

BAB II

PERSPEKTIF TEORETIK

A. Kajian Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.¹

Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.²

Sementara Astrid mengatakan bahwa pesan adalah, ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator.³

Pesan adalah keseluruhan dari pada apa yang di sampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir dari komunikasi.⁴

¹ Hafied Cangara, *Pengertian Ilmu Komunikasi* (Jakarta : Raja Grafindo, Persada, 1998). hal. 23,

² Toto Tasmoro, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hal. 9.

³ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek* (Bandung: Bina Cipta,1997), hal. 7.

⁴ A.W Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bina Aksara, 1986), hal.14.

Dakwah akan di bagi menjadi dua bagian yaitu dakwah ditinjau dari segi bahasa (*etimologi*) dan dakwah di tinjau dari segi istilah (*terminology*):

Arti dakwah di tinjau dari segi etimologi (*bahasa*), ialah dakwah berasal dari bahasa arab (*kata kerja*), yaitu *يدعو* - artinya memanggil, mengajak, atau menyeru.

Arti dakwah di tinjau dari segi istilah (*terminology*), mempunyai arti bermacam-macam, untuk lebih jelasnya akan di sajikan pendapat para ahli ilmu dakwah antara lain:

- a. HSM. Nasaruddin Latief mendefinisikan dakwah: “ *setiap usaha aktifitas dengan tulisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT. Sesuai dengan garis-garis aqidah dan syariat serta akhlak Islamiah*”.
- b. Masdar Helmi mengatakan bahwa dakwah adalah, “ *mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah (Islam) termasuk amar ma'ruf nahi mungkar untuk bisa memperoleh kebahagiaan didunia dan akhirat*”.⁵

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya

⁵ Moch Ali Azis, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), hal 5-6

suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.⁶

Dengan begitu esensi dari dakwah itu sendiri adalah aktifitas dan upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun kolektif, dari situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik. Sementara itu dalam bahasa Islam dakwah adalah tindakan mengomunikasikan pesan-pesan Islam. Dakwah adalah istilah teknis yang pada dasarnya dipahami sebagai upaya untuk menghimbau orang lain kearah Islam. Karena dalam dakwah tersebut terdapat penyampaian informasi ajaran Islam berupa ajakan untuk berbuat baik dan larangan untuk berbuat kemunkaran, nasihat dan pesan, peringatan, pendidikan dan pengajaran dengan segala sifat-sifatnya.

Walaupun beberapa Takrif (definisi) diatas berbeda redaksinya, akan tetapi setiap redaksinya memiliki tiga unsur pengertian pokok yaitu:

- 1). Dakwah adalah proses penyampaian agama Islam dari seseorang kepada orang lain.
- 2). Dakwah adalah penyampaian ajaran Islam tersebut dapat berupa *Amar Ma'ruf* (ajakan kepada kebaikan), dan *Nahi Munkar* (mencegah kemaksiatan atau kemunkaran).
- 3). Usaha tersebut di lakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran Islam.⁷

⁶ H. M. Arifin , *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hal.6.

Jadi Pesan Dakwah adalah al-Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariah, dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya.⁸

2. Unsur-Unsur Dakwah

a. Da'I (Pelaku Dakwah)

Yang dimaksudkan Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan baik secara individu atau kelompok lembaga. Orang yang menyampaikan pesan dakwah disebut dengan da'i. Da'i sering disebut kebanyakan orang dengan sebutan mubalig (orang yang menyampaikan ajaran islam). Da'i harus tahu apa yang disajikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap problema yang dihadapi manusia, juga metode-metode yang dihadirkan untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.

Berkaitan dengan hal-hal yang memerlukan ilmu dan keterampilan khusus, memang kewajiban berdakwah terpikul di pundak orang-orang tertentu. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT. dalam surat al-Anbiya' ayat 7

⁷ Moch Ali Azis, Ilmu Dakwah..... hal. 10

⁸ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos, 1997), hal. 33-34.

فَسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٧٠﴾

*Maka bertanyalah kepada orang-orang yang berilmu jika kamu tidak mengetahui.*⁹

Da'i yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang masyarakat yang akan menjadi mitra dakwahnya adalah calon-calon da'i yang akan mengalami kegagalan dalam dakwahnya.

b. Mad'u (Mitra Dakwah atau Penerima Dakwah)

Yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu atau kelompok, baik beragama Islam atau tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Sesuai dengan firman Allah SWT. QS. Saba' : 28

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ

لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾

*Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia sebagai pembawa berita dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui. (QS. Saba':28)*¹⁰

Penggolongan Mad'u antara lain sebagai berikut:

- 1). Dari segi sosiologis, Masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan,

⁹ Depag RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Surabaya: Al-Hidayah, 2002), hal 449

¹⁰ Depag RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*..... Hal 611

kota kecil, serta masyarakat di daerah marjinal kota besar.

- 2). Dari struktur kelembagaan, ada golongan priyayi, abangan, santri, terutama pada masyarakat Jawa.
- 3) Dari segi tingkatan usia, ada golongan anak-anak, remaja, dan golongan orang tua.
- 4). Dari segi profesi, ada golongan petani, pedagang seniman, buruh, pegawai negeri.
- 5). Dari segi tingkatan sosial ekonomis, ada golongan kaya, menengah dan miskin.
- 6). Dari segi jenis kelamin, ada golongan pria dan wanita.
- 7). Dari segi khusus ada masyarakat tunasusila. Tunawisma, tuna karya, narapidana, dan sebagainya.

Muhammad Abduh membagi Mad'u menjadi 3 golongan . yaitu:

- a). Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dan dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
- b). Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c). Golongan yang berbeda dengan golongan diatas mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalam benar.

c. Maddah (Materi Dakwah)

Maddah adalah masalah isi pesan atau materi yang akan disampaikan da'i kepada Mad'u, yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.

Materi Dakwah dapat diklasifikasikan menjadi 3 hal pokok, yaitu:

1. Masalah Keimanan (Aqidah)

Aqidah dalam Islam bersifat *I'tiqat Batiniah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun Iman. Materi dakwah meliputi juga masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

Pada garis besarnya dapat dikelompokkan menjadi enam kelompok, yaitu sebagai berikut :

- a. Iman kepada Khaliq (*Allah*)
- b. Iman kepada Malaikat Allah
- c. Iman kepada Kitab-kitab Allah
- d. Iman kepada Rasul-rasul Allah
- e. Iman kepada Hari Akhir
- f. Iman kepada Qodho dan Qodhar

2. Masalah Syar'iah

Syari'ah dalam Islam adalah berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan / hukum Allah guna

mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia. Syari'ah meliputi:

a. Ibadah (dalam arti khas) meliputi :

- 1) Thaharah (Bersuci)
- 2) Sholat
- 3) Zakat
- 4) Shaum (Puasa)
- 5) Haji

b. Muamalah (Dalam Arti Luas):

1) Al-Qununul khas (hukum perdata) :

- Muamalah (Hukum Niaga)
- Munakahat (Hukum Nikah)
- Waratsah (Hukum Waris)

2) Al- Qanunul'am (hukum publik)

- Hinayah (hukum pidana)
- Khilafah (hukum negara)
- Jihad (hukum perang dan damai)¹¹

3. Masalah Budi Pekerti (Akhlak)

Masalah akhlak dalam aktifitas dakwah merupakan pelengkap saja, yakni untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Meskipun akhlak ini berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti

¹¹ Moch Ali Azis, Ilmu Dakwah.....hal. 95.

masalah akhlak kurang penting dibandingkan dengan masalah keimanan dan keislaman, akan tetapi akhlak adalah sebagai penyempurna keimanan dan keislaman.¹² Akhlak meliputi:

- a. Akhlak terhadap Khaliq
- b. Akhlak terhadap makhluk, yang meliputi:
 - 1) Akhlak terhadap manusia, yang meliputi :
 - a). Diri sendiri
 - b). Tetangga
 - c). Masyarakat lainnya
 - 2) Akhlak terhadap bukan manusia
 - a). Flora
 - b). Fauna.

d. Wasilah (Media Dakwah)

Yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u. wasilah dibagi menjadi 5 yaitu : lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak :

- 1) Lisan, inilah wasilah dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan.
- 2) Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk, flas card.
- 3) Lukisan, gambar, karikatur.

¹² Asmuni Syukur, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah* (Suarbaya: Al ikhlas, 1983), hal. 61.

- 4) Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, film, internet.
- 5) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh Mad'u.

Media (terutama media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi dilakukan umat manusia begitu luas sebelum adanya media massa seperti perss, radio, televise, internet, dan sebagainya.

Dari segi pesan penyampaian dakwah dibagi menjadi 3 golongan yaitu:

(a) *The Spoken Word* (Yang Berbentuk Ucapan)

Yang termasuk kategori ini ialah alat yang dapat mengeluarkan bunyi. Karena hanya dapat ditangkap oleh telinga; disebut juga dengan *the audia medial* yang biasa dipergunakan sehari-hari seperti telepon, radio, dan sejenis termasuk dalam bentuk ini.

(b) *The Printed Writing* (Yang Berbentuk Tulisan)

Yang termasuk di dalamnya adalah barang-barang tercetak, gambar-gambar tercetak, lukisan-lukisan, buku, surat kabar, majalah, brosur, pamphlet, dan sebagainya.

(c) *The Audio Visual* (Yang Berbentuk Gambar Hidup)

Yaitu merupakan penggabungan dari golongan di atas, yang termasuk ini adalah film, televisi, video, dsb.

e. *Thariqah* (Metode Dakwah)

Kata metode berasal dari bahas latin *methodus* yang berarti cara. Dalam bahasa Yunani, *methodus* berarti jalan atau cara. Sedangkan dalam basa Inggris *method* dijelaskan dengan *methode* atau cara. Dalam bahasa Indonesia memiliki pengertian “ *suatu cara yang ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, rencana sistem, tata piker manusia*”.

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru Dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam).

Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode tidak benar, pesan itu bisa ditolak oleh si penerima pesan.

Sementara itu menurut Toto Tasmara pada dasarnya prinsip dari metode dakwah adalah :

- 1). Senantiasa memperhatikan dan menempatkan penghargaan yang tinggi atas manusia dengan menghindari prinsip-prinsip yang akan membawa pada sikap pemaksaan kehendak.
- 2). Peran hikmah dan kasih sayang adalah merupakan ide paling dominan dalam proses penyampaian ide dalam dakwah tersebut.
- 3). Bertumpu pada *human oriented*
- 4). Didasarkan pada hikmah dapat dipakai segala alat yang dibenarkan menurut hukum sepanjang mai menghargai hak-hak manusia.

Ketika membahas tentang metode dakwah pada umumnya merujuk pada surat an-Nahl (QS.16:125)

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُم بِآيَاتِي
 هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ
 بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang yang sesat dari jalannya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk¹³.

Dari ayat tersebut secara garis besar ada 3 pokok metode dakwah, yaitu:

1. *Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
2. *Mauidhah Hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan kasih sayang,

¹³ Depag RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*.....383

sehingga nasihat dan ajaran Islamnya yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.

3. Mujadalah, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula menjalankan yang menjadi sasaran dakwah.

f. *Atsar* (Efek Dakwah)

Astar berasal dari bahasa Arab yaitu bekas, sisa, atau tanda. *Atsar* (efek) sering disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah.

Kegiatan dakwah harus diarahkan untuk memenuhi tiga aspek perubahan diri obyeknya, yakni perubahan pada aspek pengetahuannya (*knowledge*), aspek sikapnya (*attitude*), aspek perilakunya (*behavioral*).

Berkenaan dengan ketiga hal tersebut, Jalaluddin Rahmat, menyatakan :

Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau perspektif khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.

Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan emosi, sikap, serta nilai.

Efek *behavioral* merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.¹⁴

3. Film Sebagai Media Dakwah

Sudah menjadi keharusan bahwa setiap Muslim mempunyai tugas dan kewajiban mulia untuk menyampaikan dakwah kepada orang lain, sesuai dengan pengertian dakwah itu sendiri ialah mendorong atau mengajak manusia dengan hikmah untuk melakukan kebijakan, kebaikan serta mengikuti petunjuk Allah SWT. dan Rasulnya, menyuruh mereka berbuat baik serta melarang mereka melakukan perbuatan munkar, agar memperoleh kesejahteraan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁵

Dalam penyampain dakwah itu sendiri harus sesuai dengan perkembangan zaman agar pesan dakwah yang kita sampaikan mampu diterima dengan baik oleh *audience* atau penerima pesan dakwah tersebut. Seperti halnya saat ini, bahwa selama ini tidak seorangpun yang menyangkal bahwa Masjid merupakan pusat penyampaian pesan dakwah yang sangat efektif. Akan tetapi dengan kemajuan teknologi yang pesat dari tahun-ke tahun, kini dakwah tidak cukup disampaikan di masjid saja

¹⁴ Moch Ali Azis, *Ilmu Dakwah*..... hal. 120-140

¹⁵ Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hal. 10-11.

tanpa mencoba mencari alternatif lain untuk mengembangkannya dengan menggunakan berbagai sarana prasarana yang tersedia.¹⁶

Seperti halnya media film, karena dengan menggunakan film yang notabeneanya hanya sebagai hiburan, *audience* akan merasa terhibur dan mampu menyerap intisari dari pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam film yang ditontonnya, disamping itu film juga memberikan pengaruh yang sangat besar pada jiwa manusia. Dalam proses menonton film, terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu sosial sebagai identifikasi psikologis, maka dari itu pesan-pesan yang termuat dalam adegan-adegan film akan membekas dalam jiwa penonton. Lebih jauh, pesan itu akan membentuk karakter penonton.¹⁷ Dan film juga merupakan sebuah gambaran kehidupan sosial Masyarakat.

Akhir-akhir ini banyak sekali film-film yang mengangkat tema tentang berbagai permasalahan yang ada dalam kehidupan sehari-hari, seperti halnya film 3 Doa 3 Cinta, yang mana awal mula terciptanya film yang berdurasi 114 menit tersebut dilatarbelakangi oleh fenomena kehidupan di dalam pesantren tradisional yang masih tetap berkembang di Indonesia. Jadi film yang diproduksi oleh IFI (Infestasi Film Indonesia) dan TriXimages ini mencoba memberikan sebuah gambaran fenomena kehidupan para santri bahkan kehidupan para Kiai di dalam sebuah pesantren.

¹⁶ Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah*.....h. 17

¹⁷ Aep Kusnawan, *Komunikasi Dan Penyiaran islam* (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hal. 93-94.

4. Karakteristik Pesan Dakwah

- a. Berasal dari Allah SWT (*annahu min 'indillah*), maksudnya adalah Allah telah menurunkan wahyu melalui Malaikat Jibril kepada Nabi Muhammad SAW. selanjutnya Nabi Muhammad SAW. mendakwahkan wahyu tersebut untuk membimbing manusia kejalan yang benar. Wahyu Allah SWT. ini tidak diperuntukkan kepada bangsa tertentu dan untuk waktu tertentu, melainkan untuk seluruh umat manusia sepanjang masa.
- b. Universal artinya mencakup semua bidang kehidupan (*al-syumul*) dengan nilai-nilai mulia yang diterima oleh semua manusia yang beradap. Ajaran Islam mengatur hal-hal yang paling kecil dalam kehidupan manusia hingga hal yang paling besar. Dari masalah yang sangat pribadi dalam diri manusia hingga masalah yang kemasyarakatan yang paling luas.
- c. Umum untuk semua manusia (*al-'umum*)
- d. Ada balasan untuk setiap tindakan (*al-Jaza' fil al-islam*)
- e. Seimbang antara idealitas dan realitas (*al-mitsaliyyah wa al-waqi'iyah*), seimbang merupakan posisi di tengah-tengah di antara dua kecenderungan. Dua kecenderungan yang saling bertolak belakang pasti terjadi dalam kehidupan manusia. misalnya, ketika ada manusia diliputi nafsu keserakahan pasti ada manusia yang tertindas. Islam mengatur hal ini dengan kewajiban zakat.

Sedangkan Asep Muhyidin, merumuskan lebih banyak karakteristik pesan dakwah, sebagai berikut:

- a. Islam sebagai agama fitrah.
- b. Islam sebagai agama rasional dan pemikiran.
- c. Islam sebagai agama ilmiah, hikmah, dan fiqhiyah.
- d. Islam sebagai agama argumentatif (*hujjah*) dan demonstratif (*burhan*).
- e. Islam sebagai agama hati (*qalb*), kesadaran (*wijdan*), dan nurani (*dlamir*).
- f. Islam sebagai agama kebebasan (*hurriyah*) dan kemerdekaan (*istiqlal*).¹⁸

5. Dampak Pesan Dalam Berkomunikasi

Yang penting dalam komunikasi adalah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan, dampak tersebut dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. Dampak kognitif adalah yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi satu tahu atau meningkat intelektualnya. Di sini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran si komunikan. Dengan lain perkataan, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran diri komunikan.

¹⁸ Moch Ali Azis, *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 342

- b. Dampak afektif lebih tinggi kadarnya dari pada dampak kognitif. Disini tujuan komunikator bukan supaya komunikan tahu, tetapi bergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.
- c. Dampak behavioral adalah dampak yang paling tinggi kadarnya, misalnya dampak ini timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.

6. Cara Penyampaian Pesan Yang Baik

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat mengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan agar satu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.¹⁹

¹⁹ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*hal 7- 33

7. Sifat Pesan

Sifat pesan melalui media massa adalah umum (publik). Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, bukan untuk sekelompok orang tertentu.

Karena pesan komunikasi melalui media massa sifatnya umum, maka lingkungannya menjadi *universal*, mengenai segala hal, dan dari berbagai tempat diseluruh jagat. Pesan-pesan tersebut bisa mengenai politik, ekonomi, kebudayaan, militer, kemasyarakatan, dan sebagainya yang terjadi di seluruh dunia.

Sifat lain dari pesan melalui media massa adalah *sejenak* (transient), hanya untuk kajian seketika. Seperti halnya pesan surat kabar merupakan bahan bacaan yang setelah beritanya dibaca, kemudian dipakai bungkus atau dibuang. Pesan seperti halnya film, khalayak menonton sebuah film cukup sekali saja.²⁰

8. Tujuan pesan

Pesan (*message*) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, yaitu tujuannya untuk teknik informasi, persuasi, instruksi, mendidik, menghibur. Apapun tekniknya, pertama-tama komunikasi pesan harus mengerti pesan komunikasi itu. Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa bermacam-macam. Lambang yang bisa dipergunakan untuk menyampaikan isi

²⁰ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*hal 53

komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, kias (*gesture*), dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari banyak isi pesan komunikasi yang disampaikan kepada komunikan dengan menggunakan lambang, seperti pesan komunikasi melalui surat kabar, film, atau televisi.

Pesan adalah pernyataan yang didukung oleh lambang²¹. Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi ialah bahasa karena bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang konkret dan yang abstrak. Tanpa penguasaan bahasa, hasil pemikiran yang bagaimanapun baiknya tidak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat. Banyak kesalahan informasi dan kesalahan interpretasi disebabkan oleh bahasa.²²

B. Kajian Analisis Isi

1. Pengertian Analisis Isi

Analisis Isi (*Content Analysis*) adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya. Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan dalam data ilmiah dengan tujuan memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru dan menyajikan fakta.²³

²¹ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hal 6

²² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: PT remaja Rosdakarya), hal 37-38

²³ Klaus Krispendoff, *Analisis Isi Pengantar Dan Teori Metodologi* (Jakarta: Rajawali Press, 1993), hal 15.

Analisis Isi (*content analysis*) adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi²⁴

Analisis isi harus prediktif terhadap sesuatu yang pada prinsipnya dapat di observasi untuk pengambilan keputusan atau membantu konseptualisasikan bagian realitas yang memunculkan teks yang di analisis. Untuk tujuan ini kami menegaskan bahwa analisis isi harus dilaksanakan dan dijustifikasi dengan hubungannya dengan konteks data.²⁵

Analisis isi memiliki tujuan utama menjelaskan karekteristik dari pesan-pesan yang termuat dalam teks-teks umum dan bermedia. Selain itu adalah teknik sistematis untuk menganalisis pesan dan mengolah pesan, adalah suatu alat mengopservasi dan menganalisis perilaku komunikasi yang terbuka dan komunikator yang dipilih.²⁶

Analisis isi merupakan metode analisis yang integrative dan lebih secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah dan

²⁴ Massofa.Wordpress, *Metode-Analisi-Isi-Reliabilitas-Dan-Validitas-Dalam-Metode-Penelitian Komunikasi*, 28 Januari 2008 (<http://massofa.wordpress.com/>, Diakses 09 januari 2009)

²⁵ Klaus Krippendrof, *Analisis Isi Pengantar Dan Metodologi*.....hal.19.

²⁶ Imam Suprayogo, Tobroni, *Metode Penelitian Sosial-Agama* (Bandung: Pustaka Setia, 2003), hal 113

menganalisis dokumen dalam rangka untuk memahami makna, signifikan, dan relevansinya.²⁷

Analisis isi merupakan salah satu metodologi yang dominan digunakan dalam penelitian-penelitian komunikasi publik, jurnalistik, dan media massa.²⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif karena menganalisis pesan dakwah dalam film. Selain itu peneliti menggunakan *discourse analysis*, artinya suatu model yang dipakai untuk meneliti dokumen yang berupa teks, gambar, simbol, dan sebagainya, dengan pendekatan model Van Dijk yang terdiri dari 6 elemen.

Analisis wacana merupakan sebuah alternatif dari analisis isi dengan pendekatan kuantitatif yang lebih menekankan pada pertanyaan “apa”, analisis wacana lebih melihat “bagaimana” dari sebuah pesan atau teks komunikasi.²⁹

Dalam kenyataan, wujud bentuk wacana itu dapat dilihat dalam beragam buah karya si pembuat wacana:

- a. Talk (wacana dalam wujud ucapan), antara lain dalam wujud rekaman wawancara, obrolan, pidato, dan sebagainya.
- b. Act (wacana dalam bentuk tindakan), antara lain dalam wujud lakon, drama, tarian, demonstrasi, dan sebagainya.

²⁷ Burhan, Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Raja Grafindo, 2003), hal

²⁸ Saeful Asep Muhtadi, *Metode Penelitian Da'wah* (Bandung: pustaka setia, 2003),

²⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hal 71

- c. Teks (wacana dalam wujud tulisan/grafis), antara lain dalam wujud berita, features, artikel, opini, cerpen, novel, dan sebagainya.
- d. Artifact (wacana dalam wujud jejak), antara lain dalam wujud bangunan, fashion, puing, lanskap, dan sebagainya.³⁰

2. Deskripsi Model Teun Van Dijk

Model Analisis Van Dijk adalah model yang paling banyak dipakai, karena Van Dijk mengolaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa diaplikasikan secara praktis.

Model yang dipakai Van Dijk ini kerap disebut sebagai “Kognisi sosial”. Istilah ini sebenarnya diadopsi dari pendekatan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks. Dalam analisisnya, Van Dijk berpendapat bahwa analisis wacana tidak cukup didasarkan pada analisis teks saja, karena teks merupakan hasil dari suatu praktik suatu produksi yang tentunya juga harus diamati tetapi lebih dari itu, kita harus melihat bagaimana suatu teks itu diproduksi, sehingga kita dapat mengetahui bagaimana teks bisa dibentuk.

Van Dijk menjelaskan bahwa proses produksi teks melibatkan kognisi sosial, artinya sebuah teks tidak berdiri sendiri, melainkan dibentuk dan dipengaruhi oleh struktur sosial, nominasi kelompok tertentu, dan kelompok kekuasaan dalam masyarakat dan bagaimana kognisi (pikiran) dan kesadaran yang dibentuk dan berpengaruh terhadap teks tersebut. Van

³⁰ Prihananto, *Modul Kuliah Mpkd....*, hal 24

Dijk mempunyai tiga dimensi yaitu: teks, kognisi sosial, dan kontek sosial. Ketiga dimensi itu tidak berdiri sendiri melainkan satu sistem dan satu kesatuan dalam analisis.

Berikut adalah gambar struktur atau elemen yang dikemukakan oleh Van Dijk:

Tabel 1. Elemen Wacana Van Dijk³¹

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIAMATI	ELEMEN
Struktur makro	TEMATIK (Apa yang dikatakan.?)	Topik
Super struktur	SKEMATIK (Bagaimana pendapat disusun dan dirangkai?)	Skema
Struktur mikro	SEMANTIK (Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita)	Latar, detail, maksud, pranggapan, nominalisasi
Struktur mikro	SINTAKSIS (Bagaimana pendapat disampaikan?)	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti
Struktur mikro	STILISTIK (Pilihan kata apa yang dipakai.?)	Leksikon
Struktur mikro	RETORIS (Bagaimana dan dengan cara Apa penekanan dilakukan)	Grafis, metafora, dan ekspresi

³¹ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: Lkis, 2008), hal.228

Van Dijk menjelaskan bahwa semua teks dapat dianalisa dengan menggunakan elemen-elemen tersebut. Elemen-elemen tersebut di atas merupakan satu kesatuan dan saling berhubungan serta mendukung antara satu elemen dengan elemen lainnya.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebagai referensi dan acuan peneliti untuk mempelajari beberapa penelitian yang berkenaan dengan televisi sebagai media dakwah Islam yang dilakukan oleh beberapa Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya sebagai berikut:

1. Aan Yunus Khoirul Ahmadi, B01301284, Fakultas Dakwah, Jurusan KPI, 2006. Analisis Pesan Dakwah Film Kisah-Kisah Ramadhan (Kiram) Yang Berjudul Riya (Kajian Analisis Isi Audio Visual Film Kiram Di Trans Tv),. Penelitian ini berisikan film kisah-kisah Ramadhan contoh hiburan yang bias dijadikan tontonan alternative dari dakwah islam. Dari segi dialog verbal pesan yang disampaikan film kisa-kisah ramadhan (kiram) yang berjudul riya ini menceritakan pesan dakwah yang berkaitan dengan masalah keimanan (akidah), keislaman (syariah), dan budi pekerti akhlakul karimah. Kesamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis isi. Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian diatas mengambil pesan dakwah dari film kisah-kisah Ramadhan(kiram) dan ditayangkan di Stasiun TV yaitu Trans TV, sedangkan penelitian ini

mengangkat pesan dakwah dari film 3 Doa 3 Cinta yang ditayangkan di bioskop seluruh Indonesia.

2. Lailatul Maghfiroh, B01304041, Fakultas Dakwah Jurusan KPI, 2008 Pesan Dakwah Melalui Film (Analisis Wacana Film Ayat-Ayat Cinta), penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pesan dakwah dalam film Ayat-Ayat cinta, yang berisikan cinta orang dewasa dengan nuansa Islami sampai akhirnya terjadi poligami untuk menyelamatkan nyawa 3 (tiga) orang yang saling mencintai.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengungkap dari film yang bernuansa Islami. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian di atas menggunakan analisis wacana Van Dijk, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis isi pesan dakwah film 3 Doa 3 Cinta.

3. Nurliya Ni'matul Rohmah, B01304061, KPI, Dakwah, 2008. Koreksi Film Fitna Di Internet Tentang Kekerasan Dan Terorisme Umat Islam (Analisis Isi). Berisikan tentang koreksi film fitna internet yang menimbulkan kontroversi di berbagai pihak terutama bagi umat islam dan sangkutannya tentang dakwah islam. Isi film fitna yang dimunculkan oleh wildres di internet adalah salah satu bentuk kebenciannya kepada Islam., yang banyak sekali di munculkan setting-setting atau adegan-adegan yang menunjuk pada kekerasan oleh Islam. Di munculkan juga dalam film tersebut karikatur Nabi Muhammad SAW. yang memakai surban dan bom yang siap meledak, peristiwa peledakan WTC dan peristiwa bom Madrid, wawancara anak kecil tentang yahudi sebagai kera dan Nabi, pembunuhan

Theo Van Gogh pembuat film Submission, peringatan hari karbalah, dan beberapa terjemahan ayat al-qur'an yang diterjemahkan secara salah. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama di analisis menggunakan analisis isi. Perbedaannya adalah penelitian diatas menceritakan kebencian terhadap Islam yang penuh dengan kekerasan, sedangkan penelitian ini menceritakan kehidupan pesantren yang sangat sederhana.