BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Dakwah Islam

2.1.1 Definisi Dakwah

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari kata bahasa arab دعا, يدعو, دعوة yang berarti menyeru, memanggil, mengajak, mengundang. Adapun secara terminologis, dijabarkan oleh Abdullah (2019) pengertian dakwah dikemukakan oleh para ahli, sebagai berikut :

a. Menurut Syekh Ali Mahfudh

   Mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan petunjuk, menyuruh mereka berbuat makruf dan melarang mereka dari perbuatan mungkar, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

b. Menurut Bahay Al-Khauliy

   Memindahkan umat dari satu situasi ke situasi yang lain. dari definisi tersebut dapat di pahami bahwa dakwah merupakan suatu usaha memindahkan umat dari situasi negatif kepada yang positif seperti dari situasi kekufuran kepada keimanan, dari kemelaratan kepada kemakmuran, dari perpecahan kepada persatuan, dari kemaksiatan kepada ketaatan untuk mencapai keridaan Allah, semuanya itu termasuk dalam pengertian dakwah.

c. Menurut Muhammad Natsir

   Dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepadaindividu dan seluruh umat konsepsi islam tentang pandangan dan tujuan hidup

manusia di dunia ini yang meliputi *amar ma'ruf nahi mungkar*, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengamalannya dalam peri kehidupan masyarakat dan perikehidupan bernegara.

Menurut Abdurahman (2018) dalam bukunya mengatakan bahwa Dakwah, secara etimologis adalah undangan atau seruan , sedangkan secara syar'i adalah seruan kepada orang lain agar melakukan kemakrufan dan mencegah dari kemungkaran atau juga bisa didefinisikan dengan usaha untuk mengubah keadaan yang rusak dan tidak islami, menjadi baik sesuai dengan Islam.

Iskandar menjelaskan bahwa dakwah menurut bahasa adalah seruan. Adapun menurut syariah adalah seruan kepada manusia untuk memeluk dan mengamalkan Islam serta melakukan kemakrufan dan mencegah kemungkaran. Dakwah juga didefinisikan sebagai upaya untuk mengubah masyarakat-baik pemikiran, perasaan maupun sistem aturannya - dari masyarakat jahiliah ke masyarakat Islam. Terkait dengan dakwah ini Allah SWT. Berfirman :

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن

سَبِيلِهِۦ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

Terjemahannya : "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang

tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk". (QS. An-Nahl[16] : 125)

Pengertian-pengertian tentang dakwah di atas juga di ambil dari hadis Nabi Muhammad SAW :

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ وَمَنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيْمَانِ

Artinya : "Barangsiapa diantara kalian melihat kemungkaran, maka hendaknya ia menghilangkannya dengan tangannya. Jika ia tidak mampu, maka dengan lisannya. Orang yang tidak mampu dengan lisannya, maka dengan hatinya. Dan dengan hati ini adalah lemah-lemahnya iman." (HR. Muslim).

Thohir & Sidiq (2021), juga menjelaskan dakwah merupakan aktivitas ajakan, seruan, panggilan dan juga proses mempengaruhi seseorang agar berubah dari suatu kondisi kepada kondisi yang lain yang diinginkan. Kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang berarti ajakan, seruan, panggilan, undangan. Jadi, defenisi dakwah secara umum adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan-tuntunan, bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan sesuatu ideologi,pendapat-pendapat, dan pekerjaan tertentu.

Selanjutnya, terdapat banyak pendapat lain dari para ahli berkaitan dengan definisi dakwah, seperti menurut "Yahya Umar, dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat. Adapun menurut HSM Nasaruddin Latif, mengatakan bahwa dakwah

adalah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan, tulisan, dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta akhlak Islamiah". (Aziz, 2012 : 11).

2.1.2 Dasar dan Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan bentuk kepedulian kepada muslim yang lain agar mendapatkan ridho dan agar orang lain tidak terjerumus ke dalam perilaku yang notabenenya termasuk perbuatan yang melanggar perintah dan larangan Allah, sehingga dakwah merupakan kewajiban setiap individu baik laki-laki dan perempuan. Hal ini di dasarkan pada firman Allah SWT :

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى ٱلْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ ۚ وَأُو۟لَـٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Terjemahannya : Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali Imran [3] : 104)

Ridho, dkk (2017) menjelaskan tentang ayat di atas bahwa "Ayat ini menunjukkan kewajiban dalam melaksanakan perintah Allah SWT, yakni menyuruh kepada kebajikan dan mencegah dari perbuatan buruk. Adapun alasan utama untuk menentukan hukum wajib adalah terletak pada kata waltakun yaitu fi'il mudhari' yang dimasuki lam 'amr. Dalam kaidah bahasa Arab, bentuk tersebut menunjukkan perintah".

Dikemukakan oleh Abdullah bahwa tujuan dakwah kepada setiap pribadi dapat dirumuskan sebagai berikut yakni : terbinannya pribadi muslim yang sejati, yakni figur insan kamil yang dapat menterjemahkan ajaran Islam dalam segala aspek kehidupannya. Tujuan dakwah untuk setiap keluarga muslim adalah dapat terbinanya kehidupan yang Islami dalam rumah tangga, yaitu keluarga senantiasa mencerminkan nilai-nilai Islam baik sesama anggota keluarga dan dengan tetangga. Sedangkan tujuan dakwah yang terhadap masyarakat adalah terbinanya kehidupan yang rukun dan damai, taat dalam melaksanakan ajaran agama dan memiliki kepedulian sosial yang tinggi.

Muhammad Natsir mengemukakan bahwa tujuan dakwah adalah:

a) Memanggil manusia kepada syariat untuk memecahkan persoalan hidup, baik persoalan hidup perorangan ataupun rumah tangga, berjamaah, bermasyarakat, bersuku-suku, berbangsa-bangsa dan bernegara.
b) Memanggil manusia kepada fungsi hidup sebagai hamba Allah SWT. di muka bumi, menjadi pelopor, pengawas, pemakmur, pembesar kedamaian bagi umat manusia.
c) Memanggil manusia kepada tujuan hidup yang hakiki yaitu menyembah Allah SWT. sebagai satu-satunya zat pencipta.

2.1.3 Materi Pesan Dakwah

Ya'qub (1992) mengatakan bahwa Materi dakwah tidak terlepas dari ajaran Islam itu sendiri, yaitu Al-Qur'an dan hadis. Seorang da'i harus memiliki pengetauan tentang materi dakwah. Materi dakwah harus singkron dengan

keadaan masyarakat Islam sehingga tercapai sasaran yang telah ditetapkan. Seorang da'i harus mampu menunjukan kehebatan ajaran Islam kepada masyarakat yang mudah dipahami dan dimengerti jangan sampai "nasi dibikin bubur".

Materi dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan atau disajikan da'i/da'iyah yang akan disesuaikan dengan tingkat kemampuan dan kebutuhan pada mad'u secara garis besar dapat dikelompokan sebagai berikut:

a. Akidah, yang meliputi, iman kepada Allah, malaikat-Nya, kitab-kitab Nya, Rosul-Rosul-Nya, hari akhirat, qadha-qadhar.
b. Syariah, yang meliputi, pertama ibadah (dalam arti khas) yakni Thaharah, shalat, zakat, puasa, haji.
c. Muamalah (dalam arti luas) yakni al-Qununul Khas (hukum perdata), Waratsah (hukum Niaga), Munakahat (Hukum Nikah), Waratsah (Hukum Waris) dan lain sebagainya. Kemudian al-Qununul'am (Hukum Publik) antara lain, Jinayah (Hukum Publik), Khilafah (Hukum Negara), Jihad (Hukum Perang dan Damai, dan lain sebagainya.
d. Akhlak yaitu meliputi: Akhlak terhadap Khaliq, Akhlak terdapat mahluk, yakni Akhlak terhadap manusia (diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya), Akhlak terhadap bukan manusia (Flora, fauna, dan lain sebagainya).

2.1.4 Media Dakwah

Media adalah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima. Oleh karena itu, dakwah dapat dibagi menjadi

dua ada dakwah non media ada dakwah bermedia. Terkait dengan media dakwah, Arifin (1998) menyebutkan “media ini termasuk didalamnya dakwah *kalam* (lisan), dakwah *qalam* (pena/tulisan) dan selainnya termasuk media dakwah elektronik.

A. Hasjmy menyamakan media dakwah dengan sarana dakwah dan medan dakwah. Sedangkan, Asmuni Syukir menyebutkan bahwa media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Selanjutnya menurut Wardi Bactiar, media dakwah adalah peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (Abdullah, 2015 : 142-143)

2.1.5 Adab Sebelum Ilmu Perspektif Islam

Sesunggunya menuntut ilmu merupakan amalan taqarrub kepada Allah yang paling utama yang akan mendekatkan seorang hamba dengan Rabb-nya. Ia termasuk bentuk ketaatan yang paling utama yang akan mengangkat kedudukan seorang muslim serts meninggikan posisinya di sisi Allah. Allah telah memerintahkan para hambanya untuk mencari ilmu, belajar, berfikir, dan merenung. Dan dia memperingatkan mereka dari kebodohan dan mengikuti hawa nafsu. Allah telah menjelaskan bahwa ilmu yang bermanfaat bagi pemiliknya pada hari kiamat adalah ilmu yang didalamnya seorang hamba mengikhlaskan(niat) hanya untuk Allah, mencari keridhoan-nya, berhias dengan adab-adab Islami dan berakhlak dengan akhlak Nabi yang mana akhlak beliau adalah Al-Qur’an.

> Al-Qorni & Karzun (2008) perhatian Rasulullah ﷺ untuk mendidik para sahabat beliau tidak kalah penting dengan perhatian beliau dalam mengajar mereka. Perhatian beliau untuk mendidik dan membersihkan jiwa mereka tidak kalah penting dengan perhatian beliau untuk menjabarkan dan menjelaskan hukum-hukum Islam kepada mereka. Karena, ilmu tanpa adab tidak akan bermanfaat. Dan ilmu yang tidak disertai dengan jiwa yang bersih dan suci terkadang akan menjadi hujjah keburukan atas pemiliknya pada hari kiamat. Yaitu disaat harta dan anak-anak tidak berguna kecuali orang-orang yang menghadap Allah dengan hati yang bersih. (h. 6)

Dakwah Rasulullah SAW. Mencakup tiga unsur yaitu *Tabligh* (menyampaikan dakwah), *Tazkiyah* (penyucian jiwa), dan *Ta'lim* (pengajaran agama). *Tazkiyah* artinya mendidik jiwa untuk melaksanakan syari'at Islam, mematuhi perintah-perintah-nya, menjauhi larangan-larangan-nya serta berakhlak dengan akhlak mulia dan etika yang tinggi yang telah diajarkan oleh beliau (Rasul).

Dari Anas darai Ibnu Syihab bahwa ia berkata, "sesungguhnya ilmu ini adalah etika Allah yang telah diajarkan kepada Nabi ﷺ. Sedangkan, Nabi ﷺ telah mengajarkannya kepada umat beliau. Ilmu juga merupakan amanat Allah kepada Rosul-nya agar disampaikan apa adanya. Maka, barangsiapa mendengar suatu ilmu, maka hendaklah ia meletakannya di depannya sebagai hujjah antara dirinya dengan Allah SWT. (Al-Qorni & Karzun, 1429 H/2008 M : 29)

2.2 Media Sosial

2.2.1 Definisi Media Sosial

Media sosial (Facebook, Twitter. Youtube, dan Instagram) adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui

komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini, khususnya internet. Perubahan tersebut akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi di tingkat individu, organisasi dan kelembagaan

Haddow (dalam Amanda Gelgel : 2020) menyatakan bahwa media sosial adalah alat, teknologi, dan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif dan pertukaran konten antara para pengguna yang perannya fleksibel baik sebagai pengirim maupun penerima pesan sebagai komponen utama dalam media sosial Internet dan media sosial telah merubah bagaimana berita dikemas dan didistribusikan.

Sedangkan menurut Suryani, Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi seperti, dipergunakan untuk sosialisasi program dan kebijakan, memperkenalkan produk dan potensinya, memulihkan dan meningkatkan citra pariwisata serta media sosial dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran masyarakat

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. Jejaring sosial merupakan situs dimana

setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. (A.Rafiq, 2020 : 19)

2.2.2 Karekteristik Media Sosial

Media sosial tidak asing lagi merupakan media/sarana yang sudah sangat populer terkhusus di kalangan masyarakat milenial saat ini. Nasrullah (dalam Ahmad Setiadi) mengatakan bahwa media sosial memiliki karakter khusus, yaitu :

a. Jaringan (Network). Jaringan adalah infrasturktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.
b. Informasi (Informations). Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.
c. Arsip (Archive) bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
d. Interaksi (Interactivity). Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

e. Simulasi Sosial (simulation of society). Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

f. Konten oleh pengguna (user-generated content) di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

Adapun Karakteristik media sosial secara lebih umum disebutkan oleh Gustam (2015) adalah sebagai berikut :

a. Partisipasi, mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audiens.

b. Keterbukaan, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui saran-saran voting, komentar, dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan.

c. Perbincangan, kemungkinan terjadinya perbincangan antara pengguna secara “dua arah”.

d. Komunitas, media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan.

e. Keterhubungan, mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antara pengguna, melalui fasilitas tautan (links) ke website, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya.

2.2.3 Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Prajarini (2020) mengatakan bahwa media sosial yang ada saat ini bisa dikategorikan dalam beberapa platform dilihat dari jenis konten dan kegunaannya :

a. Social networking

Media social jenis ini biasanya digunakan untuk berkomunikasi santai dan pribadi, biasanya bertujuan untuk membangun jejaring pribadi atau jejarinmg alumni, maupun jejaring kelompok tertentu. Platform yang populer untuk social networking adalah facebook.

b. Microblog

Twitter dan Tumblr merupakan salah dua dari beberapa platform microblog, platform ini menyediakan fitur berbagi teks, dimana penggunanya bisa menuliskan tulisan-tulisan layaknya blog namun dengan karakter yang terbatas.

c. Berbagi video

Platform ini digunakan untuk berbagi video, dimana pengguna bisa mengunggah video, menyediakan streaming video, bahkan juga terdapat fasilitas live streaming. Youtube, vimeo, dailymotion merupakan salah tiga diantaranya. Tik tok juga bisa dimasukkan dalam kategori ini, selain berbagi video, tik tok juga bisa digunakan untuk membuat konten video dengan beberapa filter yang disediakan.

d. Berbagi jaringan professional

Platform media jenis ini digunakan untuk berbagi jaringan profesional, menemukan pekerjaan, internship, keterampilan dan hal-hal yang terkait dengan karier profesional. Platform jenis ini yang paling terkenal adalah linkedln.

e. Berbagi foto

Platform ini biasanya digunakan untuk berbagi foto dimana pengguna bisa melakukan penyuntingan langsung dengan menggunakan efek atau filter-filter yang disediakan. Instagram dan snapchat adalah aplikasi popular platform Jenis berbagi foto.

f. Cooking

Platform ini biasanya digunakan untuk berbagi resep masakan oleh penggunanya. Coopad dan yummy app merupakan jenis platform ini.

2.2.4 Youtube

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs web ini memungkinkan

pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna/kreator, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan juga ada dalam situs ini.

Kebanyakan konten di YouTube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain sudah mengunggah material mereka ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan YouTube. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terbatas. Video-video yang dianggap berisi konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih. Pada November 2006, YouTube, LLC dibeli oleh Google dengan nilai US$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google. (https:// id.wikipedia.org/ wiki/ YouTube di akses pada tanggal 18 agustus 2021).

2.2.5 Media Sosial Dalam Perspektif Dakwah

Kemunculan media sosial sebagai ruang komunikasi dan akses informasi virtual, menjadi keuntungan tersendiri bagi mereka yang ingin mendapatkan informasi dan pengetahuan tentang berbagi hal. Sosial media menurut Dailey (dalam latief, 2018) adalah Konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbit yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi

ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten, adapun ratusan saluran sosial media yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar facebook, linkedin, dan twitter.

Dengan demikian, dakwah dan teknologi adalah suatu yang tidak dapat dipisahkan. Hal ini berpijak pada konsep dakwah kontemporer yang mudah diterima oleh kalangan masa kini. Teknologi bukan suatu yang dilarang, meskipun dimasa Rasulullah saw, belum ditemukan adanya teknologi seperti yang berkembang pesat dewasa ini. Perkembangan dakwah perlu memperhatikan perkembangan teknologi, agar suatu yang dihadirkan mudah diterima, dan tidak ketinggalan zaman. Walaupun tidak semua teknologi informasi yang berkembang bersifat positif, selalu ada kelebihan dan kekurangannya bagi kehidupan umat manusia, dengan adanya teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah Islam.

2.3 Film

2.3.1 Definisi Film

Undang-Undang no 33 tahun 2009 Bab I Pasal 1 menyebutkan bahwa "Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa Suara dan dapat dipertunjukkan". (https://www.bpi.or.id/doc/ 73283UU 33 Tahun 2009). Sementara itu menurut kamus besar bahasa Indonesia film adalah 1). selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif

(yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan dalam bioskop), 2) lakon (cerita) gambar hidup.

Definisi lain dari film seperti yang dinyatakan oleh Efendi bahwa "Film adalah salah satu Media audio visual yang merupakan salah satu perangkat komunikasi yang dapat ditangkap baik melalui indra pendengar, maupun penglihatan. Apabila dibandingkan dengan media lainnya, ternyata media audio visual lebih paripurna. Sebab media ini dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan masyarakat" (Efendy, 2009 : 131).

2.3.2 Unsur-Unsur Film

Kusnawan (dalam Hidayatullah : 2015) bahwa terdapat beberapa unsur dalam sebuah pembuatan film yaitu sebagai berikut :

a) *Title* (judul)

b) Riden title, meliputi produser, karyawan, artis, dan ucapan terimakasih

c) Tema film

d) Intrik, yaitu usaha pemeranan film untuk mencapai tujuan

e) Klimaks, yaitu benturan antar kepentingan

f) Plot, yaitu alur cerita

g) Suspen atau keterangan, masalah yang masih terkatung-katung

h) Million, setting atau latar belakang terjadinya peristiwa, waktu, bagian kata, perlengkapan dan fashion yang disesuaikan.

i) Synopsis yaitu untuk memberi ringkasan atau gambaran dengan cepat kepada orang yang berkepentingan

j) Trailer, yaitu bagian film yang menarik

k) Character, yaitu karakteristik pelaku-pelakunya

2.3.3 Film Animasi

Rachman dalam (Fitriatin Nadhifah, A. Khairuddin : 2021) mengatakan Perkembangan teknologi komunikasi yang selalu memberikan inovasi-inovasi terbaru kepada penggunanya, memunculkan beraneka ragam media komunikasi dan tentunya umat Islam juga dapat memanfaatkan media komunikasi sebagai mediator untuk menyampaikan pesan moral yang baik dan juga sebagai media berdakwah da'i. Salah satu penyampaian dakwah yang unik adalah melalui film animasi. Film animasi adalah film yang berbentuk rangkaian lukisan atau gambar sehingga ketika diputar tampak bergerak atau seolah-olah hidup. Bentuk dari film animasi ini beragam, mulai dari 2D, 3D, bahkan 4D.

Kata kartun berasal dari bahasa Inggris *cartoon* atau dalam bahasa Italia, *cartone* yang berarti kertas tebal. Awalnya kartun mengacu pada pengertian gambar rencana, dalam seni murni kartun merupakan gambaran kasar atau sketsa awal dalam kanvas besar atau pada hiasan dinding pada bangunan arsitektural seperti mozaik, kaca dan fresco.

Film Kartun dapat disebut juga sebagai film animasi. Film kartun adalah bentuk dari gambar animasi 2 Dimensi (2D).Istilah animasi berasal dari bahasa Yunani anima, artinya jiwa atau hidup. Kata animasi dapat juga berarti memberikan hidup sebuah objek dengan cara menggerakkan objek gambar dengan waktu tertentu. Animasi tidak hanya digunakan untuk hiburan saja,

animasi dapat juga digunakan untuk media-media pendidikan, informasi, dan media pengetahuan lainnya. Secara arti harfiah animasi adalah membawa hidup atau bergerak. Animasi adalah sebuah rangkaian gambar atau obyek yang bergerak dan seolah-olah hidup.

Kartun animasi merupakan kartun yang dapat bergerak atau hidup secara visual dan bersuara. Kartun ini tersusun dari gambar-gambar yang dilukis lalu direkam dan ditayangkan dalam televisi atau film. Jenis kartun ini mengambil peran penting dalam industri perfilman.(Syaidah : 2020 : 16-17).

2.3.4 Film Dalam Perspektif Dakwah

Berbicara tentang media sebagai sebuah sarana komunikasi dakwah, maka lebih awal harus mengetahui apa saja fungsi dari media massa tersebut. Menurut MacBride setidaknya ada tiga fungsi dari media massa, yaitu sebagai berikut : Sebagai sarana informasi. Media massa (TV/film) adalah berperan sebagai sarana pemberi informasi kepada masyarakat tentang berbagai sektor kehidupan baik yang berkaitan dengan politik, ekonomi, pendidikan maupun agama, sebagai sarana hiburan. Penyebarluasan simbol dan sinyal dari berbagai macam tayangan film, bertujuan untuk memberikan nuansa hiburan kepada masyarakat ditengah-tengah kesibukannya masing-masing, sebagai sarana pendidikan. Televisi, film dan lain sebagainya sebagai salah satu media komunikasi massa berperan sebagai sarana *education* (pendidikan) terhadap masyarakat, tentu yang dimaksudkan adalah pendidikan yang positif.

Menyimak dari apa yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diasumsikan bahwa media massa khususnya film adalah sangat strategis eksistensinya dalam mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam berbagai lapisan, karena memiliki pesan yang akan dikomunikasikan kepada sejumlah besar orang secara massif. (Alamsyah, 2012 : 206-207).

2.4 Analisis Semiotika

2.4.1 Definisi Analisis Semiotika

Menurut Darminto & Rifka (dalam Sudarto, Senduk, & Rembang, 2015), analisis merupakan penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.

Wahjuwibowo, (2018) menyatakan bahwa Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani semeion yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu - yang atas dasar konvensi social yang terbangun sebelumnya - dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya asap menandai adanya api, sirene mobil yang keras meraung-raung menandai adanya kebakaran di sudut kota.

Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasikan ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh, kebudayaan sebagai tanda. Pada dasaranya, analisis semiotika memang merupakan sebuah ikhtiar untuk merasakan sesuatu yang aneh, sesuatu yang

perlu dipertanyakan lebih lanjut ketika kita membaca teks atau narasi/wacana tertentu. Analisisnya bersifat *paradigmatic* dalam arti berupaya menemukan makna dari hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah teks. Maka orang sering mengatakan semiotika adalah upaya menemukan makna 'berita dibalik berita'.

Sudarto, Senduk, & Rembang, (2015) menuliskan bahwa Istilah semeiotics (dilafalkan demikian) diperkenalkan oleh Hippocrates (460-337 SM), penemu ilmu medis Barat, seperti ilmu gejala-gejala. Gejala, menurut Hippocrates merupakan semeion bahasa Yunani untuk penunjuk (mark) atau tanda (sign) fisik. Dari dua istilah Yunani tersebut, maka semiotik secara umum didefinisikan dengan produksi tanda-tanda dan simbol-simbol sebagai bagian dari sistem kode yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi. Semiotik meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta tactile dan olfactory (semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan bisa diterima oleh seluruh indera yang kita miliki) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis di setiap kegiatan dan perilaku manusia.

Adapun macam-macam semiotik terdiri dari:

a. Semiotik analitik, yaitu semoitik yang menyatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek dan makna. Ide dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna yaitu beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.

b. Semiotik deskriptif, yaitu semiotik yang memperhatikan system tanda dialami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang. Contohnya, langit berubah menjadi mendung itu berarti menandakan seberntar lagi akan turun hujan.

c. Semiotik faunal, merupakan semiotik yang membahas tentang hewan. Biasanya hewan menggunakan tanda untuk berkomunikasi dengan sesama jenisnya, tetapi juga sering menggunakan tanda yang dapat ditafsirkan oleh manusia.

d. Semiotik naratif, merupakan semiotik yang menelaah system tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan. Telah diketahui bahwa mitos dan cerita lisan memiliki nilai-nilai kultural yang tinggi.

e. Semiotik Kultural, yaitu semiotik khusus yang menelaah tentang tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.

f. Semiotik natural, yaitu semiotik yang menelaah khusus tentang tanda yang dihasilkan oleh alam. Daun pepohonan menguning dan mulai berguguran menandakan akan terjadi musim gugur.

g. Semiotik normatif, yaitu semiotik yang khusus yang menelaah system tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud aturan-aturan atau norma-norma. Contohnya rambu-rambu lalu lintas, yang bertujuan untuk menaati aturan lalu lintas agar tidak terjadi kecelakaan.

h. Semiotik sosial, yaitu semiotik yang khusus menelaah tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang yang berwujud kata maupun berwujud kalimat.

i. Semiotik structural, yaitu semiotik yang khusus menelaah tanda dimenifestikasikan dalam wujud struktur bahasa. (Mansoer Pateda, 2010 : 28-32 dalam Nuryanto, 2020).

Dalam kerangka ilmu pengetahuan, semiotic (*semiotic*) adalah metode untuk mengkaji cara kerja dan fungsi tanda (*sign*). Dalam kaitannya degan objek penelitian, teks merupakan suatu konstruksi dari unsur tanda-tanda. Keterkaitan antar tanda itulah yang mampu memberi makna yang tepat. Ferdiand De Saussure (*Course in general linguistics*) menambahkan, semiotic merupakan ilmu yang mengkaji tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial. (Romdhoni, 2016 : 4).

2.4.2 Teori Semiotika Roland Barthes

Sobur (dalam kusuma & Nurhayati , 2017), menjelaskan bahwa Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussure, dirinya berpendapat bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.

Barthes mengutamakan tiga hal yang menjadi inti dalam analisisnya, yaitu makna Denotatif, Konotatif, dan Mitos. Sistem pemaknaan tingkat pertama disebut dengan Denotatif, dan sistem pemaknaan tingkat kedua disebut dengan

Konotatif. Denotatif mengungkap makna yang terpampang jelas secara kasat mata, artinya makna denotatif merupakan makna yang sebenarnya. Sedangkan Konotatif atau pemaknaan tingkat kedua mengungkap makna yang terkandung dalam tanda-tanda. Berbeda dengan mitos, yang ada dan berkembang dalam benak masyarakat karena adanya pengaruh sosial atau budaya masyarakat itu sendiri akan sesuatu, dengan cara memperhatikan dan memaknai korelasi antara apa yang terlihat secara nyata (denotatif) dengan tanda apa yang tersirat dari hal tersebut (konotasi). (Nara kusuma & Nurhayati, 2017 : 201).

2.5 Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang digunakan untuk menjadi rujukan dan perbandingan penulis agar penelitian tidak keluar dari aspek penelitian semiotika. Beberapa penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

*Pertama,*Skripsi yang berjudul, "Pesan Dakwah Dalam Film Insya Allah Sah (Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce)", skripsi ini ditulis oleh Badiatul Mardiyah mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN SUNAN AMPEL Surabaya tahun 2019. Perbedaan nya terletak pada objek penelitian yaitu film Insya Allah Sah dan metode analisis yang digunakan yaitu analisis semiotic Charles Sanders Peirce. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada konten yang di analisis yaitu sama-sama tentang pesan dakwah dalam sebuah film.

Kedua, penelitian yang berjudul ”Pesan Dakwah Melalui Media Sosial *Youtube* (Analisis Semiotik *Web Series* Inspirasi *Ramadhan* Cinta Pada Film Maker Muslim)”. Penelitian ini ditulis oleh Andi Malik Hambali Irsan, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kendari pada tahun 2018. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan objek film animasi Riko the Series, sedangkan penelitian sebelumnya tidak menggunakan film animasi.

Ketiga, penelitian dengan judul “Analisis Semiotika Pesan Dakwah Ulama Islam Indonesia Dalam Acara Talkshow Mata Najwa Metro Tv Edisi “Cerita Dua Sahabat” (Analisis Semiotika John Fiske) ”. Penelitian ini ditulis oleh Fatiha Ardi Hatta mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Persamaan dari penelitian konten yang di analisis yaitu analisis pesan dakwah. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode analisis yang digunakan yaitu analisis semiotika John Fiske, penelitian ini menggunakan analisis semitotika Roland Barthes. Penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian acara TV Mata Najwa sedangkan penelitian ini menggunakan film animasi *Riko the Series*.