

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Tinjauan Tentang Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara *etimologi* kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu dari kata kerja kerja (fi'il) yaitu, *da'a* (دعا) *yad'u* (يدعو) yang artinya mengajak, menyeru, mengundang atau memanggil.¹ Secara *terminology* dakwah mempunyai pengertian, sebagaimana dikemukakan para ahli dakwah, diantaranya:

Menurut M.S. Nasaruddin Latif, dakwah yaitu setiap usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mematuhi Allah SWT sesuai dengan garis akidah dan syari'ah serta akhlak Islamiyah.² Dakwah juga diartikan sebagai suatu kegiatan mengajak, mempengaruhi menyeru dan memanggil serta merubah seseorang dari yang kurang baik menjadi lebih baik.³

Sesuai pengertian dakwah di atas dari segi bahasa, maka dapat dipahami bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan mengajak, menyeru, mengundang atau memanggil, sedangkan dari segi istilah dakwah adalah mempengaruhi dan merubah tingkah laku seseorang dari yang kurang baik menjadi yang lebih baik berdasarkan ajaran agama Islam. Dakwah sebagai kewajiban bagi setiap orang harus memperhatikan sasaran, tujuan dan berbagai unsur-unsur dakwah.

Secara defenisi pengertian dakwah dapat diuraikan berdasarkan pendapat beberapa ahli, antara lain: Menurut Ali Mahfuz mengatakan bahwa dakwah adalah “Mendorong manusia untuk berbuat baik menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang dari yang munkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat”⁴ Pengertian lain dikatakan bahwa “dakwah Islamiyah adalah mengajak orang untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari'at Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.”⁵

¹ Firdaus Al-Hasyam dan Rudy Haryono, *Kamus Lengkap 3 Bahasa Arab-Indonesia-Inggris*. (Surabaya: Gitamedia Press, 2006), h. 247

² Ahmad Ghulusy, *Al-Da'wa al-Islamiyah* (Kairo: dar al-kitab, 1987), h. 9

³ Ali Nurdin, *Dakwah Dalam Islam*, (Jakarta : Bina Ilmu, 2007), h.93

⁴ Syech Ali Mahfuz, *Hidayatul Mursyidin*, (Mesir : Maktabah Tarbiyah, 1936), h.17

⁵ Ali Hasmy, *Dustur Dakwah Menurut Alqur'an*, (Jakarta : Bulan Bintang, 2004), h.18

Demikian juga dalam defenisi lain bahwa dakwah adalah : “Mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat”⁶

Arifin menegaskan bahwa : “Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain secara baik, secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu kesadaran serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur paksaan”.⁷

Hamka juga memberikan defenisi dakwah yaitu : “Bahwa dakwah mengandung arti seruan, ajakan, dan panggilan dengan arti seruan dapatlah kalimat dakwah itu melengkapinya dalam kedua jurusan, karena pada hakekanya adalah orang yang menyeru itu menyampaikan seruan kepada dua jurusan, yang pertama adalah Allah dan yang kedua adalah sesama manusia”.⁸

Dari berbagai defenisi di atas dapat dipahami bahwa dimensi dakwah mencakup dimensi yang menyeluruh, meliputi usaha dan perjuangan merubah satu situasi kepada yang diridhai Allah SWT. Sesungguhnya seorang da’i memikul tanggung jawab merubah umat manusia ke arah atau suasana yang ma’ruf, berusaha merubah situasi yang negatif kepada yang positif, merubah kekafiran dan kemusyrikan kepada keimanan kepada Allah SWT, merubah keadaan yang buruk kepada keadaan yang baik, mencegah dari situasi perbuatan yang munkar dan keji serta menegakkan yang ma’ruf agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat, yang dicita-citakan setiap insan.

Sedangkan yang menjadi tugas sebagai juru dakwah itu adalah merubah pandangan hidup. Maksudnya adalah untuk menumbuhkan kesadaran manusia dalam arti yang sebenarnya dari kehidupan, baik itu kehidupan pribadi maupun kehidupan dalam bermasyarakat sesuai dengan yang ditetapkan Allah SWT.

Allah SWT telah menetapkan tujuan hidup manusia, supaya manusia mengabdikan dirinya semata-mata hanya kepada Allah SWT, hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qaur’an surat Adz-Dzariyat ayat 56 yang berbunyi sebagai berikut :

⁶ Toha Yahya Oemar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : Wijaya, 2004), .h. 1

⁷ M.Arifin, *Hubungan Timbal Balik Pendidikan Agama*, (Jakarta : Bulan Bintang, 2007), h.17

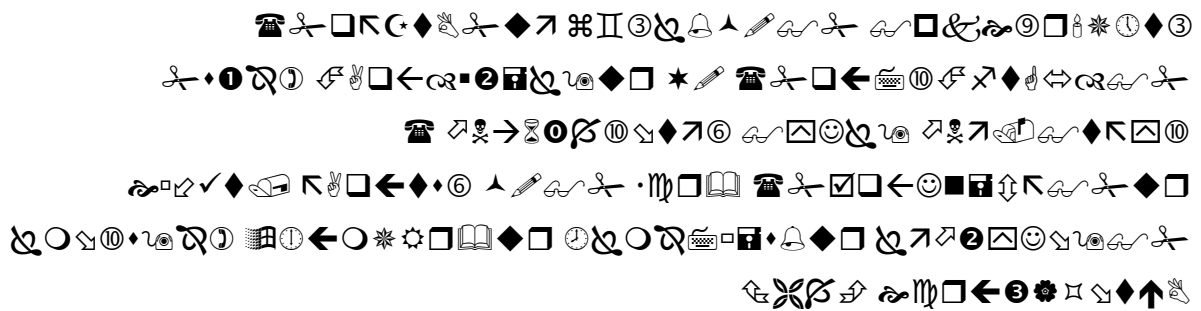
⁸ Hamka, *Dakwah Islam*, (Jakarta : Bumi Aksaea, 2008), h. 16



Artinya :

“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Ku”⁹

Untuk menyadarkan manusia akan tujuan hidup di muka bumi ini yang sebenarnya sebagai hamba Allah hanya mungkin terwujud dengan melalui kegiatan da’wah, sebagaimana yang terkandung dalam Alqur’an surat Al-Anfal ayat 24 yang berbunyi :



Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah seruan Allah dan seruan Rasul apabila Rasul menyeru kamu kepada suatu yang memberi kehidupan kepada kamu, ketahuilah bahwa Sesungguhnya Allah membatasi antara manusia dan hatinya dan Sesungguhnya kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan.”¹⁰

Maksudnya menyeru kamu berperang untuk meninggikan kalimat Allah yang dapat membinasakan musuh serta menghidupkan Islam dan muslimin juga berarti menyeru kamu kepada iman, petunjuk Jihad dan segala yang ada hubungannya dengan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.¹¹

Allah SWT melalui wahyu yang diturunkan kepada Rasul-Nya telah memerintahkan kepada orang-orang mukmin, untuk senantiasa menomori satukan seruan Allah dan panggilan rasul untuk mentaatinya dan melaksanakan ajaran-ajaranNya adalah merupakan jaminan untuk terwujudnya kehidupan yang baik, bahagia dan tentram bagi manusia.

⁹ Departemen Agama RI, *Alqur’an dan Terjemahnya*, (Jakarta : Bumi Restu, 2006), h. 862

¹⁰ *Ibid*, h. 322

¹¹ *Ibid*, h. 264

Dalam membicarakan dakwah ini ada lima unsur dakwah yang harus diperhatikan dan dipelajari bagi pelaksana dakwah, terutama kepada para pelaku dakwah, yaitu :

1. Da'i (juru dakwah) yang bertugas sebagai komunikator yang berkewajiban untuk menyampaikan isi dakwah, baik kepada pribadi, kelompok ataupun masyarakat.
2. Materi dakwah, yang merupakan isi pesan atau isi dakwah yang dikombinasikan secara efektif kepada penerima dakwah
3. Penerima dakwah (audience, public atau massa) yang menjadi sasaran, kemana dakwah ditujukan
4. Media dakwah yaitu saluran dakwah dengan saluran mana dakwah disampaikan. Apakah melalui lisan, tulisan, visual dan audio visual bahkan saluran uswatun hasanah (teladan yang baik) dan amal usaha.
5. Efek dakwah, yaitu hasil yang dapat dicapai dengan dakwah yang telah disampaikan. Dengan kata lain isi dakwah yang disampaikan itu dapat mencapai sasarannya.¹²

Sedangkan menurut Toha Yahya Umar, bahwa pengertian dakwah dapat dibagi dua:

1. Pengertian umum. Dakwah adalah suatu pengetahuan berisi cara-cara, tuntunan, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi, pendapat dan pekerjaan tertentu
2. Pengertian khusus. Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah SWT untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia akhirat.¹³

Menurut Sudirman dalam bukunya *Problema Dakwah Islam di Indonesia*, dakwah adalah merealisasikan ajaran Islam di dalam kenyataan hidup sehari-hari baik bagi kehidupan perorangan maupun masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan umat manusia untuk memperoleh keridhoan Allah SWT.¹⁴

Dari beberapa pengertian tentang definisi dakwah di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah yaitu menyampaikan dan memanggil serta mengajak manusia ke jalan Allah SWT, untuk melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya dalam mencapai kehidupan dunia dan akhirat (*amar ma'ruf nahi munkar*)

¹² Latief Rousydiy, *Dasar-Dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*, Firma Rimbow, Medan, 1995. h.96

¹³ Rafi'udin dan Maman Abdul Djaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001) h. 24.

¹⁴ Sudirman, *Problematika Dakwah Islam di Indonesia*, (Jakarta: PDII, 1979) H. 47.

2. Fungsi dan Tujuan Dakwah

Dakwah berfungsi merubah umat dari situasi yang tidak baik kepada situasi atau keadaan yang selalu berbuat kebaikan dan diridhai oleh Allah SWT. Sebagai seorang muslim, berdakwah adalah merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim, seperti apa yang disampaikan Allah SWT melalui kitab sucinya Alqur'an surat Ali Imran ayat 104 yang diuraikan di atas.

Berdasarkan ayat tersebut diketahui bahwa dakwah adalah ajakan atau seruan yang diwajibkan kepada segolongan umat, karena pada awal dari ayat tersebut terdapat huruf lam amar (yang berarti perintah)

Dengan demikian, fungsi dakwah adalah menyebarkan ajaran Islam kepada orang lain dengan jalan :

- a. Meluruskan I'tikad, membersihkan kepercayaan yang keliru dan mengembalikan umat kepada kepercayaannya yang haq yaitu ajaran tauhid, sebagaimana misi yang dibawa oleh para Rasul.
- b. Mencegah kemunkaran, segala bentuk perbuatan yang munkar merupakan kewajiban kita untuk mencegah sehingga tidak terjadinya perbuatan tersebut, dan dalam melakukan pencegahan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara menurut kemampuan para da'i
- c. Membersihkan jiwa, tidak cukup manusia disebut baik dalam bentuk lahiriyah saja tetapi perlu bersih batin atau rohani
- d. Mengokohkan pribadi

Para da'i bertugas mengokohkan pribadi manusia agar falsafah hidupnya benar-benar didasarkan kepada Islam dan tindak tanduk dihayati sesuai dengan ajaran Islam, muslim yang sebenarnya.¹⁵

Maka dapat disimpulkan bahwa dakwah bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, seorang da'i harus mampu turun ke tengah-tengah masyarakat dalam mendorong umat untuk berbuat baik, sekaligus membimbing dan mengarahkan mereka ke jalan yang benar. Dengan demikian seorang da'i menjadi contoh tauladan dalam masyarakatnya dan dapat diperlihatkan dalam tingkah laku sehari-harinya di tengah-tengah masyarakat

Tujuan dakwah dalam arti luas adalah menegakkan ajaran Islam kepada setiap insan baik individu maupun masyarakat, sehingga ajaran tersebut maupun mendorong suatu perbuatan yang sesuai dengan ajaran tersebut. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tujuan dakwah

¹⁵ *Ibid*, hlm.102

adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar yang di ridhai Allah SWT agar dapat hidup dan sejahtera di dunia dan di akhirat.

3. Pesan dan Materi Pesan Dakwah

a. Pesan Dakwah

Pesan dalam Islam ialah perintah, nasehat, permintaan, amanat yang harus di sampaikan kepada orang lain. Sedangkan pesan dakwah adalah semua pernyataan yang bersumber dari Alqur'an dan As-sunnah baik yang tertulis maupun lisan dari pesan-pesan (risalah), pesan dakwah itu dapat dibedakan dalam dua kerangka besar yaitu:

1. Pesan dakwah yang memuat hubungan manusia dengan khalik (*hoblum minallah*) yang berorientasi kepada kesalehan individu.
2. Pesan dakwah yang memuat hubungan manusia dengan manusia (*hoblum minannas*) yang akan menciptakan kesalesahan sosial.¹⁶

Dalam Alqur'an dijelaskan bahwa pesan dakwah risalah-risalah Allah yang harus disampaikan kepada manusia, sebagai peringatan akan azab dan balasan Allah SWT akan tindakan manusia yang mereka perbuat semasa hidup di dunia. Firman Allah dalam Alqur'an QS. Al-Ahzab:39 diterangkan:



Artinya: (yaitu) orang-orang yang menyampaikan risalah-risalah Allah, mereka takut kepada-Nya dan mereka tiada merasa takut kepada seorang(pun) selain kepada Allah dan cukuplah Allah sebagai pembuat perhitungan.¹⁷

Maksudnya: para Rasul yang menyampaikan syari'at-syari'at Allah kepada manusia.

Mengenai risalah-risalah Allah ini, Moh Natsir membaginya dalam tiga pokok, yaitu:

1. Menyempurnakan hubungan manusia dengan Khaliq-Nya, *hamblum minallah* atau *mau'malah ma'khaliq*.
2. Menyempurnakan hubungan manusia dengan sesama manusia *hablum ninan nas* atau *mua'ma'al makhluq*
3. Mengadakan keseimbangan (tawazun) anantara kedua itu, dan mengaktifkan kedua duanya sejalan dan berjalan.¹⁸

¹⁶ Mustofa Bisri, *Saleh Ritual Saleh Sosial*, (Bandung: Mizan 1995), Cet. I, h.28

¹⁷ Hafidz Dasuki Dkk, *al-Qura'an dan Terjemahnya* (Bandung: Gema Risalah Press), h.

Apa yang disampaikan oleh Moh Natsir ini sebenarnya adalah termasuk dalam tujuan dari komunikasi dakwah, dimana pesan-pesan dakwah hendaknya dapat mengenai sasaran utama dari sesempurnaan hubungan antara manusia (*makhluk*) dengan penciptanya (*khaliq*) dan mengatur keseimbangan diantara dua hubungan tersebut (*tawazun*).¹⁹

Sedangkan yang dimaksud pesan-pesan dakwah itu sendiri sebagaimana yang digariskan da'i dalam Alquran adalah merupakan pernyataan maupun pesan (*risalah*) Alquran dan As-sunnah yang diyakini telah mencakup keseluruhan aspek dari setiap tindakan dan segala urusan manusia di dunia. Tidak ada satu bagian pun dari aktivitas muslim yang terlepas dari sorotan dan cakupan Alqur'an dan As-sunnah ini.²⁰

Dengan demikian inti dari pesan dakwah adalah pesan-pesan yang mengandung seruan untuk pembentukan akhlak mulia dan bersumber dari al-Quraan dan As-sunnah, nasehat orang bijak, pengalaman hidup, seni dan budaya, ilmu pengetahuan, filsafat dan sumber-sumber lainnya pesan dakwah ditunjukkan untuk mengajak manusia agar menjalankan agama Islam serta mentauhidkan Allah dengan bersumber kepada Alqur'an dan As-sunnah.

Mengenai proses komunikasi penyampaian dan penerimaan pesan dakwah dapat dijelaskan melalui tahapan-tahapan, yaitu:

1. Penerima stimulus informasi.
2. Pengolahan informasi.
3. Penyampaian informasi.
4. Menghasilkan kembali suatu informasi²¹.

Gaya pesan berkaitan dengan kemampuan pengelola media massa dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, pemirsa agar mudah dapat diterima dan dipahami. Suatu hal yang pasti daya tarik pesan menurut Effendy, yang salah satunya menunjuk pada komponen komunikator. Disini ada 2 faktor penting yang perlu diperhatikan yakni:

1. Kepercayaan terhadap komunikator (*source of credibility*)
2. Daya tarik yang melekat komunikator (*source attractivities*)²²

b. Materi Pesan Dakwah

Materi dakwah ialah ajaran-ajaran agama Islam. Ajaran-ajaran Islam inilah yang wajib disampaikan kepada umat manusia dan mengajak mereka agar mau menerima dan

¹⁸ Dasuki, Alquran dan Terjemahnya, h 42.

¹⁹ *Ibid*, h. 43.

²⁰ *Ibid*, h. 43

²¹ Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Firdaus, 1999), h 69.

²² Onong Uchjana Effendy, *Televisi Siaran Teori dan Peraktek*, (Bandung: alumni 1986), h

mengikutinya. Diharapkan agar-ajaran-ajaran Islam benar-benar diketahui, dipahami, dihayati dan diamalkan, sehingga mereka hidup dan berada dalam kehidupan yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan agama Islam.

Materi dakwah bersumber dari Alqur'an dan Alhadist yang meliputi berbagai aspek diantaranya: akidah syariah dan akhlak dengan berbagai macam ilmu yang diperoleh darinya. Alqur'an dan Hadits mengingatkan manusia untuk meninggalkan serta menjauhkan diri pada kemungkarannya, kenistaan, kesewenang-wenangan, kebodohan dan keterbelakangan. Begitu banyak materi dakwah yang bisa dikembangkan diantaranya adalah akidah, akhlak, ukhwa, pendidikan, sosial, kebudayaan, kemasyarakatan, dan amar ma'ruf nahi mungkar.

Ali Yafie menyebutkan lima pokok materi dakwah yaitu:

1. Masalah kehidupan.
2. Masalah manusia.
3. Masalah harta benda.
4. Masalah ilmu pengetahuan.
5. Masalah akidah.²³

Isi pesan atau materi dakwah yang disampaikan pada dasarnya bersumber utama dari Alquran dan hadis, diantaranya meliputi akidah (keimanan), Syariah (ke-Islaman), akhlak (budi pekerti). Akidah dalam Islam mencakup masalah-masalah dengan keimanan, misalnya tentang rukun iman, perbuatan syirik dan ketahuidan. Syariah berhubungan erat dengan amal nyata dalam rangka mentaati hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Sedangkan perihal akhlak merupakan penyempurna, artinya meskipun keimanan dan keislaman seseorang sudah sangat baik, namun jika ia memiliki akhlak yang buruk maka ia belum dapat dikatakan sebagai seorang hamba yang sempurna.²⁴

Dalam komunikasi, peran menjadi salah satu unsur penentu efektifitas tindakannya suatu tindak komunikasi. Bahkan unsur pesan menjadi unsur utama selain komunikator dan komunikan. Tanpa adanya unsur pesan, maka tidak pernah terjadi komunikasi antara manusia. Pesan adalah isi dari suatu tindakan komunikasi. Orang-orang menyampaikan sangat beranekaragam pesan-pesan. Beberapa pesan-pesan ini bersifat pribadi misalnya sebuah senyum. Sedangkan pesan yang lain ditunjukkan kepada beberapa orang seperti berita siaran televisi.²⁵ Dalam bahasa Inggris pesan disebut *message*. Selain penyebutan pesan,

²³ Alif yafie, *Dakwah Dalam Alqur'an dan As-sunnah*, (Jakarta: Makalah Seminar: 1992)

h. 23

²⁴ *Ibid*, h 25

²⁵ A.S. Achmad, *Komunikasi Massa, dan Khalayak*, (Hasanuddin University 1992) , cet. I h

untuk istilah yang sama ada juga ahli yang menyebutnya isi pernyataan. Namun dalam banyak literature yang umum digunakan adalah istilah pesan atau *message*, bukan isi pernyataan.

Menurut *Hoeta Soehoet*, isi pernyataan adalah hasil penggunaan akal dan budi tidak dapat dilihat, tidak dapat diraba, abstrak yang berfungsi untuk mewujudkan isi pernyataan dari bentuknya yang abstrak menjadi konkret adalah lambang komunikasi. Dalam kaitan itu, *Bttinghou*, berpendapat bahwa pesan dibentuk atau dirancang melalui penggunaan sistem kode, yaitu sekelompok simbol dan sekelompok aturan yang bergabung menjadi unit-unit bermakna. Sementara *Applbaum* dan *Anatol* menyatakan bahwa pesan tersusun dari simbol-simbol seperti bahasa verbal dan nonverbal yang mendatangkan makna dan respon tertentu.

Jadi, pesan atau isi pernyataan yang merupakan hasil penggunaan akal dan budi manusia itu pada dasarnya masih abstrak. Hasil penggunaan akal dan budi manusia baru bermakna kalau dikonkretkan dengan menggunakan lambang komunikasi atau sistem kode. Ini artinya, dalam komunikasi melibatkan kode atau tanda-tanda yang dipahami bersama baik oleh produser maupun khlayak sasaran.²⁶

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa materi dakwah pada dasarnya harus bersumber dari ajaran agama Islam yang berlandaskan pada Alquran dan hadis yang berkaitan dengan segala aspek kehidupan manusia baik itu ekonomi, budaya, sosial dan politik. Semua materi tersebut dapat dirujuk kepada Alquran dan hadis.

4. Metode dan Media Dakwah

a. Metode Dakwah

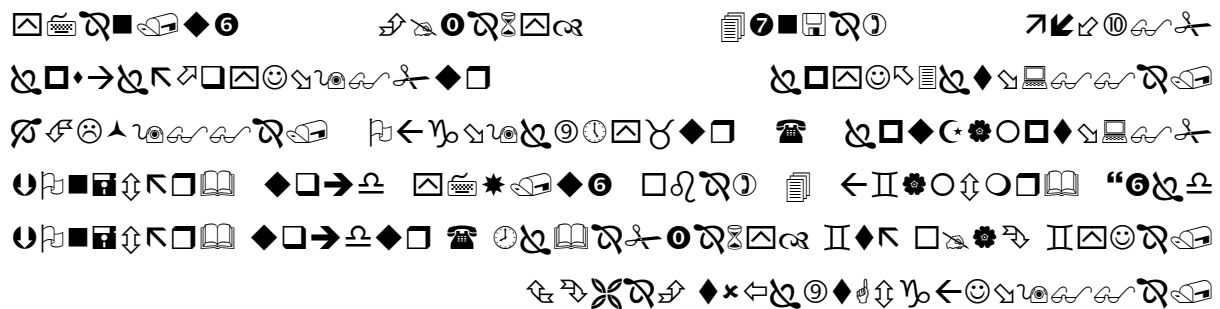
Metode dakwah sangat menentukan terhadap keberhasilan suatu dakwah, sebab seorang dai tanpa memperhatikan metode dakwah yang disampaikan, maka sering sekali dakwah yang disampaikan tidak tepat sasaran. Oleh karena itu metode dakwah sangat penting untuk dikuasai oleh seorang da'i. Dari segi bahasa metode berasal dari dua perkataan yaitu "*meta*" (melalui) dan "*hodos*" (jalan, cara).²⁷ Dengan demikian dapat diartikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan, di dalam bahasa Arab disebut *thary*.²⁸ Apabila diartikan secara metode adalah cara yang telah diatur melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud.

²⁶ M. Jamiluddin Ritonga, *Tipologi Pesan Persuasif*, (Jakarta : INDEKAS, 2005) H. 1-2

²⁷ M. Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1991) h 61

²⁸ Hasanuddin, *Hukum Dakwah* (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996) h. 35

Prinsip penggunaan metode dakwah Islam sudah tertera dalam Alqur'an Q.S An-Nahl ayat 125.



Artinya : 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”.²⁹

Metode dakwah merupakan suatu pendekatan yang bisa dijadikan sebagai pintu masuk bagi juru dakwah menuju obyek dakwah, sehingga pemikiran-pemikiran dapat diterima oleh obyek dakwah secara sukarela dan penuh kesadaran. Akhirnya tertarik untuk bergabung dalam barisan gerakan dakwah. Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil secara aktual, rasional, dan kontekstual. Aktual dalam arti memecahkan masalah yang pada saat ini (baru) dan kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat.

b. Media Dakwah

Media dakwah adlah hal, keadaan, benda, yang dapat digunakan sebagai perantara untuk melaksanakan dakwah, digunakan oleh juru dakwah untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada mad'u³⁰

Kepandaian seorang juru dakwah dalam memilih media merupakan salah satu unsur keberhasilan dakwah. Hamzah Ya'qub membagi sarana media dakwah menjadi tiga bagian yaitu:

1. *Spoken Words*, yakni media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang ditangkap denga indra telinga, seperti radio, telepon, handphone dan lainnya.
2. *Printed writing*, berbentuk gambar, lukisan dan sebagainya yang ditangkap oleh mata.

²⁹ Alqur'an dan Terjemahnya, *Op-Cit*, h. 164

³⁰ Syukri, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, h. 163

3. *Audio visual*, berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat, seperti televisi, video, film, dan sebagainya.³¹

Dari ketiga sarana atau media dakwah ini, semuanya dapat digabungkan serta digunakan sekaligus, maupun memilih salah satu sarana atau media dakwah ini yang tentunya disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada di masyarakat.

B. Tinjauan Tentang Film

1. Pengertian Flim

Film adalah selaput tipis yang dibuat seluloid untuk merekam gambar negatif dalam pemotretan, lakon atau cerita-cerita yang menyeramkan.

Ada 3 macam film diantaranya, yaitu:

- a. Film dokumenter adalah dokumentasi dalam bentuk film mengenai peristiwa bersejarah.
- b. Film horor adalah film yang menyajikan lakon-lakon horror atau cerita-cerita yang menyeramkan
- c. Flim kartun adalah film hiburan dalam bentuk gambar lucu yang mengisahkan tentang binatang dan sebagainya.
- d. Film serial adalah film yang disajikan dalam bentuk berseri.³²

Film adalah karya seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang dengan yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita *seluloid*, pita video, piringan video dan bahan-bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala hal bentuk, jenis dan ukuran maupun proses kimiawi elektronik atau proses lainnya dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan atau ditayangkan dengan system proyeksi, mekanik, elektronik atau lainnya.”³³ Film merupakan teknologi hiburan massa yang dimanfaatkan untuk menyebar luaskan informasi dan berbagai pesan dalam skala luas disamping pers, radio dan televisi.³⁴

Flim dimasukkan dalam kelompok komunikasi massa yang mengandung aspek hiburan, juga memuat aspek edukatif. Namun aspek kontrol sosialnya tidak sekuat pada surat kabar, majalah serta televisi yang menyiarkan berita berdasarkan fakta yang terjadi. Fakta

³¹ Moh. Ardani, *Memahami Permasalahan Fikih Dakwah*, (Jakarta: Mitra Cahaya Utama, 2006), h 37-38

³² Tim Redaksi, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 316

³³ Chaidir Rahman, *Festival Film Indonesia 1983* (Medan: Badan Pelaksana FFI, 1983), hlm 8

³⁴ Sean Mac Bride, *Komunikasi dan Masyarakat Sekarang dan Masa Depan, Aneka Suara Satu Dunia* (Jakarta: PN Balai Pustaka Unesco, 1983), hlm 120.

film ditampilkan secara abstrak dimana tema cerita bertolak dari fenomena yang terjadi di tengah masyarakat. Bahkan dari itu, film cerita dibuat secara imajinatif.³⁵

Film sama dengan abstrak lainnya, yaitu memiliki sifat-sifat dasar media lainnya yang terjalin dalam susunannya yang beragam. Film memiliki kesanggupan untuk memainkan ruang dan waktu, mengembangkan dan mempersingkatnya, menggerak majukan dan memundurkannya secara bebas dalam batasan-batasan wilayah yang cukup lapang. Meski antara media film dan lainnya terdapat kesamaan-kesamaan, film adalah sesuatu yang unik yang bergerak secara bebas dan tetap. Penterjemahnya langsung melalui gambar-gambar visual dan suara yang nyata dan juga memiliki kesanggupan untuk menangani berbagai subjek yang tidak terbatas ragamnya. Berkat unsur inilah film merupakan salah satu bentuk seni alternatif yang banyak diminati oleh masyarakat.³⁶

Salah satu kelebihan yang dimiliki film, baik yang ditayangkan lewat tabung televisi maupun layar lebar, film mampu menampilkan realitas kedua (*The second reality*) dari kehidupan manusia. Kisah-kisah yang ditayangkan lebih bagus dari kondisi nyata sehari-hari, atau sebaliknya bisa lebih buruk.

Dunia perfilman kini telah mampu merebut perhatian masyarakat. Lebih-lebih setelah berkembangnya teknologi komunikasi massa yang dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan dunia perfilman. Meskipun masih banyak bentuk-bentuk media massa lainnya. Film memiliki efek eksklusif bagi para penontonnya. Puluhan bahkan ratusan penelitian berkaitan dengan efek media massa. Betapa kuatnya media film bagi kehidupan manusia sehingga dapat mempengaruhi pikiran, sikap dan tindakan para penontonnya.

2. Unsur-unsur Film

Terdapat beberapa unsur dalam film, yaitu:

- a. *Title* (judul) film.
- b. *Credit Title* (meliputi: produser, kru, artis, dan lain-lain).
- c. Tema film, sebuah inti cerita terdapat dalam sebuah film.
- d. *Intrik* adalah usaha pemeranan oleh pemain dalam menceritakan adegan yang telah disiapkan dalam naskah untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh sutradara.
- e. Klimaks, puncak dari inti cerita yang disampaikan, klimaks bisa berbentuk konflik, atau benturan antara kepentingan para pemain.

³⁵ William L. Rivers-Jay W. Jensen, Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Moderen* (Jakarta: Kencana 2004) hlm 252.

³⁶ Adi Pranajaya, *Film dan Masyarakat; Sebuah Pengantar* (Jakarta : Yayasan Pusat Perfilman H. Usman Ismail, 1993), hlm 6

- f. *Plot*, adalah alaur cerita yang didisain atau direkayasa untuk mencapai tujuan tertentu. Maka itu satu topik yang sama bisa dibuat bebrapa plot, sesuai dengan sudut pandang yang diambil dan tujuan yang ingin dicapai.
- g. *Million/setting*, yaitu latar belakang kejadian dalam sebuah film . Latar belakang ini bisa berbentuk waktu, tempat, perlengkapan, aksesoris, dan lain-lain.
- h. *Synopsis*, yaitu ringkasan cerita, biasanya berbentuk naskah.
- i. *Trailer*, yaitu bagian film yang menarik.
- j. *Karakter*, yaitu penokohan para pemain.³⁷

Berdasarkan uraian di atas merupakan unsur-unsur film yang harus dipenuhi dalam setiap pembuatan film

3. Jenis-jenis Film

Film-film yang beredar memiliki beberapa jenis. Jenis tersebut dapat diklasifikasikan pada:

- a. Film roman/drama, adalah suatu kejadian atau peristiwa hidup yang hebat, mengandung konflik, pergolakan, *clash* atau benturan antara dua orang atau lebih. Sifat drama: *romance, tragedi*, komedi.
- b. Film misteri/*horror*, mengupas terjadinya fenomena mistis yang menimbulkan rasa heran, takjub, dan takut.
- c. Film dokumenter. Film yang berisi tentang dokumentasi dari kisah kehidupan nyata, atau juga berisi tentang dokumentasi dari kehidupan diluar itu, misalnya tentang kehidupan satwa, dokumentasi perang.
- d. Film realisme. Film yang mengandung relevansi dengan kehidupan sehari hari.
- e. Film sejarah, melukiskan kehidupan tokoh tersohor dan peristiwanya.
- f. Film perang, menggambarkan peperangan atau situasi di dalamnya atau setelahnya.
- g. Film *futuristic*, menggambarkan masa depan secara khayali.
- h. Film anak, mengupas tentang dunia anak.
- i. Film kartun, cerita bergambar yang diawali dari media cetak, yang diolah sebagai cerita bergambar, bukan saja sebagai *story board* melainkan gambar yang sanggup bergerak dengan teknik *animation* atau *single stroke operation*.
- j. Film *adventure*, film pertarungan, tergolong film klasik
- k. Film seks/porno, Menampilkan erotisme.³⁸

³⁷ *Ibid*, hlm.38

Berdasarkan dari beberapa jenis film yang ada sebagaimana di atas, maka jenis film yang dibahas dan diteliti dalam skripsi ini adalah jenis film realisme. Film yang mengandung relevansi dengan kehidupan sehari-hari.

C. Film Sebagai Media Dakwah

Dakwah selama ini diidentikan dengan ceramah melalui media lisan. Namun, seiring era globalisasi, dimana *trend* informasi dan komunikasi semakin berkembang media film seharusnya dapat mengambil peranan yang cukup signifikan dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan.

Film sebagai salah satu produk kemajuan teknologi mempunyai pengaruh yang besar terhadap arus komunikasi yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Bila dilihat lebih jauh, film bukan hanya sekedar tontonan atau hiburan belaka, melainkan sebagai suatu media komunikasi yang efektif. Melalui film kita mengekspresikan seni dan kreativitas sekalipun mengkomunikasikan nilai-nilai ataupun kebudayaan dari berbagai kondisi masyarakat.

Dalam penyampaian pesan melalui film terjadi proses yang berdampak signifikan bagi para penontonnya. Ketika menonton sebuah film, terjadi indentifikasi psikologi dari diri penonton terhadap apa yang disaksikannya. Penonton memahami dan merasakan seperti apa yang dialami salah satu pemeran. Pesan-pesan yang terdapat dalam sejumlah adegan film akan membekas dalam jiwa penonton, sehingga pada akhirnya pesan-pesan itu membentuk karakter penonton.³⁹

Alex Sobur menyatakan, bahwa film merupakan banyangan yang diangkat dari kenyataan hidup yang dialami dalam kehidupan sehari-hari. Itulah sebabnya selalu ada kecenderungan untuk mencari relevansi antara film dengan realitas kehidupan. Apakah film drama, yaitu film yang mengungkapkan tentang kejadian atau peristiwa hidup yang hebat. Atau film yang sifatnya realisme, yaitu film yang mengandung relevansi dengan kehidupan keseharian.⁴⁰

Karena film mempunyai kelebihan bermain pada sisi emosional, ia mempunyai pengaruh yang lebih tajam untuk memainkan emosi pemirsa. Berbeda dengan buku yang memerlukan daya fikir aktif, penonton film cukup bersifat positif. Hal ini dikarenakan sajian film adalah sajian siap untuk dinikmati.

³⁸ *Ibid*, hlm. 40

³⁹ Asep Kusnawan, et. Al, *Komunikasi Penyiaran Islam*, h.191

⁴⁰ E\lviasno Ardiano dan Luklau Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), h.136

Selanjutnya, film sebagai media komunikasi dapat berfungsi sebagai media dakwah yang bertujuan mengajak kepada kebenaran. Dengan berbagai kelebihan, film menjadikan pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat menyatukan penonton tanpa harus menggurui. Maka tidak heran bila penonton tanpa disadari berperilaku serupa dengan peran dalam suatu film yang pernah ditontonnya. Hal ini senada dengan ajaran Allah SWT bahwa untuk mengkomunikasikan dengan pesan, hendaknya dilakukan secara *qawlan syadida*, yaitu pesan yang dikomunikasikan dengan benar, menyentuh, dan membekas dalam hati.

Dengan karakternya yang dapat berfungsi sebagai *qawlan syadidan* inilah, film diharapkan dapat menggiring pemirsanya kepada ajaran Islam yang akan menyelamatkan.⁴¹

Saat ini, perkembangan perfilman di Indonesia sudah mengalami kemajuan yang signifikan terlihat dengan antusias masyarakat terutama remaja yang gemar menonton di bioskop. Namun disayangkan, film-film yang ditayangkan tidak lagi mengedepankan tujuan film yaitu sebagai sarana pendidikan, informasi dan hiburan. Pekerja-pekerja film hanya memikirkan sisi bisnis tanpa memikirkan dampak negatif dari hasil menonton film tersebut. Film-film yang beredar di bioskop-bioskop di Indonesia masih didominasi oleh film-film horor dan sex dikemas dengan adegan sexy para pemainnya yang sangat jauh dari nilai-nilai moral yang dikhawatirkan akan merusak moral generasi muda dan juga film-film berbumbu melodrama, percintaan serta film-film dengan judul kontroversial.

Dari sekian banyak produksi film di Indonesia, hanya sedikit sekali yang memproduksi film yang bertema Islam. Padahal banyak hal-hal menarik untuk diungkapkan dalam film Islam yang tidak hanya menyoroiti masalah religi saja, melainkan juga sisi kehidupan sosial masyarakat.

Sebuah film untuk bisa dikatakan bernilai dakwah, tentu perlu dicermati dari banyak sisi. Karena teras teras saja bahwa dunia film ini umumnya “dikuasai” oleh kalangan yang tidak terlalu akrab dengan agama. Paling tidak dalam motivasi pembuatannya. Karena film tidak lain dari sebuah industri/bisnis murni. Dalam kondisi idealisme film yang pernah seperti itu, sangat sulit memikirkan kualitas film., apalagi bucar film religi atau Islami. Namun bukan berarti kita harus pesimis dengan keadaan ini. Karena suatu saat orang-orang akan jenuh dan bosan dengan suguhan film yang menonton dan akan datang masanya mereka memilih tayangan yang lebih bermutu.⁴² Sejauh ini umat Islam menyadari bahwa mereka

⁴¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Freming*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2001), h. 128.

⁴² Asep Kusnawan, et, al, *Komunikasi Penyiaran Islam*,h.95

seringkali menjadi konsumen dan objek sasaran industri kapitalisme hiburan dunia. Sudah selayaknya umat Islam mulai beranjak menjadi produsen film.

Di Indonesia, dahulu pernah menucul film-film religi yang banyak mengandung pesan moral yang sangat baik untuk dicontoh, seperti Cut Nyak Dien dan Fatahillah. Namun film-film itu kemudian menghilang seiring dengan matinya perfilman Indonesia. Setelah lama mati suri, perfilman Indonesia kembali bangkit dengan menyajikan tren-tren film yang sangat disukai masyarakat seperti tren film drama percintaan dan juga film horor yang banyak menyedot perhatian masyarakat dan menimbulkan rasa penasaran bagi penonton.

Banjirnya penonton film Ayat-ayat Cinta yang diikuti banjirnya penonton film Ayat-ayat Adinda baru-baru ini, menunjukkan bahwa penonton Indonesia merindukan film dakwah yang berkualitas. Keberhasilan film Ayat-ayat Cinta dan Ayat-ayat Adinda dapat menjadi terobosan baru bagi perkembangan dakwah Islam. Film dakwah berkualitas bukan semata film yang penuh dan dibanjiri pesan ceramah yang menjemukan, tetapi bagaimana pesan-pesan dakwah itu dikemas sedemikian rupa, sehingga menghasilkan film dakwah yang berkualitas.

Selain itu film dakwah bukan film yang penuh dengan gambaran mistik, supranatural, berbau tahayul. Masyarakat sudah bosan dan jenuh dengan film-film yang jauh dari sisi rasionalitas. Film dakwah sejatinya bersinggungan dengan realitas kehidupan nyata sehingga mampu memberi pengaruh pada jiwa penonton.

Di sisi lain, film dakwah juga dituntut memainkan peranan sebagai media penyampaian gambaran budaya muslim, sekaligus jembatan budaya dengan peradaban lain. Bila selama ini citra Islam demikian negatif melalui film dakwah diharapkan muncul gambaran positif. Serangan budaya yang demikian gencar dilancarkan oleh barat melalui film-film yang memuat budaya hedonis atau menghina Islam juga akan mudah tertangkal bila kita mampu menandinginya dengan film dakwah berkualitas. Di awal millenium baru ini tampaknya mulai ada gairah baru dalam industri film Indonesia terutama film yang mengusung tema dakwah. Seperti halnya film Kiamat Sudah Dekat, Kun Fa Yakun, Perempuan Berkalung Sorban, Ketika Cinta Bertasbih, Hingga film Ayat-ayat Cinta yang begitu fenomenal akhir-akhir ini semakin memberikan peluang bagi para sineas dakwah. Kenyataan ini cukup memberi harapan bagi para sineas-sineas dakwah, karena tidak hanya film yang ber-genre-kan horor, percintaan remaja atau komedi berbalut seksualitas yang bisa diterima masyarakat umum namun film yang bernuansakan islam pun laku untuk diedar.

Maka hal tersebut bisa menjadi suatu modal besar bagi para sineas dakwah dalam mentransformasikan nilai keislaman pada media ini.⁴³

Sejak setahun terakhir ini, masyarakat muslim Indonesia mulai membicarakan kembali tentang munculnya beberapa film yang bernuansa dakwah atau paling tidak film tersebut bernuansa Islami. Kemunculan film- film yang berjudul ; Ayat- Ayat Cinta dan Laskar Pelangi, Dunia Sudah Terbalik dan Jodoh Wasiat Ayah, sepertinya telah mendapat klaim sebutan dari kalangan masyarakat Islam Indonesia sebagai film Islami⁴⁴. Fenomena menarik dalam konteks pemanfaatan media film sebagai saluran dakwah dengan metode tertentu, mulai terjadi di Indonesia yang memiliki populasi masyarakat muslim terbesar di dunia sudah seharusnya mampu memanfaatkan secara efektif teknologi audio-visual tersebut. Indonesia, yang merupakan negara berpenduduk muslim mayoritas dinyatakan sebagai negara terbesar kedua film pornonya, ini menjadi salah satu faktor penyebab maraknya pemerkosaan yang diawali dengan menonton film porno. Dalam kasus ini penulis ingin mengatakan, bahwa ini menjadi kelalaian umat Islam Indonesia dalam memanfaatkan sekaligus mengarahkan film sebagai media dakwah.

Perkembangan teknologi membawa perubahan besar terhadap peradaban manusia. Dengan semakin majunya teknologi informasi membuat bumi menjadi sangat sempit. Hasil kemajuan dibidang ini berdampak pada derasnya arus informasi yang tak mengenal batas ruang dan waktu. Derasnya arus informasi ini didukung oleh berbagai media sebagai corong penyampai pesan baik itu komunikasi yang bersifat massa maupun pribadi. Film merupakan media komunikasi yang efektif dalam mengkomunikasikan nilai-nilai kepada masyarakat sehingga perilaku penonton dapat berubah mengikuti apa yang disaksikannya dalam berbagai film yang disaksikannya. Melihat hal demikian film sangat memungkinkan sekali media film digunakan sebagai sarana penyampai syiar Islam kepada masyarakat luas.

Dalam konteks ilmu komunikasi, terdapat 12 prinsip-prinsip komunikasi, salah satu diantaranya adalah; Prinsip komunikasi dimensi isi dan dimensi hubungan. Maksudnya adalah bahwa dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dalam penjelasan yang lain, dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu *apa yang dikatakan/sampaikan*. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakan dan menyampaikannya yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu, dan bagaimana seharusnya pesan itu ditafsirkan.

⁴³ *Ibid*, h. 97

⁴⁴ *Ibid*.

Film sebagai salah satu media komunikasi, tentunya memiliki pesan yang akan disampaikan. Maka isi pesan dalam film merupakan dimensi isi, sedangkan Film sebagai alat (media) berposisi sebagai dimensi hubungan. Dalam hal ini, pengaruh suatu pesan akan berbeda bila disajikan dengan media yang berbeda. Misalnya, suatu cerita yang penuh dengan kekerasan dan seksualisme yang disajikan oleh media audio-visual (film dan televisi) boleh jadi menimbulkan pengaruh yang jauh lebih hebat, misalnya dalam bentuk peniruan oleh anak-anak atau remaja yang disebabkan oleh tontonan sebuah film, bila dibanding dengan penyajian cerita yang sama lewat majalah dan radio, karena film memiliki sifat audio visual-visual, sedangkan majalah mempunyai sifat visual saja dan radio mempunyai sifat audio saja.

Film sebagai salah satu produk kemajuan teknologi mempunyai pengaruh yang besar terhadap arus komunikasi yang terjadi ditengah-tengah masyarakat. Bila dilihat lebih jauh film bukan hanya sekedar tontonan atau hiburan belaka, melainkan sebagai suatu media komunikasi yang efektif. Melalui film kita dapat mengekspresikan seni dan kreativitas sekaligus mengkomunikasikan nilai-nilai ataupun kebudayaan dari berbagai kondisi masyarakat. Dengan demikian melalui film bisa disampaikan identitas suatu bangsa. Layaknya sebuah pemandangan, Film tidak hanya sebagai tontonan belaka. Akan tetapi dalam film terkandung pesona dan kehebatan: melalui cerita-cerita yang sangat lokal, para pembuat film yang tahu kehidupan, mengerti masyarakatnya, bisa menyampaikan pesan-pesan universal untuk seluruh umat manusia. Film tidak mengenal batasan geografis, yang memang dibuat orang bukan untuk kepentingan politik. Bahasa film cuma satu, bahasa umat manusia.

Padahal jika diamati, dewasa ini kalangan masyarakat penonton Indonesia semakin kritis dalam memilih jenis tontonan film. Mereka tidak hanya mencari tontonan yang menghibur tetapi juga pengalaman batin. Akan tetapi, sayangnya kenyataan ini belum dapat disadari oleh para produser film kita. Para pengusaha film kita masih dalam tahap euforia kebangkitan kembali perfilman nasional pasca "*mati suri*" dua belas tahun yang lalu. Anggapan bahwa eksploitasi tubuh, sadisme, hedonisme serta tontonan-tontonan budaya pop lainnya masih menjadi kebutuhan mayoritas masyarakat kita, tercermin dari produk-produk film nasional yang beredar saat ini. Inilah yang menyebabkan tema film-film kita tidak pernah beranjak dari lingkaran klise. Ini juga yang menjadi indikasi, bahwa film-film di Indonesia belum mampu bertutur dan bercerita yang sesuai dengan karakter masyarakat dengan ke-Indonesiaanya

Film-film yang baik, tentunya akan memberikan pengalaman batin dan pengalaman audio visual baru mengenai sebuah masyarakat, suatu kebudayaan, yang unik dan sering tak

terduga bagi orang yang menontonnya. Film merupakan media komunikasi yang efektif dalam mengkomunikasikan nilai-nilai kepada masyarakat sehingga perilaku penonton dapat berubah mengikuti apa yang disaksikannya dalam berbagai film yang disaksikannya.

“Melihat hal demikian film sangat memungkinkan sekali digunakan sebagai sarana penyampai syiar Islam kepada masyarakat luas. Dalam penyampaian pesan melalui film terjadi proses yang berdampak signifikan bagi para penontonnya. Ketika menonton sebuah film, terjadi identifikasi psikologis dari diri penonton terhadap apa yang disaksikannya. Penonton memahami dan merasakan seperti apa yang dialami salah satu pemeran. Pesan-pesan yang termuat dalam sejumlah adegan film akan membekas dalam jiwa penonton, sehingga pada akhirnya pesan-pesan itu membentuk karakter penonton. Seperti apa yang diungkapkan Aep Kusnawan, film merupakan medium komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dengan demikian lebih jauh film diharapkan dapat memperbaiki kondisi masyarakat melalui pesan-pesan yang disampaikannya⁴⁵.

Selanjutnya film sebagai media komunikasi, film juga dapat berfungsi sebagai media dakwah yang bertujuan mengajak kepada kebenaran. Dengan berbagai kelebihan yang terdapat dalam film menjadikan pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui media ini dapat menyentuh penonton tanpa mereka merasa digurui. Kelebihan yang terdapat dalam film sebagai media komunikasi massa diantaranya adalah film merupakan bayangan kenyataan hidup sehari-hari, film dapat lebih tajam memainkan sisi emosi pemirsa dan menurut Soelarko efek terbesar film adalah peniruan yang diakibatkan oleh anggapan bahwa apa yang dilihatnya wajar dan pantas untuk dilakukan oleh setiap orang. Maka tidak heran bila penonton tanpa disadari berperilaku mirip dengan peran dalam suatu film-film yang pernah ditontonnya.⁴⁶

Kondisi masyarakat Indonesia yang multikultural dan kepercayaan tentu menjadikan setiap seni dan budaya memiliki nilai-nilai luhur yang harus dilestarikan kesakralanya, dalam konteks ini tidak semua tema film dapat diproduksi di negeri ini, dan juga tidak semua tema film yang diproduksi oleh negara luar terutama barat, dapat diapresiasi dan ditonton oleh masyarakat Indonesia mengingat bangsa Indonesia memiliki tradisi kearifan lokal yang santun dan harus dipertahankan agar tidak terkontaminasi oleh budaya dan trend Barat yang masuk melalui film, sebagai transmisi pesannya. Kebangkitan kembali film Indonesia

⁴⁵ Acep Kusniawan, *Peranan Film Sebagai Media Komunikasi*, (Jakarta : Media Husna, 2009), h. 103

⁴⁶ Soelarko, *Dampak Positif Film*, (Jakarta : Graha, 2010), h. 39

tentunya memberikan harapan akan hadirnya kembali hiburan alternatif berupa tontonan sinematography yang diproduksi sendiri oleh sineas dalam negeri. Setelah sebelumnya film-film yang banyak diputar baik di bioskop ataupun televisi Indonesia didominasi oleh produksi-produksi yang berasal dari luar negeri, seperti; Amerika Serikat (*Hollywood*), India (*Bollywood*) China dan Hongkong (*Mandarin*) Film *Mangaka* (Jepang) dan drama Korea. Kondisi ini tentu saja sedikit banyak telah membawa dampak negatif terhadap budaya masyarakat Indonesia sekarang. Karena kebanyakan film-film tersebut dianggap tidak sesuai dengan karakter dan budaya masyarakat di Indonesia. Film, menurut Kang Ebik, merupakan salah satu produk teknologi modern dan harus dimanfaatkan ulama. Lewat teknologi sinema, lanjut dia, bisa menjadi sarana dakwah kultural Islam yaitu lewat seni dan budaya. Kendati demikian, Kang Ebik tetap memandang pentingnya dakwah konvensional oleh para ulama.⁴⁷

Menurutnya, dakwah lewat mimbar juga memiliki kekuatan penyampaian pesan yang khas dan juga memiliki segmen tersendiri. Artinya, dakwah kreatif perlu ditempuh ulama dengan tidak mengesampingkan dakwah lewat mimbar atau konvensional. "Dakwah kalau disuguhkan baik itu maka bisa memberi manfaat bagi masyarakat. Media itu penting dan bisa menjadi 'wasilah' (perantara) pesan Islam

D. Kelebihan dan Kekurangan Film Sebagai Media Dakwah

1. Kelebihan Film Sebagai Media Dakwah

Kelebihan Film sebagai media dakwah ini antara lain:

- a. Secara Psikologis, penyuguhan secara hidup dan nampak yang dapat berlanjut dengan animation mempunyai kecenderungan umum yang unik dalam keunggulan daya efektifitasnya terhadap penonton. Banyak hal-hal yang abstrak dan samar-samar serta sulit diterangkan, dapat disuguhkan pada khalayak secara lebih baik dan efisien oleh media film ini.
- b. Bahwa media film yang menyuguhkan pesan yang hidup akan mengurangi keraguan apa yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.
- c. Khusus bagi khalayak anak-anak dan sementara kalangan orang dewasa cenderung menerima secara bulat, tanpa lebih banyak mengajukan pertanyaan terhadap seluruh kenyataan situasi yang disuguhkan film. Film juga dapat mempengaruhi emosi penonton ini memang sangat mengesankan, seperti film tentang Risalah Muhammad "THE

⁴⁷ *Ibid.* h.41

MESSAGE”, film Sejarah Wali Songo, dan sebagainya yang pernah ditayangkan di tengah-tengah masyarakat dapat seolah-olah menghidupkan kembali kenangan sejarah Islam yang ada. Di samping itu dalam perkembangan sekarang pengajaran shalat, menasik haji, dan ibadah-ibadah praktis lainnya dapat dengan mudah diajarkan melalui video dan sebagainya. Akan tetapi yang perlu diingat bahwa dakwah melalui media ini memerlukan biaya yang cukup mahal⁴⁷

2. Kekurangan Film Sebagai Media Dakwah

Pakar komunikasi Rogers menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pesan yang disampaikan dari sumber kepada penerima. Komunikasi yang menyebar melalui media massa akan memiliki dampak vertikal (mengalami taraf internalisasi/ penghayatan) apalagi jika para tokoh (*opinion-leaders*) ikut menebarkannya. Sementara pakar komunikasi lain, Lazarfield menyatakan bahwa jalannya pesan melalui media massa akan sangat mempengaruhi masyarakat penerimanya. Peran merusak dari media komunikasi modern, khususnya TV terhadap sebuah generasi dapat dilihat dari dua aspek sebagai berikut:

1. **Aspek kehadirannya** : Terjadinya perubahan penjadwalan kegiatan sehari-hari dalam keluarga muslim dan muslimah. Sebagai contoh adalah, waktu selepas maghrib yang biasanya digunakan anak-anak muslim/ah untuk mengaji dan belajar agama berubah dengan menonton acara yang kebanyakan tidak bermanfaat atau bahkan merusak. Sementara bagi para remaja dan orangtua, selepas bekerja atau sekolah dibandingkan datang ke pengajian dan majlis taklim atau membaca buku, kebanyakan lebih senang menghabiskan waktunya dengan menonton TV. Sebenarnya TV dapat menjadi sarana dakwah yang luarbiasa, sesuai dengan teori komunikasi yang menyatakan bahwa media audio-visual memiliki pengaruh yang tertinggi dalam membentuk kepribadian seseorang maupun masyarakat, asal dikemas dan dirancang agar sesuai dengan nilai-nilai yang Islami.
2. **Aspek Isinya** : Berbicara mengenai isi yang ditampilkan oleh media massa diantaranya adalah mengenai penokohan/orang yang diidolakan. Media massa yang ada tidak berusaha untuk ikut mendidik bangsa dan masyarakat dengan menokhkan para ulama ataupun ilmuwan serta orang yang dapat mendorong bagi terbangunnya bangsa agar dapat mencapai kemajuan (baik IMTAK maupun IPTEK) sebagaimana

⁴⁷ Toto Tasmara, *Dampak Positif Film di Indonesia*, (Jakarta : Medai Persada, 2008), h.

yang digembar-gemborkan, sebaliknya justru tokoh yang terus-menerus diekspos dan ditampilkan adalah para selebriti yang menjalankan gaya hidup borjuis, menghambur-hamburkan uang (*tabdzir*) jauh dari memiliki IPTEK apalagi dari nilai-nilai agama. Hal ini jelas demikian besar dampaknya kepada generasi muda dalam memilih dan menentukan gaya hidup serta cita2nya dan tentunya pada kualitas bangsa dan negara. Produk lain dari GF yang menonjol dalam media TV misalnya, adalah porsi film-film yang Islami yang hampir boleh dikatakan tidak ada, 90% film yang diputar adalah bergaya hidup Barat, sisanya adalah film nasional (yang juga meniru Barat), lalu diikuti film-film Mandarin dan film-film India. Hal ini bukan karena tidak adanya film-film yg islami atau kurangnya minat pemirsa thd film-film islami. Tetapi masalahnya memang lebih karena tidak adanya political-will dikalangan pengelola stasiun TV yang ada.⁴⁸

Berbagai kekurangan dan kelemahan film sebagai media dakwah sebagaimana yang diuraikan di atas menunjukkan bahwa film sebagai media dakwah selain memiliki kelebihan juga memiliki kekurangan. Salah satu kelemahan seperti mempengaruhi sikap negatif terhadap film-film Barat yang ditayangkan baik dalam tinjauan waktu penayangan maupun pesan-pesan yang disampaikan dalam film barat.

Medium dakwah seperti film, program televisi, sinetron, atau kontes bakat menjadi tayangan unggulan stasiun-stasiun televisi swasta, utamanya ketika Ramadan. 2015, RCTI menayangkan dua sinetron baru *Ngantri ke Sorga dan Sakinah Bersamamu*. Sementara Indosiar masih mengunggulkan program pencarian bakat sama seperti yang mereka tawarkan lewat D'Academy sejak tahun 2010 sampai sekarang. Dengan sedikit modifikasi, Indosiar tahun 2016-2017 menghadirkan pencarian da'i muda *Akademi Sahur Indonesia (AKSI)* dan *Q'Academy* merupakan sebuah program *talent search* di bidang musik religi seperti Marawis, Gambus, Qasidah, Hadroh dalam bentuk grup.

3. Gambaran Umum Film Ayat-Ayat Dinda

Ayat-ayat Adinda merupakan sebuah film yang pengarangnya sama dengan Ayat-Ayat Cinta. Film Ayat-Ayat Adinda dibuat dalam rangkaian sebuah kisah sebuah keluarga yang dikucilkan di kampung sehingga mereka berpindah-pindah karena dituding orangtua Adinda sebagai agama Islam yang berfaham sesat. Namun film ini tidaklah menonjolkan tentang aliran sesat, akan tetapi film ini mengedepankan seorang Adinda yang berkeinginan untuk ikut MTQ dan menjadi pemenang dalam perlombaan MTQ yang dilaksanakan.

⁴⁸ Roger, *Dampak Negatif Film*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2011), h. 298

Film ini disutradarai oleh seorang sutradara ternama dengan para pemain yang dianggap mampu memainkan cerita yang telah dibuat dalam skenario dan synopsis dan terbukti film ini termasuk dalam kategori *film the best* atau film terbaik dalam festival film yang diadakan tahun 2015.

Adapun detail tentang para pemain *Ayat-Ayat Adinda* adalah :

1. Sutradara : Hestu Saputra
2. Produser : Hanung Bramantyo, Putut Widjanarko, Salman Aristo
3. Penulis Naskah : Salman Aristo
4. Pemain : Surya Saputra, Cynthia Lamusu, Tissa Biani, Deddy Sutomo, Yati Pesek, Chandra Malik, Badra Andhipani Jagat, Marwoto, Susilo Nugroho
5. Genre : Drama
6. Tanggal Rilis Perdana : 11 Juni 2015
7. Studio : Multivision Plus.⁴⁹

Sebagai film terbaik banyak para tokoh yang memuji film ini sebagai film yang memiliki muatan edukasi dan dakwah. Nilai-nilai pendidikan yang ada jelas termuat cukup kental bagaimana orangtua Adinda mendidik anaknya dengan dasar-dasar agama, berpenampilan sebagai seorang muslimah. Demikian juga nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam film ini terlihat jelas bagaimana keluarga menggambarkan akan pentingnya shalat berjamaah, kesan bekerjasama dalam bergotong royong, dan pesan akhlak yang ditonjolkan oleh kawan-kawan Adinda yang memberikan motivasi dan dukungan terhadap Adinda.

Sebagai film religi yang sudah tayang di bioskop Tanah Air adalah "*Ayat-Ayat Adinda*". Para tokoh Nasional seperti Mahfud MD, tokoh masyarakat dan tokoh agama memberikan support dan dukungan yang menyuruh masyarakat untuk menonton film tersebut dan dapat mengambil hikmah yang positif dari berbagai pesan-pesan moral, pesan pendidikan dan pesan dakwah yang termuat dalam film tersebut.

Dijadikannya film *Ayat-Ayat Adinda* sebagai penelitian dalam penulisan skripsi ini karena penulis menganggap bahwa pesan dakwah yang paling menonjol dan perlu dijadikan sebagai pembelajaran adalah seorang anak SD yang pandai membaca Al-Qur'an dan berkeinginan kuat ikut lomba MTQ untuk membahagiakan keluarganya. Ini merupakan pesan pendidikan Islam yang perlu dicontoh. Dalam lingkungan sekolah dilihat teman-teman Adinda terus memberikan motivasi kepada Adinda agar Adinda tidak merasa rendah diri

⁴⁹ Diakses dari www.sinopsisfilmbioskoperbaru.com/2015/07/sinopsis

untuk mengikuti lomba MTQ. Sedangkan di lingkungan keluarga terlihat bagaimana keluarga selalu rajin melaksanakan shalat berjamaah walaupun di rumah.