

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Pengertian Dakwah dan Pesan Dakwah

1. Dakwah

a. Secara Etimologi

Secara bahasa, sudah pasti kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang mempunyai arti menyeru, mengajak dan memanggil. دعا- يدعو - دعوة yang berarti menyeru, mengajak dan memanggil. Asal kata *da'a* mempunyai arti ganda, tergantung kepada pemakaiannya, dalam kalimat seperti yang terdapat dalam surat Yunus ayat 25 yang berbunyi:

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ

*Artinya: “Dan Allah menyeru (manusia) ke Darus-salam (surga), dan memberikan petunjuk kepada orang yang Dia kehendaki ke jalan yang lurus (Islam).”*¹

b. Secara Tertimologi

Banyak sekali perbedaan pendapat tentang dakwah, dilihat dari kalangan para ahli. Syeikh Muhammad Abduh mendefinisikan bahwa dakwah adalah *al-hikmah*, yang berarti mendorong kemauan untuk berbuat kebaikan selalu sekaligus bermanfaat bagi sekitar. mempunyai kaitan dengan dakwah yaitu melakukan sesuatu bermanfaat dan efektif.²

Menurut Amrullah Ahmad. ed, dakwah Islam merupakan bentuk imani yang dilakukan dalam kegiatan manusia di bidang kemasyarakatan dan dilakukan dengan rapih yang mempunyai tujuan tertentu untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap serta bertindak sebagai manusia sebagai makhluk individual maupun sosial dalam rangka

¹ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Widya Cahaya, 2011), h. 297.

² Bambang S Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2018), h. 22.

mewujudkan terciptanya ajaran Islam untuk diterapkan ke dalam kehidupan sehari-hari.³

Adapun pendapat lain dari Syekh Ali Mahfuz ditulis dalam kitabnya ‘Hidayatul Mursyidin’ mengatakan, dakwah adalah mendorong manusia berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk agama, menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.⁴

Dari pengertian di atas, berikut kesimpulan dakwah menurut penulis yaitu:

- 1) Dakwah merupakan ajakan manusia untuk meyakini akidah-akidah Islam yang dimana sudah dilakukan oleh para pendakwah terlebih dahulu sesuai akidah yang berpedoman sunnah dan al-Qur’an.
- 2) Usaha dakwah itu adalah memperbaiki situasi yang lebih baik dengan mengajak manusia untuk selalu ke jalan Allah Swt serta menjauhi segala larangan-Nya.
- 3) Dalam melakukan dakwah maka akan mempengaruhi untuk berbuat kebaikan dalam kehidupan sehari-hari sehingga hati selalu merasa tenang dan aman.
- 4) Dakwah merupakan salah satu elemen penting untuk selalu berbuat kebajikan dan menjauhi segala larangan-Nya demi mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dakwah Islam mencakup suatu aktivitas, yang bersifat material maupun spiritual, jasmani-rohani, mental-intelektual yang dilakukan secara personal serta kolektif. Mempunyai prinsip bahwa agama Islam meliputi berbagai aspek kehidupan dan menjadi pilar dalam pembinaan dakwah. Sprit amar makruf nahyi munkar merasuk ke dalam elemen kehidupan; menjadi pegangan kaum muslimin dalam melakukan aktivitas yang dilaksanakan secara terencana, berkesinambungan, fleksibel dan dinamis.

³ Ma'mun Effendy Nur, ‘Dakwah Sosial Ekonomi dalam Pandangan Dawam Rahardjo’ Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 37 No. 1 (2017) h. 5

⁴ Muhammad Qadarudin A, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Purworejo: CV. Penerbit Qiara Media, 2019,) h. 3.

Dakwah dilakukan sejak dahulu dan tetap mencari keseimbangan dalam mencari interaksi sosial.⁵

Dakwah artinya menyeru umat manusia agar hidup dengan tentram disertai adab atau tata karma. Adapun, langkah-langkah untuk menciptakan masa depan peradaban Islam, sebagai berikut:

- 1) Dakwah yaitu mengajak manusia untuk membangun kehidupan yang damai, menjauhi konflik dan pertentangan yang tidak perlu di antara kelompok atau ras yang beragam.
- 2) Demi mencapai kehidupan yang damai. Maka diperlukan norma atau hukum. Dengan ini, dakwah mengajarkan manusia untuk meninggalkan gaya hidup yang keras seperti penindasan dan mengajak umat Islam kepada keadilan dan kedamaian. Dengan adanya hukum, hak-hak dan kewajiban individu dapat terlaksana sedangkan bagi yang melanggar akan dikenakan sanksi.
- 3) Terkait perilaku manusia di luar hukum yaitu dakwah menyeru kepada kesadaran moral manusia. Pada dasarnya, nilai-nilai moral tidak bisa dipaksakan karena moral melakukan tuntutan batiniah yang berada dibawah sadar manusia. Seseorang bisa dikatakan sukses jika di dalam dirinya ditanamkan moral sejak dini. Dakwah menyadarkan manusia karena didalamnya terdapat norma-norma yang tidak tertulis seperti ketauhidan, kejujuran, tanggung jawab dan kesucian hidup.
- 4) Dakwah mengajarkan *elgalitarianisme*, emansipasi dan kesetaraan gender. Dalam hal ini, Islam mengaplikasikan nilai-nilai keadilan secara luas, seperti toleransi yang tinggi antar sesama, menghormati perempuan dalam sektor domestik maupun secara publik.⁶

⁵ Bambang S Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018) h. 26.

⁶ Ilyas Ismail, Prio Hotman, *Filsafat Dwakwah Rekeyasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 21-22.

2. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah ide atau gagasan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan atas tujuan tertentu. Beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika menyampaikan pesan yaitu isi pesan, struktur pesan, format pesan, sifat komunikasi agar bisa menyesuaikan, dan misi pesan. Yang paling terpenting adalah isi pesan, karena merupakan gagasan yang akan disampaikan kepada komunikan.

Pesan dakwah adalah piranti lunak yang disampaikan oleh komunikator dakwah melalui ceramah, *tablig* ataupun media dakwah lainnya. Pesan dakwah berupa nilai-nilai tentang keagamaan bersumber dari ajaran Islam yaitu al-Qur'an dan sunnah. Akan lebih baik jika pesan-pesan dakwah dapat membuat para komunikan termotivasi sesuai dengan yang diharapkan karena pasti ada dari mereka yang hanya mendengar, tanpa mau melaksanakan bahkan menolak pesan tersebut atau apatis. Dalam al-Qur'an terdapat dua jenis pesan:

1. Pesan maknanya memanggil akal dalam al-Qur'an mempunyai istilah "penggunaan akal" seperti kalimat *afala ta'qilun* yang artinya (tidakkah engkau memikirkan). Kecenderungan manusia menggunakan panca indera, kemudian diproses oleh akal.
2. Pesan yang mempunyai makna menghimbau rasa dan hati. Dalam istilah al-Qur'an disebut "penggunaan rasa" seperti kalimat *afala tasy'urun* artinya (tidakkah engkau merasakan). Rasa merupakan landasan bagi pesan-pesan komunikator dakwah (*mad'u*).⁷

Pesan dakwah pada dasarnya adalah informasi yang dapat memberikan dorongan motivasi kepada komunikan atau *audiens* sesuai dengan ajaran agama disertai dengan penjabarannya. Pesan dakwah mempunyai 3 (tiga) karakteristik, diantaranya yaitu: 1) Islam sebagai agama fitrah 2) Islam sebagai agama rasional

⁷ Bambang S Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018,) h. 43.

dan argumentatif 3) Islam sebagai agama hati. Dengan adanya karakter tersebut bisa menjadi dasar dalam menangkap pesan dakwah.⁸

Deddy Mulyana mengatakan bahwa pesan adalah seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, ide pikir atau gagasan.⁹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pesan merupakan amanat yang disampaikan melalui orang lain berupa perintah atau nasihat yang tidak langsung disampaikan melalui perantara.¹⁰ Pesan yang dimaksud dalam ilmu komunikasi sebagaimana definisi yang disampaikan oleh Deddy Mulyana.

Maka berdasarkan definisi di atas pesan dibagi menjadi dua yaitu pesan verbal dan non verbal. Bahasa verbal mempunyai simbol yaitu kata-kata baik yang terucap maupun tertulis. Sedangkan simbol nonverbal yaitu pesan *nonlinguistik* merupakan bahasa isyarat anggota tubuh guna menunjukkan sikap dan penampilan.¹¹

Dakwah adalah proses berkelanjutan untuk kedepannya yang dilakukan oleh para pendakwah, bertujuan untuk seseorang siap menuju ke jalan Allah Swt dengan cara bertahap. Oleh karena itu, perlu diperhatikan unsur-unsur penting dalam berdakwah guna untuk mendorong perubahan sikap terhadap *mad'u*.

Dengan adanya dakwah Islam maka akan tercipta suatu kehidupan individu maupun kelompok yang aman, damai dan sejahtera disertai dengan kebahagiaan rohani dan jasmani melalui patulan sinar agama Allah SWT tidak lupa mengharap rida-Nya.¹² Untuk mencapai tujuan tersebut maka diperlukan usaha yang sungguh-sungguh dan penuh optimisme dalam penyampaian dakwah. Kunci seorang *da'i* adalah mengetahui apa tujuan dalam dakwah tersebut sehingga bisa tercapai. Jika, tidak yakin atau ragu dikhawatirkan akan timbul penyelewengan yang bisa menimbulkan konflik.

⁸ Bambang S Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 44-45.

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunika Teori dan Praktik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h.63.

¹⁰ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Gita Media Press, h. 606.

¹¹ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2017), h.79.

¹² Bambang S Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 26.

Pesan-pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk film atau melalui layar lebar akan menarik perhatian khalayak. Pesan melalui film, ajaran agama yang disampaikan lebih menarik, dan tidak membosankan, tidak bersifat retorika dan tidak menggurui. Terdapat perbedaan ketika menyampaikan pesan secara langsung melalui mimbar-mimbar dengan pesan-pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk film karena di film, ada narasi dan skenario yang menjadi patokannya. Artinya, bahasa mimbar dengan bahasa sinematografis berbeda dan memerlukan biaya yang cukup besar. Bagi kelompok yang kurang loyal terhadap agama, atau kurang akrab dengan simbol-simbol keagamaan secara langsung dapat diganti oleh media film atau tayangan sinetron religi televisi. Komunikator dakwah mengemas pesan-pesan keagamaan untuk dimasukkan ke relung hati sesuai dengan kesadaran para penonton.¹³

B. Pengertian Film

1. Film

Film dalam artian yang sempit adalah sajian gambar lewat layar lebar, sedangkan dalam artian luas yaitu yang biasa ditayangkan di televisi.¹⁴ Dilihat dari sejarah, film ditemukan dalam jangka waktu yang panjang karena terdapat masalah-masalah yang cukup rumit di antaranya yaitu: masalah optik, lensa, kimia, proyektor, kamera, *roll* film bahkan pada saat pembuatannya psikologi seseorang bisa terganggu. Upaya dalam memperdalam gambar dipantulkan lewat cahaya, konon telah dilakukan 600 tahun sebelum masehi.¹⁵

Selain itu, film juga dapat diartikan sebagai lakon (cerita) kehidupan seseorang yang dapat mempresentasikan sebuah cerita dari tokoh tertentu secara utuh dan sistematis. Sehingga, membuat para penonton berkeinginan untuk meniru kisah pada film yang ditontonnya. Para penikmat film sering kali

¹³ Bambang S Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 166-167.

¹⁴ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 154.

¹⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 155.

menyamakan karakter dengan salah satu seorang pemeran film. Oleh sebab itu, film mempunyai pengaruh besar bagi para penikmatnya. Di antara lain yaitu:

- 1) Pesan-pesan pada film akan mempunyai kesan tersendiri ke dalam jiwa para penonton. Menurut Ilmu Jiwa Sosial tanda-tanda ini disebut identifikasi psikologis.
- 2) Pesan film yang dimana terdapat adegan kekerasan, kejahatan, dan pornografi. Apabila di tonton terlalu sering maka akan berdampak pada moral, psikologi, dan sosial yang dapat merugikan, terutama pada kaum muda yang mempunyai gangguan sosialnya (anti sosial).
- 3) Film mempunyai pengaruh besar dalam peniruan atau imitasi. Peniruan yang dilakukan karena menurut para penonton apa yang di lihat mereka wajar dan pantas untuk dilakukan. Jika film tersebut tidak sesuai dengan norma budaya seperti pergaulan bebas dan penggunaan narkoba, kemudian para remaja yang menontonnya berkeinginan untuk meniru. Hal tersebut, akan membuat generasi muda Indonesia rusak.¹⁶

Dalam penelitian ini, film yang dimaksud yaitu film teatrical (*theatrical film*) yaitu film yang dihususkan tampil di gedung-gedung bioskop.

2. Klasifikasi Film

Film mempunyai berbagai jenis tertentu, di antaranya yaitu:¹⁷

1) Film Cerita Fiksi

Film cerita fiksi yang diproduksi yaitu film berdasarkan cerita yang dibuat dengan sengaja mengikuti *script* tertentu yang telah dibuat oleh penulis cerita itu sendiri. Film jenis ini mempunyai sifat yang komersial, bermakna film yang di pertontonkan di bioskop dengan harga tertentu. Jadi, para penonton harus terlebih dahulu membeli tiket untuk menonton film yang diinginkan berbeda dengan film yang ditambikan di televisi secara gratis dan penayangannya hanya didukung oleh sponsor iklan.

¹⁶ Saidatina Fitri, Skripsi: ‘‘Pesan-pesan Dakwah dalam Film Negeri 5 Menara’’ (Makassar: UIN Alauddin, 2017) h. 13

¹⁷ Marseli Sumarno, *Dasar-dasar Apresiasi Film*, (PT. Grasindo: Jakarta, 1996), h. 18.

2) Film Cerita Non Fiksi

Film cerita non fiksi merupakan film yang mempunyai fokus terhadap kenyataan sekaligus menjadi objek dalam cerita itu sendiri.. Film cerita non fiksi dibagi menjadi dua kategori:

- a. Film faktual mendeskripsikan sesuai dengan kejadian tanpa mengubah fakta. Film faktual dikenal sebagai film berita sebab berfokus dari sudut pemberitaan.
- b. Film dokumentar, film menampilkan fakta dan subyektifitas pembuat yang dapat memberikan pendapat atau opini terhadap suatu peristiwa, opini kenyataan mempunyai pengaruh besar dalam pembuatan film dokumentar.

Selain itu, film mempunyai tema yang beragam, di antaranya yaitu¹⁸:

a. Drama

Drama akan cenderung menampilkan rasa *humaninterest*, mempunyai tujuan mengajak para penonton untuk ikut merasakan apa yang mereka lihat secara emosional. Tidak jarang penonton merasa sedih, senang, kecewa tergantung bagaimana pemeran melakukan perannya di dalam drama tersebut.

b. Action

Tema *action*, sudah pasti adegan yang berhubungan dengan fisik, seperti perkelahian, pertempuran dengan senjata atau berkendara dengan liar yang dapat membuat para penonton geram, bahkan ikut merasakan ketegangan, takut dan akan merasakan bangga jika tokoh favoritnya menang.

c. Komedi

Komedi sudah pasti terdapat unsur menyenangkan dan dapat *merefresh* pikiran dari tekanan kehidupan nyata. Film komedi, tidak hanya dimainkan oleh para pelawak saja melainkan setiap pemeran bisa melakukannya juga.

¹⁸ Baksin Askurifai, *Membuat Film Indie Itu Gampang*, (Bandung: Katarsis, 2003), h. 6.

d. Tragedi

Mempunyai fokus pada kejadian yang dialami oleh pemeran utama. Sehingga membuat para penonton iba atau kasihan ketika melihatnya.

e. Horor

Film horror sudah pasti menonjolkan sisi horror menyeramkan sehingga para penonton akan dibuat merinding karena perasaan takutnya. Sebagaimana film horror, berkaitan dengan *ghaib*, maka produksi film ini menggunakan bantuan *special effect*, seolah-olah nyata.

3. Unsur-Unsur Film

Dalam pembuatan film dikenal sebagai kerja yang kolaboratif, artinya melibatkan semua orang kreatif dalam menggarap suatu proyek yang diinginkan. Saling mendukung, berbagi ide dan mengisi kekurangan satu sama lain. Hal tersebut, merupakan kunci bagi para tenaga kerja film dalam menghasilkan film yang berkualitas. Perlu diketahui, film mempunyai unsur-unsur tertentu dalam pembuatannya.¹⁹ Unsur-unsur tersebut berikut di bawah ini:

1) Produser

Produser mempunyai tugas untuk merealisasikan tujuan yang sudah disepakati bersama. Baik dalam aspek manajemen kreatif maupun manajemen produksi dengan anggaran yang sudah disetujui oleh *executive* produser.

2) Sutradara

Sutradara merupakan penanggung jawab atas pengambilan gambar. Mempunyai tugas menentukan apa saja yang mesti ditampilkan dalam

¹⁹ Marselli Sumarno, *Dasar-dasar Apresiasi film*, (Jakarta: PT. Grasindo, 1996), h. 34.

film tertentu, mengatur gestur para pemeran di depan kamera, mengarahkan akting dan dialog, menentukan posisi kamera, suara, pencahayaan dan turut serta dalam melakukan editing.

3) Penata Fotografi

Penata fotografi atau juru kamera yang bertugas dalam pengambilan gambar dan bekerjasama dengan sutradara menentukan jenis *shoot*, jenis lensa, diafragma kamera, mengatur cahaya, serta menentukan susunan subyek yang mesti direkam.

4) Penata Artistik

Penata artistik mempunyai tanggung jawab yang berkaitan dengan latar belakang pembuatan film, menyiapkan tempat *setting* film dan waktu berlangsungnya syuting dilakukan. Penata artistik juga bertugas dalam menentukan konsep visual dan segala hal yang meliputi aksi di depan kamera.

5) Penata suara

Penata suara adalah yang bertugas merekam suara pada saat pengambilan gambar berlangsung baik di lapangan maupun studio.

6) Penata Musik

Mempunyai tanggung jawab dalam merapikan perpaduan musik yang tepat, guna untuk menambahkan nilai seni dalam film tertentu.

7) Pemeran

Pemeran yang memerankan suatu tokoh dalam film, biasa disebut aktor bagi pemeran pria dan aktris untuk pemeran wanita.

8) Penyunting

Penyunting adalah editor yang bertugas yang bertugas dalam penyusunan hasil video yang di rekam sehingga membentuk cerita yang sesuai konsep yang sutradara berikan.

C. Dakwah Melalui Film

Saat ini, kita dapat menemukan para *da'i* melakukan dakwah melalui media karena penggunaan media akan memudahkan *mad'u* dalam menerima pesan-pesan yang disampaikan.²⁰ Dengan melakukan dakwah melalui media film semuanya akan terasa lebih mudah, karena terdapat berbagai bentuk pada saat penyajiannya yang mempunyai tujuan agar tidak terkesan menggurui. Pengaruh film bisa ditinjau sebagaimana reaksi penonton atas film yang mereka minati. Begitupun, penonton dapat mengambil makna setelah menonton film untuk dipraktikkan ke dalam kegiatan sehari-hari. Dahulu kala, saat zaman Nabi Muhammad SAW media yang dipergunakan yaitu media audiatif yaitu memberikan dakwah secara lisan, selain itu Nabi juga menggunakan media visual yang dimana saling bertatap secara langsung bersama para pengikutnya. Media dakwah merupakan perantara untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri. Pemilihan media sangat penting guna untuk menyampaikan pesan yang akan disampaikan sehingga tujuan tersebut dapat tercapai sesuai keinginan.²¹ Salah satunya dengan menggunakan media film yang merupakan salah satu alternatif dakwah yang paling efektif, karena mengikuti kemajuan teknologi, jika dilihat perkembangan perfilman Indonesia saat ini, para kreativitas film berbondong-bondong berfokus dalam meningkatkan antusiasme dalam memproduksi film sebagai karya yang luar biasa. Adapun, karya yang dihasilkan menjadi sarana dakwah yang dimana di dalamnya terdapat pesan-pesan agama kepada masyarakat dengan di kemas dalam bentuk kisah ringan, hiburan, cenderung mengangkat kisah yang sebenarnya terjadi di kehidupan sehari-hari pada masyarakat tanpa melupakan nilai edukasi sebagaimana terkandung pada kaidah-kaidah Islam.²² Media dakwah film hadir dengan penglihatan dan pendengaran, film juga dapat menyampaikan pengalaman-pengalaman sekaligus pelajaran baru bagi para penonton, selain disebut sebagai media

²⁰ Bambang S Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 153.

²¹ H. Suarin Nurdin, "Media Sebagai Sarana Komunikasi Berdakwah", *Jurnal Ta'dib* Vol. 16 No. 2 (Desember-2018), h. 42.

²² Andi Fikra Pratiwi Arifuddin. "Film Sebagai Media Dakwah" *Journal of Islam and Plurality*. Vol. 2 No. 2 (2017) h. 117

komunikasi, film juga dapat menjadi media dakwah karena mengajak kebenaran dan kembali ke jalan Allah SWT.

Film yaitu salah satu macam media audio visual selain tayangan televisi, perangkat komunikasi dikatakan media audio visual apabila dapat ditangkap melalui indra pendengaran dan penglihatan dalam bentuk layar, jika melihat media audio visual lainnya film adalah salah satu media paling efektif karena tidak hanya dipertontonkan melalui televisi saja melainkan di bioskop, media *online* dan situs legal. Maka para masyarakat bisa menemukannya dengan mudah.

Sisi emosional yang intens merupakan kelebihan film yang menonjol, karena mempunyai pengaruh besar terhadap para penonton. Berbeda, dengan buku yang mempunyai fokus pada daya pikir para pembaca. Sebab film merupakan sajian matang yang disiapkan dengan rapi sebelum proses penayangan. Pada masa sekarang terdapat berbagai film memakai latar bertemakan kebudayaan serta dibumbui oleh teologi Islam bertujuan tidak hanya menggambarkan kehidupan para kaum muslim, melainkan untuk mengajak para penonton menghormati apa arti toleransi, timbulnya rasa simpatik, mempunyai keinginan untuk berbuat baik antar sesama dan mengikuti teologi Islam secara mendalam. Bagi para Global Muslim yang mempunyai ciri khas budaya tersendiri dan tidak mengikuti budaya Negara lain dari berbagai aspek. Karena dapat memberikan gambaran kehidupan para kaum muslim sehingga Global non muslim bisa tertarik ketika menonton film yang berkaitan dengan muslim. Paling tidak untuk menghindari benturan budaya dan peradaban serta film bisa dijadikan *role model* atau duta. Film sebagai media komunikasi dakwah memiliki standar tersendiri untuk disebut sebagai film religi diantaranya yaitu:²³

- 1) Isi cerita berfokus pada penyucian *Asma* Allah dan keagungan-Nya sebagai Rab yang maha pengasih lagi maha penyayang.

²³ Bambang S Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 166.

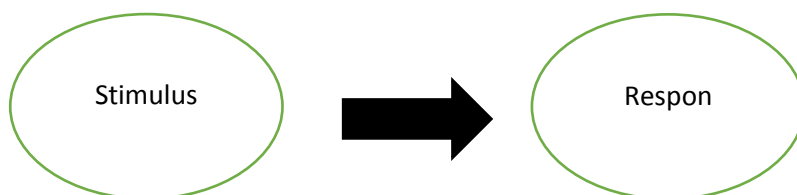
- 2) Berusaha meningkatkan citra Islam dan meluruskan kesalahpahaman orang yang keliru tentang Islam.
- 3) Harus mempunyai gaya tampilan busana yang sopan sesuai dengan tema film religi.
- 4) Menggunakan temuan teknologi dan tidak boleh menggunakan mitos, takhayul, seksual dan kekerasan.
- 5) Menyebarkan makna-makna kehidupan sosial yang baik, adil, bijak sesama manusia dan peduli pada alam sekitar.
- 6) Dapat Menghindari hal-hal yang membuat lupa diri atau yang tidak diinginkan.
- 7) Musikalitas pada film akan mendukung membentuk kepribadian para penonton.

D. Teori Stimulus Respon

1. Pengertian Teori Stimulus Respon

Stimulus respons (S - R) adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristic. Teori Stimulus respon merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan reaksi audiens. Elemen utama dari stimulus respon antara lain.²⁴

Gambar Model Komunikasi S-R



²⁴ Hidjanto, Djamal, Andi Fachrudin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), h.69.

Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus – respons. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi reaksi yang sangat sederhana. Model SR mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia. Secara implisit ada asumsi dalam model S-R ini bahwa perilaku (respons) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis, manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemampuan bebasnya. Model ini lebih sesuai bila diterapkan pada sistem pengendalian suhu udara alih-alih pada perilaku manusia.

Dalam teori ini, isi media dipandang sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh *audien*, yang kemudian diasumsikan akan bereaksi seperti yang diharapkan. Prinsip teori stimulus respons memandang bahwa pesan dipersepsikan dan didistribusikan secara sistemik dan dalam skala yang luas. Pesan, karenanya, tidak ditunjukkan kepada orang dalam kapasitasnya sebagai individu, tapi sebagai bagian dari masyarakat. Untuk mendistribusikan pesan sebanyak mungkin, penggunaan teknologi merupakan keharusan. Sedangkan individu yang tidak terjangkau oleh terpaan pesan, diasumsikan tidak akan terpengaruh oleh isi pesan.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa Teori Stimulus Respons merupakan teori yang menyatakan bahwasanya organisme belajar dulu untuk mengasosiasikan stimulus awal dengan yang lainnya, stimulus yang berdekatan dan kemudian menanggapi stimulus kedua yang terkondisi dengan perilaku sebelumnya yang dipicu oleh stimulus awal.

2. Konsep Teori Stimulus Respon

Konsep Teori Stimulus Respon merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian dapat dipahami adanya antara kaitan pesan pada media dan reaksi *audien*. Dalam teori stimulus respon terdapat unsur-unsur yang tidak dapat

dipisahkan. Ketiga unsur tersebut adalah pesan (stimulus), komunikan (*Organism*) dan efek (Respon).²⁵

Masing-masing unsur memiliki pengertian sebagai berikut :

1. Pesan (stimulus, S) Pesan atau *message* merupakan elemen penting dalam komunikasi. Sebab pesan merupakan pokok bahasan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi publik, pesan bernilai sangat besar. Karena inilah yang menjafi inti dari terjalannya komunikasi. Tanpa adanya pesan maka komunikasi baik antara komunikator dan komunikan tidak akan dapat berjalan.
2. Komunikan (*Organism*, O): perhatian, pengertian, penerimaan Komunikan merupakan elemen yang akan menerima stimulus yang diberikan oleh komunikator. Sikap komunikan dalam menyikapi stimulus yang diterima akan berbeda-beda. Tergantung kepada masing-masing pribadi menyikapi bentuk stimulus tersebut. Dalam mempelajari sikap ada tiga variabel yang penting menunjang proses belajar tersebut yaitu: perhatian, pengertian, penerimaan. Ketiga variabel ini menjadi penting sebab akan menentukan bagaimana kemudian respon yang akan diberikan oleh komunikan setelah menerima stimulus.
3. Efek (respon, R): perubahan sikap Hosland, mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :
 - a. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.

²⁵ Onong Ucjana Effendy, *Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h. 255.

- b. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
- c. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesiadaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
- d. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).
- e) Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak.