harus dipandang, dihadapi, dan diperlakukan dengan keseluruhan unsur-unsurnya secara serentak, baik dari segi materi maupun penyajiannya (Aziz, 2004: 107).

Karena itu materi dakwah harus dapat menyentuh seluruh aspek kehidupan manusia, baik yang berkaitan dengan kehidupan atau dunia materi maupun dunia rohaninya, akal dan jiwanya. Artinya, materi dakwah yang disampaikan harus dapat menggugah aspek akal dan aspek emosi penerimanya, serta berkaitan dengan kebutuhan jasmaninya.

Menurut Ali Aziz (2004: 109-129) materi dakwah secara global dapat diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok, yaitu:

a. Masalah 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 Allah, 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.

b. 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.

c. Masalah Ahlak

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 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. Contohnya adalah mengucapkan syukur ketika mendapat rizki.
- b. Akhlak terhadap sesama manusia. Akhlak berbuat baik kepada sesama. Contohnya adalah menjenguk tetangga atau saudara yang sedang sakit, memberi sedekah kepada fakir miskin.
- 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). Contohnya adalah tidak membunuh binatang sembarangan, tidak menyirami tanaman atau bunga yang sudah kita tanam.

#### 4. *Wasilah* (Media dakwah)

Media dakwah adalah seperangkat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Seperti mimbar, surat kabar, radio, televisi dan film. Media dakwah merupakan salah satu

unsur penting yang harus diperhatikan dalam aktifitas dakwah. Sebab, sebaik apapun metode, materi dan kapasitas seorang da'i, jika tidak menggunakan media yang tepat seringkali hasilnya kurang maksimal.

Media merupakan alat obyektif yang menghubungkan ide dengan audien, atau dengan kata yang menghubungkan urat nadi dalam *totaliter*. Berdasarkan itu, media dakwah dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Sanwar, 1985: 77-78) :

- 1) Dakwah melalui saluran lisan, yaitu dakwah secara langsung, dimana da'i menyampaikan ajakan dakwahnya kepada mad'u.
- 2) Dakwah melalui saluran tertulis, yaitu kegiatan dakwah yang dilakukan melalui media tulis (cetak).
- 3) Dakwah melalui alat audio, yaitu kegiatan dakwah yang dilakukan melalui alat yang dapat dinikmati melalui perantaraan pendengaran.
- 4) Dakwah melalui alat visual, yaitu kegiatan dakwah yang dilakukan melalui alat yang dapat dilihat oleh panca indera manusia.
- 5) Dakwah melalui alat audio visual, yaitu bentuk penyampaian pesan dakwah yang dapat dinikmati dengan cara melihat dan mendengar.



Dari ayat ini metode dakwah ada tiga yaitu : *Hikmah*, *Mauidzatul Hasanah*, dan *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*. Semua metode yang ada adalah cabang dari tiga metode ini. Secara garis besar tiga pokok metode (*thariqoh*) dakwah, yaitu :

- a. *Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
- b. *Mauidzatul Hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.
- c. *Mujadalah Billati Hiya Ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah (M.Munir dan Wahyu Illahi, 2006: 34).

Adapun ditinjau dari sudut pandang yang lain, menurut Tasmara (1997: 43) metode dakwah dapat dilakukan pada berbagai metode yang lazim dilakukan dalam pelaksanaan dakwah. Dalam artian pendekatan dakwah harus bertumpu pada



suatu pandangan human oriented menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia. Metode-metode tersebut adalah:

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).

f) Metode *Home Visit* (Silaturrahi)

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 silaturrahi, menjenguk orang sakit, menjenguk orang yang terkena musibah, *ta'ziah*, dan lain-lain (Abdullah, 1989: 133).

g) 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.

h) Metode Sisipan (*Infiltrasi*)

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

#### 6. *Atsar* (Efek Dakwah)

Efek dakwah adalah akibat dari pelaksanaan proses dakwah yang terjadi pada objek dakwah. Efek tersebut bisa berupa efek positif dan efek negatif. Efek positif maupun efek negatif dari proses dakwah pada dasarnya sangat berkaitan dengan unsur-unsur dakwah lainnya (Bachtiar, 1997:36), sehingga efek dakwah menjadi ukuran berhasil tidaknya sebuah proses dakwah.

Sebagaimana diketahui bahwa dalam upaya mencapai tujuan dakwah, maka kegiatan dakwah selalu diarahkan untuk mengetahui aspek perubahan diri obyeknya, yaitu:

- a) *Efek Kognitif* terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.
- b) *Efek Afektif* timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap serta nilai.

c) *Efek Bihavioral* merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

## **2.2. Kajian Tentang Film Televisi**

### **2.2.1. Pengertian Film Televisi**

Film (sinema) adalah *cinematographie* yang berasal dari kata *cinema* (gerak), *tho* atau *phytos* (cahaya), dan *graphie* atau *grhap* (tulisan, gambar, citra). Jadi pengertiannya adalah melukis gerak dengan cahaya. Agar dapat melukis gerak dengan cahaya, harus menggunakan alat khusus, yang biasa disebut kamera.

Dahulu film dibuat dengan bahan dasar seluloid yang sangat mudah terbakar bahkan oleh percikan abu rokok sekalipun. Sejalan dengan waktu, para ahli berlomba-lomba untuk menyempurnakan film agar lebih aman, lebih mudah diproduksi dan enak ditonton dan sekarang menggunakan *Memory* untuk menyimpannya (Effendy, 2009: 10).

Sedangkan yang dimaksud dengan film dalam penelitian ini adalah Film Televisi (dalam bahasa Inggris disebut sebagai *Television Movie*) atau lebih sering dikenal sebagai FTV adalah jenis film yang diproduksi untuk televisi yang dibuat oleh stasiun televisi ataupun rumah produksi berdurasi 120 menit sampai 180 menit dengan tema yang beragam seperti remaja, tragedi

kehidupan, cinta dan agama. Film layar lebar yang ditayangkan di televisi tidak dianggap sebagai FTV.

### **2.2.2. Sekilas Sejarah Film**

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual dibelahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film bioskop, film televisi dan video lesor setiap minggunya. Di Amerika Serikat dan Kanada lebih dari satu juta tiket film terjual setiap tahunnya (Agee, Ault dan Emery, 2000: 364)

Film televisi pertama di dunia adalah film berjudul *The Pied Piper of Hamelin* yang dibintangi oleh Van Johnson yang merupakan sebuah film musikal yang diproduksi pada tahun 1957 di Amerika Serikat. Namun pada waktu itu istilah FTV belum digunakan untuk mendeskripsikan produksi ini. Sejak saat itulah banyak film televisi yang diproduksi karena banyaknya permintaan dari pemirsa.

Pada awalnya FTV disebut sebagai film yang dibuat untuk televisi istilah ini pertama kali dipakai di Amerika Serikat pada awal 1960an. Dimulai pada tahun 1961 saat meluncurkan acara *NBC Saturday Night at The Movies* yaitu suatu program yang menayangkan berbagai jenis film televisi setiap minggunya. Film paling dikenal pada acara ini adalah *See How They Run* yang ditayangkan pada 7 Oktober 1964.

Pada perkembangannya banyak film televisi yang diangkat menjadi film layar lebar ataupun sebaliknya dimana film layar lebar

dibuat versi film televisinya. Contohnya adalah *Brian's Song* yang diangkat ke layar lebar setelah sukses di televisi yang dibuat pada tahun 1971 dan dibuat ulang pada tahun 2001. Selain itu ada juga film layar lebar yang sekuelnya dibuat dalam bentuk film televisi. Contohnya film *Parent Trap*, sekuel dua, tiga dan empatnya dibuat dalam bentuk film televisi, hanya *Parent Trap* satu yang dibuat dalam bentuk film layar lebar.

Sedangkan sejarah film televisi di Indonesia Film Televisi mulai banyak diproduksi di Indonesia pada awal tahun 1995 yang dipelopori oleh SCTV. Hal ini dilakukan untuk menjawab kejenuhan masyarakat atas sinetron (sinema elektronik). Sejak saat itu banyak film televisi yang bermunculan. Hampir semua stasiun TV memiliki plot waktu setiap minggunya untuk penayangan film televisi. Contohnya di SCTV terdapat plot acara Gala sinema, di Trans TV ada plot Bioskop Trans TV dalam negeri dan masih banyak plot acara lain yang sejenis di stasiun televisi di Indonesia. Di Indonesia sendiri film televisi sangat digemari terutama film televisi dengan tema percintaan remaja dan film televisi dengan tema religius.

Perbedaan film televisi (FTV) dengan film layar lebar adalah:

1. Film televisi diproduksi oleh stasiun televisi ataupun rumah produksi untuk disiarkan melalui televisi, film bioskop dibuat untuk ditayangkan di bioskop.

2. Proses pembuatan film televisi lebih singkat daripada film layar lebar.
3. Biaya pembuatan film televisi lebih murah daripada film layar lebar.
4. Cara menonton film televisi berbeda dengan film layar lebar karena saat menonton film layar lebar tidak terdapat iklan seperti halnya saat menonton film televisi.  
([http://id.wikipedia.org/wiki/Film\\_televisi](http://id.wikipedia.org/wiki/Film_televisi). diakses 20/09/2013. 20:14 WIB)

### **2.2.3. Unsur-unsur Film**

#### **1. Produser**

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

#### **2. Sutradara**

Sutradara merupakan pihak atau orang yang paling bertanggungjawab terhadap proses pembuatan film di luar hal-hal yang berkaitan dengan dana dan properti lainnya. Karena itu biasanya sutradara menempati posisi sebagai “orang penting kedua” di dalam suatu tim kerja produksi film. Di dalam proses pembuatan film, sutradara bertugas mengarahkan seluruh alur

baik itu mengatur pemain didepan kamera, mengarahkan acting dan dialog, menentukan posisi dan gerak kamera, suara, pencahayaan, dan turut melakukan editing (Sumarno, 1996 : 34-35)

### 3. Penulis Skenario

Skenario film adalah naskah cerita film yang ditulis dengan berpegang pada standar atau aturan-aturan tertentu. Skenario atau naskah cerita film itu ditulis dengan tekanan yang lebih mengutamakan visualisasi dari sebuah situasi atau peristiwa melalui adegan demi adegan yang jelas pengungkapannya. Jadi, penulis skenario film adalah seseorang yang menulis naskah cerita yang akan difilmkan. Naskah skenario yang ditulis penulis skenario itulah yang kemudian digarap atau diwujudkan sutradara menjadi sebuah karya film.

### 4. Penata Fotografi

Penata kamera atau juru kamera adalah seseorang yang bertanggungjawab dalam proses perekaman (pengambilan) gambar di dalam kerja pembuatan film. Karena itu, seorang penata kamera atau juru kamera dituntut untuk mampu menghadirkan cerita yang menarik, mempesona dan menyentuh emosi penonton melalui gambar demi gambar yang direkamnya di dalam kamera dengan menentukan jenis-jenis shoot, jenis lensa, diafragma kamera, mengatur lampu untuk efek cahaya dan



melakukan pembingkaiian serta menentukan susunan dari subyek yang hendak direkam. Di dalam tim kerja produksi film, penata kamera memimpin departemen kamera.

#### 5. Penata Artistik

Penata artistik adalah seseorang yang bertugas untuk menampilkan cita rasa artistik pada sebuah film yang diproduksi. Sebelum suatu cerita divisualisasikan ke dalam film, penata artistik terlebih dulu mendapat penjelasan dari sutradara untuk membuat gambaran kasar adegan demi adegan di dalam sketsa, baik secara hitam putih maupun berwarna. Tugas seorang penata artistik di antaranya menyediakan sejumlah sarana seperti lingkungan kejadian, tata rias, tata pakaian, perlengkapan-perengkapan yang akan digunakan para pelaku (pemeran) film dan lainnya.

#### 6. Penata Suara

Penata suara adalah seseorang atau pihak yang bertanggungjawab dalam menentukan baik atau tidaknya hasil suara yang terekam dalam sebuah film baik suara yang terekam di lapangan maupun studio. Di dalam unsur-unsur suara yang telah dipadukan ini nantinya akan menjadi jalur suara yang letaknya bersebelahan dengan jalur gambar dalam hasil akhir film yang akan diputar.

#### 7. Penata Musik

Penata musik adalah seseorang yang bertugas atau bertanggungjawab sepenuhnya terhadap pengisian suara musik tersebut. Seorang penata musik dituntut tidak hanya sekadar menguasai musik, tetapi juga harus memiliki kemampuan atau kepekaan dalam mencerna cerita atau pesan yang disampaikan oleh film.

#### 8. Pemeran

Pemeran film dan biasa juga disebut aktor dan aktris adalah mereka yang memerankan atau membintangi sebuah film yang diproduksi dengan memerankan tokoh-tokoh yang ada di dalam cerita film tersebut sesuai skenario yang ada. Pemeran dalam sebuah film terbagi atas dua, yaitu pemeran utama (tokoh utama) dan pemeran pembantu (piguran).

#### 9. Penyunting

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

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 “Surat Kecil Untuk Tuhan” ini menggunakan bahasa Indonesia.

- 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:

1. Pencahayaan *Front Lighting* / Cahaya Depan.

Cahaya merata dan tampak natural / alami.

2. *Side Lighting* / Cahaya Samping.

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

3. *Back Lighting* / Cahaya Belakang.

Menghasilkan bayangan dan dimensi.

4. *Mix Lighting* / Cahaya Campuran.

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

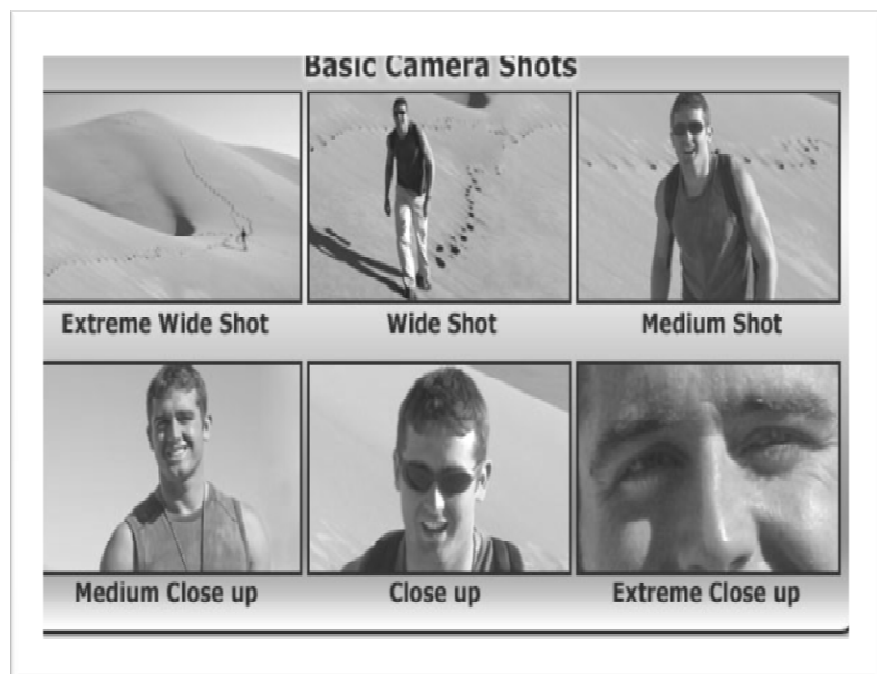
c. Teknik Pengambilan Gambar

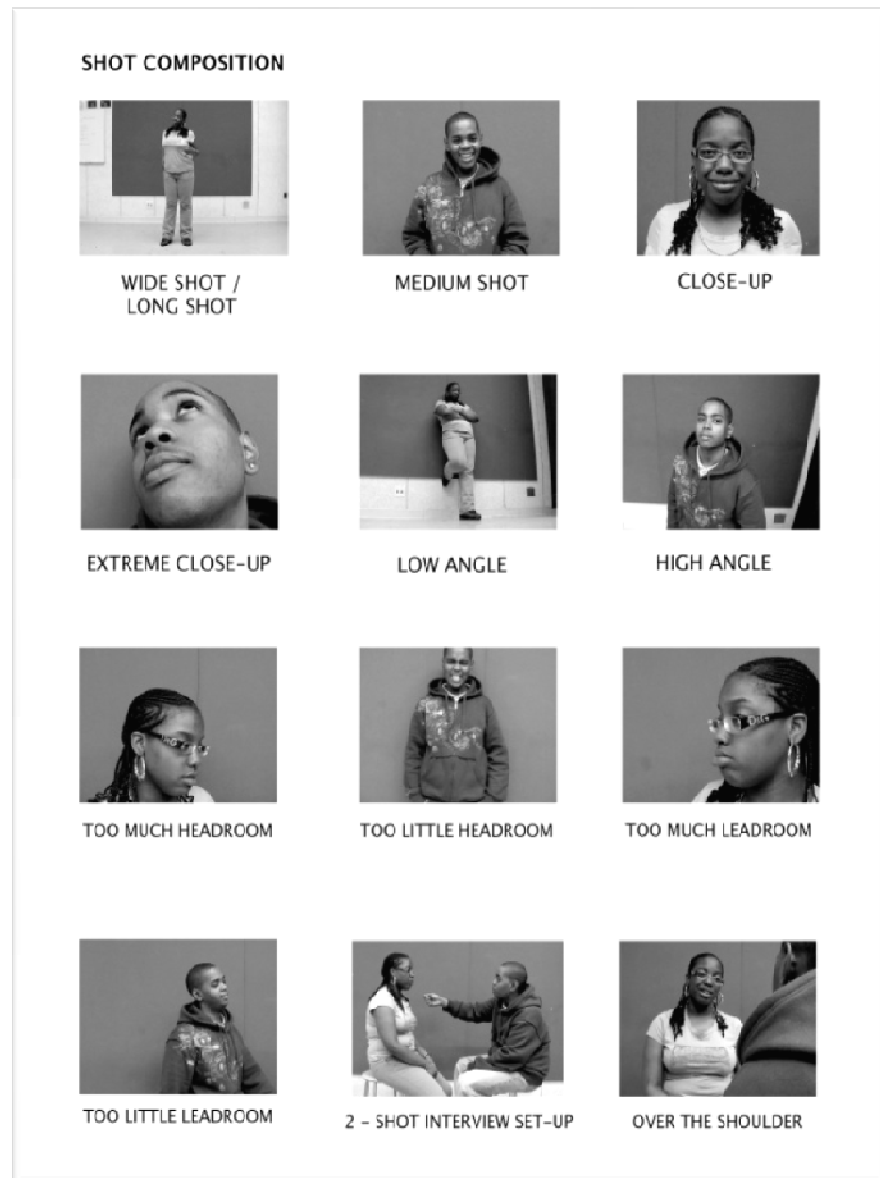
Pengambilan atau perlakuan kamera juga merupakan salah satu hal yang penting dalam proses penciptaan visualisasi simbolik yang terdapat dalam film. Proses tersebut akan dapat mempengaruhi hasil gambar yang diinginkan, apakah ingin menampilkan karakter tokoh, ekspresi wajah dan *setting* yang ada dalam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

1. *Full Shot* (seluruh tubuh). Subyek utama berinteraksi dengan subyek lain, interaksi tersebut menimbulkan aktivitas sosial tertentu.
2. *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.
3. *Medium Shot* (bagian pinggang ke atas). *Audience* diajak untuk sekedar mengenal obyek dengan menggambarkan sedikit suasana dari arah tujuan kameramen.
4. *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.

5. *Pan up/frog eye* (kamera diarahkan ke atas). Film dengan teknik ini menunjukkan kesan bahwa obyek lemah dan kecil.
6. *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.
7. *Zoom in/out Focallength* ditarik ke dalam observasi / fokus. *Audience* diarahkan dan dipusatkan pada obyek utama. Unsur lain disekeliling subyek berfungsi sebagai pelengkap makna.

Contoh gambar :





d. *Setting*

Setting yaitu tempat atau lokasi untuk pengambilan sebuah visual dalam film untuk menjelaskan pemilik, atau ekonomi, sosial dan budaya.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa sebuah film tidak akan sukses dan berhasil tanpa adanya campur tangan orang-orang diatas yang melibatkan sejumlah keahlian tenaga kreatif

dan harus menghasilkan suatu keutuhan yaitu saling mendukung dan saling mengisi. Perpaduan yang baik antara sejumlah keahlian ini merupakan syarat utama bagi lahirnya film yang baik.

#### **2.2.4. Film Sebagai Media Dakwah**

Dakwah sebagai suatu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan kepada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, memerlukan suatu adaptasi terhadap kemajuan itu. Artinya dakwah dituntut untuk dikemas dengan terapan media komunikasi sesuai dengan aneka mad'u (komunikatif) yang dihadapi (Ghazali, 1997 : 33).

Laju perkembangan zaman berpacu dengan tingkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, tidak terkecuali teknologi komunikasi yang merupakan suatu sarana yang menghubungkan suatu masyarakat dengan masyarakat di bumi lain. Kecanggihan teknologi komunikasi ikut mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia termasuk di dalamnya kegiatan dakwah sebagai salah satu pola penyampaian informasi dan upaya transfer ilmu pengetahuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa proses dakwah bisa terjadi dengan menggunakan berbagai sarana atau media, karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat memungkinkan hal itu. Salah satu media yang bisa digunakan adalah film.

Film sebagai salah satu media komunikasi, tentunya memiliki pesan yang akan disampaikan dan mempunyai sasaran



yang beragam dari agama, etnis, status, umur dan tempat tinggal dapat memainkan peranan sebagai saluran penarik untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu 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 (Muhtadi dan 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 majlis 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 atau 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 yang memiliki efek 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 pengahayatan, 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.

#### **2.2.5. Teknik Penyampaian Pesan Dakwah Dalam Film**

Teknik berasal dari kata "*technicom*" bahasa Yunani, yang berarti keterampilan. Teknik penyampaian dalam dunia dakwah dapat diartikan dengan metode dakwah. Metode berasal dari bahasa Yunani "*methodos*" yang berarti cara atau jalan yang di tempuh. Abdul Kadir Munsyi mengartikan metode sebagai cara untuk menyampaikan sesuatu. (Munsyi, 1982 : 29)

Metode dakwah adalah cara-cara yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) untuk mencapai satu tujuan tertentu atas dasar *hikmah* dan *kasih sayang*. Dengan kata lain, pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan (*human oriented*) dengan menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia (Amin, 2009 : 149)

Didalam melaksanakan suatu kegiatan dakwah, diperlukan metode penyampaian yang tepat agar tujuan dakwah dapat tercapai. Metode-metode dakwah yang efektif diantaranya : metode ceramah, metode tanya jawab, metode diskusi, metode sisipan, metode propaganda, metode keteladanan, metode home visit, dan metode drama.

Teknik merupakan operasionalisasi metode kegiatan yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan. Di dalam kegiatan dakwah terdapat teknik dakwah yang diperlukan sesuai dengan metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan dakwah, maka dapat ditetapkan bagaimana teknik pelaksanaannya. Jadi teknik merupakan tindak lanjut operasionalisasi kegiatan dakwah yang diperlukan guna tercapainya kegiatan dakwah (Ghazali, 1997: 26).

Teknik penyampaian adalah suatu cara (metode) untuk memindahkan benda baik berbentuk nyata ataupun abstrak dari satu tempat ke tempat yang lain. Melalui suatu teknik atau cara tertentu, sesuatu yang dipindahkan tersebut memerlukan waktu yang lebih pendek atau dengan kata lain lebih efisien. Dalam proses komunikasi, teknik penyampaian lebih dekat kepada proses transformasi informasi dari tempat yang kelebihan informasi ke tempat yang kekurangan informasi. (Effendy, 2009: 20).

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

1. Dialog atau percakapan menentukan apa yang diucapkan atau dikatakan karakter yang akan bergabung dan membentuk. Dialog dalam sebuah skenario film tidak boleh ditinggalkan karena di dalam dialog mempunyai unsur yang penting dalam suatu skenario film diantaranya:
  - a. Dialog menampakkan karakter dan mempunyai plot,
  - b. Dialog menciptakan konflik,
  - c. Dialog menghubungkan fakta-fakta,
  - d. Dialog menyamarkan kejadian-kejadian yang akan datang,
  - e. Dialog menghubungkan adegan-adegan dan gambar-gambar sekaligus (Suban, 2006: 142).
2. Musik yaitu komponen musik yang dimaksud dalam film yakni untuk mempertegas sebuah adegan agar lebih kuat makna yang akan disampaikan. Adapun musik di dalam film dibagi menjadi dua yaitu:
  - a. Ilustrasi Musik adalah suara, maksudnya suara yang dihasilkan baik melalui instrumen musik atau bukan yang

diikutsertakan dalam suatu adegan adalah untuk memperkuat suasana.

- b. *Themesong* adalah lagu yang dimaksudkan sebagai bagian dari identitas film, lagu untuk sebuah film tersebut bisa lagu yang ditulis khusus untuk film tersebut ataupun lagu yang telah populer sebelumnya (biasanya dipilih sendiri oleh sutradara atau produser).
3. *Sound effect* atau efek suara adalah suara yang ditimbulkan oleh semua aksi dan reaksi dalam film. Efek suara perlu untuk memanjakan telinga penonton, maka penata suara yang baik akan memasukkan semua bunyi yang masuk akal dengan cerita dan menghilangkan semua yang tidak perlu (Effendy, 2009: 95-96).

Sedangkan ditinjau dari aspek visualnya, terdiri dari:

1. *Scene* atau adegan adalah suatu unit yang menggerakkan sebuah cerita. Teknik dari sebuah adegan adalah tempat dan waktunya dilihat dari dalam ruangan (*interior*) maupun luar ruangan (*exterior*) (Suban, 2006: 146).
2. Lokasi atau tempat yang menentukan gambar yang akan dibuat. Penulis skenario yang baik menggunakan lokasi yang menarik dan unik untuk dapat menciptakan visual yang paling bagus karena mengerti peraturan sebuah film adalah pemirsa yang lebih suka melihat dari pada mendengar (Suban, 2006: 137).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teknik penyampaian pesan dakwah dalam film bisa dilihat dari dua aspek yaitu dengan melihat audio dan visualnya. Audio (dialog, musik, sound effect) dan visual (lokasi dan tempat).