

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Film pendek selalu dijadikan sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada khalayak umum. Film pendek merupakan jenis film yang memiliki durasi lebih pendek jika dibandingkan dengan *feature*. Namun, tidak ada ketentuan pasti mengenai durasi film pendek.<sup>1</sup> Film pendek menjadi salah satu media yang baru berkembang di tengah masyarakat, karena lebih mudah dalam memproduksinya dan berfungsi untuk menyampaikan pesan melalui audio visual, seperti film pendek yang diproduksi oleh Akeloy Production yang berjudul “*Kamarok*.” *Channel Youtube* tersebut merupakan wadah untuk menampung kreatifitas karya film pendek yang digagas oleh sekelompok pemuda desa di Kabupaten Bangkalan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada masyarakat umum tentang bahayanya tamak dalam kehidupan sosial.

Film ini dirilis pada bulan September 2023 lalu. Lokasi pembuatan film pendek ini di Madura tepatnya di Kabupaten Bangkalan. Film pendek ini terdiri dari empat bagian yang saling terhubung antara bagian satu hingga bagian empat. Konten film tersebut menceritakan sebuah momen pemilihan kepala Desa Paccenan yang oleh oknum pejabat desa bernama Hasan sengaja diadu domba. Hasan merupakan orang kepercayaan kepala desa yang selalu terlihat tunduk atas perintah-perintah kepala desa.

Film pendek ini mengisyaratkan perilaku tidak terpuji dalam etika sosial. *Kamarok* jika diterjemahkan dalam bahasa Indonesia artinya tamak atau rakus. Perilaku seseorang yang rela menghalalkan berbagai macam cara untuk mencapai tujuan. Dalam agama Islam, sifat tamak merupakan sifat yang tidak terpuji dan dianjurkan untuk ditinggalkan. Islam mengajarkan kita untuk senantiasa bersyukur atas karunia Allah Swt. Di zaman yang

---

<sup>1</sup> Andreww Stamm, “Apa Itu Film Pendek?”, <https://blog.celtx.com/what-is-a-short-film/> diakses pada 28 Agustus 2024, pukul 20.12)

semakin pesat akan perkembangan teknologi, penyampain pesan-pesan islam tidak lagi dengan kata kata bahwa berkerudung itu wajib, menutup aurat itu kemestian seorang Muslimah, karena kata kata tersebut sekarang kurang mengena terhadap arus kultur Masyarakat tentunya diperlukan adanya pola dakwah yang baru seperti melalui media televisi dan film.<sup>2</sup>

Film-film pendek yang diproduksi oleh Akeloy Production secara umum memuat konten kehidupan sehari-hari di sebuah desa yang ada di Bangkalan dengan genre jenaka, horror, keluarga, pemerintahan, dan cerita kehidupan yang menjunjung tinggi tradisi Madura. Film pendek yang berjudul “*Kamarok*” ini bertujuan untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat media tentang perilaku tamak yang berbahaya dalam kehidupan.

Film pendek ini berdurasi rata-rata 21 sampai 53 menit dari bagian pertama hingga terakhir yaitu bagian empat. Penonton dapat menemukan pesan-pesan dakwah melalui adegan-adegan dan dialog langsung antarpemain yang gamblang dan tegas pada film ini. Dakwah merupakan segala bentuk aktivitas yang bertujuan menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain dengan niat diridai Allah agar mendapatkan kebahagiaan dan jalan yang benar di dunia dan di akhirat.

Dakwah perlu disesuaikan dengan target yang tepat berdasarkan berbagai aspek yang relevan, yaitu sosial, ekonomi, budaya dan ideologi yang diyakini, termasuk juga suksesnya perubahan dakwah, yaitu dilihat dengan perubahan sasaran (*Mad'ū*), terutama di dalam peningkatan pengalaman keagamaan.<sup>3</sup>

Kekuatan dakwah dan isu sosial dalam kisah-kisah yang terkandung dalam film pendek dengan judul “*Kamarok*” di *Channel Youtube Akeloy Production* perlu diteliti karena melihat kegandrungan masyarakat Madura yang gemar menonton film daerah di

---

<sup>2</sup> Fahrurrozi, dkk. *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), 125.

<sup>3</sup> Aminuddin, "Konsep Dasar Dakwah", *Kendari: Al-Munzir*, Vol. 2, No. 1, (Mei, 2016), 31.

*Youtube*. *Channel* ini *viral* karena salah satu konten film pendek berjudul “Guru Tugas” tembus 1,7 juta *viewers*. Film tersebut mendadak *viral* karena menimbulkan pro dan kontra terutama di kalangan ulama dan pesantren. Masalah tersebut mengharuskan tiga pemain dipenjara.

Film pendek yang berjudul “*Kamarok*” perlu diteliti, karena di bagian ini banyak kandungan pesan dakwah dan adegan-adegan para pemain serta dialognya lebih realistis dan menggambarkan masalah dan budaya Madura menjelang pemilihan kepala desa.

Analisis semiotika dalam penelitian adalah untuk mengungkap nilai-nilai, budaya, tanda-tanda, dan pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam film tersebut. Semiotika John Fiske (1939-2021) merupakan jenis analisa yang paling tepat untuk penelitian ini, karena teori semiotika Fiske menjelaskan tentang tanda-tanda yang ada di televisi melalui tiga tingkatan, yaitu realitas, representasi, dan ideologi. Ketiga dimensi tersebut digunakan untuk menganalisis gambar bergerak seperti film dan siaran televisi.<sup>4</sup>

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan menjadi objek penelitian ini terangkum dalam poin pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana analisis semiotika John Fiske pada film pendek *Kamarok* dalam *channel youtube* Akeloy Production?
2. Apa pesan dakwah dalam film pendek “*Kamarok*” dalam *channel youtube* Akeloy Production?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

---

<sup>4</sup> Nawiroh Vera, *Semiotika dalam Riset Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 35.

1. Untuk mendeskripsikan analisis semiotika John Fiske pada film pendek *Kamarok* dalam *channel youtube* Akeloy Production.
2. Untuk memaparkan pesan dakwah dalam film “*Kamarok*” di *channel youtube* Akeloy Production.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan pengetahuan tentang sikap-sikap *Kamarok* melalui film *series* Madura di akun Youtube Akeloy Production berjudul *Kamarok* dan dapat digunakan sebagai referensi untuk peneliti lainnya yang tertarik untuk mengkaji permasalahan yang serupa dengan penelitian ini.

##### **2. Manfaat Praktis**

Sebagai upaya untuk mengembangkan dakwah Islam, salah satu pertimbangannya yakni menyajikannya dalam bentuk yang menarik, misalnya melalui media populer seperti film pendek yang berasal dari daerah setempat.

#### **E. Definisi Istilah**

Untuk menghindari kebingungan akibat perbedaan pemahaman, penting untuk memperoleh pemahaman yang jelas dalam penelitian ini. Beberapa istilah dalam penelitian ini perlu dijelaskan lebih lanjut antara lain :

##### **1. Analisis Semiotika**

Analisis semiotika adalah metode untuk mengkaji dan memberikan makna pada simbol-simbol atau tanda-tanda yang ada di sekitar kita seperti dengan memperhatikan kata, gambar, gerakan dan suara. Analisis semiotika dapat mempermudah peneliti dalam mengungkap pesan, baik yang tampak secara langsung maupun tersembunyi.

##### **2. Pesan Dakwah**

Pesan dakwah adalah ajakan melakukan kebaikan yang bisa dilakukan dengan berbagai cara, seperti berceramah, melalui tulisan, dan melalui film. Inti pesan dakwah adalah mengajak orang untuk menjalani hidup yang lebih baik dan sesuai ajaran agama Islam.

### 3. Film

Film adalah sebuah media komunikasi untuk menyampaikan pesan atau cerita visual melalui gambar bergerak dan suara. Film juga bisa diartikan sebagai gambar hidup yang bergerak dan bersuara yang di setiap gerak dan suaranya mengisyaratkan suatu maksud realitas tertentu.

### 4. *Channel Youtube* Akeloy Production

Akeloy Production merupakan sebuah *Channel Youtube* yang populer di Madura dengan viewers yang pernah menjapai 1,7 juta dalam satu minggu di salah satu episodenya. Akeloy merupakan singkatan dari Anak Keren Loyalitas. Menjadi nama rumah produksi film pendek atau komunitas yang digagas oleh anak-anak di desa tepatnya di Kabupaten Sampang.

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Untuk pendukung bahan penelitian analisis semiotika pesan dakwah dalam film pendek “*Kamarok*” di *Channel YouTube* Akeloy Production, peneliti mengkaji beberapa karya ilmiah sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Muh Hidayat dengan judul penelitian, “Nilai-nilai Dakwah dalam Film Perempuan Berkalung Sorban Menurut Perspektif Komunikasi Islam”, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi nilai-nilai dakwah yang terdapat dalam film “Perempuan Berkalung Sorban” serta untuk meneliti nilai-nilai dakwah yang paling menonjol dalam film tersebut. Penelitian ini menggunakan metode riset lapangan (*field research*) dengan

menggunakan observasi dan dokumentasi untuk memperoleh data. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa nilai-nilai dakwah dalam film Perempuan Berkalung Sorban mencakup kepemimpinan. Film ini menyampaikan ajaran bahwa, dalam agama Islam pria memiliki hak untuk memimpin, baik di dalam keluarga maupun di masyarakat, sesuai dengan firman Allah dalam Al-Quran surah *An-Nisa'* ayat 34 yang menyatakan, “Kaum laki-laki adalah pemimpin bagi kaum Wanita.” Selain itu, Islam mengajarkan kesabaran, keberanian dan kegigihan. Kesamaan antara penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan penelitian ini adalah keduanya membahas topik yang berkaitan dengan film dan mengungkap tentang pesan dakwah. Perbedaannya penelitian ini menggunakan analisis semiotika John Fiske, sedangkan penelitian terdahulu meneliti menurut sudut pandang perspektif komunikasi Islam.<sup>5</sup>

2. Muhamad Bisri Mustofa, Siti Wuryan, Syamzakiyah, Rahmayeni, dengan judul “Telaah Pesan Dakwah dalam Film Tilik”, UIN Raden Intan Lampung 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam film tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pustaka dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian mengenai film Tilik menunjukkan adanya pesan-pesan dakwah yang mencakup aspek akidah, dan akhlak, yang dapat dijadikan sebagai pembelajaran bagi masyarakat. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yakni sama mengkaji pesan dakwah yang terkandung dalam film dan sama-sama menggunakan studi analisis semiotika, tetapi yang membedakan dengan penelitian terkini adalah menggunakan semiotika John Fiske, sedangkan yang penelitian terdahulu menggunakan Roland Barthes.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Muh Rian Hidayat, “Nilai-nilai dakwah dalam Film Perempuan Berkalung Sorban Menurut Perspektif Komunikasi Islam” (Skripsi, IAIN Bone, Bone, 2020), 56.

<sup>6</sup> Muhamad Bisri Mustofa, Siti Wuryan, Syamzakiyah, Rahmayeni, “Telaah Pesan Dakwah dalam Film Tilik”, *Komunike, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol 2, (Desember 2021): 230.

3. Mike Dwi Safitri, dengan judul “Pendidikan Akhlak Pada Film Omar dan Hana”, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis nilai pendidikan akhlak pada film Omar dan Hana khususnya Part “Abang Omar Dulu, Mari ke Masjid, Nabi Akan Buat Apa”. Penelitian ini mengadopsi metode analisis semiotika Roland Barthes. Kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah keduanya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan sama-sama berfokus pada kajian film sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan semiotika Roland Barthes dan penelitian penulis menggunakan analisis semiotika John Fiske. Perbedaan yang kedua yaitu membahas nilai pendidikan akhlak pada film, sedangkan penelitian penulis membahas pesan dakwah pada film.<sup>7</sup>

## **G. Kajian Pustaka**

### **1. Analisis Semiotika**

Menurut Zoest, semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda, segala hal yang berkaitan dengan tanda, fungsi tanda, hubungan antartanda, serta proses pengiriman dan penerimaannya oleh pihak yang menggunakannya. Menurut Jhon Fiske Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda, cara tanda bekerja, dan bagaimana makna diciptakan serta dipahami dalam suatu konteks budaya dan sosial.<sup>8</sup> Jika penelitian mengenai tanda ini berfokus pada klasifikasinya, pada hubungannya dengan tanda-tanda lainnya, serta cara kerjanya dalam menjalankan fungsi, maka itu

---

<sup>7</sup> Mike Dwi Safitri, “Pendidikan Akhlak Pada Film Omar dan Hana” (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, Jogjakarta, 2019) 54.

<sup>8</sup> Jhon Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Ketiga*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), 48

merupakan kajian dalam "*sintaksis semiotic*". Jika studi tanda menekankan hubungan antara tanda-tanda dengan referensinya serta interpretasi yang dihasilkannya, maka ini termasuk dalam ranah semiotika semantik. Sebaliknya, jika fokusnya pada hubungan antara tanda dengan pengirim dan penerimanya, maka hal ini masuk dalam ranah semiotika pragmatik.<sup>9</sup>

Secara umum, pandangan John Fiske tentang semiotika sejalan dengan pemikiran tokoh-tokoh lain, seperti Charles Sanders Peirce, Ferdinand de Saussure dan Roland Barthes, bahwa terdapat tiga elemen penting yang harus ada dalam setiap kajian tentang makna dan tanda, yaitu referensi tanda serta penggunaan tanda. Sebuah tanda adalah sesuatu yang bersifat fisik dan dapat dirasakan oleh indra manusia. Tanda ini merujuk pada hal lain di luar dirinya, serta keberadaannya bergantung pada pengakuan atau pengenalan dari orang yang menggunakannya untuk dapat disebut sebagai tanda. Dalam semiotika, studi tentang tanda terdapat dua fokus utama: hubungan antara tanda dan maknanya serta bagaimana tanda-tanda disusun menjadi sebuah kode.<sup>10</sup>

Fiske menjelaskan bahwa tanda terdiri atas: Penanda (*signifier*): bentuk fisik atau material dari tanda, seperti kata, gambar, atau suara. Petanda (*signified*): konsep atau makna yang dihasilkan oleh penanda. Hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer dan hanya dapat dipahami melalui konteks sosial dan budaya.<sup>11</sup>

Fiske mengajukan teori tentang kode-kode dalam televisi. Menurutnya, kode-kode yang terdapat atau digunakan dalam program televisi saling berinteraksi untuk membentuk suatu makna. Berdasarkan teori ini, realitas tidak terbentuk hanya dari kode-kode yang muncul, tetapi juga diproses melalui indra sesuai dengan referensi yang sudah dimiliki oleh pemirsa televisi. Oleh karena itu, kode yang sama dapat dipersepsikan secara berbeda oleh setiap individu. Seiring perkembangannya, model

---

<sup>9</sup> Firdaus Azwar Erysyad, *Semiotika Komunikasi* (CV. Mitra Cendekia Media 2022), 4.

<sup>10</sup> Nawiroh Vera, *Semiotika dalam Riset Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia 2014), 34

<sup>11</sup> Jhon Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Ketiga*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), 49

yang dikemukakan oleh John Fiske tidak hanya diterapkan dalam analisis acara televisi, tetapi juga dapat digunakan untuk menganalisis berbagai teks media lainnya, seperti film, iklan, dan sebagainya.

Semiotika dalam Analisis Media Fiske menjelaskan bahwa semiotika digunakan untuk menganalisis media dan budaya populer, seperti film, televisi, dan iklan. Analisis semiotika mengungkap bagaimana makna, ideologi, dan nilai-nilai tertentu disampaikan melalui tanda-tanda dalam media.<sup>12</sup>

Kode dalam Semiotika Kode adalah sistem aturan yang memungkinkan tanda dapat dipahami. Fiske membagi kode ke dalam tiga kategori: Kode Sosial: mencakup sistem aturan sosial seperti bahasa, pakaian, atau kebiasaan. Kode Tekstual: melibatkan struktur atau aturan dalam teks, seperti genre dalam film, televisi, atau iklan. Kode Interpretatif: cara audiens atau pembaca menafsirkan tanda berdasarkan konteks budaya mereka.<sup>13</sup>

Fiske menjelaskan sebuah "peristiwa menjadi peristiwa televisi" yang dikonstruksi oleh kode, dijelaskan dalam tiga tahapan berikut:

a. Realitas (*reality*)

Realitas merupakan peristiwa yang direpresentasikan sebagai kenyataan mencakup berbagai elemen seperti penampilan, pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gerakan, ekspresi dan suara. Dalam bentuk tulisan, hal ini dapat ditemukan dalam dokumen, transkrip dan wawancara. Sebagai contoh, apabila kejadian bom Bali dianggap sebagai suatu kenyataan, maka seharusnya terdapat bukti-bukti dari peristiwa tersebut, seperti lubang bekas ledakan dan saksi yang melihat.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Jhon Fiske, Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Ketiga, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), 59-60

<sup>13</sup> Jhon Fiske, Pengantar Ilmu Komunikasi, Edisi Ketiga, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), 52-53

<sup>14</sup> Nawiroh Vera, *Semiotika dalam Riset Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2014), 35.

b. Representasi (*representation*).

Realitas yang dikodekan secara elektronik perlu direfleksikan melalui kode teknis, termasuk penggunaan kamera, pencahayaan, pengeditan, musik, dan suara. Dalam bentuk tulisan, terdapat elemen seperti kata-kata, kalimat, proposisi, foto dan grafik. Dalam bahasa visual atau televisi, terdapat berbagai elemen seperti kamera, pencahayaan, pengeditan dan musik. Elemen-elemen tersebut kemudian diubah menjadi kode representasional yang mampu merepresentasikan karakter, alur cerita, aksi, dialog dan latar. Hal ini sudah terlihat sebagai bentuk nyata dalam televisi.<sup>15</sup>

c. Ideologi (*ideology*)

Setiap elemen disusun dan dikelompokkan dalam kode-kode ideologis, seperti patriarki, individualisme, ras, kelas, materialism dan kapitalisme. Fiske menyatakan bahwa saat kita merepresentasikan suatu realitas, tidak dapat dihindari adanya kemungkinan bahwa ideologi akan terintegrasi dalam konstruksi realitas tersebut.<sup>16</sup>

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Istilah dakwah para ahli mengemukakan sebagai berikut, menurut Adam ‘Abdullah Al-Aluri, dakwah merupakan usaha untuk membimbing pemikiran dan nalar manusia menuju keyakinan yang positif serta kebaikan yang bermanfaat. Dakwah adalah usaha untuk mengajak orang lain agar terhindar dari kesesatan yang dapat menjerumuskan mereka atau dari kemaksiatan yang ada di sekitarnya.<sup>17</sup>

b. Unsur-unsur Dakwah

---

<sup>15</sup> Ibid., 35.

<sup>16</sup> Ibid., 36.

<sup>17</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah edisi revisi* (Jakarta: Kencana, 2017), 10.

Untuk mencapai sebuah keberhasilan dakwah maka perlu adanya unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur dakwah tersebut sebagai berikut:<sup>18</sup>

1) Subjek Dakwah (dai)

Subjek dalam dakwah merujuk pada individu yang melaksanakan kegiatan dakwah. Orang-orang ini biasanya dikenal sebagai dai atau mubalig, dan umumnya, yang melakukan aktivitas dakwah yakni ulama.

2) Objek Dakwah (*Mad'ū*)

Objek dakwah atau sasaran dai disebut sebagai *mad'ū*, ialah orang yang menerima dakwah. Seorang *mad'ū* biasanya akan menerima pesan dakwah jika apa yang dijelaskan oleh seorang dai harus jelas dalam penyampaian pesan, merujuk pada Al-Qur'an dan hadis sebagai dasar, serta memiliki sikap yang sopan, lembut, dan menjadi teladan yang baik.

3) Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan berbagai cara yang digunakan oleh seorang dai (komunikator) untuk berinteraksi dengan *mad'ū* dengan tujuan tertentu, yang didasari oleh kebijaksanaan dan rasa kasih sayang. Dasar umum mengenai metode dakwah dapat ditemukan dalam (QS *An-Nahl* :125). Ayat ini menjelaskan metode dakwah yang tepat. Tiga komponen utama dari metode dakwah yang terdapat dalam ayat tersebut yakni *dakwah bi al-hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujadalah*.<sup>19</sup>

4) Materi Dakwah

Materi dakwah merupakan isi pokok pembahasan dalam aktivitas dakwah atau isi pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang dai kepada *mad'ū* nya, yang bersumber dari Al-Quran serta hadis.

---

<sup>18</sup> Ropingi el-Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: Madan, 2016), 50.

<sup>19</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Paragonatama Jaya, cetakan kedua 2013), 98

## 5) Media Dakwah

Media dakwah berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Istilah media mencakup berbagai alat serta bentuk penyampaian pesan, baik yang bersifat verbal maupun nonverbal, seperti cahaya dan suara. Selain itu, media juga mencakup metode penyajian, seperti pertemuan langsung atau melalui berbagai saluran seperti surat kabar, majalah, radio, telepon, dan televisi.

Ada berbagai macam alat yang dapat digunakan sebagai sarana untuk berdakwah. Setiap alat tersebut berfungsi sebagai media dakwah. Media dakwah tersebut yaitu, mimbar, pidato, tulisan, drama atau film, seni suara dan lingkungan kerja dan usaha.<sup>20</sup>

### c. Pesan Dakwah

Pesan dalam bahasa Prancis, yaitu *message* atau *mesaz*, berasal dari bahasa latin *missus*, yang berarti mengirim. Pesan adalah hasil dari komunikator (pemberi pesan) yang disampaikan kepada komunikan (audiens) baik secara langsung maupun adanya perantara.<sup>21</sup> Sedangkan Menurut Widjaja AW, pesan merupakan totalitas dari informasi yang disampaikan oleh pengirim. Pesan ini memiliki makna sebagai tema yang berperan dalam memengaruhi upaya untuk mengubah sikap dan perilaku penerima pesan. Pesan dapat menjelaskan berbagai aspek secara mendalam, tetapi inti dari komunikasi yang disampaikan oleh komunikator akan selalu fokus pada tujuan akhir dari komunikasi tersebut. Penyampaian pesan dapat dilakukan secara

---

<sup>20</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah edisi Revisi* (Jakarta: Kencana 2016), 405.

<sup>21</sup> Andrik Purwasito, "Analisis Pesan", *The Messenger* 9, No 1. 2017,3.

lisan, melalui pertemuan tatap muka, baik secara langsung maupun dengan memanfaatkan media atau saluran komunikasi.<sup>22</sup>

Pesan dalam Islam ialah *nasihat*, permintaan, amanah yang harus disampaikan kepada orang lain. Sedangkan pesan dakwah yakni semua pernyataan yang bersumber dari Al-Qur'an serta As-sunnah baik secara tertulis maupun bentuk pesan-pesan (risalah).<sup>23</sup>

Sebagaimana firman Allah Swt. dalam yang artinya: (Yaitu) orang-orang yang menyampaikan risalah-risalah Allah mereka takut kepada-Nya dan mereka tiada merasa takut kepada seorangpun, selain kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai pembuat perhitungan.” (QS. *Al-Ahzab* (33:39)<sup>24</sup>

Moh Natsir dalam *Fiqh Ad-Dakwah* membagi risalah-risalah Allah menjadi tiga bagian utama, yakni;

1. Menyempurnakan hubungan manusia dengan tuhan-Nya.
2. Menyempurnakan hubungan manusia dengan sesama manusia.
3. Mengadakan keseimbangan antara kedua itu dan mengaktifkan kedua-duanya sejalan dan terjalin.<sup>25</sup>

Berita yang disampaikan oleh Moh. Natsir sejatinya mencakup tujuan komunikasi dakwah. Pesan-pesan dakwah harus dapat mencapai tujuan utama, yaitu menyempurnakan hubungan antara manusia dengan penciptanya, serta menjaga keseimbangan antara kedua hubungan tersebut. Pesan-pesan dakwah yang dimaksud, menurut apa yang diatur dalam Al-Quran, terdiri dari pernyataan serta pesan (risalah) yang terdapat dalam Al-Quran dan sunah. Al-Quran dan Sunnah dipandang sebagai pedoman menyeluruh dalam setiap aspek kehidupan

---

<sup>22</sup> Hesri Mintowati, *Smart Policing* (Lombok: P41, 2022), 15.

<sup>23</sup> Ahmad Rian Lisandi, “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Buku Pejuan Subuh Karya Hadi E. Halim,” (Skripsi, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014), 20.

<sup>24</sup> Fajar Mulya, “*Al-Qur'an dan Terjemahannya*” Kementrian Agama, (Surabaya: 2009), 429.

<sup>25</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Paragonatama Jaya 2013), 148.

seorang Muslim, sehingga ajaran dakwah mencakup hampir seluruh aspek kehidupan itu sendiri. Tidak ada satu pun aktivitas seorang Muslim yang terpisah dari pesan-pesan yang terkandung dalam risalah ini.<sup>26</sup>

Pesan dakwah berdasarkan temanya harus berisi pokok ajaran Islam, pokok ajaran Islam tersebut adalah akidah, akhlak dan *muamalah*.

### 1) Akidah

Dalam Al-Quran, iman didefinisikan sebagai keyakinan di dalam hati, pengucapan melalui lisan, dan pelaksanaan melalui tindakan yang melibatkan seluruh anggota tubuh.<sup>27</sup> Dalam Islam, prinsip-prinsip akidah dijelaskan secara umum melalui rukun iman, yang mencakup kepercayaan kepada Allah, kepercayaan kepada para malaikat, kepercayaan kepada kitab-kitab-Nya, kepercayaan kepada rasul-rasul-Nya, kepercayaan kepada hari kiamat, serta kepercayaan kepada qada dan qadar-Nya.<sup>28</sup>

### 2) Akhlak

Al-Ghazali menggambarkan akhlak sebagai karakteristik yang melekat pada individu, yang mendorongnya untuk melakukan tindakan dengan mudah tanpa perlu berpikir terlalu dalam.<sup>29</sup> Ruang lingkup akhlak yang perlu diterapkan dalam kehidupan seorang Muslim mencakup akhlak terhadap Allah, akhlak terhadap sesama manusia, dan akhlak terhadap lingkungan.<sup>30</sup>

### 3) *Muamalah*

---

<sup>26</sup> Ibid. 149

<sup>27</sup> Wahyuddin, Achmad, M. Ilyas, *Pendidikan Agama Islam*, (Grasindo, 2018), 19.

<sup>28</sup> Dicky Zulkarnaen, *Sebuah Pernikahan*, (Jakarta: Rasi Terbit, 2021), 31.

<sup>29</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 284.

<sup>30</sup> Wahyuddin, *Pendidikan Agama*, 20.

Secara sempit *muamalah* yakni semua kegiatan transaksi atau kesepakatan yang dilakukan oleh individu terkait pertukaran barang maupun pinjam meminjam. Selain itu *muamalah* dapat diartikan sebagai aturan-aturan dan hukum syariah Islam yang mengatur urusan duniawi agar manusia dapat hidup sesuai dengan syariah. Tak hanya untuk akhirat saja, *muamalah* juga menjaga manusia dari marabahaya dunia.

### 3. Film Pendek

Film pendek merupakan jenis film dengan durasi yang lebih singkat dibandingkan dengan film panjang atau fitur. Namun, tidak ada ukuran yang baku mengenai durasi film pendek. Setiap festival film biasanya menetapkan kriterianya sendiri untuk menentukan batas maksimum durasi film pendek.<sup>31</sup>

#### a. Jenis-jenis Film Pendek

##### 1) Film Pendek Naratif

Film pendek naratif seperti cerita tradisional berbasis plot lainnya, sering kali fiktif dan ditulis untuk menyajikan versi dramatis dari sebuah cerita. Dengan kata lain, ini adalah film "normal" dengan durasi yang lebih pendek. Contoh terbaiknya adalah kategori film pendek live action dan animasi di Oscar setiap tahun.

##### 2) Film Dokumenter Pendek

Film nonfiksi yang berfokus pada subjek yang menyajikan eksplorasi autentik tentang suatu topik, orang, tempat, atau tema, seperti yang dilakukan oleh film dokumenter. Contoh-contoh hebat dari film ini juga ditampilkan sebagai bagian dari nominasi Oscar tahunan.

---

<sup>31</sup> Jodi Saputra, "Pesan Dakwah Dalam Film 3 Hati Dua Dunia Satu Cinta Karya Beni Setiawan" (Skripsi, Lampung: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), 25.

### 3) Film Pendek *Avant-Garde*

Ini adalah cara yang sangat "alami" untuk menggambarkan film yang lebih eksperimental, bergaya, atau abstrak yang kurang berfokus pada cerita atau tema dan lebih berfokus pada suasana hati, nada, dan estetika. Meskipun "avant-garde" adalah istilah yang sebagian besar subjektif, jenis film pendek ini biasanya diperuntukkan untuk teaser, sizzle reel, proof of concept, dan kebutuhan lain dalam industri.

#### b. Fungsi dan Manfaat Film Pendek

Menurut Sudjana dan Rivai, penggunaan film pendek sebagai media pembelajaran memiliki berbagai manfaat, yakni:

- 1) Mengembangkan pikiran dan pendapat para peserta didik.
- 2) Menambah daya ingat pada pelajaran.
- 3) Mengembangkan daya fantasi peserta didik didik.
- 4) Menumbuhkan minat dan motivasi belajar.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Jambura Journal of Linguistics and Literature Vol. 1, No. 1, Hal. 1 – 13, Juni 2020  
<https://ejournal.ung.ac.id/index.php/jjll>