

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesulitan yang dihadapi dalam membangun ilmu dakwah adalah karena adanya domain konsep dakwah yang tidak hanya luas tetapi juga samar, sehingga menyulitkan apakah batas dari denotasi (makna yang sebenarnya)¹ dakwah itu. sekarang dakwah telah mendomain pengertian dakwah diantaranya; mengajak kepada islam, kegiatan ta'lim, kegiatan tandzir, kegiatan tahdzir, kegiatan *al – amar bi al- ma'ruf an-nahy an al – munkar, show of porces*, peningkatan kesejahteraan demi peningkatan iman, menjauhkan segala bentuk kemudharatan demi ketahanan iman dan islam, dan upaya aktualisasi ajaran islam.²

Toha yahya oemar mengemukakan dua macam definsi ilmu dakwah, yaitu definisi secara umum dan definisi menurut islam. definisi secara umum ialah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara – cara dan tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan sesuatu ideology, pendapat tertentu. Sedangkan definisi dakwah menurut islam ialah mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai peringatan tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka didunia dan akhirat.³

Dalam kehidupan sehari – hari sering dijumpai kenyataan bahwa tata cara memberikan sesuatu lebih penting dari sesuatu yang diberikan itu sendiri. Semangkok teh pahit dan sepotong ubi goreng yang

¹ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Karya Utama,), p.107

² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, ed. 1 cet.2 (Jakarta :Amzah ,2013), p.

³ A. Chaerudji Chalik, *Fiqh Dakwah* (Serang : IAIN “SMH”Banten,2011), p.6

disajikan dengan cara sopan, ramah dan tanpa sikap yang dibuat – buat, akan lebih terasa enak disantap ketimbang sporsi makanan lezat, mewah dan mahal harganya, tetapi disajikan dengan cara kurang ajar, tidak sopan dan menyakitkan hati orang yang menerimanya.

Gambaran diatas membersitkan ungkapan bahwa tata cara atau metode lebih penting dari materi, yang dalam bahasa arab dikenal dengan *Al-Thariqah min al-maddah*.Ungkapan ini sangat relevan dengan kegiatan dakwah. Betapapun sempurnanya materi, lengkapnya bahan dan aktualnya isu – isu yang disajikan, tetapi bila disampaikan dengan cara yang semberono, tidak sistematis dan serampangan, akan menimbulkan kesan yang tidak menggembirakan. Tetapi sebaliknya walaupun materi kurang sempurna, bahan sederhana dan isu – isu yang disampaikan kurang actual, namun disajikan dengan cara yang menarik dan mengugah, maka akan menimbulkan kesan yang menggembirakan. Sebagai diketahui aktivitas dakwah pada awalnya hanyalah merupakan tugas sederhana yakni kewajiban untuk menyampaikan apa yang diterima dari rasulullah SAW., Walaupun hanya satu ayat. Hal ini dapat dipahami sebagaimana yang ditegaskan oleh hadis Rasulullah SAW.: “*Ballighu ‘ani walau ayat.*” Inilah yang membuat kegiatan atau aktivitas dakwah boleh dan harus dilakukan oleh siapa saja yang mempunyai rasa keterpanggilan untuk menyebarkan nilai – nilai islam. Itu sebabnya aktivitas dakwah memang harus berangkat dari kesadaran pribadi yang dilakukan oleh perorang dengan kemampuan minimal dari siapa saja yang dapat melakukan dakwah tersebut.

Kegiatan itulah yang digeluti oleh para da’i dan da’iyah secara tradisional secara lisan, dalam bentuk ceramah dan pengajian. Para juru

dakwah ini berpindah dari satu majlis kemajlis lain, dari satu mimbar kemimbar lain. Bila dipanggil untuk berdakwah, yang terbesit dalam benak adalah ceramah agama. Maka dakwah muncul dengan makna sempit dan terbatas, yakni hanya ceramah melalui mimbar. Tak pelak lagi Perkembangan masyarakat yang semakin meningkat, tuntunan yang sudah semakin beragam, membuat dakwah tidak bias lagi dilakukan secara tradisional. Dakwah sekarang sudah berkembang menjadi satu profesi, yang menuntut *skill, planning* dan manajemen yang handal. Untuk itu diperlukan sekelompok orang secara terus – menerus mengkaji, meneliti dan meningkatkan aktivitas dakwah secara professional tersebut.⁴ Hal inilah yang ditegaskan oleh Allah SWT Dalam QS. Ali Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; mereka adalah orang-orang yang beruntung. "(QS. Ali Imran 3:104)⁵

Memahami esensi dari makna dakwah itu sendiri, kegiatan dakwah sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi islam terhadap masalah dalam kehidupan. masalah kehidupan tersebut mencakup seluruh aspek, seperti aspek ekonomi, social, budaya, hukum, politik, sains, teknologi, dsb.

⁴ Munzier Suparta dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, edisi Revisi, Cet 3 (Jakarta: Prenada Media, 2009), p.vii-viii

⁵ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya* (Depok : Al-quran dan tajwid, 2008), p.63

Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil secara actual, factual dan kontekstual. Actual dalam arti memecahkan masalah yang kekinian dan hangat ditengah masyarakat. Factual dalam arti konkret dan nyata, serta kontekstual dalam arti relevan dan menyangkut problema yang sedang dihadapi oleh masyarakat.

Oleh sebab itu, memilih cara dan metode yang tepat, agar dakwah menjadi actual, factual dan kontekstual, menjadi bahagian strategis dari kegiatan dakwah itu sendiri. Tanpa ketepatan metode dan keakuratan cara, kegiatan dakwah akan terjerumus kedalam upaya “*arang abis besi binasa* “.Aktivitas dakwah akan berputar dalam pemecahan problema tanpa solusi dan tidak jelas ujung pangkal penyelesaiannya.⁶

Dalam menghadapi era globalisasi informasi dan perkembangan teknologi akhir – akhir ini, dunia dihadapkan kepada cepatnya perkembangan arus informasi.Pemanfaatan alat –alat ini teknologi sebagai media penyampai informasi kepada khalayak, sepertinya tidak dapat dibendung. Tetapi sebaliknya, keberadaan teknologi canggih di era globalisasi informasi dan komunikasi ini harus dimanfaatkan untuk penyebaran informasi dan pesan – pesan dakwah islam.⁷

Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televise, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar.⁸ secara umum media – media

⁶ Munzier Suparta dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, edisi Revisi, Cet 3 (Jakarta:Prenada Media,2009), p.ix

⁷Samsul Munir Amin,*Ilmu Dakwah*, ed. 1 cet.2 (Jakarta :Amzah , 2013), p.112

⁸Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah ...*, p.113

benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah dikelompokkan pada media visual, media audio, media audio visual dan media cetak.

Film adalah salah satu media yang dapat memberikan pengaruh besar kepada khalayak, oleh sebab itu, film dapat menjadi salah satu media komunikasi yang baik sebagai media tabligh atau berdakwah. Sebuah film yang diproduksi tentu memiliki ideology yang ingin dibangun oleh sutradara melalui adegan, karakter maupun dialog yang diperankan oleh para tokoh dalam film tersebut. Hal itu tentu saja dipengaruhi oleh tujuan dari sang pembuat film yang akan mengemas pesan yang ingin disampaikan dalam film tersebut.

Dalam menghadapi perkembangan zaman, dakwah islamiyah tidak hanya bias dilakukan dari mimbar ke mimbar. Jika dilaksanakan pada zaman sekarang, metode ini dirasa kurang efektif, mengingat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang membawa perubahan pada keadaan masyarakat Indonesia, adanya pesan media sebagai alat komunikasi dapat memperlancar aktivitas manusia termasuk dalam aktivitas dakwah. Berdakwah melalui media tersebut diantaranya melalui Koran, majalah, internet maupun film. Akhir – akhir ini banyak sekali muncul film religi sebagai media berdakwah diantaranya adalah film sang murabbi.

Film sang murabbi merupakan salah satu film yang disutradarai oleh zul ardhia. Film yang berdurasi kurang lebih 93 menit ini bercerita banyak tentang kehidupan ustadz Rahmat Abdullah, beliau adalah salah satu ustadz kondang asal kuningan jawa barat. Sejak umur 11 tahun ustadz rahmat Abdullah menjadi anak yatim yang hidupnya penuh dengan kesederhanaan. Meskipun terlahir menjadi anak yatim, beliau selalu punya percaya diri yang tinggi untuk meraih cita – citanya yaitu

menjadi seorang guru / murabbi, baginya guru adalah paling kaya karena bisa membagi – bagikan harta kepada orang lain berupa ilmu yang dimilikinya.

Dengan film ini penulis Tertarik ingin mengetahui Bagaimana pesan Dakwah Melalui Media Elektronik yang akan digunakan dalam film sang Murabbi ?dan Ini akan menjadi menu pembahasan dalam penulisan skripsi yaitu mengenai “**DAKWAH MELALUI MEDIA ELEKTRONIK (Studi Tentang Film Sang Murabbi Karya Zul Ardhia)**”

Film sang murabbi merupakan film yang layak untuk disaksikan, film ini merupakan sebuah film documenter yang menceritakan kisah kehidupan sosok yang perlu dicontoh. Dialog – dialog maupun monolog dibeberapa *scene* (adegan)⁹ yang dilakukan oleh tokoh utama dalam film tersebut. Sungguh memberikan pelajaran berharga metode dakwah dan komunikasi ini mengalir dengan baik, selain itu film ini mengandung banyak inspirasi dalam telaah pengembangan dan sinergi dakwah ditubuh muslim.

B. Perumusan Masalah

Dari permasalahan film ini penulis dapat mengambil suatu rumusan masalah sebagai berikut :

- a) Bagaimana Pesan dakwah yang digunakan dalam film sang murabbi ?
- b) Bagaimana Metode dakwah Yang digunakan dalam film sang murabbi ?

⁹ Sutan Rajasa, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya:Karya Utama,), p.556

C. Tujuan Penelitian

Dengan bertitik tolak pada perumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah

- a) Untuk mengetahui Pesan dakwah yang digunakan dalam film sang murabbi?
- b) Untuk mengetahui metode dakwah yang digunakan dalam film sang murabbi ?

D. Kerangka Pemikiran

Islam Adalah agama dakwah artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Maju mundurnya umat islam sangat berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya, karena itu al – qur'an dalam menyebut kegiatan dakwah dengan ahsanu qaula. Dengan kata lain bisa disimpulkan bahwa dakwah menepati posisi yang tinggi dan mulia dalam kemajuan agama islam, tidak dapat dibayangkan apabila kegiatan dakwah mengalami kelumpuhan yang disebabkan oleh berbagai factor terlebih pada era globalisasi sekarang ini, dimana berbagai informasi masuk begitu cepat dan isntan yang tidak dapat dibendung lagi. Umat islam harus dapat memilih dan menyaring informasi tersebut sehingga tidak bertentangan dengan nilai – nilai islam¹⁰.

Dalam hal ini, dakwah ditinjau dari segi komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan – pesan berupa ajaran islam yang disampaikan secara persuasive dengan harapan agar

¹⁰ M. Munir, *Metode Dakwah*, Ed Revisi Cetakan 3 (Jakarta : Kencana,2009) p.4

komunikasikan dapat bersikap dan berbuat amal saleh sesuai dengan ajaran yang didakwahnya. Pada konteks inilah kemunculan mubaligh – mubaligh kenamaan yang dipopulerkan media massa (terutama televisi). Mendapatkan posisinya. Para dai populer seperti Abdullah Gymnastar, Muhammad arifin, Ihsan Tanjung, Jefri Al-Bukhori dan sebagainya merupakan sosok mubaligh – mubaligh “instan” yang berhasil bukan hanya karena “penguasaan” agamanya saja, Namun menjadi besar menjadi besar justru karena kemamuan komunikasinya, baik alat maupun teori dan cara yang mereka pakai, yang lebih dekat ke arah komunikasi pada “dakwah” dalam arti konvensional.¹¹

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari al-qur’an dan hadis dengan menggunakan lambang – lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.¹² Berikut ini akan kita kaji prinsip – prinsip pendekatan komunikasi yang terkandung dalam qawli/ kata dalam al-quran meliputi :

- a) Qawlan Adhima (Perkataan yang mengandung kebohongan)
- b) Qawlan Baligha (Perkataan yang Membekas Pada Jiwa / tepat sasaran dan efektif sesuai dengan objek)
- c) Qawlan Karima (perkataan yang mulia)
- d) Qawlan Layyina (perkataan yang lemah lembut)

¹¹ Rodani, *Sosiologi agama*, (Serang :FUD Pres, 2010), p.39-40

¹² Wahyu ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), p.26

- e) Qawlan Maisura (perkataan yang mudah)
- f) Qawlan Ma'rufa (perkataan yang pantas dan baik)
- g) Qawlan Saddida (perkataan yang benar, jujur tidak sombong, lurus dan tidak berbeli – belit)
- h) Qawlan Tsaqilan (perkataan yang berat)

Agar masyarakat dapat menerima dakwah dengan lapang dada, tulus, dan ikhlas maka penyampaian dakwah harus melihat situasi dan kondisi masyarakat objek dakwah. Kalau tidak, maka dakwah tidak dapat berhasil dan tidak tepat guna. Disini diperlukan metode yang efektif dan efisien untuk diterapkan dalam tugas dakwah.

Metode dakwah adalah cara – cara tertentu yang dilakukan oleh seorang dai (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan human oriented menepatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.¹³ Sebagaimana mana firman Allah yang terdapat pada QS – An – Nahl :125 yang berbunyi :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya “Serulah (manusia) kepada jalan Rabbmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Rabbmu Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan

¹³ M. Munir, *Metode Dakwah*,, P.7

*Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. An – Nahl 16:125)*¹⁴

Media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dakwah.¹⁵ Pada dasarnya, studi media massa mencakup pencarian pesan dan makna – makna dalam materinya, karena sesungguhnya semiotika komunikasi, seperti halnya basis studi komunikasi adalah proses komunikasi, dan intinya adalah makna. Dengan kata lain, mempelajari media adalah mempelajari makna dari mana asalnya, seperti apa, seberapa jauh tujuannya, bagaimanakah ia memasuki materi media, dan bagaimana ia berkaitan dengan pemikiran kita sendiri. Maka itu, metode penelitian dalam komunikasi semestinya mampu mengungkapkan makna yang terkandung dalam materi pesan komunikasi¹⁶

Dengan Media inilah yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia (Mediated Communication) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya.¹⁷

Film adalah media informasi melalui film suara dan gambar sebagaimana diputar digedung – gedung bioskop dan yang dapat diopersikan diluar bioskop, sejauh tempatnya gelap. Informasi ini dapat disampaikan secara teratur sehingga menarik untuk ditonton. Hal ini karena persiapan yang begitu mantap mulai dari naskah, scenario, shooting, acting, dan penyelesaiannya. Jika film sebagai media dakwah

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al – Quran dan Terjemahnya*,, p.281

¹⁵ Wardi bachtiar, *Metodeologi penelitian dakwah*, (Jakarta:Logos wancana ilmu), p.35

¹⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi, cet ke 5* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya,2013), p.110

¹⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), p.104

maka hal pertama yang harus diisi misi dakwah adalah naskahnya, kemudian diikuti scenario, shooting, dan actingnya.

Semiotika merupakan sebuah model ilmu pengetahuan social dalam memahami dunia sebagai system hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut “tanda” semiotika berasal dari kata Yunani yaitu *semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain atas dasar konveksi social (Umberto Eco:1976;16).¹⁸

Harus kita akui bahwa hubungan antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi. Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen social, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat dampak film terhadap masyarakat.

Dalam banyak penelitian tentang dampak film terhadap masyarakat, hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linear. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (message) dibaliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya. Kritik yang muncul terhadap perspektif ini didasarkan atas argument bahwa film adalah potret dari masyarakat dimana film itu dibuat. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksikannya keatas layar¹⁹

¹⁸Ahmad muzaki, *Kontribusi Semiotika dalam Memahami Bahasa Agama* (Malang:UIN Malang Press, 2007), p.87

¹⁹Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi, Cet ke 5* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya,2013), p. 127

Maka dari itu Roland Barthes membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda melalui analisis semiotik ini. Kita tidak hanya mengetahui bagaimana isi pesan yang hendak disampaikan lewat Film Sang Murabbi, melainkan juga bagaimana pesan dibuat, simbol-simbol apa yang digunakan untuk mewakili pesan-pesan melalui film yang disusun pada saat disampaikan kepada khalayak.

Pemikiran Roland Barthes tentang semiotika dipengaruhi oleh Saussure. Kalau Saussure mengintrodukir istilah signifier dan signified berkenaan dengan lambang – lambang atau teks dalam suatu paket pesan maka Barthes menggunakan istilah denotasi dan konotasi untuk menunjuk tingkatan – tingkatan makna.²⁰ Teori Barthes memfokuskan pada gagasan tentang signifikasi dua tahap, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah definisi objektif kata tersebut, sedangkan konotasi adalah makna subjektif atau emosionalnya (Alex Sobur, 2003 : 263).

Adapun cara kerja atau langkah-langkah model Semiotik Roland Barthes dalam menganalisis makna dapat dipetakan sebagai berikut :

1. Signifier(Penanda)	2. Signified(Petanda)
3. Denotatif Sign (Tanda Denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

²⁰Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta:LKiS,2007), p.163

Dari peta Barthes tersebut terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4) (Alex Sobur, 2004 : 69). Dari penanda konotatif akan memunculkan petanda konotatif yang kemudian akan melandasi munculnya tanda konotatif.²¹

Barthes menggunakan konsep *connotation* – nya hjelmslev untuk menyingkap makna – makna yang tersembunyi (Dahana, 2001:23). Konsep ini menetapkan dua cara pemunculan makna – makna yang bersifat promotif, yakni denotative dan konotatif. Pada tingkat denotative, tanda – tanda itu mencuat terutama sebagai makna primer yang “alamiah”. Namun pada tingkat konotatif, ditahap sekunder, muncullah makna yang ideologis.²²

Jadi makna denotasi adalah adalah makna tingkat pertama yang bersifat objektif yang dapat diberikan terhadap lambang – lambang, yakni dengan mengaitkan secara lansung anatara lambang dengan realitas atau gejala yang ditunjuk. Kemudian makna konotasi adalah makna – makna yang dapat diberikan pada lambang – lambang dengan mengacu pada nilai – nilai budaya yang karenanya berada pada tingkatan kedua (second order).

Yang menarik berkenaan dengan semiotika roland barthes adalah digunakanya istilah mitos (myth), yakni rujukan bersifat kultural (bersumber dari budaya yang ada) yang digunakan untuk menjelaskan gejala atau realitas yang ditunjuk dengan lambang – lambang

²¹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Cet Ke 5 (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013), p.69

²² Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi ...*, p.264

penjelasan mana yang notabene adalah makna konotatif dari lambang – lambang yang ada dengan mengacu sejarah (disamping budaya).²³

Arthur asa berger mencoba membandingkan antara konotasi dan denotasi sebagai berikut :

KONOTASI	DENOTASI
1. Pemakaian Figur	1. Literature
2. Petanda	2. Penanda
3. Kesimpulan	3. Jelas
4. Memberi kesan tentang makna dunia mitos	4. Dunia keberadaan / eksistensi ²⁴

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memakai jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu di balik fenomena yang sedikitpun belum diketahui. Penelitian kualitatif juga di definisikan dengan penelitian yang tidak menggunakan statistik dalam mengumpulkan data dan memberikan penafsiran terhadap hasilnya.²⁵ Analisis teks merupakan pendekatan yang digunakan oleh para peneliti untuk menjelaskan dan menginterpretasikan karakteristik – karakteristik pesan yang terekam atau tervisualisasikan. Teks – teks

²³ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Yogyakarta:LKiS,2007), p.164

²⁴ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi, Cet Ke 5* (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2013), p.264

²⁵ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2013) p. 20

dakwah, misalnya, dapat saja tersaji dalam bentuk tertulis dari hasil transkripsi suatu kegiatan pengajian atau mentoring keagamaan, dokumen tertulis (seperti surat, arsip, Koran, majalah), atau dokumen elektronik (seperti audio – tape, film, VCD), dan teks visual (seperti barang – barang cetakan, foto, dan karya – karya sejenis).²⁶

2. Sumber Data

Sumber data utama dari penelitian kualitatif berasal dari kata-kata dan tindakan individu – individu. Yang akan diamati. Sedangkan data – data tambahan lainnya berupa document baik itu berupa data tertulis maupun foto. Dalam penelitian ini ada dua jenis sumber data yang digunakan yakni data primer dan data skunder. Sumber data ini digunakan untuk mengumpulkan data – data yang berkaitan dengan penelitian.

a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang secara khusus menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai data primer adalah file film sang murabbi.

b. Data Skunder

Sumber data skunder adalah sumber data yang menjadi pendukung data – data primer dalam melengkapi tema penelitian. Adapun data skunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah literature – literature seperti al – quran dan hadis, internet dan buku – buku lain yang relevan, mendukung dan memberikan penjelasan tentang data yang dianalisis.

²⁶Asep Saefull Muhtadi & Agus Ahmadi Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, cet. I (Bandung:CV Pustaka Setia,2003), p.117

3. Teknik Analisis Data

Analisis yang dipakai dalam Penelitian film ini Menggunakan analisis Semiotika Model Roland Barthes. Dalam kacamata terminology, semiotika diartikan sebagai ilmu tanda dan segala yang berhubungan dengannya :cara berfungsinya, hubungan dengan kata lain, pengirimannya dan penerimaannya. Film merupakan kajian yang amat relevan bagi analisis semiotika.

Study semiotika mengambil focus penelitian pada seputar tanda baik verbal maupun nonverbal. tanda verbal meliputi ekspresi wajah, *gesture* (gerakan tubuh) dan lain sebagainya. adapun yang diteliti dalam skripsi ini berupa tanda verbal dan nonverbal yang berupa kata – kata (lisan), ekspresi wajah dan *gesture*.

Menurut barthes peta bagaimana tanda bekerja adalah sebagai berikut :

1. Signifier(Penanda)	2. Signified(Petanda)
3. Denotatif Sign (Tanda Denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Dari Gambar diatas dapat dijelaskan bahwa tanda denotative (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2) akan tetapi pada saat bersamaan tanda denotative adalah juga penanda konotatif (4) dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material, Maksudnya : hanya jika kita mengenal “singa” barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin. Jadi dalam konsep

barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotative yang melandasi keberadaannya. Makna denotative pada dasarnya meliputi hal – hal yang ditunjuk oleh kata – kata (yang disebut sebagai makna referensial) sedangkan makna konotasi mempunyai arti “ menjadi tanda “ dan mengarah kepada makna – makna kultural yang terpisah atau berbeda dengan kata lain (dan bentuk – bentuk lain dari komunikasi)

F. Sistematika Pembahasan / Penulisan

Untuk mempermudah pembuatan laporan hasil penelitian, penulis menyusun ini dengan sistematika sebagai berikut:

Bab Pertama, terdiri dari Pendahuluan yang meliputi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kerangka Pemikiran, Metodologi penelitian, Sistematika Pembahasan/ penulisan. .

Bab Kedua, Landasan Teori Dakwah pada media elektronik Diantaranya Pengertian Dakwah, Hukum berdakwah, Ruang Lingkup Dakwah, Komunikasi dakwah, Bentuk – Bentuk Metode Dakwah, dakwah melalui Media Elektronik, Analisis Semiotika, Tanda dan Simbol dalam Film Dan Konstruksi realitas dimedia massa.

Bab Ketiga, Memuat Tentang Gambaran Sesuatu Yang akan diteliti yaitu berupa Gambaran Umum film sang murabbi meliputi profil film diantaranya deskripsi film sang murabbi, Pemain dan Crew Film dan karakter pemain serta Pesan Moral Film Sang Murabbi.

Bab Keempat, Analisisa Semiotika Model Roland Barthes dengan mencari pesan dan metode dakwah Pada Film Sang Murabbi

Bab Kelima, merupakan bab Penutup yang berupa Kesimpulan yang terdiri dari keseluruhan pembahasan mengenai dakwah melalui media elektronik yakni film saang murabbi, kritik dan Saran-saran.