



ANALISIS ISI KUALITATIF PESAN HIJRAH DALAM FILM

ZHARFA KARYA FERI GUMPA 2019

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama: Bungsu Ibrahim

NIM: 1406015023

Peminatan: Penyiaran



Uhamka
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA

JAKARTA, 2021

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

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bungsu Ibrahim
NIM : 1406015023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul : Analisis Isi Kualitatif Pesan Hijrah Dalam Film Zharfa Karya Feri Gumpa 2019

Demi Allah SWT, Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya adalah plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan hasil ujian skripsi saya dan atau pencabutan gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29 Juli 2021
Yang Menyatakan


Bungsu Ibrahim

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Proposal : Analisis Isi Kualitatif Pesan Hijrah Dalam Film Zharfa
Karya Feri Gumpa 2019
Nama : Bungsu Ibrahim
NIM : 1406015023
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pemintan : Penyiaran

Telah diperiksa dan di setujui
Untuk mengikuti ujian sidang skripsi oleh

Pembimbing I

Abdul Khohar, S.Sos., M.I.Kom.

Tanggal: 28 Juli 2021

Pembimbing II

Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si.

Tanggal: 29 Juli 2021

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Proposal : Analisis Isi Kualitatif Pesan Hijrah Dalam Film Zharfa
Karya Feri Gumpa 2019

Nama : Bungsu Ibrahim

NIM : 1406015023

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pemintan : Penyiaran

Telah dipertahankan dihadapan penguji pada sidang skripsi
yang dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 31 Juli 2021
dan dinyatakan LULUS.



Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si.
Penguji I
Tanggal: 02 September 2021



Dra. Tellys Corliana, M.Hum
Penguji II
Tanggal: 04 September 2021



Abdul Kohar, S.Sos, M.I.Kom.
Pembimbing I
Tanggal: 05 September 2021



Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si.
Pembimbing II
Tanggal: 05 September 2021



Mengetahui,
Dekan

Dra. Tellys Corliana, M.Hum

ABSTRAK

Judul Skripsi	: Analisis Isi Kualitatif Pesan Hijrah Film Zharfa Karya Feri Gumpa 2019
Nama	: Bungsu Ibrahim
NIM	: 1406015023
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Penyiaran
Halaman	: 140+ xv halaman+ +2 bagan+ 3 tabel + 17 gambar
Referensi	: 5 Jurnal + 3 Skripsi + 11 buku
Kata Kunci	: Analisis Isi, Film Zharfa, Pesan Hijrah

Di awal milenium baru ini, tampaknya ada semangat baru dalam industri perfilman Indonesia, khususnya untuk film-film bertema religi. Di kalangan masyarakat ada sebuah gerakan hijrah yang dimana mereka mentransformasikan gerakan hijrah ini melalui sebuah film yang bergenre religi. Salah Satu Film tersebut adalah film Zharfa. Film ini banyak mengandung tanda-tanda yang memiliki makna pesan hijrah di dalamnya. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pesan hijrah dalam film Zharfa menurut analisis isi kualitatif.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori media baru (*new media*). Dengan demikian maka peneliti mengumpulkan beberapa Scene untuk dianalisis dengan menggunakan konsep analisis isi. Sehingga mendapatkan pesan hijrah yang terkandung dalam film Zharfa tersebut.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yaitu deskriptif, metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis isi kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi yang disampaikan dalam bentuk lambang yang terdokumentasi atau dapat didokumentasikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam film Zharfa peneliti menemukan ada 7 *Scene* yang mengandung pesan hijrah yang mewakili konsep di dalam teori media baru (*new media*). Sehingga peneliti menemukan pesan Hijrah yang terkandung dalam film Zharfa yaitu ikhlas, menutup aurat, lemah lembut, nasehat, menyeru kepada kebajikan, tidak mengulangi kesalahan kejujuran.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Pembatasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Kontribusi Penelitian	8
1.5.1. Kontribusi Akademis	8
1.5.2. Kontribusi Metodologis	8
1.5.3. Kontribusi Praktis	9
1.5.4. Kontribusi Sosial	9
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan Penelitian	10

BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu	11
2.2. Paradigma Konstruktivisme.....	17
2.3. Hakekat Komunikasi	19
2.3.1. Pengertian Komunikasi	20
2.3.2. Fungsi Komunikasi	21
2.3.3. Model Komunikasi <i>Harold Laswell</i>	24
2.3.4. Unsur atau Elemen Komunikasi.....	25
2.3.5. Konteks Komunikasi.....	28
2.4. Penyiaran	32
2.4.1. Pengertian Penyiaran.....	32
2.4.2. Sejarah Penyiaran.....	32
2.4.3. Karakteristik Penyiaran.....	33
2.5. Komunikasi Massa (<i>Mass Communication</i>).....	34
2.6. Teori Utama.....	36
2.6.1. Media Baru (<i>New Media</i>)	36
2.7. Film	39
2.7.1. Pengertian Film	39
2.7.2. Unsur-Unsur Film	40
2.7.3. Perkembangan Film Dunia.....	41
2.7.4. Sejarah Film Indonesia.....	43
2.8. Analisis Isi (<i>Content Analysis</i>)	45
2.8.1. Analisis Isi Kualitatif	50
2.9. Pesan Hijrah	52
2.9.1. Definisi Pesan	52

2.9.2. Definisi Hijrah	55
2.9.3. Tujuan Hijrah.....	57
2.9.4. Pesan dan Strategi Hijrah.....	58
2.9.5. Pesan Hijrah Dalam Film	60
2.9. Bagan Kerangka Teori.....	60
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	62
3.1. Pendekatan, Metode dan Jenis Penelitian.....	62
3.1.1. Pendekatan kualitatif.....	62
3.1.2. Metode penelitian.....	63
3.1.3. Jenis Penelitian.....	64
3.2. Pemilihan Media.....	65
3.2.1. Unit Analisis	65
3.2.2. Unit Pengamatan	66
3.3. Teknik Pengumpulan Data	66
3.4. Teknik analisis data	67
3.5. Bagan Alur Penelitian	68
3.6. Jadwal Penelitian.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1. Deskripsi Subyek Penelitian.....	70
4.1.1. Sekilas Zharfa.....	70
4.1.2. Tim Produksi Film Zharfa.....	71
4.1.3. Tokoh dan Karakter Dalam Film Zharfa.....	72
4.1.4. <i>Scene</i> Film Zharfa	79
4.2. Hasil Penelitian.....	110
4.2.1. Pesan Hijrah Dalam Film Zharfa	126

4.3. Pembahasan	131
4.3.1. Pesan Hijrah Dalam Film Dalam Perspektif Media Baru	131
4.3.1. Trend Hijrah Dalam Perfilman Indonesia	132
BAB V PENUTUP	134
5.1. Simpulan.....	134
5.2. Saran	135
5.2.1. Saran Akademis	135
5.2.2. Saran Metodologis	136
5.2.3. Saran Praktis	136
5.2.4. Saran Sosial.....	136
DAFTAR PUSTAKA	137
LAMPIRAN-LAMPIRAN	139

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Matriks Kajian Terdahulu	Error! Bookmark not defined. 6
Tabel 3. 1. Jadwal Penelitian.....	699
Tabel 4. 1. <i>Scene</i> Film Zharfa	799



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1. Poster Film Zharfa.....	70
Gambar 4. 2. Zharfa	72
Gambar 4. 3. Nadya	73
Gambar 4. 4. Ustadz Abduh.....	74
Gambar 4. 5. Aminah	75
Gambar 4. 6. Ustad Furqan	76
Gambar 4. 7. Kyai Soleh.....	77
Gambar 4. 8. Umi Salwa	77
Gambar 4. 9. Ahmad	78
Gambar 4. 10. Zaenab	79
Gambar 4. 11. Kyai Soleh Berdiskusi dengan Ibunya Zharfa.....	111
Gambar 4. 12. Ustad Furqon Menyampaikan Aturan	113
Gambar 4. 13. Furqon dan Aminah Mengajak Salat Berjamah	115
Gambar 4. 14. Zharfa Merenung.....	117
Gambar 4. 15. Belajar Membaca Al-Quran	120
Gambar 4. 16. Zharfa Menyesali Perbuatannya.....	123
Gambar 4. 17. Mamah Zharfa yang Sedang Jujur Kepada Zharfa.....	125

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1. Kerangka Teori	61
Bagan 3. 1. Alur Penelitian	688



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Hijrah merupakan salah satu fenomena yang sedang mewabah di kalangan mahasiswa. Menurut Syaikh Ahmad bin Muhammad al-Fayumi menulis dalam kamusnya, *al-Mishbah al-Munir fi Ghorib asy-Syarh al-Kabir*, hijrah secara bahasa berasal dari bahasa Arab, *haajaro - yuhaajiru - muhajarotan wa hijrotan*. Dimana kata ini berasal dari akar kata *hajaro - yahjuru - hajron* yang bermakna meninggalkan (*at-tarku*), berpaling (*al-i'rodh*), memutuskan (*al-qoth'u*) dan menahan (*al-man'u*). Secara garis besar hijrah terdiri dari dua macam, yaitu hijrah *makaniyah* dan hijrah *maknawiyah*.

Maksud hijrah *makaniyah* adalah hijrah secara fisik berpindah dari suatu tempat yang kurang baik menuju yang lebih baik, dari negeri kafir menuju negeri Islam. Adapun hijrah *maknawiyah* artinya berpindah dari nilai yang kurang baik menuju nilai yang lebih baik, dari kebathilan menuju kebenaran, dari kekufuran menuju keislaman. Hijrah merupakan urusan yang berat dan sulit. Terdapat banyak rintangan untuk melakukannya, karena berbuat baik itu jauh beribu kali lebih sulit dibandingkan dengan berbuat jahat, maka dari itu Allah menjanjikan surgaNya, oleh karena itu hijrah mempunyai kedudukan yang sangat tinggi di sisi Allah SWT. Sebagai insan Muslim, hijrah adalah suatu keniscayaan.

Pemaknaan hijrah itu bergantung pada situasi dan kondisi yang mengitarinya. Hijrah tidak akan dilakukan tanpa adanya pertimbangan dan pemikiran yang mendalam. Hingga hijrah itu dilakukan sebagai bentuk pilihan yang aplikatif berdasar pada kesadaran dan keterpanggilan menjalankan agama Allah dan menegakkannya di muka bumi.

Jika diamati lebih dalam, gerakan hijrah amat populer di kalangan anak muda kelas menengah perkotaan. Hal ini terjadi karena memang kampanye hijrah paling masif dilakukan di media sosial, di mana pengguna terbesarnya adalah anak muda kelas menengah perkotaan. Penyebab lainnya, berhijrah itu butuh biaya besar. Perubahan penampilan (khususnya bagi perempuan) misalnya, butuh biaya yang tidak sedikit. Alasan-alasan itulah yang membuat hijrah tidak populer di kalangan bawah. Gerakan apapun, ketika skalanya nasional dan berdampak besar, dapat dipastikan bisa terjadi karena gerakan tersebut terorganisasi dengan baik dan terpusat. Aksi bela Islam pada 2016 silam adalah contoh gerakan seperti ini.

Sebaliknya, dan ini yang menarik, gerakan hijrah sama sekali tidak terorganisasi dan terpusat. Gerakan ini tidak memiliki ketua, koordinator, atau penanggung jawab utama yang bertugas memastikan gerakan ini berjalan dengan baik. Gerakan hijrah dilakukan dalam skala lokal di hampir semua kota di Indonesia. Dan, di setiap kota pun gerakan ini tidak terpusat pada satu komunitas saja. Bisa ada puluhan, atau mungkin ratusan, komunitas hijrah di tiap kota, yang antara komunitas satu dengan yang lain boleh jadi tidak saling mengenal. Ada dua faktor Gerakan hijrah tidak terorganisir.

Pertama, fenomena ini adalah salah satu dampak turunan dari kebijakan pemerintah di masa lalu. Jika melihat sedikit ke belakang, fenomena ini sebenarnya tidak mengagetkan. (Heriyanti,2015:15) menyatakan bahwa telah terjadi kebangkitan Islamisasi menjelang berakhirnya kekuasaan Orde Baru. Kelompok Islam yang sebelumnya dianggap sebagai ekstrem kanan, kemudian dirangkul dan dijadikan sekutu baru pemerintahan Soeharto untuk memperkuat posisi politiknya yang saat itu tengah melemah.

Itulah masa ketika penggunaan hijab tidak lagi dilarang, dan kelompok-kelompok Islam mulai menyatakan aspirasi politiknya secara terbuka tanpa perlu takut ditindas oleh rezim penguasa. Hijrah, dalam konteks ini, adalah dampak turunan dari kebijakan tersebut.

Kedua, gerakan hijrah adalah gerakan yang disponsori oleh industri. Sudah bukan rahasia lagi kalau industri mengkomodifikasikan apapun yang bisa diperjualbelikan, tidak terkecuali dalam hal ketaatan beragama. Sebelum kampanye hijrah dilakukan secara masif, industri sudah lebih dulu mengkooptasi ketaatan beragama masyarakat untuk kepentingan komersil. Hal ini bisa kita lihat dari diproduksinya pakaian dan beragam produk kecantikan seperti sabun, shampo, serta rias wajah khusus untuk muslimah. Produk-produk kecantikan ini bahkan sampai mengadakan beragam kontes kecantikan khusus untuk perempuan muslim berhijab.

Maraknya gerakan hijrah pun tidak lepas dari dukungan industri. Aktivitas kampanye beberapa komunitas hijrah, seperti mengadakan seminar yang mengundang ustad kondang, juga disokong penuh oleh industri. Tapi,

bukan berarti industri mendominasi keadaan dan pelaku hijrah patuh begitu saja pada apapun yang menjadi kehendak industri. Bukan juga pelaku hijrah yang mendominasi situasi, dan industri yang justru didikte untuk menyediakan apapun yang menjadi kebutuhan pelaku hijrah.

Relasi antara pelaku hijrah dan industri lebih tepat dilihat sebagai hubungan yang dialektis dan saling menguntungkan: ketaatan menjalankan syariat Islam menemukan perwujudannya dalam sistem perekonomian yang berorientasi pada industri, dan industri memberikan respons terhadap fenomena ini sebagai salah satu sumber pendapatan yang akan menyokong keberlangsungan hidupnya.

Salah satu contoh hubungan yang dialektis ini bisa kita saksikan dalam tayangan televisi dengan ditampilkannya selebriti muda yang telah menjalani hijrah. Melalui industri penyiaran, seperti film yang menyampaikan pesan-pesan hijrah agar masyarakat semakin meningkatkan kualitas ketakwaannya.

Hijrah pun kini seakan menjadi trend atau gaya hidup kebanyakan orang. Bisa kita ketahui, bahwa dampak dari maraknya hijrah kini banyak brand-brand yang mengeluarkan produknya dengan mengaitkan pada fenomena hijrah, seperti produk kecantikan, fashion, dan lain-lain. Bahkan tidak jarang ada perlombaan yang bertemakan hijrah atau beraromakan keagamaan. Melihat pada penjelasan diatas mengenai hijrah, sesungguhnya hijrah atau berhijrah itu tidaklah mudah, tetapi kepopuleran mengenai hijrah tidak akan hilang begitu saja, bahkan cenderung meningkat. Hal tersebut dipengaruhi oleh perkembangan zaman dan teknologi saat ini sangat mudah

untuk diakses, tidak sedikit pula orang yang mem-publish foto, video dan kata-kata yang bersangkutan dengan hijrah melalui sosial media, youtube dan web. Belum lagi dengan banyaknya musisi, artis atau *public figure* yang berhijrah dengan merubah penampilan juga perilakunya. Hal-hal tersebutlah yang menunjang munculnya fenomena hijrah dikalangan remaja atau mahasiswa. Namun fenomena ini tidak ramai disemua kalangan, fenomena ini hanya ramai dikalangan menengah hingga atas karena faktanya, berhijrah itu memerlukan biaya yang mungkin tidak sedikit, paling tidak minimal penampilannya harus diubah. Itu pula yang menjadi salah satu faktor bahwa sebenarnya berhijrah itu tidaklah mudah.

Hijrahnya seseorang bisa terjadi karena adanya pendorong dari keluarga, teman ataupun bisa melalui tayangan sebuah film. Film merupakan produk dari media massa yang sangat populer. Film disebut media massa karena merupakan bentuk komunikasi yang menghubungkan komunikator dan komunikator melalui saluran (media) yang memiliki arti banyak, tersebar dimana-mana dan menghasilkan efek tertentu. Karena film memberikan dampak yang besar bagi masyarakat, penulis menyimpulkan bahwa media dakwah yang digunakan untuk dakwah adalah film.

Film merupakan media hiburan dan salah satu fungsi komunikasi. Dibandingkan dengan media massa lainnya, film menyediakan tempat bagi penontonnya. Tidak hanya menyajikan jalan cerita yang menarik, namun gambar dan efek suara dapat menciptakan suasana bagi penonton dan membuat film tidak pernah bosan. (McQuail, 2010: 35-36) Menurut sejarah

dan perkembangan film, sejarah mencatat tiga tema, yaitu munculnya genre seni film, lahirnya film dokumenter sosial, dan penggunaan film. Film digunakan sebagai media promosi. Sebagai media propaganda, film memiliki pengaruh besar pada realisme, pengaruh emosional dan popularitas, karena dapat mencakup banyak orang dalam waktu singkat, dan dapat memanipulasi permukaan informasi foto tanpa kehilangan keaslian dan kredibilitasnya.

Di awal milenium baru ini, tampaknya ada semangat baru dalam industri perfilman Indonesia, khususnya untuk film-film bertema "Dakwah". Seperti film-film luar biasa seperti Perempuan Berkalung Sorban, Alif Lam Mim, Harim Di Tanah Haram, dan Ajari Aku Islam, Mereka memberikan kesempatan bagi para pembuat film Dakwah. Realitas saat ini tidak hanya film horor, film roman atau komedi remaja yang dapat diterima masyarakat, tetapi juga film dengan karakter islami juga bisa mendapatkan rating tinggi. Sehingga hal ini bisa menjadi modal besar bagi dakwah untuk mentransformasikan nilai-nilai Islam di media ini.

Di zaman sekarang orang tua seharusnya menjadi guru bagi anak-anaknya sehingga anak-anaknya mempunyai karakter dan perilaku yang baik. Namun karena permasalahan keluarga antara ayah dan ibu membuat karakter anak menjadi emosional, karena adanya perceraian kedua orang tua, padahal sang anak butuh bimbingan dari kedua orang tua. Dengan adanya suatu film ini bisa memberikan suatu solusi untuk membuat rumah tangga semakin rukun, Karena di sebuah film terdapat banyak pesan hijrah yang terkandung di dalamnya.

Di era modern sekarang pun orang tua dan anak itu sangatlah berjauhan karena mempunyai kesibukan masing-masing. Apalagi anak zaman sekarang sudah kenal dengan namanya *gadget* yang jiwa sosialnya berkurang, mereka sibuk dengan bermain media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *tiktok* dan lain-lain. Untuk itu jalan yang terbaik adalah memasukkan sang anak ke sebuah pesantren, karena di pesantrenlah tempat untuk mendidik karakter dan perilaku menjadi lebih baik.

Salah satu film yang mempunyai pesan hijrah adalah film *Zharfa* yang *direlease* pada tahun 2019 yang berdurasi 96 menit. Film *Zharfa* menceritakan perjalanan hijrah seorang gadis cantik yang bernama Zharfa yang terdampar di sebuah pondok pesantren di pedalaman Jawa Barat karena masalah keluarga. Dengan karakter yang sangat emosional dan jauh dari pendekatan agama maka orang tuanya pun memasukkan Zharfa ke sebuah pondok pesantren tersebut. Karena orang tuanya ingin Zharfa itu berubah menjadi lebih baik

Peneliti melihat banyak film yang hanya memberikan hiburan bagi penontonnya, jauh dari nilai-nilai agama, dan tidak banyak mengandung informasi khutbah. Dalam sebuah film berjenis drama religi, kita sedikit banyak akan menemukan pesan moral yang dihadirkan dengan latar belakang seorang gadis tomboy yang memiliki banyak masalah, terutama masalah keluarganya yang mengharuskan ibunya masuk ke negara tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti analisis isi kualitatif pesan hijrah dalam film *Zharfa* karya Feri Gumpa 2019.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana Analisis Isi Kualitatif Pesan Hijrah Dalam Film Zharfa Karya Feri Gumpa 2019.

1.3. Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini agar tetap fokus pada masalah yang ingin dijelaskan sebagai hasil, antara lain:

1. Analisis Isi Kualitatif
2. Pesan Hijrah
3. Film Zharfa

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Analisis Isi Kualitatif Pesan Hijrah Dalam Film Zharfa Karya Feri Gumpa 2019.

1.5. Kontribusi Penelitian

1.5.1. Kontribusi Akademis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan teori Analisis Isi Kualitatif dengan konsep Hijrah pada suatu pesan khususnya untuk Analisis isi Pesan Hijrah Dalam Film Zharfa Karya Feri Gumpa 2019.

1.5.2. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam metode penelitian kualitatif dan deskriptif serta teknik analisis datanya

adalah analisis kualitatif, yaitu menganalisis data yang dimana dalam penelitian ini terfokus pada pesan hijrah dalam film Zharfa karya Feri Gumpa 2019.

1.5.3. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan bagi produser film untuk dapat memperbaiki dalam produksinya sehingga pesan yang disampaikan dalam sebuah film tersebut bisa mudah dipahami oleh masyarakat.

1.5.4. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap masyarakat dalam menambah pengetahuan tentang pesan hijrah yang terkait dengan film dan analisis isi.

1.6. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan pada penelitian ini adalah film Zharfa ini sudah tidak ada di media resmi seperti *Netflix* dan lain-lain. Sehingga peneliti mengambil filmya dari sumber youtube namun tidak ada subtitlenya.

Sedangkan keterbatasan penelitian ini adalah karena waktu yang terbatas maka penulis hanya mengambil sumber informasi atau informan yang diwawancarai adalah hanya dengan mengambil cuplikan wawancara di media youtube.

1.7. Sistematika Penulisan Penelitian

Bab I PENDAHULUAN

Membahas tentang latar belakang masalah, penelitian terdahulu, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan masalah, kontribusi penelitian, kelemahan dan keterbatasan penelitian serta sistematika penulisan penelitian.

Bab II Kerangka Teori

Berisi tentang teori yang digunakan dalam penelitian, yaitu teori komunikasi, teori komunikasi massa, teori media baru (*new media*), analisis isi (*content analysis*) dan teori-teori pendukung terkait lainnya.

Bab III Metode Penelitian

Membahas pendekatan, jenis dan metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, bagan alur penelitian dan jadwal penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Membahas hasil penelitian film Zharfa yang dikaitkan dengan analisis isi dengan teori media baru

Bab V Penutup

Membahas simpulan, saran atau rekomendasi-rekomendasi.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Baran, Stanley J. 2009. *Literasi media massa dan Budaya*, edisi. 5. New York: McGraw-Hill. hal. 6
- Budyatna, Muhammad dan Leili Mona Ganiem. 2011. *Teori Komunikasi AntarPribadi*. Jakarta: Salemba Humanika. hal. 14.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Cet. XII. Jakarta: PT.Rajagrafindo. haal.18-19.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. hal. 123.
- Cangara, Hafid. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Rajawali. hal. 126.
- Cangara, Hafid. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Rajawali. hal 126
- Eriyanto. 2012. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Jakarta: LKIS.hal.13.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, edisi keenam, volume kedua*. Jakarta: Salemba Humanika. Hal.35-36.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi ke 6, Volume 1* Jakarta: Salemba Humanika. Hal.175.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi, Cet. empat belas*. Bandung: PT. Pemuda Rosdakaria. hal. 68-69.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Riset Komunikasi: Pendahuluan*. Bandung: Pemuda Rosda Carria. hal. 45.
- Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi organisasi Lengkap. Cet. 1, Edisi 1*. Jakarta: Grassindo. hal. 2.
- Rosmawati. 2010. *Mengenal Ilmu komunikasi: Metacommunication Ubiquitous*. Bandung: Widya Padjajaran. hal. 14.
- Ruliana, Poppy dan Puji lestari. 2019. *Teori komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. hal. 09.
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard. 2011. *Teori komunikasi, sejarah, Metode dan aplikasi di media massa, Cet. Lima, edisi. Lima*, Jakarta: Kencana. hal. 13-14.
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Pengantar Filsafat Ilmu Komunikasi, Cet. dua*, Jakarta: PT Indeks, 2008. hal. 25-26.

Jurnal:

- Sumarno, 2002. *Analisis Isi dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa dan Sastra*. Jurnal Elsa. 18(2), 42-47.
<https://jurnal.omko.ac.id/index.php/elsa/articel/download/299/170>
- Ahmad. 2018. *Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)*, hal 3-7.
https://www.researchgate.net/profile/Jumal-Ahmad/publication/325965331_Desain_Penelitian_Analisis_Isi_Content_Analysis/links/5b305090a6fdcc8506cb8b21/Desain-Penelitian-Analisis-Isi-Content-Analysis.pdf
- Mackenzie, N. & Knipe, S. 2006. *Research dilemmas: Paradigms, methods and*

methodology. Issue in Educational Research, 16(2), 193-205.

Hendriyani, 2013. Analisis Isi: Sebuah Pengantar Metodologi yang Mendalam dan Kaya dengan Contoh. Vol. II, hal.64

<http://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/viewFile/7832/3899>

Rahman, 2020. *Membaca Film Sebuah Teks: Analisis Isi Film "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI)*. Vol. 1 No.2,

<https://jurnal.uai.ac.id/index.php/JAISS/article/view/462>

Sumber Internet:

<https://tirto.id/sinopsis-zharfa-film-kerja-sama-indonesia-malaysia-tayang-hari-ini-ekiR> , (Diakses tanggal 01 Juli 2021, pada pukul 09.44 WIB).

<https://www.tribunnewswiki.com/2019/11/12/film-zharfa-2019> , (Diakses tanggal 03 Juli 2021, pada pukul 08.15 WIB).

<https://mediaindonesia.com/weekend/266977/zharfa-drama-konflik-hati-remaja-berbalut-kehidupan-santri> , (Diakses tanggal 03 Juli 2021, pada pukul 08.20 WIB).

<https://www.youtube.com/watch?v=93yxbD5Jokc&t=47s> , (Diakses tanggal 04 Juli 2021, pada pukul 10.12 WIB).

