

**STRATEGI DAKWAH NU ONLINE MELALUI FILM “TAMBAL IMAN”
DALAM *CHANNEL* YOUTUBE NU ONLINE**



Skripsi

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Konsentrasi Broadcasting

Oleh :

Ahmad Jalaluddin Ahsani

2001026071

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SEMARANG

2024

DEKLARASI KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Jalaluddin Ahsani
NIM : 2001026071
Program : S.1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : "Streategi Dakwah Persuasif Melalui Film "Tambal Iman"
Channel Youtube Nu Online"

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di Lembaga pendidikan lainnya, kecuali pengetahuan dan informasi yang diambil penerbit maupun belum atau tidak diterbitkan dicantumkan sebagai sumber referensi yang menjadi bahan rujukan dalam penyusunan skripsi ini.

Semarang, 18 Desember 2024


METRAL
TEMPEL
PEAMX158288346
Ahmad Jalaluddin Ahsani
2001026071

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI DAKWAI NU ONLINE MELALUI FILM "TAMBAL IMAN" DALAM CHANNEL
YOUTUBE NU ONLINE

Olesi :

Ahmad Jalaludulin Ahsani

NIM. 2001026071

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 30 Desember 2024 dan dinyatakan
LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Susunan Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji

Dr. Hj. Ummul Baroroh., M.Ag.
NIP. 196605081991012001

Sekretaris Dewan Penguji

Dr. Abdul Ghoji., M.Ag.
NIP. 197707092005011003

Penguji I

Dr. Najahat Musyafak, M.A.
NIP. 197010201995031001

Penguji II

M. Alfandi., M.Ag.
NIP. 197108301997031000

Mengetahui,
Pembimbing

Adeni S. KOM. I. M. A.
NIP. 196602091993030003

Ketua Dewan Penguji

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada Tanggal.....

Prof. Dr. Moch. Farzi, M.A.
NIP. 197205101998031003

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 4 bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

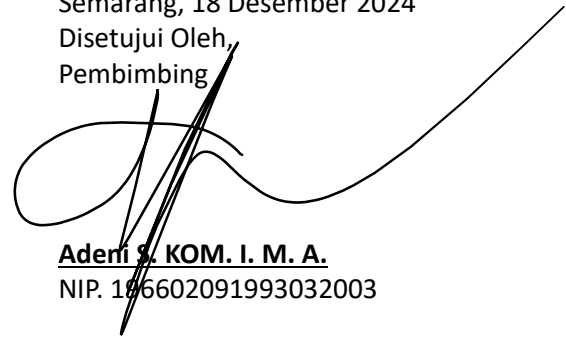
Nama : Ahmad Jalaluddin Ahsani
NIM : 2001026071
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : KPI/Broadcasting
Judul : Strategi Dakwah NU Online Melalui Film “Tambal Iman” Dalam *Channel* Youtube NU Online

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 18 Desember 2024

Disetujui Oleh,
Pembimbing



Aderi S. KOM. I. M. A.

NIP. 196602091993032003

PERSEMBAHAN

Maha suci Allah yang telah memberikan rahmat dan nikmat kepada seluruh manusia di dunia ini dan hanya kepada-Nya segala cinta dan kasih sejati yang selalu tertanam di hati. Izinkan dan ridhoi hamba-Mu ini di setiap langkah dan perbuatan, serta bimbingan hamba menebar rahmat di setiap langkah kekasih Muhammad SAW.

Skripsi ini penulis sembahkan untuk orangtuaku tercinta Ibu Yunita Wahyuningrum, S.ST yang selalu ada di saat senang maupun susah, yang selalu memberikan kasih sayang, yang selalu mendo'akan putranya, dan selalu memberikan semangat, nasehat dan dorongan demi meraih kelancaran dan kesuksesan.

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah⁴²⁴ dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”

ABSTRAK

Ahmad Jalaluddin Ahsani (2001026071), dengan judul skripsi “Strategi Dakwah NU Online Melalui Film “Tambal Iman” Dalam Channel Youtube NU Online”.

Strategi dakwah merupakan sebuah tantangan yang harus mampu dipahami dan dimaksimalkan oleh para *da’I* agar prosesi dakwah yang dilakukannya dapat memunculkan hasil yang maksimal. Salah satu strategi dakwah yang bisa dilakukan dengan memanfaatkan film sebagai media dakwah. Film dapat dijasikan sebagai media dakwah berupa audio visual yang mampu memberikan gambaran secara langsung dari pesan-pesan dakwah yang ingin disampaikan. Dengan memanfaatkan film sebagai strategi dakwah channel NU online, diharapkan mampu menjadi daya Tarik dakwah dalam bentuk yang berbed.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi dakwah NU online melalui film “tambal iman” dalam *channel* youtube NU online. Guna mendapatkan data, penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berifat deskriptif dan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan pada Bapak M. Zunus selaku produser film di channel NU online, dan Gus Ahmad Mudzir selaku manajer konten kreatif channel NU online. Metode analisis yang digunakan yakni metode Miles dan Huberman melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah NU online melalui film “tambal iman” dalam *channel* youtube NU online adalah mampu menarik audiens di channel NU online dengan baik, dimana film sebagai media dakwah mendapatkan penilaian yang positif jika dilihat dari komentar yang mereka tinggalkan, serta adanya film menjadikan metode dakwah yang ada di channel NU online menjadi semakin bervariasi, sehingga tujuan penyebaran pesan kebaikan yang bersifat universal dapat tercapai dengan baik melalui media film.

Kata Kunci: *Strategi, Dakwah, Film, Channel Youtube NU online*

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sungguh bedar saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Tanpa berkat dan rahmat-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini. Dengan penuh rasa syukur, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul " Strategi Dakwah NU Online Melalui Film “Tambal Iman” Dalam *Channel* Youtube NU Online" sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana sosial.

Tak lupa, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini. Penghargaan dan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Asep Dadang Abdullah, M.Ag., selaku ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Adeni S. KOM. I. M. A., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah mengarahkan, memberi saran, dan mendidik selama menempuh studi pada program S1 di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
6. Bapak M. Zunus & Gus Mundzir, seorang ahli di bidang penyiaran konten kreatif NU Online, yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
7. Ibu Yunita Wahyuningrum, S.ST, Ibu tercinta yang saat ini menjadi orang tua satu-satunya yang saya miliki, yang ketajaman doanya menembus hingga langit ketujuh.
8. Keluarga tercinta, dan saudara-saudara, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.

9. Teman-teman seperjuangan, yang senantiasa memberikan semangat, ide, dan dukungan positif.

Dalam skripsi ini, penulis berusaha mengulik strategi dakwah NU online melalui film “tambal iman” dalam *channel* youtube NU online yang telah diproduksi. Penulis mengakui bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan kerendahan dan ketulusan hati, penulis menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan atau kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif dan pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi dakwah melalui film. Akhir kata, penulis berharap agar karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Semarang, 18 Desember 2024
Penulis

Ahmad Jalaluddin Ahsani
2001026071

DAFTAR ISI

COVER.....	i
DEKLARASI KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka.....	5
E. Metode Penelitian.....	7
1. Jenis Penelitian.....	7
2. Definisi Konseptual	7
3. Sumber Data.....	8
4. Teknik Pengumpulan Data	9
5. Analisis Data	10
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	12
BAB II STRATEGI DAKWAH DAN FILM.....	13
A. Strategi Dakwah.....	13
1. Pengertian Strategi	13
2. Pengertian Dakwah	14
3. Unsur-Unsur Dakwah.....	16

4.	Pengertian Strategi Dakwah	25
5.	Macam-Macam Strategi Dakwah.....	26
B.	Film	29
1.	Pengertian Film	29
2.	Jenis-Jenis Film	30
3.	Fungsi Film	34
4.	Film Sebagai Media Dakwah	35
BAB III GAMBARAN UMUM CHANNEL YOUTUB NU ONLINE DAN DATA PENELITIAN		36
A.	<i>Channel</i> Youtube NU Online	36
1.	<i>Channel</i> NU online.....	36
2.	Gambaran umum film “Tambal Iman”.....	40
B.	Strategi Dakwah NU Online Melalui Film “Tambal Iman” Dalam <i>Channel</i> Youtube NU Online.....	41
BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH NU ONLINE MELALUI FILM “TAMBAL IMAN” DALAM CHANNEL YOUTUBE NU ONLINE.....		51
BAB V PENUTUP.....		61
A.	Kesimpulan	61
B.	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....		63
LAMPIRAN.....		65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dan teknologi yang terus berkembang pesat dari hari ke hari, telah memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk menjalankan berbagai aktivitas dengan lebih praktis dan efisien. Salah satu contoh nyata adalah keberadaan media baru yang memungkinkan masyarakat menerima dan mempublikasikan informasi dengan lebih mudah. Jika dahulu masyarakat hanya bisa mengakses tayangan berita, film, dan program acara televisi melalui televisi konvensional, maka kini mereka dapat menikmatinya melalui siaran streaming.

Siaran streaming ini memberikan fleksibilitas bagi masyarakat untuk menonton acara favorit mereka kapan saja dan di mana saja, tanpa terikat oleh jadwal tayang televisi konvensional. Hal ini tidak hanya memudahkan akses informasi tetapi juga memperkaya pengalaman menonton dengan memberikan berbagai pilihan konten yang dapat diakses dengan cepat dan mudah. Dengan demikian, teknologi streaming telah membawa revolusi dalam cara kita mengonsumsi media dan hiburan, menjadikannya lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu.

Berdakwah merupakan aktivitas yang sangat erat kaitannya dengan proses komunikasi. Mulai dari awal hingga akhir terdapat proses penyampaian informasi dari pendakwah kepada penerima pesan dakwah. Penyampaian pesan dakwah bisa saja dilakukan secara langsung tatap muka ataupun melalui media lain yang mana informasi bisa didapatkan di waktu dan tempat yang berbeda. Media komunikasi sangat beragam bentuknya, mulai dari majalah, koran, tabloid hingga perangkat elektronik yang sudah membawa teknologi terkini seperti televisi dengan berbagai program tayangannya, smartphone dengan media sosialnya, radio dengan berbagai siarannya, dan masih banyak lagi.

Berbagai macam teknologi komunikasi berkembang dengan sangat cepat dan tetap terus berkembang setiap waktunya. Di era digital ini, perangkat elektronik semakin berkembang dengan pesat. Perkembangan teknologi saat ini telah mempermudah aktivitas untuk berinteraksi dan komunikasi. Berkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, perubahan yang sangat besar terasa adanya dalam segi tatanan kehidupan manusia mulai dari cara berfikir, bersikap, beretika dan bertingkah laku, termasuk perubahan dari masa tradisional ke masa modern (Puteh, 2006).

Pada proses dakwah terdapat media dakwah yang merupakan elemen untuk mempermudah proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh pendakwah secara efektif dan efisien (Hasanuddin, 1996). Media dakwah merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan dakwah yang ditentukan. Media dakwah bisa saja berupa material (barang), kondisi tertentu, orang, tempat dan lain sebagainya (Syukri, 1983). Sehingga berkat adanya media dakwah dapat memudahkan seseorang ataupun pendakwah dalam menjalankan kegiatan dakwahnya.

Indonesia sendiri sudah banyak sekali pilihan media massa, baik yang berbasis cetak maupun elektronik. Surat kabar, majalah, tabloid semakin meningkat akan kualitas maupun kuantitasnya. Berlaku juga pada media elektronik seperti televisi. Selain milik pemerintah, ada juga stasiun televisi milik swasta untuk bisa mengakses informasi di seluruh nusantara (Amir, 1999). Program televisi terdapat banyak program siaran yang bisa dikonsumsi masyarakat untuk mendapatkan informasi atau sekedar sebagai sarana hiburan atau untuk mendapatkan tayangan-tayangan yang berbaur ajaran islam. Program-program yang terdapat di televisi diantaranya adalah program berita, program talkshow, program musik, program drama, film dan lain-lain.

Kita tahu bahwa film merupakan salah satu media masa yang banyak diminati dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Menonton film juga menjadi salah satu hobi kebanyakan masyarakat. Karena selain merasa terhibur, kita juga bisa mendapatkan banyak informasi dan motivasi dari berbagai hal

tergantung tema film yang dibawakan (Putri, 2018). Produksi film di Indonesia selalu berubah ke level yang baik seiring berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan. Film merupakan media audio visual yang membawakan sebuah kisah atau peristiwa tertentu. Disebutkan di dalam undang-undang perfilman bahwa film sebagai karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.

Selain menjadi media massa, film juga banyak digunakan sebagai media dakwah. Berkat kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, mereka-mereka yang paham akan ilmu agama dan mempunyai kreatifitas yang tinggi menciptakan cara unik untuk menyampaikan ajaran-ajaran agama dengan elegan, yaitu melalui karya seni yang futuristik. Dibuatnya sebuah film kemudian diselipkan unsur-unsur ajaran agama, kemudian disusun dan diolah menjadi cerita yang ciamik, lalu diproduksi untuk menyebarkan isi ajaran-ajaran agama yang telah disiapkan.

Upaya mengajak dan menyerukan kepada manusia dengan cara yang lemah lembut menuju ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah dan RasulNya dengan menaati segala pentunjuk-pentunjukNya merupakan inti dari dakwah Islam yang diperintahkan pada Qur'an surat An-Nahl ayat 125. Tujuannya tidak lain adalah untuk kebahagiaan seluruh umat manusia, baik dalam kehidupan di dunia hingga kehidupan yang kekal di akhirat kelak (M. Munir, 2009).

Berkembangnya media dalam berdakwah tentu saja dapat mempermudah pesan dakwah yang ingin disampaikan akan mudah tersampaikan kepada banyak *audiens* dalam kurun waktu yang relatif cepat, tetapi dengan dilakukannya dakwah melalui media massa bisa menjadi bumerang ketika *audiens* yang mendapatkan pesan dakwah yang disampaikan hanya melalui potongan klip yang di dalamnya berisikan pesan dakwah yang tidak lengkap. Hal ini sering menimbulkan kontroversi akibat adanya mis informasi yang timbul akibat potongan-potongan dakwah yang beredar di

media massa. hal inilah yang menjadikan sebuah tantangan tersendiri bagi pendakwah yang memanfaatkan media massa sebagai salah satu media dalam melakukan dakwah mereka.

NU Online merupakan media resmi milik Nahdlatul Ulama yang berisikan informasi sosial kemasyarakatan dan kebangsaan serta layanan keagamaan dengan mengedepankan sikap moderat (NUOnline, 2017). *Channel* YouTube NU Online pernah membuat playlist yang di dalamnya berisikan film-film pendek dakwah, namun dalam pembuatannya dilihat seperti setengah hati, karena sedikitnya jumlah film pendek yang terdapat di *channel* YouTube tersebut. Padahal bila mengingat kembali, NU Online merupakan *channel* YouTube yang tergolong besar, kuantitas pengikutnya banyak dan mobilitas konten-nya pun tinggi, di sisi lain *channel* ini membawa nama besar Nahdlatul Ulama yang mana kental akan ajaran agamanya. Sehingga seharusnya pada *channel* YouTube tersebut konten film pendek dakwah harusnya banyak diproduksi dan dijadikan sebagai ujung tombak dari *channel* YouTube NU Online sendiri.

Dalam hal ini, peneliti ingin mengambil salah satu film pendek yang ada di *channel* NU Online sebagai salah satu tema yang akan diangkat oleh peneliti yaitu film pendek yang berjudul “Tambal iman”. Adanya film pendek sebagai salah satu media dakwah di *channel* NU Online menyebabkan peneliti ingin mengetahui strategi komunikasi dakwah apa yang digunakan NU Online dalam penggunaan film pendek sebagai salah satu bentuk media dakwah yang mereka berikan. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Strategi Dakwah NU Online Melalui Film “Tambal Iman” Dalam *Channel* Youtube NU Online.” sebagai judul dalam penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti menarik pokok-pokok permasalahan untuk diteliti lebih lanjut agar penelitian dapat dilakukan secara lebih fokus. Rumusan masalah yang akan dibahas adalah

bagaimana strategi dakwah NU online melalui film “tambal iman” dalam *channel* youtube NU online?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dakwah NU online melalui film “tambal iman” dalam *channel* youtube NU online.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan lebih bagi penulis sendiri dan dapat digunakan sebagai bahan rujukan terkait dengan penelitian mengenai strategi dakwah dalam film pendek pada media sosial YouTube bagi peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah dapat mengetahui strategi penggunaan film sebagai media dakwah, kemudian setelah mendapatkan kesimpulan dapat dilakukan follow-up terhadap penggunaan film pendek sebagai media dakwah bagi siapapun terutama bagi *channel* youTube NU Online.

D. Tinjauan Pustaka

Pengkajian tentang film sudah banyak dilakukan, namun sejauh pengetahuan penulis masih belum ada studi khusus yang membahas film pendek sebagai media dakwah. Berikut ini adalah beberapa literatur yang menjadi tinjauan pustaka sebagai komparasi akan penelitian ini.

Pertama, Skripsi Ahmad Furqon, Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berjudul Strategi dakwah Habiburrahman El Shirazy pada film “Dalam Mihrab Cinta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kang Abik menggunakan strategi indrawi dalam berdakwah dan langkah-langkahnya memperhatikan asas-asas dakwah dalam pembuatan film “Dalam Mihrab Cinta”. Berdiskusi

atau musyawarah terlebih dahulu dengan beberapa tokoh penulis. Berdiskusi ini memperhatikan asas filosofis dan asas efektif efisien. Mencari aktor yang tepat untuk memainkan pemeran dalam film “Dalam Mihrab Cinta”. Mencari aktor ini memperhatikan asas kemampuan dan keahlian *da'i*. Film “Dalam Mihrab Cinta” dibuat bergenre dakwah yang menampilkan beberapa adegan dengan nilai-nilai orang muslim. Adegan-adegan ini memperhatikan asas psikologi. Menunjukkan nilai-nilai seorang santri yang menunjukkan akhlakul karimah. Nilai-nilai seorang santri ini memperhatikan asas sosiologi. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama mengangkat pesan dakwah yang terkandung di dalam sebuah akun film sebagai media dakwah. Sedangkan perbedaan antara keduanya adalah bahwa pada penelitian ini akan mencari strategi dakwah melalui film.

Kedua, Skripsi Indah Wulansari Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo tahun 2021 yang berjudul Efektivitas Penggunaan Media Film Animasi Untuk Menyampaikan Pesan Dakwah Pada Anak (Analisis Film Nussa dan Rara). Hasil penelitian menunjukkan bahwa film animasi Nussa dan Rara kurang efektif untuk anak SD kelas 2 sampai dengan 4, karena anak SD kelas 2 sampai dengan 4 masih belum mampu memahami pesan dakwah yang disampaikan oleh suatu film animasi. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama mengangkat pesan yang terkandung di dalam sebuah media film sebagai media dakwah. Sedangkan perbedaan antara keduanya adalah bahwa pada penelitian ini akan mencari strategi dakwah melalui film serta metode penelitian.

Ketiga, Skripsi Novi Mustafia Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri KH Abdurrahman Wahid Pekalongan tahun 2023 yang berjudul Representasi Dakwah *Bil Hal* Dalam Film Sang Kiai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam film Sang Kiai terdapat pesan dakwah pada 9 scene ini masing-masing mengandung 4 maddah (materi dakwah) seperti masalah akidah, akhlak, syari'ah dan muamalah. Film Sang Kiai juga mengandung unsur-unsur komunikasi islam yaitu prinsip tauhid, prinsip taqwa dan prinsip

amar ma'ruf nahi mungkar. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama mengangkat pesan yang terkandung di dalam sebuah media film sebagai media dakwah. Sedangkan perbedaan antara keduanya adalah bahwa pada penelitian ini akan mencari strategi dakwah melalui film serta metode penelitian yang berbeda.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yang berarti subjek yang diteliti harus digambarkan, dipamerkan, dan diuraikan secara sistematis dan akurat. Objek-objek ini mencakup fakta dan karakteristik populasi atau bidang tertentu (Azwar, 2016). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu fenomena. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman umum tentang realitas sosial dari sudut pandang para partisipan. Pendekatan kualitatif hendaknya memberikan penjelasan menyeluruh mengenai tulisan, tuturan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari individu, kelompok, komunitas, atau organisasi tertentu dalam konteks tertentu yang dianalisis secara menyeluruh, menyeluruh, dan holistik (Rahmat, 2009).

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan konsepsi peneliti atas variable-variable atau aspek utama tema penelitian, yang telah ditetapkan. Untuk memperjelas ruang lingkup dari penelitian ini, agar penelitian ini tidak keluar dari teori-teori yang disampaikan mengenai strategi dakwah persuasif dalam film ajari aku Islam. Untuk menghindari salah penafsiran dan untuk memperoleh penelitian yang terfokus, maka peneliti tegaskan makna dan batas dari masing-masing istilah yang terdapat dalam judul penelitian, yaitu Strategi dakwah, persuasif, dan film pendek:

Strategi Dakwah melalui film adalah media yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan tujuan untuk

mempengaruhi dan menginspirasi audiens agar lebih mendekatkan diri kepada ajaran agama Islam. Melalui strategi ini menggabungkan elemen komunikasi persuasif dengan media yang menarik dan mudah diakses oleh masyarakat luas, seperti film. Film "Tambal Iman" di *channel* YouTube NU Online merupakan salah satu media dakwah yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut, dengan memanfaatkan narasi yang kuat, visual yang menarik, dan pesan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Indikator yang digunakan berupa kualitas konten, epektifitas penyampaian pesan, pengaruh terhadap audiens, penyebaran dan jangkauan.

3. Sumber Data

Dilihat dari sumbernya, sumber data penelitian dibagi menjadi dua jenis yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder (Sodik, 2015). Sumber data dalam penelitian ini bertujuan untuk mendukung informasi atau data yang akan digunakan dalam penelitian.

a. Sumber Data Primer

Data utama penelitian diperoleh langsung dari responden melalui pengukuran dan penghitungan sendiri, seperti angket, observasi, wawancara, dan metode lainnya. Data utama ini terdiri dari catatan tertulis tentang hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi (Hardani. Helmina Andriani. Jumari Ustiawaty., 2020). Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan informasi dan data tentang strategi dakwah persuasif melalui film pendek "tambal iman" *channel* youtube NU online dengan mewawancarai Bapak M. Zunus & Gus Mundzir, seorang ahli di bidang penyiaran konten kreatif NU Online.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data tertulis yang penting dan tidak dapat diabaikan, karena sumber ini menyediakan data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu (a) wawancara, (b) observasi, dan (c) dokumentasi (Sugiyono, 2010).

a. Observasi

Observasi adalah metode sistematis untuk mengumpulkan data tentang objek penelitian secara langsung atau tidak langsung (Hardani. Helmina Andriani. Jumari Ustiawaty., 2020). Observasi merupakan teknik yang dilakukan untuk mengamati dan mencatat masalah-masalah yang diteliti secara sistematis. Dalam melakukan observasi ini, peneliti tidak menggunakan instrumen yang telah standar, tetapi hanya mengandalkan pedoman observasi dengan melakukan kunjungan berulang untuk mengamati. Observasi dilakukan dengan cara mengunjungi kantor NU online yang berada di daerah Semarang sebagai pengamatan dalam pengumpulan data penelitian yang berkaitan dengan proses produksi film, dan strategi penggunaan film sebagai salah satu media dakwah secara singkat.

b. Wawancara

Sugiyono berpendapat bahwa untuk memastikan Hasil penelitian harus didokumentasikan dengan baik, dan sebagai bukti bahwa peneliti telah melakukan wawancara dengan responden, alat-alat berikut diperlukan (Sugiyono, 2010):

- 1) Buku catatan digunakan untuk mencatat semua percakapan dengan sumber data.
- 2) Perekam suara digunakan untuk merekam semua percakapan atau pembicaraan selama wawancara.
- 3) Kamera digunakan untuk mengambil gambar saat peneliti berinteraksi dengan informan atau sumber data. Keberadaan foto ini dapat meningkatkan keabsahan penelitian karena membuktikan bahwa peneliti benar-benar melakukan pengumpulan data.

Nazir menjelaskan bahwa wawancara adalah proses untuk mendapatkan informasi dalam penelitian dengan cara bertanya dan menjawab secara langsung antara pewawancara dan responden, menggunakan alat yang disebut panduan wawancara (interview guide) (Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty., 2020).

Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai Gus Mundzir selaku Manajer kantor NU Online bagian *broadcast* Semarang, dan Gus Ivan Aulia Akhsan selaku Pimpinan Redaksi NU Online Semarang. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi mendalam tentang strategi dakwah persuasif melalui film pendek “tambal iman” *channel* youtube NU online.

c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang merujuk pada benda-benda tertulis. Metode dokumentasi adalah cara mengumpulkan data dengan mencatat informasi yang sudah ada. Metode ini dianggap lebih sederhana dibandingkan metode pengumpulan data lainnya. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi adalah pengambilan informasi dari dokumen-dokumen yang tersedia (Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty., 2020).

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen baik itu jurnal, buku, ataupun hal lain yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi ini membantu memberikan konteks dan bukti tambahan terhadap data yang diperoleh dari observasi dan wawancara.

5. Analisis Data

Bogdan menjelaskan bahwa analisis data adalah proses sistematis untuk mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya sehingga informasinya dapat dipahami dengan mudah dan hasilnya dapat dikonfirmasi oleh pihak lain. Proses analisis data melibatkan pengorganisasian data, pemecahan data menjadi unit-unit yang lebih kecil, melakukan sintesis, mengidentifikasi

pola, memilih informasi yang signifikan dan layak untuk dipelajari, serta membuat kesimpulan yang dapat dijelaskan kepada orang lain (Sugiyono, 2013). Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan analisis deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena data yang diperoleh tidak berbentuk numerik, melainkan berupa laporan dan uraian deskriptif yang dianalisis secara induktif untuk menarik kesimpulan umum dari berbagai kasus individual.

Dalam analisis data, peneliti menggunakan pendekatan Miles dan Huberman, yang mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif harus dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga data dianggap telah jenuh (Sugiyono, 2013). Aktivitas dalam analisis data tersebut yaitu :

- 1) Reduksi Data

Reduksi data dilakukan untuk mengatasi jumlah data yang banyak dan kompleks yang diperoleh dari lapangan. Proses ini melibatkan pencatatan yang teliti dan rinci serta pengidentifikasian hal-hal pokok, fokus pada aspek yang penting, pencarian tema, dan pola data. Menggunakan kode pada aspek tertentu dengan bantuan peralatan elektronik seperti komputer mini dapat mempermudah proses reduksi data (Sugiyono, 2013).

- 2) Penyajian Data

Penyajian data dilakukan setelah proses reduksi untuk mengkomunikasikan hasil. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori, atau flowchart. Menurut Miles and Huberman, penyajian data sering kali menggunakan teks naratif untuk memudahkan pemahaman dan perencanaan langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman yang diperoleh (Sugiyono, 2013).

- 3) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah ketiga dalam analisis data kualitatif, menurut pendekatan Miles and Huberman. Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah seiring dengan

penelitian lanjutan jika tidak didukung oleh bukti yang kuat (Sugiyono, 2013).

Dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dikumpulkan, dapat dianalisis dan diperoleh gambaran tentang tentang strategi dakwah persuasif melalui film pendek “tambal iman” *channel* youtube NU online.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Kerangka penelitian dibagi menjadi tiga bagian utama: awal, utama, dan akhir. Bagian pertama meliputi halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, kata pengantar, pengabdian, motto, abstrak, dan daftar isi. Bagian akhir terdiri dari lima bab yang terbagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian riset terdahulu, kajian teoritik, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab II memuat tentang empat sub bab yaitu, Strategi dakwah, persuasif dakwah, film pendek, *channel* youtube NU Online.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBYEK DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini memiliki Penjelasan tentang gambaran umum *channel* youtube NU online, dan strategi dakwah persuasif melalui film pendek “tambal iman” *channel* youtube NU online.

BAB IV : ANALISIS DATA PENELITIAN

Bab ini memiliki penjelasan tentang analisis strategi dakwah persuasif melalui film pendek “tambal iman” *channel* youtube NU online.

BAB V : PENUTUP

Merupakan penutup yang mencakup kesimpulan, saran-saran, dan penutup.

BAB II

STRATEGI DAKWAH DAN FILM

A. Strategi Dakwah

1. Pengertian Strategi

Secara etimologis, kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik, dengan "*Stratos*" yang berarti tentara atau prajurit dan "*Agein*" yang berarti memimpin. Secara fundamental, strategi adalah sesuatu yang direncanakan dan dikelola untuk mencapai tujuan tertentu. Awalnya, strategi berasal dari bidang militer, dimana itu merupakan taktik untuk mengalahkan musuh. Strategi memiliki tujuan untuk mencapai hasil yang telah ditetapkan sebelumnya. Setiap tindakan atau perilaku manusia sering kali diatur oleh strategi. Selain itu, taktik juga merupakan bagian penting dari strategi, yang memandu tindakan spesifik untuk mencapai tujuan yang lebih besar (Rafi'udin & Djaleil, 1997).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), maksud dari strategi adalah cara atau taktik yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu (RI, 2005). Menurut Marthin-Anderson, strategi adalah seni yang melibatkan kemampuan berpikir dan jiwa dalam mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia secara maksimal dan efisien. Pendekatan ini menekankan pentingnya perencanaan yang matang dan penggunaan sumber daya yang optimal untuk mencapai hasil yang diinginkan. Strategi tidak hanya melibatkan langkah-langkah praktis, tetapi juga membutuhkan pemikiran kreatif dan analitis untuk mengidentifikasi cara-cara terbaik dalam mencapai tujuan, serta memastikan bahwa setiap tindakan yang diambil memberikan keuntungan maksimal dengan efisiensi yang tinggi (Cangara, 2013). Stephanie K. Marrus mendefinisikan strategi sebagai proses penentuan rencana

kepemimpinan yang berfokus pada pencapaian tujuan jangka panjang organisasi. Ini melibatkan perumusan dan pelaksanaan metode secara inisiatif untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi ini menekankan pentingnya visi jangka panjang dan penggunaan pendekatan proaktif untuk memastikan bahwa semua sumber daya dan upaya diarahkan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menurut Marrus, strategi bukan hanya tentang perencanaan, tetapi juga tentang mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk menerjemahkan visi organisasi menjadi kenyataan.

Dari berbagai definisi yang telah diuraikan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu proses atau metode perencanaan yang dilakukan oleh individu atau kelompok. Strategi ini dirancang secara terstruktur dengan mempertimbangkan semua aspek yang relevan, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Perencanaan ini melibatkan pemikiran yang analitis dan kreatif untuk memastikan setiap langkah yang diambil mendukung pencapaian hasil yang diinginkan, serta penggunaan sumber daya yang efisien dan efektif. Melalui pendekatan ini, strategi bertujuan untuk meraih keberhasilan dengan cara yang sistematis dan terorganisir.

2. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan seruan yang bertujuan untuk mengajak seseorang menuju kebaikan atau berupaya mengubah individu agar menjadi lebih baik. Dalam proses penyampaian pesan dakwah, terdapat ide-ide yang dinamis, yang berarti pesan-pesan tersebut terus berkembang dan menyesuaikan diri dengan tuntutan ruang dan waktu. Dakwah bukan hanya tentang menyampaikan ajaran agama secara statis, tetapi juga tentang merespons perubahan dan kebutuhan masyarakat, sehingga nilai-nilai kebaikan dapat diterima dan diaplikasikan dengan relevan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat dakwah menjadi sebuah kegiatan yang hidup, penuh dengan inovasi, dan terus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman

(Ilahi, 2010). Asmuni Syukir memaparkan bahwa dakwah dapat dipahami dari dua sudut pandang, yaitu konsep pembinaan dan konsep pengembangan. Pembinaan dakwah berarti upaya untuk menjaga dan meningkatkan kualitas sesuatu yang sudah ada, memastikan bahwa hal tersebut terus berkembang menjadi lebih baik dari sebelumnya. Di sisi lain, pengembangan dakwah lebih fokus pada inovasi dan eksplorasi, membuka jalan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan belum pernah ada sebelumnya. Kedua konsep ini menunjukkan bagaimana dakwah tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan nilai-nilai yang sudah ada, tetapi juga untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar dapat menjawab tantangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang selalu berubah. Dengan demikian, dakwah dalam perspektif Asmuni Syukir merupakan upaya yang dinamis dan holistik untuk mencapai kebaikan dan perbaikan dalam berbagai aspek kehidupan (Syukir, 1983).

Dakwah juga dapat diartikan sebagai proses pemberian motivasi untuk melaksanakan pesan-pesan dakwah, yaitu ajaran Islam. Menurut Syaikh Ali Mahfudz, dakwah adalah upaya memotivasi manusia menuju kebaikan dengan mendorong mereka untuk bertindak sesuai dengan kebenaran serta melarang tindakan yang berdampak negatif baik terhadap individu maupun masyarakat. Tujuan dari dakwah ini adalah agar manusia dapat hidup bahagia, tidak hanya di dunia tetapi juga di akhirat. Dengan demikian, dakwah bukan hanya tentang menyampaikan ajaran agama secara pasif, tetapi juga tentang memberikan dorongan aktif untuk perbaikan dan perubahan positif dalam hidup manusia, sehingga tercipta masyarakat yang lebih baik dan harmonis (Muhidin, 2002).

Dari berbagai definisi dan perspektif yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah proses mengajak dan menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada seseorang dengan tujuan untuk mengajak mereka menuju kebaikan dan mendorong mereka untuk meninggalkan keburukan. Dakwah tidak hanya melibatkan

penyampaian ajaran agama, tetapi juga memberikan motivasi kepada individu untuk mengubah perilaku mereka ke arah yang lebih baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip kebenaran. Dengan demikian, dakwah berperan penting dalam membentuk masyarakat yang lebih baik, harmonis, dan bahagia, baik di dunia maupun di akhirat.

3. Unsur-Unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut menurut Achmad (2008) adalah *da'i* (*pelaku dakwah*), *mad'u* (*penerima dakwah*), *maddah* dakwah (*materi dakwah*), *wasilah* dakwah (*media dakwah*), *thariqah* dakwah (*metode dakwah*), dan *atsar* dakwah (*efek dakwah*) (Saerozi, 2013:35).

a. Pelaku Dakwah

Da'i bisa disebut juga sebagai subjek dakwah di mana ia menyampaikan ajaran Islam (*mubaligh*) kepada objek dakwah atau *mad'u*. *Mubaligh* bukan hanya orang yang menyampaikan dakwahnya melalui mimbar khutbah tapi lebih dari itu, terleih perkembangan zaman membuat dakwah semakin modern membuat *da'i* atau *mubaligh* melakukan banyak inovasi agar dakwahnya bisa diterima disetiap kalangan masyarakat.

Peran seorang *da'i* sangatlah esensial karena tanpa kehadiran mereka, ajaran Islam hanya akan tetap menjadi ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan masyarakat. Walau sebaik apapun ideologi Islam yang harus disebarkan, tanpa *da'i* yang aktif menyebarkannya, ide-ide tersebut akan tetap menjadi cita-cita yang tidak pernah terwujud. *Da'i* adalah jembatan antara ajaran agama dan penerapan nyata dalam kehidupan sehari-hari, menghidupkan nilai-nilai Islam dalam tindakan dan perilaku masyarakat. Mereka memainkan peran kunci dalam memastikan bahwa ajaran Islam tidak hanya dikenal sebagai konsep teoritis, tetapi benar-benar diterapkan dan membawa perubahan positif dalam kehidupan

individu dan komunitas. Dengan demikian, kehadiran *da'i* adalah pilar utama dalam dakwah Islam dan penyebaran kebaikan di tengah masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa *da'i* adalah ujung tombak dalam menyebarkan ajaran Islam, menjadikan peran dan fungsi mereka sangat penting dalam menuntun dan memberi penerangan kepada umat manusia. Tanpa kehadiran *da'i*, ajaran Islam hanya akan tetap menjadi ideologi yang tidak terwujud dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. *Da'i* mengemban tugas untuk menjembatani ajaran agama dengan implementasi nyata, memastikan bahwa nilai-nilai Islam dihidupkan dalam tindakan dan perilaku individu serta komunitas. Mereka berperan sebagai pemandu dan penerang, yang aktif menyampaikan pesan kebaikan, mengajak kepada kebaikan, dan mendorong umat untuk meninggalkan keburukan, sehingga tercipta masyarakat yang lebih baik, harmonis, dan bahagia, baik di dunia maupun di akhirat. Dengan demikian, keberadaan dan kontribusi *da'i* sangat krusial dalam menjalankan misi dakwah Islam secara efektif (Saerozi, 2013:35). Pada dasarnya, setiap pribadi muslim secara otomatis berperan sebagai juru dakwah. Peran *da'i* dalam menyampaikan ajaran Islam sangatlah esensial, sehingga setiap muslim memiliki kewajiban untuk melakukan dakwah dan berfungsi sebagai *da'i*. Ini berarti bahwa tanggung jawab untuk menyebarkan kebaikan dan ajaran Islam tidak hanya terletak pada para *da'i* yang profesional, tetapi juga pada setiap individu muslim. Dengan kata lain, setiap muslim memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan kebaikan dan memotivasi orang lain untuk berbuat baik serta meninggalkan keburukan. Melalui sikap, tindakan, dan kata-kata mereka sehari-hari, setiap muslim dapat menjadi agen perubahan positif dalam masyarakat, membawa pesan Islam ke dalam kehidupan nyata dan membantu menciptakan lingkungan yang lebih

baik dan harmonis. Dakwah, dengan demikian, menjadi tanggung jawab kolektif yang diemban oleh seluruh umat Islam.

b. Penerima Dakwah

Mad'u secara terminologi merujuk pada orang atau objek yang menjadi sasaran dari kegiatan dakwah. Mereka adalah individu-individu yang telah memiliki atau setidaknya tersentuh oleh kebudayaan asli atau kebudayaan selain Islam. Objek dakwah ini selalu mengalami perubahan seiring dengan dinamika sosial kultural masyarakat. Oleh karena itu, pelaksanaan dakwah harus senantiasa memperhatikan dan merespons perubahan tersebut dengan cermat. Perubahan dalam aspek sosial kultural mempengaruhi kebutuhan dan cara pendekatan dalam dakwah, sehingga *mad'u* selalu mendapatkan perhatian khusus dalam setiap upaya dakwah yang dilakukan. Dengan demikian, keberhasilan dakwah tidak hanya bergantung pada materi dan metode yang digunakan, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami dan menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi pada objek dakwah (Ilyas Supena Dkk, 2005:11).

Mad'u adalah objek dakwah yang dapat berupa individu, kelompok, atau masyarakat umum. Dalam konteks ini, masyarakat sebagai objek dakwah atau sasaran dakwah merupakan salah satu unsur penting dalam sistem dakwah, setara dengan unsur-unsur dakwah lainnya. Oleh karena itu, memahami masyarakat ini sangatlah esensial sebelum melangkah ke aktivitas dakwah yang sebenarnya. Studi mendalam tentang karakteristik, budaya, dan dinamika sosial masyarakat menjadi langkah awal yang krusial agar dakwah dapat dijalankan dengan efektif dan tepat sasaran. Dengan memahami secara baik dan komprehensif, seorang *da'i* dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah yang relevan dan sesuai dengan kondisi serta kebutuhan masyarakat yang dihadapi, sehingga

tujuan dakwah untuk mengajak kepada kebaikan dan meninggalkan keburukan dapat tercapai dengan lebih optimal.

c. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah inti pesan yang ingin disampaikan oleh seorang *da'i* kepada *mad'unya* dengan harapan pesan tersebut bisa diterima dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan ajaran Islam. Materi ini biasanya berasal dari Al Qur'an, as-sunnah, dan hadist, serta mencakup berbagai aspek seperti akidah, syariah, muamalah, dan akhlak. Dalam menyampaikan materi dakwah, seorang *da'i* harus melakukannya dengan cara yang menarik dan tidak monoton, agar *mad'u* dapat menerima dan memahami pesan yang disampaikan dengan baik. Dengan pendekatan yang menarik dan variatif, diharapkan *mad'u* dapat dengan mudah memilah dan menginternalisasi materi dakwah tersebut, sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari mereka (Samsul Munir Amin, 2009).

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat yang digunakan oleh seorang *da'i* untuk menyampaikan materi dakwahnya kepada *mad'u*, yang memainkan peran penting dalam tercapainya tujuan dakwah. Kata "media" berasal dari bahasa Latin "median," bentuk jamak dari "medium," yang secara etimologis berarti alat perantara. Secara umum, istilah "media" mencakup berbagai sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (broadcasting), dan sinema. Namun, cakupan media sebenarnya sangat luas, termasuk berbagai jenis hiburan dan informasi yang ditujukan untuk audiens yang lebih besar, seperti majalah atau industri musik. Dengan memanfaatkan berbagai jenis media ini, seorang *da'i* dapat menyampaikan pesan dakwah dengan lebih efektif, menarik, dan mencapai audiens yang lebih luas. Dengan demikian, media dakwah tidak hanya menjadi

perantara, tetapi juga alat penting yang memungkinkan penyebaran dakwah secara lebih luas dan dinamis sesuai perkembangan zaman.

Media dakwah merupakan salah satu unsur yang vital dalam kegiatan dakwah dan tidak dapat dipisahkan dari unsur-unsur lainnya. Abdul Karim Zaidan membagi unsur-unsur dakwah menjadi lima kelompok. Pertama, objek dakwah atau materi yang disampaikan; kedua, juru dakwah atau *da'i*; ketiga, penerima dakwah atau *mad'u*; keempat, metodik atau uslub; dan kelima, media atau wasilah.

Objek dakwah mencakup konten atau pesan yang ingin disampaikan dalam dakwah, yang biasanya berisi ajaran Islam yang diambil dari Al Qur'an, as-sunnah, dan hadist, serta mencakup aspek-aspek seperti akidah, syariah, muamalah, dan akhlak. *Da'i* adalah individu yang menyampaikan dakwah, bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan efektif. *Mad'u* adalah orang atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah. Metodik atau uslub mencakup pendekatan dan metode yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah, memastikan pesan dapat diterima dengan baik oleh *mad'u*.

Media atau wasilah adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah, yang bisa berupa media cetak, penyiaran, sinema, atau media digital lainnya. Dengan adanya media dakwah yang tepat, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan lebih luas dan lebih efektif, mencapai audiens yang lebih besar dan beragam. Kombinasi dari kelima unsur ini penting untuk memastikan bahwa dakwah dapat berjalan dengan baik dan tujuan dakwah dapat tercapai dengan optimal. Menurut Hamzah Ya'qub, media atau wasilah dakwah dapat diklasifikasikan menjadi lima golongan, yaitu:

- 1) Lisan: Golongan yang termasuk di dalamnya adalah khotbah, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasehat.

- 2) Lukisan: Gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, kaligrafi, dan lain-lain.
- 3) Tulisan: Buku-buku, majalah-majalah, surat kabar, bulletin, risalah, pamflet, spanduk, dan lain-lain.
- 4) Audio visual: Yaitu suatu cara penyampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran. Seperti televisi.
- 5) Akhlaq: Suatu cara penyampaian yang langsung ditujukan dengan perbuatan nyata.

Selain media yang telah disebutkan diatas, media yang sering dipakai dalam aktivitas dakwah adalah sebagai berikut: (Abdullah, 2018).

- 1) Media cetak, dapat disebut sebagai media dakwah bila isi cetakan mengandung pesan amar ma`ruf nahi munkar atau pesan-pesan Islam. Jenis media cetak antara lain surat, brosur atau buletin, banner, spanduk, surat kabar, (koran), majalah dan buku.
- 2) Media audio, Media audio dipandang cukup efektif terutama untuk kepentingan dakwah Islam. Jenis-jenis yang tergolong dalam media ini antara lain radio dan tape recoder.
- 3) Media audio visua, media ini sering disebut sebagai media elektroik Jenis yang termasuk dalam media ini antara lain Televisi (TV), Film, dan Video Kaset (CD/DVD).
- 4) Internet, di era teknologi informasi saat ini, peranan new media dan sosial media dalam dakwah sangat penting. Dakwah tidak hanya dilakukan di masjid, tetapi juga dilakukan di internet. Internet sudah sangat akrab dengan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan, karena informasi sudah menjadi kebutuhan pokok yang dapat diakses melalui handphone, seperti instagram, you tube, twitter, line, dan media sosial lainnya.

Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah merupakan upaya yang sangat efektif untuk memudahkan para *da'i* atau umat muslim dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah kepada *mad'u*. Melalui platform seperti YouTube, pesan-pesan dakwah dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja, kapan saja, hanya dengan menggunakan handphone mereka. Media sosial memungkinkan penyebaran konten dakwah yang lebih luas dan cepat, menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam. Dengan demikian, *mad'u* dapat mengakses berbagai konten dakwah, seperti ceramah, pengajian, dan diskusi keagamaan, secara langsung melalui akun-akun yang menyediakan materi tersebut. Ini tidak hanya mempermudah proses penyebaran dakwah, tetapi juga meningkatkan keterlibatan dan partisipasi *mad'u* dalam memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memanfaatkan media sosial, dakwah menjadi lebih inklusif, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan zaman modern.

e. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan suatu hal yang sangat penting diperhatikan dalam aktivitas dakwah karena sebagai cara atau jalan yang harus dilalui untuk bisa mencapai tujuan (Suparta, 2003:8). Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam). Metode dakwah ini, pada umumnya merujuk pada surah An Nahl ayat 125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ

هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang

paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.

Dalam ayat diatas, beberapa metode dakwah yang terkandung di dalam Al-Quran surah An Nahl ayat 125 terbagi menjadi tiga, yaitu: al hikmah, mau‘izah al-hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan (Saerozi, 2013: 40-41).

f. Efek Dakwah

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap aktivitas dakwah akan menimbulkan reaksi, baik positif maupun negatif. Setiap tindakan dakwah pasti akan memiliki efek tertentu pada objek dakwah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, kemampuan untuk menganalisis efek dakwah menjadi sangat penting dalam menentukan langkah-langkah dan strategi yang tepat. Analisis ini membantu dalam mengevaluasi respon yang diberikan oleh objek dakwah, sehingga *da'i* dapat menyesuaikan metode dan pendekatan mereka untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Tanpa analisis yang tepat, kesalahan dalam strategi dakwah bisa terjadi berulang kali, yang pada akhirnya dapat merugikan tujuan dakwah itu sendiri. Oleh sebab itu, penting bagi setiap *da'i* untuk terus melakukan evaluasi dan penyesuaian berdasarkan reaksi yang diterima. Dengan cara ini, dakwah dapat dijalankan secara lebih efektif, mengurangi risiko kegagalan, dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dan diinternalisasi oleh *mad'u*. Analisis yang baik juga memungkinkan *da'i* untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, sehingga strategi dakwah dapat terus diperbaiki dan disempurnakan untuk mencapai tujuan yang lebih baik dan lebih signifikan. (Sukayat, 2015: 34). Ada beberapa macam efek media massa, antara lain sebagai berikut (Rakhmat, 2011).

1) Efek Kognitif (Pengetahuan)

Efek kognitif, atau efek yang berhubungan dengan pengetahuan, terjadi ketika ada perubahan dalam apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan erat dengan proses transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi dari satu pihak ke pihak lain. Dalam konteks dakwah, efek kognitif dapat dilihat dari bagaimana materi dakwah yang disampaikan oleh seorang *da'i* mampu mempengaruhi pemahaman dan pengetahuan *mad'u* tentang ajaran Islam. Perubahan ini bisa berupa peningkatan pemahaman terhadap nilai-nilai agama, pengetahuan baru yang diperoleh, atau perubahan dalam cara pandang terhadap suatu isu keagamaan. Dengan demikian, efek kognitif sangat penting dalam memastikan bahwa pesan dakwah dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh *mad'u*, sehingga tujuan dakwah dapat tercapai dengan efektif.

2) Efek Afektif (Sikap)

Efek afektif, atau efek terhadap sikap, muncul ketika ada perubahan dalam apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan emosi, sikap, atau nilai-nilai yang dimiliki oleh individu atau kelompok. Dalam konteks dakwah, efek afektif dapat terjadi ketika pesan yang disampaikan oleh seorang *da'i* mampu mempengaruhi perasaan dan sikap *mad'u* terhadap ajaran Islam. Misalnya, melalui dakwah yang penuh empati dan menyentuh hati, seorang *da'i* dapat mengubah perasaan *mad'u* dari ketidakpedulian menjadi rasa cinta dan penghayatan terhadap nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, memahami dan mengelola efek afektif menjadi sangat penting dalam strategi dakwah untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan

tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga dirasakan dan diterima dengan baik secara emosional oleh *mad'u*.

3) Efek Behavioral (Perilaku)

Efek behavioral merujuk pada perubahan perilaku nyata seseorang yang dapat diamati. Ini termasuk pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku yang berubah sebagai hasil dari paparan terhadap suatu pesan atau pengalaman. Dalam konteks dakwah, efek behavioral terjadi ketika pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang *da'i* berhasil mempengaruhi dan mengubah perilaku *mad'u*. Misalnya, seseorang yang awalnya tidak rutin shalat menjadi lebih rajin shalat setelah mendengarkan ceramah atau mengikuti pengajian. Efek ini sangat penting karena mencerminkan dampak langsung dan nyata dari dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Dengan mempengaruhi perilaku, dakwah tidak hanya berhasil dalam mengubah pemahaman dan sikap, tetapi juga dalam menciptakan perubahan nyata yang dapat dilihat dan dirasakan. Pengamatan terhadap efek behavioral ini dapat membantu *da'i* untuk mengevaluasi efektivitas dakwah mereka dan menyesuaikan strategi untuk mencapai hasil yang lebih baik di masa mendatang. Strategi Dakwah

4. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan pada tahap perencanaan dan meliputi berbagai aspek penting. Ini termasuk penentuan metode dakwah, penentuan pesan-pesan dakwah (materi), pemilihan media dakwah, serta cara agar dakwah dapat dilaksanakan dengan efektif. Menurut Abu Zahra, strategi dakwah Islam adalah sebuah perencanaan rasional yang mencakup pelaksanaan kegiatan dakwah Islam dalam semua aspek kehidupan. Ini berarti strategi dakwah harus dirancang dengan cermat dan berdasarkan analisis yang mendalam, agar dapat menyentuh setiap

aspek kehidupan masyarakat dan membawa perubahan positif yang nyata. Dengan strategi yang baik, pesan-pesan dakwah dapat disampaikan dengan lebih efektif, dan tujuan dakwah dapat tercapai dengan lebih optimal (Aripudin & Sambas, 2007).

Strategi dakwah adalah elemen penting dalam kegiatan dakwah yang harus dipersiapkan dengan baik oleh seorang *da'i* atau juru bicara. Dengan menggunakan strategi dakwah yang tepat, pelaksanaan dakwah akan menjadi lebih terarah dan sistematis, sehingga peluang untuk mencapai keberhasilan dakwah menjadi lebih tinggi. Strategi dakwah melibatkan penentuan metode dakwah yang efektif, penentuan materi dakwah yang relevan dan menarik, pemilihan media yang tepat, serta perencanaan pelaksanaan dakwah yang baik.

Dengan adanya strategi dakwah, *da'i* dapat memastikan bahwa pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat mencapai *mad'u* dengan cara yang paling efektif dan efisien. Ini juga memungkinkan *da'i* untuk menyesuaikan pendekatan mereka sesuai dengan kondisi dan kebutuhan *mad'u*, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan lebih baik. Strategi dakwah yang matang membantu dalam mengidentifikasi tantangan dan peluang, serta merancang langkah-langkah yang diperlukan untuk mengatasi kendala dan memanfaatkan peluang tersebut.

Dengan demikian, strategi dakwah bukan hanya bermanfaat, tetapi juga esensial dalam upaya dakwah. Perencanaan yang baik dan penggunaan strategi yang tepat akan membantu *da'i* dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan lebih efektif, mencapai hasil yang diinginkan, dan memberikan dampak positif yang lebih besar dalam masyarakat.

5. Macam-Macam Strategi Dakwah

Berikut merupakan beberapa strategi dakwah yang bisa diterapkan oleh *da'i* ketika akan melakukan dakwah

a. Strategi *Tilawah* (Strategi Komunikasi)

Strategi penyampaian pesan-pesan Al-Qur'an kepada ummat, disinilah proses dakwah perlu mempertimbangkan dimensi sosiologis agar komunikasi yang dilaluinya dapat berimplikasi pada peningkatankesadaran iman. Dalam istilah lain, strategi ini diartikan sebagai proses komunikasi antara *da'i* dengan *mad'u*.

b. Strategi Tazkiyah (Strategi Pembersihan Sikap dan Perilaku)

Proses pembersihan ini dimaksudkan agar terjadi perubahan individu dan masyarakat sesuai dengan watak Islam sebagai agama mengemban misi kemanusiaan, sekaligus memelihara keutuhan Islam sebagai agama *rahmatal lil alamin*.

c. Strategi Ta'lim (Strategi Pendidikan)

Pendidikan adalah proses pencerahan untuk menghindari keterjebakan hidup dalam pola jahiliyah yang sangat tidak menguntungkan, khususnya bagi masa depan umat manusia. Strategi ta'lim hampir sama dengan dengan strategi tilawah yaitu keduanya mentransformasikan pesan dakwah, akan tetapi strategi ta'lim lebih mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis artinya metode ini hanya dapat diterapkan pada mitra dakwah yang tetap dengan kurikulum yang telah dirancang, dilakukan secara bertahap serta mempunyai target dan tujuan tertentu (Moh.Ali Aziz, 2009).

Selain metode dakwah diatas. Berikut beberapa strategi dakwah yang umum digunakan:

a. Dakwah Bil Lisan (Verbal): Menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan, untuk menyampaikan pesan-pesan

Islam. Ceramah, khutbah, pengajian, dan debat merupakan contoh metode dakwah verbal.

- b. Dakwah Bil Hal (Perbuatan): Memberikan contoh perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Ini bisa berupa tindakan nyata seperti sedekah, membantu sesama, dan menunjukkan akhlak yang baik dalam kehidupan sehari-hari.
- c. Dakwah Bil Qalam (Tulisan): Menyampaikan pesan-pesan Islam melalui tulisan seperti buku, artikel, blog, dan media sosial. Dakwah melalui tulisan dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam.
- d. Dakwah Bil Hikmah (Kebijaksanaan): Menggunakan pendekatan yang bijaksana dan penuh hikmah dalam menyampaikan ajaran Islam. Ini mencakup memahami kondisi dan situasi audiens sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.
- e. Dakwah Bil Mau'izatil Hasanah (Nasihat yang Baik): Memberikan nasihat yang baik dengan cara yang lemah lembut dan penuh kasih sayang. Nasihat yang baik dapat menyentuh hati dan menginspirasi perubahan positif.
- f. Dakwah Bil Ittiba' (Mengikuti Contoh Nabi): Mengajak umat untuk mengikuti teladan Rasulullah SAW dalam segala aspek kehidupan, termasuk ibadah, akhlak, dan muamalah.
- g. Dakwah Bil Iqna' (Meyakinkan): Menggunakan argumen yang logis dan rasional untuk meyakinkan audiens tentang kebenaran ajaran Islam. Debat atau diskusi ilmiah adalah contoh metode dakwah ini.
- h. Dakwah Melalui Media Elektronik: Menggunakan media elektronik seperti televisi, radio, internet, dan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan Islam. Media elektronik dapat menjangkau audiens yang sangat luas dan beragam.

- i. Dakwah Kultural: Menggabungkan ajaran Islam dengan budaya lokal untuk memperkenalkan Islam dengan cara yang relevan dan mudah diterima oleh masyarakat setempat.

Berbagai strategi ini dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi audiens agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik dan efektif.

B. Film

1. Pengertian Film

Film memang merupakan produk kreatif yang memadukan berbagai unsur seperti gagasan, sistem nilai, pandangan hidup, keindahan, norma, tingkah laku manusia, dan kecanggihan teknologi. Oleh karena itu, film tidak bisa dikatakan bebas nilai karena di dalamnya terkandung pesan-pesan yang dikembangkan sebagai karya kolektif. Film juga berfungsi sebagai alat pranata sosial yang dapat mempengaruhi dan mencerminkan kondisi serta perubahan dalam masyarakat. Melalui film, para kreator dapat menyampaikan pesan-pesan sosial, budaya, dan moral yang dapat membentuk pandangan dan perilaku penonton, serta menginspirasi perubahan positif dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, film tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media yang memiliki peran penting dalam membentuk dan mengarahkan nilai-nilai serta pandangan hidup masyarakat (Trianton, 2013). Film adalah gabungan dari drama dengan musik serta drama dengan perilaku dan emosi. Berdasarkan jenisnya, film dapat dibagi menjadi empat kategori utama: film cerita, film berita, film dokumenter, dan film kartun.

Film, meskipun memiliki beberapa kesamaan dengan program televisi, sebenarnya memiliki karakteristik dan bahasa uniknya sendiri. Bahasa ini terdiri dari sintaksis dan tata bahasa yang berbeda, yang membedakan film dari bentuk media lainnya. Unsur-unsur dalam tata bahasa film mencakup berbagai elemen yang sudah akrab bagi penonton,

membuat mereka dapat memahami dan terhubung dengan cerita yang disajikan.

Sejak awal kemunculannya, film telah berkembang menjadi alat komunikasi massa yang sangat populer. Medium ini digunakan terutama untuk bercerita, menawarkan cara yang memikat untuk menyampaikan narasi dan pesan-pesan tertentu kepada penonton. Sebagai alat komunikasi massa, film memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri yang tidak ditemukan pada media massa lainnya. Ini membuat film menjadi medium yang sangat efektif dalam menyampaikan berbagai pesan, baik itu moral, budaya, sosial, maupun emosional, kepada audiens yang luas (Trianton, 2013).

Dengan visual yang kuat, alur cerita yang menarik, dan kemampuan untuk menggugah emosi, film terus menjadi salah satu bentuk seni dan komunikasi yang paling berpengaruh di dunia. Keunikan dan fleksibilitas film menjadikannya medium yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mendidik dan menginspirasi. Film mampu menciptakan pengalaman yang mendalam dan berarti bagi penontonnya, sesuatu yang membuatnya tetap relevan dan dihargai sepanjang waktu (Trianton, 2013).

2. Jenis-Jenis Film

Film memiliki jenis yang beragam. Sumarno mengklasifikasikan jenis film dalam bukunya yang berjudul *Dasar-dasar Apresiasi Film* (Sumarno, 1996) membagi jenisnya menjadi dua, yaitu:

a. Film Cerita (Fiksi)

Film cerita adalah jenis film yang diproduksi berdasarkan naskah atau cerita yang dikarang, kemudian diperankan oleh aktor dan aktris. Jenis film ini pada umumnya bersifat komersial, yang berarti bahwa produksi film dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan finansial. Hal ini dapat dilihat dari penayangannya di bioskop, di mana penonton dikenakan biaya tiket masuk. Selain itu,

ketika film cerita ditayangkan di televisi, penayangannya biasanya didukung oleh sponsor atau iklan tertentu, yang juga berkontribusi pada pendapatan film tersebut.

Dengan demikian, film cerita tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat komersial yang mendukung industri perfilman. Film ini merupakan kombinasi dari kreativitas penulis, keterampilan aktor dan aktris, serta teknologi produksi, yang semuanya bekerja sama untuk menciptakan sebuah karya yang menarik bagi penonton dan menguntungkan bagi pembuatnya. Keberhasilan sebuah film cerita tidak hanya diukur dari segi kualitas cerita dan penampilan para aktornya, tetapi juga dari pendapatan yang diperoleh melalui penayangan dan distribusinya. Oleh karena itu, film cerita memainkan peran penting dalam ekosistem industri perfilman, baik sebagai sarana hiburan maupun sebagai sumber pendapatan ekonomi.

b. Film Non Cerita (Non Fiksi)

Film non cerita adalah jenis film yang menjadikan kenyataan sebagai subjek utamanya. Alih-alih mengandalkan naskah atau cerita fiksi, film non cerita fokus pada penggambaran realitas, sering kali dalam bentuk dokumenter. Jenis film ini bertujuan untuk menyajikan fakta-fakta, kejadian, atau isu-isu nyata dengan cara yang informatif dan sering kali mendidik.

Film non cerita dapat mencakup berbagai topik, mulai dari kehidupan sehari-hari, fenomena alam, sejarah, hingga isu-isu sosial dan politik. Melalui pendekatan ini, film non cerita berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi yang faktual dan objektif, memberikan penonton pemahaman yang lebih dalam tentang dunia di sekitar mereka. Dengan demikian, film non cerita menjadi sarana yang kuat untuk menyampaikan pesan-pesan penting dan membangkitkan kesadaran akan berbagai aspek kehidupan nyata. Berikut beberapa bentuk cerita non fiksi:

1) Film Faktual

Menampilkan fakta atau kejadian nyata dengan merekam apa yang terjadi. Saat ini, film faktual lebih dikenal sebagai film berita (newsreel), yang berfokus pada pemberitaan peristiwa terkini.

2) Film Dokumenter

Selain menampilkan fakta, film dokumenter juga mengandung pandangan atau opini pembuat film terhadap suatu peristiwa. Pandangan ini membuat interpretasi terhadap kenyataan dalam film dokumenter sangat dipengaruhi oleh perspektif pembuatnya.

Dalam dunia perfilman, istilah genre digunakan untuk mengelompokkan film berdasarkan rasa dan persepsi dari berbagai pihak seperti penonton, pembuat film, kritikus, dan peneliti film. Genre membantu dalam menyortir film ke dalam beberapa kelompok yang memiliki karakteristik dan elemen yang serupa. Ini memudahkan penonton untuk memilih film sesuai dengan preferensi mereka, serta membantu pembuat film dan kritikus dalam mengkategorikan karya-karya sinematik berdasarkan tema, gaya, atau narasi tertentu. Dengan adanya genre, film-film dapat diidentifikasi dan dinikmati berdasarkan kelompok-kelompok yang memiliki cita rasa dan pendekatan yang sejalan, sehingga memperkaya pengalaman menonton film dan analisis sinematik (Bordwell dan Thompson, 2008).

Genre film terbagi menjadi dua kelompok utama: genre induk primer dan genre induk sekunder. Genre induk sekunder mencakup genre-genre besar dan populer yang berkembang atau merupakan turunan dari genre induk primer. Contoh dari genre sekunder ini adalah film bencana, biografi, serta film-film yang digunakan untuk studi ilmiah. Genre ini muncul

sebagai hasil dari perkembangan dan diversifikasi genre-genre yang sudah ada sebelumnya.

Sebaliknya, genre induk primer adalah genre-genre dasar yang telah ada dan populer sejak awal perkembangan sinema, terutama pada era 1900-an hingga 1930-an. Genre-genre ini mencakup film aksi, drama, epik sejarah, fantasi, horor, komedi, kriminal dan gangster, musikal, petualangan, dan perang. Genre induk primer ini membentuk fondasi dari dunia perfilman, memberikan landasan bagi perkembangan genre-genre lainnya yang muncul kemudian.

Dengan adanya pembagian genre ini, film dapat lebih mudah diidentifikasi dan diklasifikasikan berdasarkan karakteristik dan tema yang diusungnya. Ini membantu penonton dalam memilih film sesuai dengan preferensi mereka, serta memberikan kerangka bagi para pembuat film dan kritikus untuk menganalisis dan mengembangkan karya sinematik mereka. Seiring berjalannya waktu, genre film terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan dalam masyarakat, teknologi, dan budaya, menjadikannya bagian yang dinamis dan selalu relevan dalam dunia hiburan (Oktavianus, 2015).

Dengan kata lain, genre film memainkan peran penting dalam mengkategorikan film sehingga penonton dapat dengan mudah mengetahui jenis pengalaman apa yang mereka harapkan dari suatu film. Pengkategorian ini membantu penonton untuk memilih film yang sesuai dengan selera dan preferensi mereka. Selain itu, genre film juga memberikan kerangka kerja yang bermanfaat bagi pembuat film dan peneliti dalam memahami tren dan pola yang ada dalam industri perfilman. Dengan mempelajari bagaimana genre-genre ini berkembang dan beradaptasi dari waktu ke waktu, para kreator dan peneliti dapat mengevaluasi perkembangan serta perubahan dalam preferensi audiens, teknologi, dan budaya yang mempengaruhi dunia perfilman. Oleh karena itu, genre film tidak hanya memandu penonton dalam memilih film, tetapi

juga membantu industri film dalam terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan serta harapan audiens secara efektif.

3. Fungsi Film

Seperti halnya televisi siaran, tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan akan tetapi, dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif. Hal ini pun sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka nation and character building.

Fungsi edukasi dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif, atau film dokumenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang. (Ardianto, 2004)
Film berfungsi sebagai:

- a. Film sebagai media hiburan. Hiburan merupakan kebutuhan psikis bagi manusia, fungsi film sebagai hiburan bertujuan agar dapat menikmati film yang dilihatnya dan juga dapat meluapkan kejenuhan, kepenatan, supaya dapat memberikan kesegaran dalam berpikir dan kehidupan sehari-hari.
- b. Sebagai sumber penerangan dan informasi. Film sebagai sarana informasi adalah efektifitasnya transformasi dua arah yang dapat digunakan sebagai perantara dalam menyampaikan pesan-pesan untuk memberikan gambaran tentang suatu peristiwa.
- c. Film sebagai media massa. Komunikasi Massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada media massa dengan menggunakan alat-alat komunikasi massa yaitu pers, radio, film, televisi. Sebagai media komunikasi massa, film dapat menjadi media dakwah yang efektif dengan pendekatan seni budaya, yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi. Pesan dakwah dapat diekspresikan dalam bentuk cerita dan disajikan dalam film kepada khalayak dengan daya pengaruh besar.

- d. Film juga dapat berfungsi sebagai sarana dakwah. Fungsi film sebagai sarana dakwah diharapkan mampu menarik pecinta film untuk dapat mengambil hikmah dari film itu dan dapat mengamalkan dari isi pesan yang disampaikan.
- e. Film sebagai sarana pendidikan. Sarana pendidikan adalah alat atau metode atau teknik yang digunakan dalam rangkaian mengefektifkan komunikasi dan interaksi antara pendidik dan terdidik didalam proses belajar mengajar.

4. Film Sebagai Media Dakwah

Berdakwah memang sudah merata pada semua kalangan. Termasuk di kalangan para sineas dan seniman muslim, yang berniat memanfaatkan film untuk berdakwah. Film diharapkan tidak hanya sebagai tontonan tetapi sekaligus sebagai tuntunan. Dakwah juga ada batasan syar'i yang mengendalikan proses pembuatan film yang mendorong kreatifitas para senies muslim.

Film dakwah tidak hanya film yang dibuat semata-mata untuk dakwah saja, tetapi juga film yang di dalamnya bermuatan dakwah. Apalagi dakwah dipahami secara lebih terbuka, yaitu sebagai upaya konstruktif seseorang melakukan perubahan situasi negatif menjadi situasi yang positif.

Film merupakan salah satu media dakwah yang mempunyai efek eksklusif dalam menyampaikan muatan dakwah bagi para penontonnya. Film yang dapat mempengaruhi efek bagi kehidupan manusia telah dibuktikan betapa kuatnya media ini dengan cara mempengaruhi sikap, perasaan, dan tindakan penontonnya. Berdasarkan hal tersebut, dakwah dan film adalah dua hal yang sangat berkaitan. Dakwah sebagai sebuah proses komunikasi tentu memerlukan sebuah media untuk menyampaikan pesan kepada audien, sedangkan film bisa digunakan sebagai salah satu media komunikasi maka film merupakan salah satu dari media dakwah.

BAB III

GAMBARAN UMUM *CHANNEL* YOUTUB NU ONLINE DAN DATA PENELITIAN

A. *Channel* Youtube NU Online

1. *Channel* NU online

Channel NU online menjadi mitra YouTube pada tahun 2017 dan sekarang memiliki sekitar 720.000 pelanggan serta 3.900 video. Kanal ini menampilkan berbagai konten, termasuk kajian keislaman oleh tokoh-tokoh seperti Gus Baha, K.H. Marsudi Syuhud, Gus Muwafiq, K.H. Marzuqi Mustamar, K.H. Said, Gus Huda, Habib Umar Muthohar, Gus Miftah, dan ulama lainnya. Selain itu, *channel* NU online juga memiliki berbagai playlist seperti motivasi, sholawat, qasidah, musik milenial, dan konten seni lainnya. Dalam kajian keislaman, kanal ini menawarkan video tentang Ngaji Tasawuf, metode menghafal Alquran, fikih, kajian keluarga, kajian kontemporer, sejarah, dan kajian kitab kuning yang disiarkan langsung. Selama bulan Ramadan, *channel* NU online juga menyediakan konten khusus yang membahas jalannya ibadah puasa.

Channel NU online menggunakan Bahasa Indonesia untuk pengantar judul dan deskripsinya. Video yang diunggah di kanal ini memiliki kualitas HD dengan resolusi 1080P, sehingga menampilkan gambar yang sangat berkualitas. Pada bagian header kanal, terdapat gambar dengan tulisan “*Channel* NU online, Connecting the World”. Sebelumnya, header ini bertuliskan “Marhaban Ya Ramadhan” dan mencantumkan logo media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, dan Spotify. Perubahan ini dilakukan karena pada awal pengamatan penulis, bulan Ramadhan 1442 Hijriah atau tahun 2021 M sedang berlangsung, sehingga header disesuaikan dengan kebutuhan kanal dan pengunjunnya. Pencantuman logo media sosial menunjukkan bahwa kanal ini benar-benar terkoneksi dengan platform media sosial lainnya dan mempromosikannya kepada pengunjun serta pelanggannya.

Untuk menghindari peniruan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, *channel* NU online menuliskan deskripsi yang sangat jelas bahwa "*channel* NU online adalah televisi resmi milik PBNU." Selain itu, *channel* NU online juga menyoroti beberapa kanal YouTube lainnya yang berafiliasi dengan NU, seperti *channel* NU online Live, Majelis Azzahir, HOBIINDONESIA ID, KH Marzuqi Mustamar *channel*, Gus Yusuf *Channel*, NU TALENT, Multimedia KH. Miftachul Akhyar, Al-Khiyaroh TV, Al-Muhajirin TV, dan Studio Ibiem. Berdasarkan pemantauan, video paling populer di *channel* NU online adalah "Gus Miftah & Deddy Corbuzier: Kisah Pertama Sholat Jum'at," yang telah ditonton oleh 7,9 juta orang. Video ini menampilkan percakapan hangat antara Gus Miftah, seorang tokoh NU terkenal, dan Deddy Corbuzier tentang pengalaman pertama Deddy dalam menjalankan salat Jumat setelah masuk Islam, dan direkam dalam acara bertajuk "Istighasah untuk Indonesia Aman dan Damai." Video populer kedua adalah "Official Trailer Film 'The Santri'," yang telah ditonton oleh 4 juta orang. Trailer ini memperkenalkan film "The Santri," yang ramai diperbincangkan di Indonesia pada tahun 2019 dan dibintangi oleh figur-figur muda Muslim terkenal seperti Wirda Mansur, Alvin Faiz, Abidzar Al-Ghifari, dan Gus Azmi.

Mengikuti arahan dari Prof. Dr. K.H. Said Aqil Siradj, MA, Ketua Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU), yang mengajak para santri dan Nahdliyin untuk beradaptasi dengan perubahan zaman melalui iNUvasi strategis, *channel* NU online diharapkan dapat responsif dalam menyampaikan perkembangan terkini dengan menghadirkan ide-ide progresif dan menjawab permasalahan sosial kontemporer. Motivasi ini diperkuat oleh tuntutan generasi milenial untuk menjadi melek teknologi di tengah pesatnya kemajuan teknologi. Generasi milenial dituntut untuk berperan aktif, terutama di media sosial, dalam melawan ide-ide radikal dan ekstremis yang sering disebarkan oleh pihak-pihak yang kurang paham agama tetapi unggul dalam penggunaan media sosial.

Oleh karena itu, dalam berbagai video yang disajikan kepada peNUnton, *channel* NU online banyak memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat. Pada titik ini, NU menawarkan solusi yang mirip dengan metode konvensional seperti Bahtsul Masail, meskipun tidak dilakukan dalam bentuk musyawarah nasional atau muktamar. Jawaban dari para kiai NU yang memiliki kredibilitas dan kompetensi,

Melihat peluang besar ini, *channel* NU online memanfaatkan maraknya penyebaran ilmu agama yang tidak bertanggung jawab dan kurang otoritatif dengan menghadirkan program kajian-kajian online. Tujuannya adalah agar masyarakat dari berbagai kalangan dapat belajar agama tanpa perlu pergi ke pesantren, tetapi tetap mendapatkan pembelajaran yang dapat dipertanggungjawabkan. Ini juga bertujuan untuk memfasilitasi generasi milenial, termasuk para santri, agar mereka dapat mengakses ilmu-ilmu yang diajarkan di pesantren.

Konten kajian online khusus untuk santri di *channel* NU online meliputi kajian kitab Kifayatul Akhyar dan Bulugul Maram bersama K.H. Hasan Nuri Hidayatullah, pengajian Lubbul Ushul bersama K.H. M. Dzakwanul Faqih, kajian kitab Qomi'uttughyan bersama Gus Yusuf, kajian kitab Nashoihul 'Ibad bersama K.H. Marzuqi Mustamar, kajian pasaran kitab Aqidatul Awwam bersama K. M.H. Zidny Ilman NZ, kajian Riyadhus Sholihin bersama Gus Fahrur, kajian Ihya' Ulumuddin bersama Gus Mughits Al-Iroqy, kajian kitab Al-Hikam bersama K.H. Luqman Hakim, dan kajian kitab Sulam Taufiq bersama K.H. Abun Bunyamin. Melalui kajian-kajian ini, *channel* NU online berupaya untuk memberikan akses yang luas dan berkualitas bagi siapa saja yang ingin mendalami ilmu agama.

Kajian-kajian yang disebutkan di atas umumnya memiliki konsep yang serupa, yaitu membaca kitab kuning atau kitab-kitab lain yang biasa dikaji di pesantren, melalui penyampaian satu arah di mana kiai

membacakan dan menafsirkan kitab yang kemudian didengarkan oleh para santri dan santriwati. Kajian ini juga sering diselingi dengan sesi membaca kitab bersama atau nadzaman santri. Selain itu, kajian online ini sesekali memperlihatkan suasana santri yang ikut mengaji bersama kiainya. Kajian biasanya dilakukan secara langsung (live streaming) dari berbagai pesantren di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Banten.

Tak hanya fokus pada kitab kuning, *channel* NU online juga menghadirkan kajian pada berbagai tema dan isu lainnya. Misalnya, selama bulan Ramadan, terdapat kajian khusus bersama Gus Hayid yang membahas tema-tema penting seputar puasa seperti keutamaan bulan Ramadan dan amalan lain selama berpuasa. Ada juga kajian kontemporer yang dibawakan oleh K.H. Marsudi Syuhud dengan tema “Ekonomi Pancasila dan Ekonomi Ketuhanan,” yang menjelaskan konsep-konsep ekoNUmi Indonesia yang sesuai dengan ajaran Rasulullah Saw.

Selain itu, *channel* NU online menghadirkan kajian tentang kesehatan selama Pandemi Covid-19, dibawakan oleh tokoh-tokoh kenamaan NU seperti Habib Lutfi, Gus Muwafiq, dan K.H. Miftahul Akhyar. Kajian ini berfokus pada penguatan keimanan dan ketakwaan umat Islam di tengah wabah, serta memberikan solusi praktis untuk pelaksanaan ibadah di masa pandemi. Untuk semakin berbaur dengan tren yang ada, *channel* NU online juga memperkenalkan podcast berjudul "Ngopi (Ngobrol Penuh Inspirasi)," yang lebih informal dibandingkan kajian sebelumnya karena bersifat dua arah antara moderator dan pemateri. Kajian ini mengadopsi format yang populer di kalangan YouTuber lainnya, dengan pembahasan yang sangat umum dan mendasar, seperti rukun Islam, rukun Iman, dan fikih dasar Islam lainnya.

Melalui media sosial YouTube dengan *Channel* NU online, NU telah berupaya mencitrakan Islam sebagai agama yang bisa hidup dalam lingkungan baru berupa media baru, yakni media sosial. Melalui kanal ini,

Islam disebarluaskan dengan kajian-kajian isu kontemporer seperti wabah COVID-19 dan kajian-kajian klasik seperti kitab kuning.

2. Gambaran umum film “Tambal Iman”

Film "Tambal Iman" bertujuan untuk menggambarkan konflik batin yang dihadapi seseorang ketika harus memilih antara melaksanakan ibadah pribadi dan membantu orang lain. Cerita berpusat pada seorang bapak penambal ban yang sedang menuju masjid untuk melaksanakan shalat, tetapi melihat seorang ibu non-muslim yang ban motornya bocor dan membutuhkan bantuan segera. Konflik batin muncul ketika ia harus memilih antara melanjutkan perjalanan ke masjid untuk shalat berjamaah atau membantu ibu tersebut. Diskusi yang melatarbelakangi film ini menunjukkan bahwa waktu shalat duhur masih panjang, sehingga bapak tersebut masih bisa bergabung dengan jamaah lain setelah membantu ibu tersebut. Pesan utama yang ingin disampaikan melalui film ini adalah pentingnya ibadah amaliyah, atau tindakan kebaikan sosial, yang sama pentingnya dengan ibadah pribadi.

Dalam film tersebut, latar belakang keinginan haji atau umrah dari tokoh utama hanyalah bagian dari cerita yang menekankan bahwa tingkat keimanan seseorang berbeda-beda. Tokoh utama juga mengingatkan temannya yang masih sibuk untuk shalat ke masjid, namun tanpa memaksa, menunjukkan bahwa mengingatkan untuk beribadah sudah merupakan tanggung jawab seorang muslim, sedangkan keputusan akhir tetap ada pada individu masing-masing. Film ini menekankan bahwa dalam konteks tertentu, ibadah sosial, seperti membantu orang lain, bisa lebih utama daripada ibadah pribadi. Analisis ini menunjukkan bagaimana film "Tambal Iman" berusaha menyampaikan pesan moral dan keagamaan dengan menekankan pentingnya kebaikan sosial dan toleransi dalam kehidupan sehari-hari. Film ini mengajak penonton untuk memahami bahwa dalam situasi tertentu, membantu orang lain bisa menjadi bentuk

ibadah yang lebih mendesak dan signifikan, menyoroti pentingnya empati dan tindakan nyata dalam menjalankan nilai-nilai keislaman.

B. Strategi Dakwah NU Online Melalui Film “Tambal Iman” Dalam *Channel* Youtube NU Online

Dakwah adalah seruan untuk mengajak seseorang kepada kebaikan atau upaya untuk mengubah seseorang untuk menjadi lebih baik. Dengan kata lain, dalam penyampaian pesan dakwah terdapat ide-ide yang dinamis, sesuatu yang tumbuh dan berkembang sesuai tuntutan ruang dan waktu. Dalam hal ini *channel* NU Online tentu juga mengikuti perkembangan yang mengikuti trend agar proses dakwah yang dilakukan dapat selalu mengikuti perkembangan zaman.

Dijadikannya film sebagai salah satu media dalam menyampaikan dakwah yang dilakukan oleh *channel* NU Online menunjukkan bahwasanya mereka juga mengikuti trend perubahan metode dakwah yang mereka gunakan dengan memanfaatkan sebuah film sebagai bentuk media dakwah mereka, tujuan dipilihnya film sebagai media penyampaian pesan dakwah adalah sebagai berikut:

“Kalau tujuan sebenarnya itu dalam arti konteks pertama berdirinya, saat itu kita melihat bahwa platform youtube NU online itu isi kontennya masih belum beragam, konten keagamaan itu sangat dominan entah dalam bentuk moNUlog, pengajian, ceramah, atau kajian-kajian keislaman. Tetapi yang jelas tujuannya dibentuknya film itu tetap berisi kajian, nah karena trend audiens serta poNUnton juga semakin meningkat, dan yang perlu kita sasar adalah kelompok lain, dalam arti kita ingin memperlebar audiens, kita ingin mencari audiens yang lain, yang meskipun mayoritas tetap dari kelompok pesantren atau santri, tetapi kita ingin memperlebar audiens kita dan media film menjadi salah satu alternatif, makanya kita juga mengembangkan film sebagai salah satu konten media channel nu online. Tujuan dipilihnya film adalah sebagai salah satu program yang diluar kebiasaan, karena jika kontennya hanya itu-itu saja tentu audiens juga jenuh, sehingga dengan dibuatnya film diharapkan mampu memberikan variasi bentuk dakwah baru yang dapat dinikmati oleh audiens. Disamping untuk mencari audiens lain, kita juga mengedukasi kepada

audiens melalui film, karena NU online dari beberapa sisi baik visual, naskah, itu menjadi rujukan bagi teman-teman santri, nah dengan adanya film, kita harapkan untuk menjadi sebuah media edukasi kepada santri dalam sisi produksi, mereka biasanya tidak hanya fisual desain. tetapi juga film. Terbukti beberapa pesantren yang sudah melekat terhadap media perfileman, itu mendaur ulang karya-karya NU Online. Disamping mendaur ulang juga salah satu hal lain yaitu menjadikan NU Online sebagai bahan untuk skripsi dan riset penelitian.” (Wawancara dengan M. Zunus, Produser Film Pendek channel NU online, pada tanggal 10 Desember 2024).

“Channel NU online selain sebagai media organisasi, juga bertindak sebagai media dakwah. Dakwah di nu online terbagi menjadi dua, a. Dakwah yang sesuai dengan yang diperintahkan agama islam, b. Dakwah untuk mengajak menuju kebenaran secara universal. Itulah target dakwah yang dimiliki nu online. Jadi, dalam pembuatan film dakwah itu mempunyai sasaran konsumen yang lebih kompleks. Tidak hanya kepada orang-orang islam saja, tetapi lebih mengarah ke siapapun yang meyakini akan kebenaran secara luas. Meskipun pembuatan film juga menggunakan effort yang lebih, namun intensitas produksi film di nu online itu tidak sebanyak konten yang lain karena dalam produksi film membutuhkan biaya dan men power tidak sedikit. Jadi pada intinya pembuatan film di nu online misi utamanya untuk dakwah.” (Wawancara dengan Ahmad Mundzir, Manajer Konten Kreatif NU Online, pada tanggal 10 Desember 2024).

Pada awalnya, platform YouTube NU Online didominasi oleh konten keagamaan seperti monolog, pengajian, ceramah, atau kajian keislaman. Untuk tetap menyajikan kajian dalam format yang berbeda dan menarik, NU Online mulai memproduksi film. Dengan meningkatnya tren audiens, NU Online berupaya memperlebar jangkauan penonton, tidak hanya dari kelompok pesantren atau santri, tetapi juga mencari audiens lain secara universal. Film dipilih sebagai program alternatif untuk mengatasi kejenuhan audiens terhadap konten yang monoton dan menawarkan variasi bentuk dakwah yang baru.

Sebelum *channel* NU online benar-benar terjun ke dunia produksi film, jejak dan keterlibatannya dalam dunia perfilman sebenarnya sudah dimulai sejak lama. Meskipun belum memproduksi film sendiri, *channel*

NU online kerap mengadakan kompetisi film pendek, baik fiksi maupun dokumenter. Melalui inisiatif ini, *channel* NU online mulai berkenalan dengan banyak sineas dan mendalami proses produksi film. Sejak saat itu, produksi film menjadi bagian penting dari konten yang disajikan oleh *channel* NU online kepada audiensnya dalam berbagi pesan kebaikan dan pesan dakwah:

“ketersinggungan NU online dengan film sebenarnya sudah cukup lama, sebelum kita memproduksi film sendiri, beberapa kali NU online itu terlibat kerja-kerja perfileman, meskipun belum memproduksi sendiri, tetapi kita sering bikin kompetisi membuat film pendek baik fiksi maupun dokumenter yang kami adakan. Dan dari situlah kemudian kita mencoba memberanikan diri untuk memproduksi, jadi awalnya kita bikin perlombaan film-film itu, kemudian kita berkenalan dengan para sineas, kemudian kita mencoba untuk memproduksi film. Dan untuk tepatnya kapan film mulai menjadi media dakwah dan ada di channel youtube NU Online itu 3-4 tahun yang lalu, pada saat 2020, sebelum kita memproduksi film pendek, kita pernah memproduksi web series dengan judul “hikayat jerami”, kemudian barulah kita membuat 3 film pertama di channel youtube NU online, yaitu yang berjudul “doa suto” 12 februari 2021, “opor ayam” 22 februari 2021, dan “tambal iman” 18 November 2021. Tetapi produksi ketiga film ini bersamaan. Dan ada satu lagi tetapi kita tayangkan ke channel lain. Itulah yang mengawali film di channel youtube NU online. Karena ide cerita memang berbeda, tetapi permainnya sama, baik tim produksi, maupun pemeran sama. Sehingga dari 4 cerita itu sutingnya bersamaan.” (Wawancara dengan M. Zulus, Produser Film Pendek channel NU online, pada tanggal 10 Desember 2024).

“Di NU online mempunyai paradigma mengikuti cara berdakwah ala Sunan Kalijaga yang menggunakan wayang sebagai alat dakwah, itu tidak melihat wayangnya yang sebagai subjek. Tetapi melihat bahwa media untuk menyampaikan yang menarik di masa itu, dan juga strategi pada masa itu yang paling pas adalah wayang. Dalam hal ini, kita artikan film sebagai wayang pada masa Sunan Kalijaga. Nu online memilih film karena jangkauannya yang luas, jadi kalau dalam psikologi, orang-orang mempunyai kecenderungan lebih suka diceritai. Memang itu sudah tabiat manusia, kenapa orang-orang banyak yang suka ngerumpi dan kalau ngerumpi banyak yang

mendengarkannya, karena di dalamnya terdapat unsur ceritanya. Dimana terdapat unsur cerita, bisa memberikan narasi-narasi dalam cerita itu banyak orang yang tertarik. Nah di dalam film tidak melulu soal ilmiah yang disampaikan, jadi tidak normatif menyampaikan sesuatu dengan kata kata ilmiah, namun bungkus cerita yang kita buat pendekatan untuk menggunakan film sebagai media dakwah.” (Wawancara dengan Ahmad Mundzir, Manajer Konten Kreatif NU Online, pada tanggal 10 Desember 2024).

Dengan dimulainya sebuah produksi film pendek sebagai salah satu konten penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh NU online, merupakan salah satu bukti bahwa kegiatan dakwah mampu bervariasi bentuk dan ragamnya. Karena dalam dunia yang terus berubah dengan cepat, strategi dakwah juga perlu beradaptasi untuk tetap relevan dan efektif. *channel* NU online, sebagai platform yang berkomitmen pada penyebaran nilai-nilai keislaman, telah memilih film sebagai salah satu media dakwahnya. Film, terutama film pendek memiliki keunikan dalam menyampaikan pesan dengan cara yang singkat namun kuat, menarik perhatian audiens melalui narasi visual yang menggugah dan mudah diikuti. Dengan menggunakan film pendek, *channel* NU online dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam, terutama generasi milenial yang akrab dengan konsumsi media digital

“Yang jelas bahwa film yang kita produksi, tujuannya adalah menyampaikan ide-ide kebaikan yang berkaitan dengan isu sosial, isu keagamaan, isu lingkungan, ya kita hanya meyakini bahwa kita perlu menyampaikan sesuatu yang baik lewat berbagai macam platform. Pendefinisian bahwa apakah film menjadi media dakwah, jika sejauh ini, kita tidak mendefinisikan secacem itu, tetapi film-film yang kita produksi bertujuan untuk menyampaikan sesuatu hal yang baik, apakah ini dimasukan sebagai bagian dari dakwah atau tidak, tetapi intinya disitu, karena yang kita sampaikan isu-isunya tidak hanya soal keislaman saja, melainkan juga terkait dengan lingkungan, kritik sosial. Dan film “tambal iman” juga menurut saya merupakan ibadah sosial, bagaimana ceritanya itu dikaitkan antara ibadah maudhoh dan ibadah sosial, dipriorotaskan yang is mana dalam setiap film tentu berbeda-beda. Jadi kita memfungsikan film sebagai media penyampai pesan-pesan

kebaikan. Dan jika itu masuk dalam definisi dakwah ya mungkin tergantung kepada publik apakah menerima hal tersebut sebagai pesan dakwah atau tidak. Intinya tujuan dari diadakannya film sebagai bentuk penyampaian pesan-pesan kebaikan melalui media audio visual.” (Wawancara dengan M. Zulus, Produser Film Pendek channel NU online, pada tanggal 10 Desember 2024).

Pada dasarnya, awal adanya film pendek merupakan salah satu bentuk variasi dari pengembangan konten dalam *channel* NU online, dimana hal ini dilakukan guna meraih audiens yang lebih banyak jika dibandingkan sebelumnya, serta ingin menunjukkan bahwasanya penyampaian pesan kebaikan bisa dilakukan melalui media film.

Film memiliki kemampuan unik untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang menarik dan menyentuh, yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Melalui narasi visual yang singkat namun kuat, film, khususnya pendek dapat menggugah perasaan dan pikiran penonton, memungkinkan pesan-pesan dakwah tersampaikan dengan lebih baik dan bermakna. Penggunaan film pendek sebagai media dakwah tidak hanya menyampaikan nilai-nilai spiritual dan moral, tetapi juga mampu menginspirasi dan memotivasi perubahan positif dalam masyarakat. Dengan pendekatan yang inovatif ini, film pendek berpotensi besar dalam memperkuat dakwah dan menjawab tantangan-tantangan sosial kontemporer secara efektif, hal ini seperti yang disampaikan oleh narasumber:

“kita meyakini bahwa setiap prodak yang dikeluarkan oleh NU online itu mengandung nilai-nilai dakwah yaitu mengajak kepada kebaikan, serta memberikan nilai-nilai yang edukatif dan informatif, karena NU online memang garis kebijakan kontennya seperti itu, termasuk film sehingga yang terkandung di dalam setiap film yang terdapat di chanel NU onlen harus berisi kebijakan keredaksian, kita tidak membuat film yang tidak sesuai dengan kebijakan redaksi yang ada. Jadi produksi film yang dilakukan oleh chanel NU online bukan semata hiburan saja, jadi memang nilai edukasinya yang sangat diperkuat di setiap kontennya. Sehingga jika kalian lihat di film-film NU online, pastu akan terdapat pesan-pesan edukasi dan informatif yang selalu ada di belakangnya. Dalam tanda

kutip pesan dakwah yang terkandung di dalam film ya nilai-nilai kebaikan di setiap adegannya, edukasi informatif semacam itu. Karena nilai keislaman yang bersifat universal, dan poin-poinnya bisa diterima secara universal, sehingga film yang kita produksi juga berangkat dari situ, dan memnag coornya yaitu menyampaikan sesuatu yang pesannya tidak mengandung kontroversial. Karena pada dasarnya, produksi film di chanel NU online itu, sisi islamnya ada, sisi kebaikan universal juga ada dan kuat disitu, sehingga itulah yang menjadi patokan dalam membuat film.” (Wawancara dengan M. Zunus, Produser Film Pendek channel NU online, pada tanggal 10 Desember 2024).

“Ada dua pilar dalam penyampaian dakwah itu a. Accesibility/aksesibilitas dan b. Aset (penerimaan). Aksesibilitas adalah ketersampaian pesan dakwah terhadap penerima dakwah yang dilakukan oleh pendakwah yang dalam hal ini dilakukan oleh nu online. Namun untuk mengetahui penerimaannya bagaimana, itu bisa ditanyakan kepada audien atau penerima dakwah atau konsumen film dakwah tersebut. Karena kami hanya memproduksi konten yang bertujuan untuk menyampaikan kebenaran, tidak untuk mengetahui bagaimana pesan pesan yang disampaikan itu dapat diterima dengan baik kemudian apakah pesan yang disampaikan dapat menimbulkan pengaruh positif atau bagaimana penerimaan konsumen atas konten yang kami produksi.” (Wawancara dengan Ahmad Mundzir, Manajer Konten Kreatif NU Online, pada tanggal 10 Desember 2024).

Adanya film sebagai salah satu konten yang terdapat di dalam *channel* NU online merupakan salah satu cara bagaimana NU online mencari audiens yang lebih luas dalam menebar pesan-pesan kebaikan, dimana di dalam setiap film yang ada, tidak hanya berisikan hiburan semata, tetapi juga mengandung pesan-pesan yang mengajak audiens pada kebaikan.

Salah satu film yang menjadi fokus di dalam penelitian ini adalah film pendek dengan judul “tambal iman” yang didalamnya mengandung dilema untuk menerapkan antara ibadah pribadi dengan ibadah amaliyah, dimana didalamnya mengandung banyak pesan-pesan yang mungkin sering orang lain tidak menyadari betapa pentingnya ibadah amaliyah antara sesama.

“pertama, film tambal iman ini idenya adalah apakah kita ketika dalam konteks ibadah, ketika seseorang dihadapkan dengan permasalahan dimana ketika ada ibu non muslim yang sedang buru-buru bersama anaknya terus kemudian sama bapak penambal ban yang sedang berjalan ke masjid untuk melaksanakan shalat, tetapi kemudian melihat keadaan dan kondisi ibu tersebut yang ban motonya bocor, dan sementara untuk sampai ke tambal ban yang lain itu cukup jauh, disitu apakah bapak tersebut akan mendahulukan ibadah shalatnya ataupun mendahulukan memberikan bantuan ke ibu tersebut. Konflik batinnya disitu, sehingga menurut pandangan kami pada saat diskusi itu, waktu shalat duhur itu masih panjang, sehingga kalau mau mengejar jamaah di masjid itu masih ada kemungkinan bergabung dengan jamaah yang lain, tetapi untuk menolong ibu ini, tidak ada alternatifnya, karena jarak tukang tambal ban lainnya cukup jauh, sehingga ibadah amaliyah inilah yang perlu didahulukan. Itulah pesan yang ingin kita sampaikan, dimana ibadah amaliyah itu sangat penting, apalagi dalam konteks permasalahan yang ditampilkan bahwa ibadah amaliyah itu juga tidak kalah penting dengan ibadah pribadi kita, hal inilah yang ingin kita sampaikan melalui film “tambal iman. Dalam film tambal iman, lebih ditekankan pesan sosial, kalau yang ada background bahwa bapak itu punya keinginan haji/umrah hanyalah latar saja, disitu jg pemeran utamanya dia mengajak temennya yang muda untuk ke masjid tetapi masih sibuk, disini poin utamanya adalah tidak perlu memaksakan karena tingkat keimanan seseorang berbeda-beda, disitu tokoh utama hanya mengingatkan untuk waktunya shalat ke masjid, tetapi temannya masih sibuk, sehingga sebagai seorang muslim untuk mengingatkan sudah dilakukan, soal mau atau tidak bukan urusannya, tetapi poin yang ingin disampaikan di film tersebut bahwa ibadah sosial dalam konteks film tersebut lebih utama.” (Wawancara dengan M. Zulus, Produser Film Pendek channel NU online, pada tanggal 10 Desember 2024).

Setiap ibadah tentu akan dinilai baik oleh Allah, tidak terkecuali dalam melaksanakan ibadah sosial dimana di dalamnya kita membantu antara sesama kepada seseorang yang membutuhkan. Hal itulah yang ingin disampaikan dalam film pendek “tambal iman” di *channel* NU online.

Setiap prosesi dakwah, tentu memiliki indikator keberhasilan dalam penyampaian dakwah atau pesan-pesan kebaikannya, hal inilah yang

menjadikan sebuah gambaran bagaimana dakwah tersebut dapat dikatakan berhasil ataupun tidak. Dalam hal ini, melalui film pendek, maka beberapa aspek dapat menjadi sebuah indikator dari keberhasilan pesan tersebut tersampaikan dengan baik pada audiens yang menontonnya.

“Tingkat keberhasilan, tolak ukurnya mau dari versi apa, apakah dari audien, atau dari sisi setelah orang tersebut menonton film tersebut, apakah dia bisa mengilhami dirinya melalui pesan tersebut. Tetapi yang jelas berdasarkan komentar orang, mendapatkan respon baik dari audiens, jika dilihat dari sisi trafik cukup baik, dilihat dari pesan yang tersampaikan cukup jelas dan mudah dipahami, dilihat dari komentar juga baik, dan tentu kita berharap film tersebut memiliki dampak sosial yang baik juga.” (Wawancara dengan M. Zulus, Produser Film Pendek channel NU online, pada tanggal 10 Desember 2024).

“Nu online belum pernah melakukan riset untuk mengetahui apakah film pendek dan konten lain dari nu online bisa menjadi media dakwah yang efektif atau tidak, sehingga tidak punya indikator untuk mengukur efektivitas konten konten nu online sebagai media dakwah. Jadi, indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan penonton atau feedback konsumen hanya melalui komentar penonton. Karena saking luasnya jangkauan media sosial sehingga kami tidak bisa menjangkaunya satu persatu.” (Wawancara dengan Ahmad Mundzir, Manajer Konten Kreatif NU Online, pada tanggal 10 Desember 2024).

Keberhasilan film sebagai media dakwah dapat diukur dari berbagai sudut pandang, seperti dari respons audiens, dampak setelah menonton, dan kualitas pesan yang disampaikan. Berdasarkan komentar dan tanggapan audiens, film-film ini mendapatkan respons yang baik, dengan trafik yang memadai dan pesan yang jelas serta mudah dipahami. Komentar-komentar yang positif menunjukkan penerimaan yang baik dari penonton, dan diharapkan film tersebut juga memiliki dampak sosial yang positif.

Dari indikator keberhasilan yang telah disampaikan, tentu NU online mengingankan dampak yang lebih nyata setelah mereka menonton film “tambal iman”, dimana diharapkan setelah mereka menonton film tersebut, dapat meningkatkan praktik ibadah sosial yang sering diabaikan oleh banyak orang.

“Setiap produksi yang kita buat tentu kita mengharapkan bahwa pesan-pesan yang disampaikan di dalam film tersebut bisa menjadi nilai lebih dari penonton, karena penonton dan kita mencari sumber informasi kan lewat berbagai platform, nah kita berharap dari audio visual ini mampu menjadi nilai lebih dalam penyampaian pesan yang ingin kita sampaikan, makanya produk film yang kita buat tidak hanya dalam bentuk hiburan, tetapi juga menilainya harus lebih di atas hiburan, sehingga pesan-pesan yang ingin disampaikan lebih dikuatkan. Karena kami tidak mengikut trend, karena nilai moralitaslah yang ingin kita sampaikan, sehingga film NU online lebih dominan pada pesan moralitas.” (Wawancara dengan M. Zulus, Produser Film Pendek channel NU online, pada tanggal 10 Desember 2024).

Berdasarkan indikator keberhasilan yang telah disampaikan, NU Online tentu berharap dapat mencapai dampak yang lebih nyata setelah penonton menyaksikan film “Tambal Iman”. Harapannya adalah bahwa setelah menonton film tersebut, penonton tidak hanya memahami pesan-pesan yang disampaikan tetapi juga terinspirasi untuk meningkatkan praktik ibadah sosial dalam kehidupan sehari-hari. Film ini dirancang untuk menyentuh hati dan pikiran penonton, mendorong mereka untuk lebih memperhatikan dan menjalankan ibadah sosial yang sering kali diabaikan. Dengan demikian, NU Online berupaya agar film ini tidak hanya menghibur tetapi juga menjadi alat yang efektif untuk mendorong perubahan positif dalam perilaku sosial dan keagamaan penontonnya. Melalui penyampaian pesan yang jelas dan inspiratif, diharapkan masyarakat dapat lebih terlibat dalam kegiatan ibadah sosial, membangun rasa kepedulian dan kebersamaan yang kuat dalam komunitas mereka.

Strategi untuk memperkenalkan adanya film pendek sebagai salah satu media dakwah di dalam *channel* NU online adalah dengan memanfaatkan segala macam platform media sosial yang dimiliki oleh NU online, selain itu, NU online juga bekerjasama dengan beberapa instansi pemerintah dalam memperkenalkan media dakwah berupa film di dalam *channel* NU online.

“Pada awal, kita aga kesulitan, karena coor kita awalnya adalah pengajian, dan kajian keislaman, dan terus kemudian ada konten film, sementara biasanya chanel pada umumnya memiliki konten khusus yang ada di chanel tersebut, dengan memasukan film sebagai konten di chanel NU online, menjadi sebuah pembeda yang memang awalnya sangat berat untuk dilakukan, tetapi pada saat perilisian film pertama kali mendapatkan apresiasi yang besar dari public. Film yang terdapat pada chanel NU online itu bekerjasama dengan Kementerian Agama, sehingga oleh kementerian agama dijadikan sebuah produk yang pernah dikirimkan oleh kementerian agama untuk ditayangkan di galeri. Karena biasanya konten NU online hanya ceramah, tetapi dengan adanya variasi film sebagai media pesan kebaikan yang mengakar pada ajaran islam, kita akhirnya memanfaatkan seluruh paltrofm media sosial NU online untuk mengenalkan adanya film sebagai salah satu media yang ada di chanel NU online, dengan memanfaatkan audiens di setiap media sosial yang ada, sehingga hal ini cukup efektif untuk mengenalkan film yang ada di dalam chanel NU online dengan memperkenalkan film-film yang ada disertai trailer film tersebut disertai link yang langsung mengarah ke film yang diperkenalkan.” (Wawancara dengan M. Zulus, Produser Film Pendek channel NU online, pada tanggal 10 Desember 2024).

“Kami tidak mempunyai strategi khusus untuk memperkenalkan film pendek yang diproduksi nu online, tetapi sejauh ini strategi kami untuk mempromosikan konten-konten kami adalah strategi "berjejaring". Jadi kita memanfaatkan jejaring sosial dan platform yang kita miliki untuk saat ini seperti media facebook, instagram, tiktok, kemudian jejaring kami di nu online yang mencakup ke daerah-daerah seperti nu online jateng, nu online jabar, nu online jatim hingga nu online pusat.” (Wawancara dengan Ahmad Mundzir, Manajer Konten Kreatif NU Online, pada tanggal 10 Desember 2024).

Dengan adanya film sebagai salah satu media dalam penyampain pesan kebaikan, maka melalui variasi film sebagai media dakwah yang berakar pada ajaran Islam, *Channel* NU online memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk mengenalkan film-film tersebut kepada audiens yang lebih luas. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap konten film di *Channel* NU online.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI DAKWAH NU ONLINE MELALUI FILM “TAMBAL IMAN” DALAM *CHANNEL* YOUTUBE NU ONLINE

Strategi adalah komponen vital yang wajib diperhatikan dalam kegiatan dakwah. Seorang *da'i* harus merencanakan dengan cermat sebelum melaksanakan dakwah. Strategi dakwah melibatkan beberapa aspek penting, termasuk penentuan metode dakwah, pemilihan pesan-pesan dakwah (materi), pemilihan media dakwah yang tepat, serta pengaturan bagaimana dakwah tersebut akan dilaksanakan. Menurut Abu Zahra, strategi dakwah Islam adalah perencanaan rasional yang mencakup semua aspek kehidupan dalam pelaksanaan kegiatan dakwah Islam (Aripudin & Sambas, 2007). Dengan strategi yang terencana dengan baik, dakwah dapat berjalan lebih efektif dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Channel NU Online memilih film sebagai salah satu strategi konten dakwah yang inovatif dan menarik. Keputusan ini diambil sebagai bentuk pembaruan dari konten-konten sebelumnya yang didominasi oleh materi keagamaan dalam bentuk monolog, pengajian, ceramah, atau kajian keislaman. Film dipilih untuk menawarkan variasi dan menarik minat audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang cenderung lebih menyukai konten audio visual yang dinamis. Karena pada dasarnya film akan memberikan pengalaman yang lebih dinamis dan interaktif dibandingkan dengan konten lainnya seperti ceramah atau pengajian, sehingga dapat menarik minat audiens yang lebih beragam

Dengan menambahkan film ke dalam konten dakwahnya, NU Online membuktikan kemampuannya untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman dan preferensi penonton. Film-film yang diproduksi oleh NU Online tidak hanya menyajikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang kreatif dan menyentuh, tetapi juga menunjukkan komitmen *channel* ini untuk terus berkreasi dan mencari metode baru dalam menyampaikan

nilai-nilai Islam. Inisiatif ini juga memperlihatkan bahwa NU Online memahami pentingnya media modern sebagai alat dakwah yang efektif. Dalam menghadapi era digital, *channel* ini berupaya menjawab tantangan dengan menghadirkan konten yang relevan dan inovatif, memastikan bahwa pesan-pesan keagamaan dapat diterima dan dipahami oleh audiens yang lebih beragam (Efendi, 2009). Melalui film, NU Online tidak hanya berkontribusi pada penyebaran dakwah, tetapi juga menginspirasi dan memotivasi penontonnya untuk menjalani kehidupan yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam. Dengan demikian, film menjadi media yang vital dalam upaya NU Online untuk memperkaya konten dakwahnya dan terus relevan dalam masyarakat yang terus berubah.

Tujuan dibuatnya film di *channel* NU online sebagai salah satu strategi dakwah sebagai sebuah pembeda yaitu penyajian dakwah dengan format yang berbeda, yaitu sebuah film yang didalamnya mengandung banyak pesan-pesan dalam mengajak kebaikan. Langkah ini diambil karena tren audiens dan jumlah penonton yang ada di *channel* NU online terus mengalami peningkatan yang dihasilkan dari mini web series yang memiliki kesamaan dengan film, sehingga ide memasukan film ke dalam *channel* NU onlinepun tercetus dan direalisasikan. Selain itu, adanya keinginan untuk memperluas jangkauan audiens juga menjadikan salah satu alasan dikembangkannya media berupa film di *channel* NU online. Meskipun mayoritas penonton berasal dari kelompok pesantren atau santri, *channel* NU online juga tentunya ingin menarik perhatian audiens lain yang tidak hanya santri saja, melainkan masyarakat umum. Dengan menggunakan media film, *channel* NU online berharap dapat menyediakan variasi konten yang lebih menarik dan tidak monoton. Film dipilih sebagai program alternatif di luar kebiasaan karena konten yang hanya berisikan ceramah atau kajian keislaman dengan cara yang biasa saja sekarang bertambah menjadi menafaatkan film sebagai salah satu media dakwah di *channel* NU online. Oleh karena itu, diharapkan film dapat menjadi bentuk dakwah baru yang lebih dinikmati oleh audiens.

Selain tujuan untuk memperluas audiens, film juga digunakan sebagai media edukasi. *Channel* NU online berharap film dapat menjadi referensi audio visual dan naskah bagi santri dalam produksi media. Melalui film, santri dapat belajar tidak hanya tentang desain visual tetapi juga tentang produksi film. Dengan demikian, pembuatan film di *channel* NU online diharapkan mampu memberikan dampak edukatif yang signifikan kepada para santri, menjadikan film sebagai salah satu alat untuk menyebarkan pesan kebaikan yang berakar pada ajaran Islam. Hal ini menunjukkan bahwa *channel* NU online berkomitmen untuk terus berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman dalam menyampaikan dakwah.

Film di *channel* NU online sebenarnya tidak secara spesifik dianggap sebagai media dakwah. Tujuan utama dari produksi film adalah menyampaikan ide-ide kebaikan yang berhubungan dengan isu sosial, keagamaan, dan lingkungan. Keyakinan yang mendasari produksi film ini adalah kebutuhan untuk menyampaikan pesan positif melalui berbagai platform, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saadah (2021) yang menyatakan bahwa dakwah bias dilakukan melalui berbagai platform yang sedang berkembang pada zamannya. Meskipun belum secara eksplisit didefinisikan sebagai media dakwah, film-film yang diproduksi bertujuan menyampaikan hal-hal baik. Film yang diproduksi *channel* NU online tidak hanya fokus pada isu-isu keislaman, tetapi juga mencakup lingkungan dan kritik sosial. Contohnya, film "Tambal Iman" menggabungkan ibadah maudhoh dan ibadah sosial, menunjukkan bagaimana dua aspek ini dapat diutamakan secara bergantian dalam setiap film. Dengan demikian, film berfungsi sebagai media penyampai pesan-pesan kebaikan, dan apakah film ini dianggap sebagai bagian dari dakwah atau tidak, tergantung pada penerimaan publik.

Film "Tambal Iman" bertujuan untuk menggambarkan konflik batin yang dihadapi seseorang ketika dihadapkan pada pilihan antara

melaksanakan ibadah pribadi dan membantu orang lain. Cerita berpusat pada seorang bapak penambal ban yang sedang berjalan menuju masjid untuk melaksanakan shalat, tetapi melihat seorang Ibu non-muslim yang ban motornya bocor dan membutuhkan bantuan segera. Konflik batinnya muncul ketika ia harus memilih antara melanjutkan perjalanan ke masjid untuk shalat berjamaah atau membantu Ibu tersebut. Diskusi yang melatarbelakangi film ini menunjukkan bahwa waktu shalat duhur masih panjang, sehingga bapak tersebut masih bisa bergabung dengan jamaah lain setelah membantu ibu tersebut. Pesan utama yang ingin disampaikan melalui film ini adalah pentingnya ibadah amaliyah, atau tindakan kebaikan sosial, yang sama pentingnya dengan ibadah pribadi.

Selain menekankan pentingnya ibadah amaliyah, atau tindakan kebaikan sosial yang sejalan dengan ibadah pribadi, film pendek "Tambal Iman" juga menyampaikan berbagai pesan moral lainnya. Salah satu adegan menampilkan kejujuran seorang pedagang yang menjaga dagangan milik Pak Muklis. Pedagang tersebut tidak hanya menjaga makanan tetapi juga uang yang ditinggalkan untuk Pak Muklis. Kejujuran ini diperlihatkan pula oleh seorang ibu yang menambal ban di tempat Pak Muklis.

Selain itu, film ini menonjolkan pentingnya saling membantu antar sesama manusia. Adegan-adegan di dalam film "Tambal Iman" menggambarkan bagaimana kebaikan dan kerjasama bisa memberikan dampak positif dalam kehidupan sehari-hari. Pesan-pesan moral yang terkandung dalam film ini tidak hanya memberikan inspirasi tetapi juga mengajak penonton untuk menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan mereka. Film ini menunjukkan bahwa kebaikan, kejujuran, dan gotong royong merupakan nilai-nilai yang harus dijaga dan diamankan dalam kehidupan bermasyarakat.

Inti dari produksi film adalah menyampaikan pesan-pesan kebaikan melalui media audio-visual, menawarkan variasi konten yang menarik dan relevan bagi penonton, hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang

dilakukan oleh Mubasyarah, (2014) dimana dengan pemanfaatan media film sebagai media dakwah, akan memberikan gambaran nyata kepada audien terkait pesan-pesan dakwah yang kita berikan. Dakwah juga dapat diartikan sebagai proses pemberian motivasi untuk melaksanakan pesan dakwah (ajaran Islam). Menurut Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah motivasi kebaikan manusia, yang memerintahkan manusia untuk berbuat sesuai kebenaran, melarang perbuatan yang berdampak negatif terhadap individu dan banyak orang, agar dapat berbuat baik di dunia maupun di dunia. adalah hidup bahagia setelah kehidupan (Muhidin, 2002). Jika dilihat dari tujuan dibentuknya film di *channel* NU online, secara tidak langsung hal tersebut merupakan bagian dari bentuk dakwah dimana terdapat pemberian contoh yang baik serta terdapat pesan-pesan yang mengajak audiens untuk menjalankan kebaikan yang terkandung di dalam film tersebut.

Channel NU online percaya bahwa setiap produk yang mereka keluarkan, termasuk film, harus mengandung nilai-nilai kebaikan serta memiliki nilai edukatif dan informatif. Ini sejalan dengan kebijakan konten *channel* NU online yang selalu menekankan pada penyampaian pesan-pesan positif. Setiap film yang terdapat di *channel* NU online harus memenuhi kebijakan redaksi ini. Dengan demikian, produksi film oleh *channel* NU online bukan hanya sekadar hiburan, tetapi lebih berfokus pada aspek edukasi yang kuat dalam setiap kontennya. Menurut Hamzah Ya'qub, memanfaatkan film sebagai media dakwah merupakan suatu cara penyampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran audiensnya (Abdullah, 2018). Terlebih film tidak hanya menampilkan pesan-pesan kebaikan melalui audio saja, tetapi juga menampilkan visual bagaimana hal tersebut diterapkan secara langsung, dan hal inilah yang telah dilakukan oleh *channel* NU online dalam mengembangkan variasi metode dakwahnya.

Film-film yang diproduksi oleh *channel* NU online selalu memuat pesan-pesan edukatif dan informatif yang jelas di setiap adegannya. Nilai-

nilai kebaikan, yang sering kali dikaitkan dengan pesan dakwah, disampaikan dengan cara yang dapat diterima secara universal. *channel* NU online memastikan bahwa film yang mereka produksi tidak mengandung pesan yang kontroversial, melainkan menyajikan nilai-nilai Islam dan kebaikan universal yang kuat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aziz, (2017) yang menyatakan bahwa dalam menyampaikan pesan kebaikan, hindari pesan yang kontroversial yang bisa menimbulkan kesalahan dalam mengartikan pesan tersebut. Hal inilah yang dilakukan *channel* NU online dalam membuat naskah untuk setiap film yang mereka buat.

Dengan pendekatan ini, *channel* NU online menggunakan film sebagai media untuk menyampaikan pesan-pesan kebaikan dan edukasi. Meskipun film-film ini tidak selalu secara eksplisit didefinisikan sebagai media dakwah, mereka tetap memenuhi fungsi tersebut dengan menyampaikan nilai-nilai keislaman yang universal dan dapat diterima oleh audiens yang luas. Film-film ini dirancang untuk memberikan dampak edukatif yang signifikan dan menyebarkan pesan-pesan positif, sehingga mematuhi prinsip-prinsip dakwah dalam konteks modern.

Indikator keberhasilan dari media dakwah melalui film pendek dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Pertama, ada tolak ukur dari segi audiens, di mana tingkat keberhasilan dapat dinilai berdasarkan jumlah penonton yang menonton film tersebut. Respon audiens juga menjadi indikator penting seperti komentar positif dari penonton menunjukkan bahwa film tersebut diterima dengan baik dan indikator lainnya adalah pesan yang disampaikan berhasil mengilhami mereka yang tentu hal inilah yang kita harapkan setelah audiens menonton film tersebut.

Dari segi trafik, jumlah penonton dan interaksi yang cukup tinggi menunjukkan bahwa film ini menarik perhatian audiens yang luas. Keberhasilan juga diukur dari seberapa jelas dan mudah dipahaminya pesan yang terkandung dalam film. Komentar-komentar yang menunjukkan

pemahaman terhadap pesan film mengindikasikan bahwa dakwah melalui film pendek ini efektif dalam menyampaikan nilai-nilai yang diusung.

Selain itu, dampak sosial dari film juga merupakan indikator keberhasilan yang signifikan. Jika film berhasil mendorong perubahan positif dalam masyarakat atau mempengaruhi perilaku penontonnya ke arah yang lebih baik, maka dapat dikatakan bahwa media dakwah melalui film pendek telah mencapai tujuannya. Dalam hal ini dakwah melalui film merupakan bentuk dakwah, dimana film tersebut berusaha mempengaruhi pendapat, pandangan sikap ataupun tingkah laku seseorang dengan mempengaruhi jiwa seseorang. Sehingga dapat membangkitkan kesadarannya untuk menerima dan melakukan setiap tindakan (Jamaludin Kaffie, 2009). Secara keseluruhan, film pendek yang diproduksi dengan tujuan dakwah haruslah mampu menyampaikan pesan-pesan kebaikan dan edukatif, serta memberikan dampak positif baik dari segi jumlah penonton, pemahaman pesan, maupun kontribusi sosial.

Setiap kali *Channel* NU online memproduksi film, termasuk "Tambal Iman," ada harapan besar bahwa pesan-pesan yang disampaikan akan memberi nilai lebih kepada penonton. Mereka berharap bahwa melalui media audio-visual, pesan yang disampaikan dapat lebih kuat dan bermakna. Film yang diproduksi bukan hanya untuk hiburan semata, tetapi juga untuk menyampaikan nilai-nilai yang lebih tinggi. *channel* NU online berupaya agar pesan-pesan moralitas menjadi fokus utama dalam setiap produksi filmnya, menekankan pentingnya penyampaian pesan kebaikan dan edukatif.

Selain itu, *channel* NU online ingin memastikan bahwa konten yang mereka hasilkan tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga memiliki nilai moralitas yang dapat diterima secara universal. Oleh karena itu, film-film yang diproduksi berusaha untuk memberikan dampak positif kepada penonton, mendorong mereka untuk mengambil nilai-nilai kebaikan dari setiap adegan yang ditampilkan. Dengan demikian, setelah menonton film

"Tambal Iman," diharapkan penonton tidak hanya terhibur, tetapi juga terinspirasi untuk mengimplementasikan nilai-nilai positif dalam kehidupan sehari-hari. Film ini diharapkan dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan moral yang kuat dan mendorong perubahan positif dalam masyarakat.

Untuk mewujudkan hal tersebut, Strategi dakwah yang digunakan oleh channel NU Online mencakup pendekatan yang sangat menyeluruh dan kompleks. Sebagai media organisasi dan dakwah, NU online membagi dakwahnya menjadi dua jenis yaitu dakwah yang sesuai dengan perintah agama Islam dan dakwah yang mengajak menuju kebenaran secara universal. Hal tersebut menjadi salah satu strategi yang dipakai oleh NU online dalam melakukan penyebaran pesan-pesan kebaikan secara universal. Dengan demikian, target dakwah NU online tidak hanya terbatas pada umat Islam, tetapi juga menyasar siapa saja yang mempercayai kebenaran secara luas. Hal ini menunjukkan strategi yang menyeluruh dan berupaya merangkul audiens yang lebih luas.

Pada awalnya, *Channel* NU online menghadapi tantangan besar dalam memperkenalkan film sebagai salah satu media dakwah di platform mereka. Konten awal *Channel* NU online didominasi oleh pengajian dan kajian keislaman, sementara kanal lain biasanya memiliki konten yang spesifik dan konsisten. Menambahkan film sebagai konten baru di *Channel* NU online menjadi langkah yang berani dan sulit. Namun, saat perilisan film pertama, *Channel* NU online mendapat apresiasi besar dari publik. Dalam hal ini strategi yang digunakan dalam upaya mengenalkan film sebagai salah satu media dakwah, *Channel* NU online memanfaatkan seluruh platform media sosial yang dimiliki. Dengan memanfaatkan audiens di setiap media sosial, mereka memperkenalkan film-film melalui trailer dan link yang mengarahkan langsung ke film tersebut. Variasi ini menjadi salah satu cara yang efektif untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas

dan mengenalkan film sebagai media pesan kebaikan yang berakar pada ajaran Islam.

Pada intinya, misi utama dari pembuatan film di NU Online adalah untuk dakwah. materi dakwah tidak hanya berisikan ayat-ayat Al-Qur'an atau hadits saja, melainkan juga bisa berisi pesan-pesan kebenaran yang mampu mengajak audiens untuk melakukannya (Fajrianti, 2022). Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh *channel* NU online dimana didalam setiap film yang diproduksi memiliki pesan-pesan kebaikan. Film-film ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan pesan moral dan nilai-nilai kebaikan yang berakar pada ajaran Islam, namun dengan pendekatan yang dapat diterima oleh masyarakat luas. Strategi dakwah ini menunjukkan komitmen NU Online untuk terus berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman dalam menyebarkan pesan-pesan kebaikan dan moralitas, sehingga dapat memberikan dampak positif yang lebih besar kepada audiens yang lebih luas.

Dengan demikian, strategi memperkenalkan film pendek di *Channel* NU online melibatkan kombinasi antara diversifikasi konten, kerja sama strategis dengan lembaga terkait, dan pemanfaatan optimal dari platform media sosial. Langkah ini memungkinkan *Channel* NU online untuk menarik minat audiens baru dan menjadikan film sebagai salah satu alat dakwah yang efektif dan inovatif.

Penggunaan film sebagai salah satu media dakwah mampu memperluas audiens *Channel* NU online, dimana hal itu merupakan salah satu dimasukannya segmentasi film dalam *Channel* NU online. Selain itu, memanfaatkan audio visual dalam memberikan pesan dakwah dirasa mampu memberikan pengalaman baru bagi penonton *Channel* NU online yang mana sebelum adanya film, konten yang ada hanya berisikan monolog, pengajian, ceramah, atau kajian-kajian yang tampilannya sama seperti melihat sebuah kasian secara langsung. Sehingga dengan adanya inovasi berupa film sebagai salah satu media dakwah diharapkan mampu

memberikan gambaran nyata yang dapat dilihat melalui adegan yang ada mengenai pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada audiens.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah NU online melalui film “Tambal Iman” dalam Channel YouTube NU Online adalah dengan memanfaatkan film sebagai media dakwah persuasif yang mengandalkan media audio-visual. Pendekatan ini memberikan pengalaman baru dan dinamis bagi penonton serta menjadi pembeda dengan konten sebelumnya yang hanya berupa monolog, pengajian, ceramah, atau kajian keislaman yang monoton. Dengan inovasi berupa film, Channel NU Online mampu memberikan gambaran nyata melalui adegan yang menyentuh hati dan pikiran penonton, menyampaikan pesan moral dan nilai-nilai keagamaan dalam format yang lebih menarik dan mudah dipahami. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan dakwah, tetapi juga untuk menginspirasi dan memotivasi audiens dalam mengimplementasikan nilai-nilai positif dalam kehidupan sehari-hari. Konten film disesuaikan dengan nilai-nilai keislaman yang universal dan diproduksi dengan kualitas baik. Selain itu, film ini dipromosikan melalui berbagai platform media sosial dengan trailer dan tautan langsung ke film. Dengan strategi ini, Channel NU Online berhasil memperluas jangkauan audiens dan memperkaya metode dakwah yang digunakan, sehingga dapat memberikan pengalaman menonton yang edukatif dan menyenangkan serta menginspirasi penonton untuk menerapkan nilai-nilai yang disampaikan.

B. Saran

Setelah dilakukannya penelitian ini, penulis memberikan saran untuk *channel* NU online agar selalu mengembangkan kreatifitas dalam melakukan dakwah kepada seluruh elemen masyarakat sekitar, dimana hal tersebut merupakan salah satu upaya guna menarik audiens semakin banyak, dengan adanya daya kreatifitas serta penyampaian pesan yang

mudah dipahami, maka pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada audiesn akan tersampaikan dengan baik melalui metode yang disesuaikan dengan generasi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2011). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru*. Jakarta: Pustaka Sandro Jaya.
- Almatin, D. (2024). *Komunikasi dakwah dalam film suroso (Sawijining Manungso Manunggaling Roso)* (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Alwi, H. (2015). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai pustaka.
- Amir, M. (1999). *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Ardianto, E. (2004). *Komunikasi Massa*. Jatinangor: Simbiosis Rekatama Media.
- AZIZ, M. A. (2004). *ILMU DAKWAH*. JAKARTA: KENCANA.
- Cahyono, E. (2009). *Sekilas Tentang Film Pendek*. Retrieved from <http://filmpelajar.com/tutorial/sekilas-tentang-film-pendek>
- Edi Suryadi, D. D. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Efendi, P. (2009). Dakwah Melalui Film. *Al Tajdid*, 1(2).
- Elvinaro Ardianto, L. K. (2007). *Momunikasi Massa Suatu Pengantar - edisi revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Fitri, S. (2017). Pesan-pesan Dakwah dalam Film Negeri 5 Menara.
- Fajrianti, R. A. (2022). ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DALAM NOVEL HUJAN KARYA SHINEEMINKA DI APLIKASI WATTPAD.
- Hasanuddin. (1996). *Hukum Dakwah*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Ilahi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Komunikasi, T. P. (n.d.). 2018 ; 26.
- Kusumah, C. &. (2020). *Peran Orang Tua Dalam Menerapkan Pembelajaran Di Rumah Dalam Pandemi Covid-19*. Jurnal Golden Age, Universitas Hamzandi.
- M. Munir, W. I. (2009). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Manshuri. (2014). *Analisis Efektivitas Program Nasional Perdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan*. Padang: Akademi Permata.

- Muasaroh, L. (2011). *Aspek-Aspek Efektivitas*. Yogyakarta: Literatur Buku.
- Mubasyaroh, M. (2014). Film sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media Dakwah Kontemporer). *At-Tabsyir stain Kudus*, 2(2).
- NUOnline. (2017). *Channel YouTube NU Online*. -: www.youtube.com/@NUOnlineID.
- Nur Ahmad, Z. (2021). *STRATEGI DAKWAH USTADZ UJANG BUSTHOMI DALAM MELURUSKAN KEMUSYRIKAN DI CHANEL YOUTUBE KANG UJANG BUSTHOMI CIREBON* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Prakosa, G. (2008). *Film Pinggiran; Antologi Film Pendek, Film Eksperimental dan Film Dokumenter*. Jakarta: Yayasan Seni Visual Indonesia (YSVI).
- Puteh, M. J. (2006). *Dakwah di Era Globalisasi*. Yogyakarta: AK Group.
- Putri, A. (2018). *Dakwah Melalui Film (Analisis Isi Pesan Dakwah Film Munafik Karya Syamsul Yusof)*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ridwan. (2013). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Rohmati, A. (2015). "Efektivitas Pembelajaran". *Jurnal Pendidikan Usia Dini* 9, No.1
- Sa'adah, N. L., & Yulidawati, R. (2021). Da'wah Through the Youtube Platform in the Digital Age. *Al-Falah: Jurnal Ilmiah Keislaman dan Kemasyarakatan*, 21(2), 149-161.
- Sudjana, N. (2011). *Teori-Teori Belajar Untuk Pembelajaran*. Bandung: Fakultas Ekonomu UI.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syukri, A. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlash.
- Trianton, T. (2013). *Film Sebagai Media Belajar*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yusuf, S. A. (2003). *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana.

LAMPIRAN

Draft Wawancara 1

1. Apa tujuan dibentuknya film pendek di chanel youtube NU Online?
2. Kapan pertama kali film pendek di NU Online dicetus sebagai salah satu media dakwah?
3. Berapa lama proses pembuatan setiap film pendek yang ada di chanel youtube NU Online, khususnya dmyang berjudul "tambal iman"?
4. Apa fungsi dari dipilihnya film pendek sebagai salah satu media dakwah?
5. Apa yang melatar belakang dipilihnya filem pendek sebagai salah satu media dakwah di chanel youtube NU Online?
6. Apakah media dakwah menggunakan film pendek mampu menyampaikan pesan dakwah yang terkandung didalamnya dengan baik?
7. Apakah isi pesan yang ingin disampaikan dari film pendek "tambal iman" di chanel youtube NU Online?
8. Apakah terdapat indikator keberhasilan dari media dakwah melalui film pendek?
9. Efek apa yang diharapkan setelah penonton melihat film pendek "tambal iman" di chanel youtube NU Online?
10. Strategi apa yang dipakai dalam memperkenalkan film pendek sebagai salah satu media dakwah di NU Online?
11. Apa yang diharapkan kepada penonton setelah menyaksikan film pendek "tambal iman" di chanel youtube NU Online?

Draft Wawancara 2

1. Apa fungsi dari dipilihnya film sebagai salah satu media dakwah di channel NU online?
2. Apa yang melatar belakang dipilihnya film sebagai salah satu media dakwah di chanel youtube NU Online?
3. Apakah media dakwah menggunakan film mampu menyampaikan pesan dakwah yang terkandung didalamnya dengan baik?
4. Apakah terdapat indikator keberhasilan dari dakwah melalui media film?
5. Efek apa yang diharapkan setelah penonton melihat film "tambal iman" di chanel youtube NU Online?
6. Strategi apa yang dipakai dalam memperkenalkan film sebagai salah satu media dakwah di NU Online?
7. Apa yang diharapkan kepada penonton setelah menyaksikan film pendek "tambal iman" di chanel youtube NU Online?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Ahmad Jalaluddin Ahsani lahir di Brebes pada tanggal 29 Mei 2002. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak (Alm) Ahsan Aminuddin dan Ibu Yunita Wahyuningrum. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat di Desa Karangmalang, Kecamatan Ketanggungan, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah.

Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN 1 Ketanggungan pada 2014. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di MTsN Ketanggungan dan lulus tahun 2017. Penulis lulus dari MAN 2 Cirebon dengan jurusan Ilmu Pengetahuan Alam tahun 2020.

Penulis kemudian melanjutkan studi ke Universitas Islam Negeri Walisongo jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi. Selanjutnya mulai tahun 2020 sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 KPI UIN Walisongo.