

# **PESAN DAKWAH DALAM FILM “INSYAALLAH SAH”**



## ***SKRIPSI***

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh**

**Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi**

Oleh

Nama : Rahmat Junaidi

NIM : 1306015088

Peminatan : Penyiaran



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**JAKARTA, 2018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POPOLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Junaidi  
NIM : 1306015088  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Judul Skripsi : Pesan Dakwah Dalam Film “InsyaAllah Sah”

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah sebenar-benarnya hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 11 Februari 2018

Yang menyatakan

**Rahmat Junaidi**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Pesan Dakwah Dalam Film “InsyaAllah Sah”  
Nama : Rahmat Junaidi  
NIM : 1306015088  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran



Telah diperiksa dan disetujui  
Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Dr. Sri Mustika, M.Si

Tanggal: 23- Maret 2018

Pembimbing II

Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

Tanggal: 23- Maret - 2018

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POPILITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat Junaidi  
NIM : 1306015088  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Judul Skripsi : Pesan Dakwah Dalam Film "InsyaAllah Sah"

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi yang telah dilaksanakan pada tanggal 20 Februari 2018, dan dinyatakan LULUS

  
Muhammad Dwi Fajri, S. Sos., I., M.Pd.I

Penguji I

Tanggal: Kamis, 22 Maret 2018

  
Dr. Sri Mustika, M.Si.

Pembimbing I

Tanggal: 23 - Maret - 2018

  
Husnan Nurjuman, M.Si

Penguji II

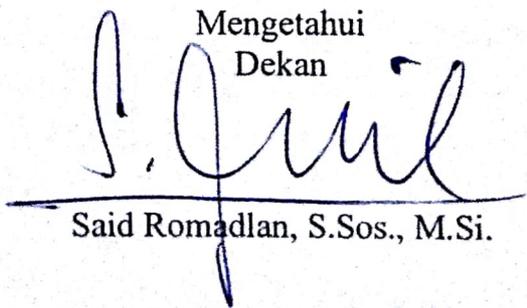
Tanggal: 23 - Maret - 2018

  
Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

Pembimbing II

Tanggal: 23 - Maret - 2018

Mengetahui  
Dekan

  
Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

## ABSTRAK

Judul : Pesan Dakwah Dalam Film “InsyaAllah Sah”

Nama : Rahmat Junaidi

NIM : 1306015088

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Halaman : 136 halaman + xii halaman + 9 lampiran

Media film adalah alternatif lain untuk mengemukakan gagasan. Film selalu bisa bercerita dan mengandung makna yang telah terlebih dahulu dibentuk oleh sipembuat film itu sendiri. Film juga sudah digunakan sebagai media informasi dan edukasi untuk menambah wawasan dan nilai pada sebuah film. Film sebagai peran dakwah menghadirkan kembali realita yang berkembang dalam masyarakat. Film *InsyaAllah Sah* merupakan film yang menggambarkan realita ditengah masyarakat.

Pada penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas. Peneliti mengkaji pesan dakwah dalam film *InsyaAllah Sah* yang di produksi oleh MD Pictures. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif yang meneliti tiap gambar, adegan dan dialog yang memberikan pesan dakwah, kemudian dikaitkan dengan teori konstruksi realitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, merupakan metode penelitian yang subjektif. Jenis pada penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu kejadian se jelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan adanya pesan dakwah yang terkandung dalam film “*InsyaAllah Sah*” sebagai berikut: Pertama pesan aqidah teradapat pada Scene 6 anjuran berdoa, scene 7 pesan bahwa kematian bisa datang kapan aja dan hanya amal yang jadi penolong, scene 14 tidak menyekutukan Allah. Kedua pesan ibadah pada scene 8, 11 dan 12 pesan dakwah sholat, puasa dan menyantuni anak yatim scene 17 manfaat sholat tahajut, scene 8, 9 dan 18 memenuhi janji dan scene 17 manfaat sholat tahajut. Ketiga pesan akhlak pada scene 1 dan 16 jujur dan tidak bersikap bathil, scene 2 anjuran beristigfar, Scene 3 menutupi aurat dan Scene 10, 13 dan 15 menajuhi zina.

***Kata Kunci : Dakwah Islam, Film, Komedi.***

## KATA PENGANTAR

*Assalamu`alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Puji syukur ke hadirat Allah Swt atas rahmat, nikmat dan hidayah-Nya. Tak lupa shalawat dan salam untuk baginda Rasulullah Muhammad Saw. Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul **“PESAN DAKWAH DALAM FILM “INSYAALLAH SAH”**

Dalam menyusun skripsi ini peneliti mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Said Romadlan, S.Sos., M.Si. Dekan FISIP UHAMKA sekaligus pembimbing dua.
2. Dr. Sri Mustika, M.Si., Wakil Dekan FISIP UHAMKA sekaligus dosen pembimbing satu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UHAMKA.
4. Seluruh dosen FISIP UHAMKA, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Teman- teman FISIP angkatan 2013, terutama teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat untuk terus maju dalam menyelesaikan skripsi, Yoga, Andini, Husen, Dwi, Erlina, Reza, Kohar, Ririn, Pujo, Flik dan Intan.

6. Terima kasih untuk semua pihak yang telah membantu secara langsung ataupun tidak langsung yang tidak dapat disebut satu persatu.

Skripsi ini masih banyak kekurangannya. Untuk itu peneliti mohon kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaannya.

Jakarta, Februari 2018



Rahmat Junaidi

## DAFTAR ISI

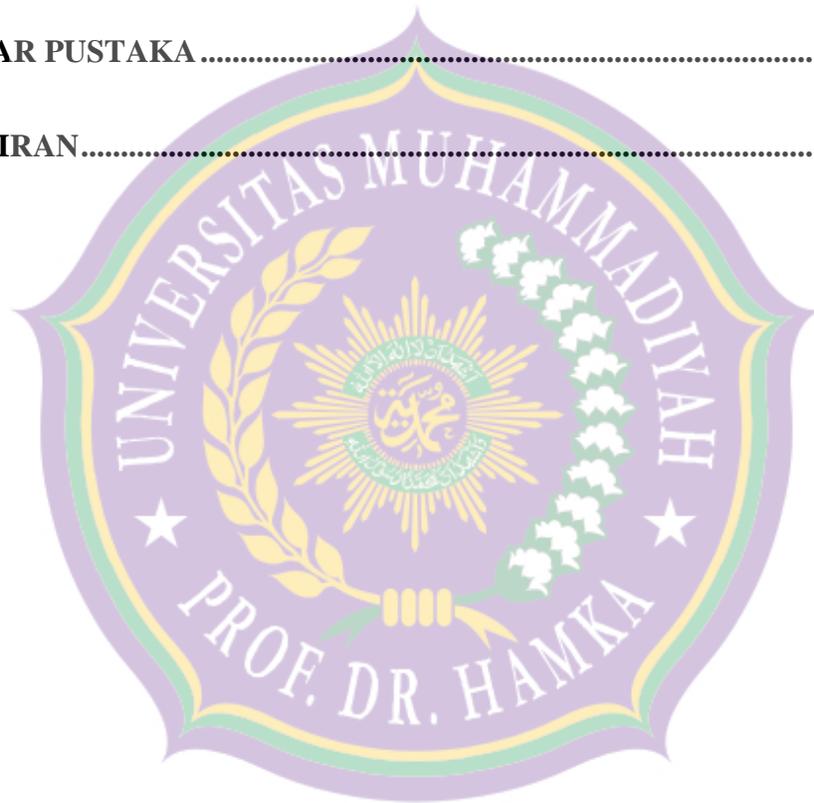
	HALAMAN
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	13
1.3 Pembatasan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kontribusi Penelitian.....	14
1.6 Pembatasan dan Keterbatasan Penelitian.....	15
1.7 Sistematika Penulisan.....	15
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>17</b>
2.1 Paradigma Konstruktivisme.....	16
2.2 Hakikat Komunikasi.....	19
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	20
2.2.2 Fungsi Komunikasi.....	20

2.2.3 Konteks Komunikasi.....	22
2.2.4 Model Komunikasi.....	24
2.2.5 Elemen Komunikasi.....	25
2.3 Komunikasi Massa.....	27
2.3.1 Definisi Komunikasi Massa.....	27
2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	27
2.3.3 Elemen Komunikasi Massa.....	30
2.3.4 Karakteristik Komunikasi Massa.....	33
2.4 Media Massa.....	35
2.5 Film.....	37
2.5.1 Karakteristik Film.....	38
2.5.2 Jenis Film.....	39
2.6 Dakwah.....	40
2.6.1 Pesan Dakwah.....	43
2.6.2 Metode Dakwah.....	45
2.6.3 Unsur-unsur Dakwah.....	48
2.7 Aqidah.....	49

2.7.1 Definisi Aqidah .....	49
2.7.2 Ruang Lingkup Pembahasan Aqidah .....	52
2.8 Akhlak .....	53
2.8.1 Definisi Akhlak .....	53
2.8.2 Pembagian Akhlak .....	55
2.9 Ibadah .....	60
2.9.1 Definisi Ibadah .....	60
2.9.2 Pembagian dan Prinsip-prinsip Ibadah .....	61
2.10 Analisis Isi Kualitatif .....	63
2.11 Teori Konstruksi Realitas Sosial .....	66
2.12 Faktor-faktor Konstruksi Sosial Media Massa .....	74
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>75</b>
3.1 Pendekatan, Jenis dan Metode Penelitian .....	75
3.1.1 Pendekatan Penelitian .....	75
3.1.2 Metode Penelitian .....	76
3.1.3 Jenis Penelitian .....	77
3.2 Pemilihan Subyek Penelitian .....	77

3.3 Unit Analisis dan Pengamatan .....	77
3.4 Penentuan Narasumber .....	78
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	79
3.6 Teknik Analisis Data Kualitatif .....	80
3.7 Waktu Penelitian .....	80
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>82</b>
4.1 Deskripsi Subyek Penelitian .....	82
4.1.1 Gambaran Umum MD Pictures.....	82
4.1.2 Film InsyaAllah SAH.....	83
4.1.3 Identifikasi Tokoh Dalam Film InsyaAllah SAH .....	85
4.2 Hasil Penelitian .....	87
4.3 Analisis Pesan Dakwah Dalam Film InsyaAllah SAH .....	102
4.3.1 Pesan Aqidah.....	104
4.3.2 Pesan Ibadah.....	107
4.3.3 Pesan Ahlak.....	110
4.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Konstruksi Realitas Pesan Dakwah Dalam Islam.....	114

4.5 Pembahasan.....	117
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>122</b>
5.1 Kesimpulan .....	122
5.2 Saran-saran.....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>125</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Komunikasi Tubbs dan Moss .....	25
Gambar 2 Logo MD Pictures .....	82
Gambar 3 Poster Film InsyaAllah Sah.....	83



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia mutlak membutuhkan sesamanya dan untuk menjalin hubungan dengan manusia lainya dibutuhkan suatu komunikasi. Manusia di dunia tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi, karena komunikasi merupakan bagian integral dari system dan tatanan kehidupan sosial manusia atau masyarakat. Aktivitas komunikasi dapat terlihat pada setiap kehidupan sehari-hari manusia, yaitu sejak dari bangun tidur di pagi hari sampai dengan manusia beranjak tidur pada malam hari.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya sama, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti membuat sama (to make common). Namun, istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip (Mulyana, 2007:46).

Dari pemaparan tentang arti komunikasi di atas dapat kita ketahui bahwa manusia bukanlah makhluk hidup yang dapat hidup secara individu. Manusia tidak dapat tidak berkomunikasi, yang artinya manusia membutuhkan manusia lain untuk hidup. Di mana komunikasi didefinisikan secara luas “berbagi pengalaman” (Mulyana, 2007:46), dikarenakan berbagi pengalaman inilah manusia dapat bertahan hidup.

Setiap manusia melakukan komunikasi menggunakan salah satu media. Peranan media massa dalam kehidupan sehari-hari makin terlihat nyata dan terasa. Hidup tanpa media massa dalam kehidupan modern seperti sekarang ini bukan saja membosankan, tetapi sulit dibayangkan dan merupakan suatu hal yang tidak mungkin. Media massa pada hakikatnya memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena memiliki fungsi yang beraneka ragam dalam setiap segi kehidupan. Melalui media massa, masyarakat dapat mengakses berbagai macam informasi yang dibutuhkan, bahkan yang tersedia dari seluruh penjuru dunia sekalipun.

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media online (internet) (Ardianto, 2007: 103).

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 sekadar 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.

Penyampaian pesan melalui film terjadi dalam sebuah proses yang berdampak signifikan bagi para penonton. Ketika masyarakat 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 terdapat dalam sejumlah adegan film akan membekas dalam jiwa penonton, sehingga pada akhirnya pesan-pesan itu membentuk karakter penonton (Ardianto, 2004: 136).

Film merupakan bayangan 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 itu merupakan 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 (Sobur, 2001: 128). Sebab, film mempunyai kelebihan bermain pada sisi emosional.

Film mempunyai pengaruh yang lebih tajam untuk memainkan emosi pemirsa. Berbeda dengan buku yang memerlukan daya pikir aktif, penonton film cukup bersifat positif. Hal ini dikarenakan sajian film adalah sajian siap untuk dinikmati. Selanjutnya, film sebagai media komunikasi dapat berfungsi sebagai media dakwah yang bertujuan mengajak kepada kebenaran. Dengan berbagai kelebihannya, film menjadikan pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat menyentuh penonton tanpa harus menggurui. Maka tidak heran bila penonton tanpa disadari berperilaku serupa dengan peran dalam suatu film yang pernah ditontonnya.

Saat ini, perkembangan perfilman di Indonesia sudah mengalami kemajuan pesat terlihat dengan antusias masyarakat terutama remaja yang gemar menonton di bioskop. Akan tetapi sangat 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 berbumbu melodrama percintaan serta film-film dengan judul kontroversial serta film horror dan seks. Padahal film tersebut tak jarang dikemas dengan adegan seks para pemainnya yang sangat jauh dari nilai-nilai luhur bangsa Indonesia. Hal tersebut dikhawatirkan akan merusak moral generasi muda dan juga film-film.

Dari sekian banyak produksi film di Indonesia, hanya sedikit sekali yang memproduksi film yang bertema Islami. Padahal banyak hal-hal menarik untuk diungkapkan dalam film Islami yang bukan hanya menyoroti masalah religi saja, melainkan juga sisi kehidupan sosial masyarakat. Akan tetapi, memberikan label Islami pada sebuah film, tentu perlu dicermati dari banyak sisi. Karena terus terang saja bahwa dunia film ini umumnya “dikuasai” oleh kalangan kapitalis yang hanya mencari keuntungan semata. Bahkan dewasa ini film telah menjelma sebagai sebuah industri bisnis. Dalam kondisi seperti itu, sangat sulit memikirkan kualitas film, apalagi bicara film religi atau Islami.

Di Indonesia, dahulu pernah muncul film-film religi yang banyak mengandung pesan moral yang sangat baik untuk dicontoh, seperti *Wali Songo*, dan *Fatahillah*. Akan tetapi 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 horror yang banyak menyedot perhatian masyarakat dan menimbulkan rasa penasaran bagi penonton.

Akan tetapi lambat laun permintaan pasar terhadap jenis film melodrama dan horror pun mulai menurun. Sebaliknya, antusiasme masyarakat terhadap film bernafaskan Islam mulai bangkit sejak hadirnya film *Ayat-ayat Cinta* beberapa tahun silam. Kesuksesan film *Ayat-ayat Cinta* diikuti oleh beberapa film religi lain seperti film *99 Cahaya dari Langit Eropa* serta *Surga yang Tak Dirindukan* yang baru-baru ini tayang di bioskop Tanah Air. Hal tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa penonton Indonesia merindukan film dakwah yang berkualitas. Keberhasilan film *Ayat-ayat Cinta*, *99 Cahaya dari Langit Eropa* dan *Surga yang Tak Dirindukan* dapat menjadi terobosan baru bagi perkembangan dakwah Islam.

Pengertian dakwah ditinjau dari segi bahasa berarti panggilan, seruan atau ajakan. Sedangkan menurut Syekh Ali Mahfudz (dalam Suparta, 2003: 7), dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dakwah harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman sehingga dakwah lebih efektif dan bisa diterima masyarakat luas dan di era yang sudah canggih kegiatan dakwah dapat disampaikan dengan berbagai cara. Banyak media yang bisa digunakan dalam melakukan aktifitas dakwah, salahsatunya yaitu menggunakan media film.

Film dakwah berkualitas bukan semata film yang penuh dan dibanjiri pesan dakwah yang menjemukan, tetapi bagaimana pesan-pesan dakwah itu dikemas sedemikian rupa, sehingga mudah dipahami oleh penonton. Di samping itu film dakwah bukanlah film yang penuh dengan gambaran mistik, supranatural atau berbau tahayul. 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, maka 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 yang berkualitas.

Film dakwah yang kembali ditayangkan salah satunya adalah film “InsyaAllah Sah”. Film “InsyaAllah Sah” adalah film yang bergenre drama komedi hasil garapan MD Pictures yang disutradarai oleh Benni Setiawan. Film “InsyaAllah Sah” merupakan adaptasi dari novel yang berjudul

“InsyaAllah Sah” yang dikarang oleh Archi TM. Film ini dirilis pada 25 juni 2017.

Film ini menceritakan tentang dua orang yang terjebak di dalam lift yaitu Raka (Pandji Pragiwaksono) seorang pemuda yang lugu, relegius dan aneh serta Silvi (Titi Kamal) wanita cantik yang tidak taat agama. Karena panik terjebak di dalam lift Silvi bernazar jika lift terbuka dan selamat ia akan berubah menjadi wanita yang taat pada perintah Allah. Ternyata, sedetik setelah ia mengucapkan nazar itu, pintu lift terbuka. Sejak saat itu Silvi selalu dibayangi Raka yang selalu mengingatkan nazarnya di lift.

Fenomena yang digambarkan pada film “InsyaAllah Sah” sangat sering dijumpai dalam kehidupan nyata, saat ini orang yang melakukan pacaran sebelum pernikahan serta dengan santainya memeluk dan mencium pasangan mereka padahal belum menjadi pasangan yang sah secara agama dan hukum, serta apa yang mereka lakukan menjerumuskan mereka pada perzinahan. Serta film ini juga menggambarkan fenomena budaya di Indonesia ketika akan melaksanakan pernikahan mencari tanggal baik dan bertanya pada dukun apakah pasangan tersebut cocok atau tidak, padahal dalam Islam semua tanggal bagus untuk menikah dan mempercayai perkataan dukun sama saja dengan syirik dan syirik merupakan dosa besar yang tidak di ampuni oleh Allah.

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengampuni dosa syirik, dan Dia mengampuni segala dosa yang selain dari (syirik) itu, bagi siapa yang

dikehendaki-Nya. Barangsiapa yang mempersekutukan Allah, maka sungguh ia telah berbuat dosa yang besar" QS. An-Nisa: 48

Film “InsyaAllah Sah” menarik untuk diteiti karena dalam menyampaikan pesan dakwah dibumbui dengan unsur komedi yang menggelitik tetapi pesanya sangat sarat akan makna.

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2009: 9). Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. (Cangara, 2008: 126).

Menurut Joseph Luft dan Harington Ingham (dalam Sobur, 2009: 147), media massa adalah proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak bersifat masal dan alat-alat yang bersifat mekanis seperti televisi, radio, surat kabar dan lain-lain. Media massa sebagai institusi sosial masyarakat telah mampu menghubungkan khalayak yang anonim dan heterogen melalui isu yang diangkat dan informasi yang disodorkan, bahkan media kerap kali mampu menggiring opini publik tentang sebuah fenomena yang terjadi sesuai dengan pandangan media itu sendiri.

Paul Watson mengemukakan bahwa konsep kebenaran yang dianut media massa bukanlah kebenaran sejati, tetapi sesuatu yang dianggap masyarakat sebagai kebenaran. Pekerjaan media massa pada hakikatnya adalah mengkonstruksikan realitas. Isi media adalah hasil para pekerja media mengkonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya. Isi media pada hakekatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya, sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut (Sobur, 2009: 88). Tiga pertanyaan besar adalah realitas seperti apa, realitas yang bagaimana, dan realitas menurut siapa. Ada begitu banyak realitas yang dipilih dan dipilah berdasarkan ideologi dan sudut pandang untuk dituangkan dalam bentuk cerita dan diproyeksikan di layar lebar.

Tubbs dan Moss (dalam Mulyana, 2007: 65) mendefinisikan komunikasi sebagai “proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih. Pace dan Faules yang selaras dengan Tubbs dan Moss menyatakan terdapat dua bentuk umum tindakan yang dilakukan orang yang terlibat komunikasi, yaitu penciptaan pesan dan penafsiran pesan. Pesan disini tidak harus berupa kata-kata, namun bisa juga merupakan pertunjukan (*display*), termasuk pakaian, perhiasan, dan riasan wajah, atau lazimnya disebut pesan nonverbal.

Dari penjabaran diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap pesan dakwah dengan menjadikan film ““InsyaAllah Sah”” sebagai

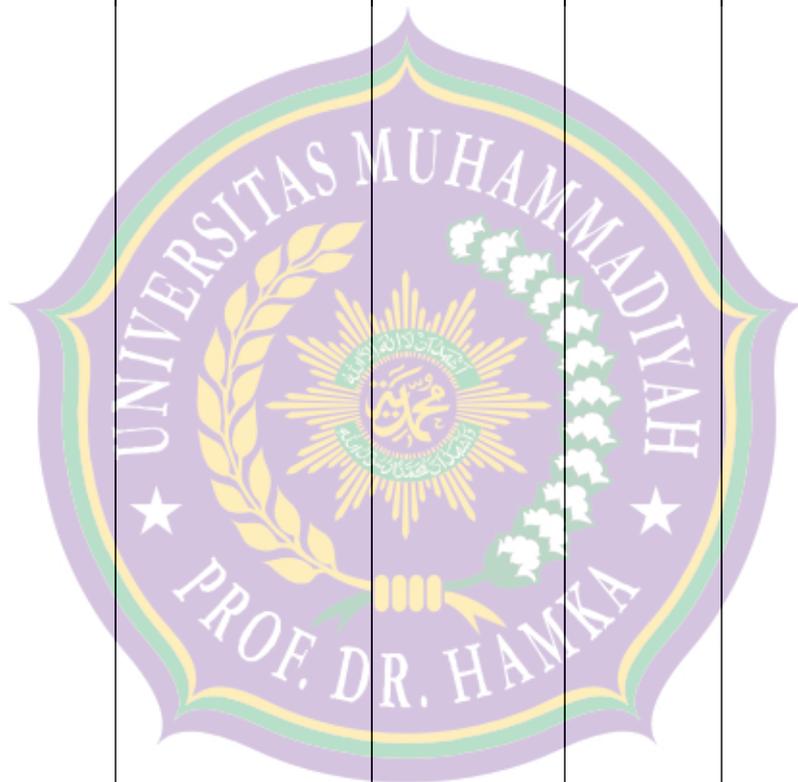
obyek penelitian. Sehingga peneliti mencoba mengangkat judul “Pesan Dakwah Dalam Film “InsyaAllah Sah”.

Dalam penelitian ini penulis menelusuri penelitian terdahulu sebagai sebagai reverensi penelitian penulis yaitu :

No.	Nama	Fokus	Paradigma	Teori	Metodelogi	Temuan
1.	Linda Windaningrum, Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UHAMKA Tahun 2014	Konstruksi Lirik Lagu Pada Group Band Metal Purgatory Sebagai Pesan Dakwah (Analisis Isi Album 7:172)	Konstruktivis	Konstruksi Realitas Sosial.	Analisis Isi	Hasil penelitian menunjukkan setiap lagu dalam album 7:172 mengandung pesan dakwah yang terdiri atas pesan dakwah akidah, syariah dan akhlak. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi penulisan lirik lagu dalam album 7:172, yakni faktor internal (latar belakang pencipta lagu), faktor eksternal (penilaian masyarakat luarmengenai band

						metal yang berdakwah) dan faktor pemahaman agama.
2.	Agi Febriana R, Program Studi Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA Riau Tahun 2016.	Pesan Dakwah Dalam Film Sang Kiai (Analisis Semiotika)	Konstruktivis	Teori Semiotika Ferdinand De Saussure	Analisis Isi Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan film sang Kiai mengandung materi pesan dakwah seperti pesan akidah, syariah dan akhlak baik secara verbal dan nonverbal.
3.	Ismayani, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar, 2017	Pesan Dakwah dalam Film "Aku Kau dan KUA" (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)	Konstruktivis	Teori Semiotika Ferdinand De Saussure	Analisis Semiotika	pesan dakwah yang terkandung dalam film "Aku Kau dan KUA" di antaranya: <i>ta'aruf</i> (saling mengenal) , pernikahan merupakan sunnah Rasulullah, sholat sebagai kewajiban umat muslim, hijab merupakan kewajiban kaum

						<p>hawa untuk menutup aurat, poligami berarti boleh-boleh saja asalkan bisa berbuat adil kepada istri-istrinya, ikhlas berarti merelakan atau menerima peristiwa yang terjadi dengan lapang dada, komunikasi Islam berkata jujur (<i>Qaulan sadidan</i>) merupakan perkataan yang benar, dan komunikasi Islam berkata lemah lembut yang merupakan komunikasi yang santun dan ramah.</p>
--	--	--	--	--	--	---



4.	Rahmat Junaidi, Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UHAMKA Tahun 2017	Pesan Dakwah dalam Film IsyaAllah SAH.	Konstruktivis	Konstruksi Realitas Sosial	Analisis Isi Kualitatif	Belum melakukan Penelitian
----	--	--	---------------	----------------------------------	----------------------------	-------------------------------

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu peneliti akan meneliti pesan dakwah yang terdapat pada film IsyaAllah SAH. Film yang berbeda serta cerita yang berbeda pula memiliki perbedaan pesan dakwah didalamnya, dan teori yang digunakan pada penelitian ini juga berbeda dengan penelitian terdahulu.

### 1.2. Rumusan Masalah

Peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa pesan dakwah yang terkandung dalam film “InsyaAllah Sah”?
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pesan dakwah dalam film ”InsyaAllah Sah”?

### 1.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus pada:

Pesan dakwah, yakni seluruh yang meliputi pesan yang mengandung ajaran Islam yang terdapat pada film “InsyaAllah Sah”.

### 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memahami apa pesan dakwah yang terkandung dalam film “InsyaAllah Sah”.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pesan dakwah dalam film “InsyaAllah Sah”

### 1.5. Kontribusi Penelitian

#### 1.5.1. Kontribusi Akademis

Untuk menambah kajian dan pemahaman dalam bidang ilmu komunikasi khususnya yang menggunakan analisis isi kualitatif, sebagai landasan serta pengalaman bagi peneliti lain agar dapat melakukan penelitian selanjutnya.

#### 1.5.2. Kontribusi Metodologis

Secara Metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah yang terkandung dalam film “InsyaAllah Sah”.

### 1.5.3. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang pesan dakwah yang terdapat pada film “InsyaAllah Sah” dan memberikan tambahan pengetahuan tentang ajaran Islam.

### 1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Peneliti memiliki kelemahan dan keterbatasan dalam penelitian yang akan diteliti yaitu, penulis tidak bisa mewawancarai produser dan pemeran utama pada film tersebut

### 1.7. Sistematika Penulisan

Agar mudah dalam penyampaian informasi dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun skripsi ini secara sistematis yang dibagi dalam lima bab dengan susunan sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, kontribusi penelitian, serta sistematika penulisan yang berhubungan dengan hasil penelitian.

#### BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang paradigma, definisi komunikasi secara umum, komunikasi massa, pengertian, dakwah, analisis isi kualitatif, dan teori lainnya.

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode dan jenis penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu, lokasi, jadwal penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro, Q-Aness. 2007. *Filsafat dan Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Djamal, Hidajanto. Andi Fachruddin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adiyati Bakti.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS
- Kansil, dan Julianto. 1988. *Sejarah Perjuangan Pergerakan Kebangsaan Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Dennis. 2004. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Morrisan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yoga.
- Sobur, Alex. 2009. *Analisis teks Media, Pengantar Untuk analisis Wacana, Analisis Semiotik, Analisis Framing*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sholeh, H.A Rosyad. 2010. *Menajemen Dakwah Islam*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.

#### **Sumber Karya Ilmiah/ Skripsi:**

- Ferdiansyah, Dian. 2017, *Pesan Dakwah Dalam Film Kukejar Cinta Ke Negeri Cina (Analisis Semiotik Charles Sander Pierce)*, Institut Agama Islam Surakarta.
- Risriyanti. 2016, *Pesan Dakwah Dalam Film “ Assalamualaikum Beijing” (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

#### **Sumber dan Referensi:**

1. Sumber <http://www.risalahislam.com/2014/03/pengertian-dan-metode-dakwah-islam.html> Diakses pada tanggal, 18 November 2017. Pukul 18:57 WIB
2. Sumber [http://www.mdentertainment.co/md\\_entertainment](http://www.mdentertainment.co/md_entertainment) diakses pada 22 November 2017 pukul 01:28.
3. Sumber <https://konsultasisyariah.com/28663-berdoa-itu-wajib.html> diakses pada tanggal 30 November 2017 pada pukul 18.30 WIB
4. Sumber: <http://binbaz.atturots.or.id/berita-hanya-amalan-yang-menemani-di-alam-kubur.html#ixzz4zoR8oGeH> diakses pada tanggal 30 November 2017 pada pukul 18.30 WIB
5. Sumber <https://muslim.or.id/8601-keutamaan-menyantuni-anak-yatim.html> diakses pada tanggal 30 November 2017 pada pukul 19.15 WIB
6. Sumber [http://www.mdentertainment.co/md\\_entertainment](http://www.mdentertainment.co/md_entertainment) diakses pada 22 November 2017 pukul 01:28

7. Sumber <http://www.renunganislam.com/2016/05/inilah-hukum-suap-menyuap-dalam.html> diakses pada tanggal 30 November 2017 pada pukul 19.33 WIB Sumber <https://id.wikipedia.org/wiki/Istighfar> diakses pada tanggal 30 November 2017 pada pukul 19.30 WIB

