

BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Kepustakaan

1. Kajian Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari *etimologi* atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa arab, yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang artinya mengajak, menyeru, memanggil. Dakwah itu merupakan suatu proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut.¹

Sedangkan dakwah secara istilah ialah mendorong (memotivasi) umat manusia agar melaksanakan kebaikan dan mencegah kemungkaran supaya mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.²

Definisi dakwah yang diartikan oleh beberapa para ahli, diantaranya:

- a) Syekh Ali Makhfud dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin, mengatakan Dakwah adalah “Mendorong manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka pada kebaikan dan mencegah mereka pada perbuatan mungkar agar memperoleh kebahagiaan Dunia dan Akhirat.”

¹ Munir Syamsul Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), h. 9

² Muhammad Suthon, *Desain Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 9

- b) Syekh Muhammad Khidr Husain dalam bukunya *Al-Dakwah ila alishlah* mengatakan Dakwah adalah “ upaya untuk memotivasi orang agar berbuat baik dan mengikuti petunjuk, melakukan amar ma’ruf nahin mungkar dengan tujuan mendapatkan kesuksesan dan kebahagiaan dunia dan Akhirat ”
- c) Toha Yahya Oemar, mengatakan bahwa Dakwah adalah: “ mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di Dunia dan Akhirat “
- d) Masdar Helmy mengatakan bahwa Dakwah adalah, “ Menyeru, mengajak dan menggerakkan manusia agar mentaati ajaran-ajaran Allah (Islam) termasuk *amar ma’ruf nahi mungkar* untuk bisa memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat ”.³

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama dan sebagai pesan yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.⁴

³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Kencana, 2004), hh. 4-6

⁴ H. M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pngantar Studi*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2000), h. 6

Meskipun beberapa pengertian di atas berbeda redaksinya, akan tetapi setiap redaksinya memiliki tiga unsur pengertian pokok, yaitu:

- a) Dakwah adalah proses penyampaian ajaran islam dari seseorang kepada orang lain.
- b) Dakwah adalah penyampaian ajaran islam berupa *Amar Ma'ruf Nahi Munkar* (mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran)
- c) Dakwah dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran Islam.⁵

b. Unsur Dakwah

Dalam kegiatan dakwah ada beberapa unsur yang harus dipenuhi demi keberhasilan proses dakwah. Dan unsur-unsur tersebut meliputi:

1) Da'i (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan kegiatan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan, baik secara individual, kelompok atau bentuk lembaga.⁶ Menurut pengertian tersebut dapat diartikan bahwa setiap muslim secara otomatis menjadi juru dakwah.

⁵ Moch. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Kencana, 2004), h. 10

⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010), h. 19

Da'i atau komunikator dapat dikelompokkan menjadi:

- a) Secara umum adalah setiap muslim yang *mukallaf* (sudah dewasa). Kewajiban dakwah telah melekat tidak terpisahkan pada mereka sesuai dengan kemampuan masing-masing sebagai realisasi perintah Rasulullah untuk menyampaikan ajaran Islam, kepada semua orang walaupun hanya satu ayat.
- b) Secara khusus adalah muslim yang telah mengambil spesialisasi (*mutakhosish*) dibidang agama islam, yaitu ulama dan sebagainya.

Berkaitan dengan hal-hal yang memerlukan ilmu dan keterampilan khusus, memang kewajiban berdakwah terpikul di pundak orang-orang tertentu. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT yakni:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ إِلَّا رِجَالًا نُوْحِي إِلَيْهِمْ فَسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

(QS : Al-Anbiya' ayat 7)

Artinya

“Maka bertanyalah kepada orang-orang yang berilmu jika kamu tidak mengetahui.” (QS : Al-Anbiya' ayat 7)⁷

⁷ Software Qur'an Karim Ayat dari King Saud University

Da'i yang tidak mempunyai pengetahuan cukup tentang masyarakat yang akan menjadi mitra dakwahnya adalah calon-calon da'i yang akan mengalami kegagalan dalam dakwahnya.

2) Mad'u (Mitra Dakwah atau Penerima Dakwah)

Yaitu manusia yang menjadi mitra dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu atau kelompok, baik yang beragama Islam atau tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. sesuai dengan firman Allah SWT.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ
(QS. Saba' ayat :28) أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya

“Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia sebagai pembawa berita dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui”.⁸

Muhammad Abdul membagi *Mad'u* menjadi 3 golongan, yaitu :

- a) Golongan cerdas cendekawan yang cinta kebenaran, dan dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.

⁸ Software Qur'an Karim Ayat dari King Saud University

- b) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berfikir secara kritis dan mendalam, dan belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c) Golongan yang berbeda dengan yang berbeda dengan golongan yang di atas, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya batas tertentu, dan tidak sanggup mendalam benar.

Ditinjau dari segi tugas kerisalahan Rasulullah SAW, maka mad'u dapat digolongkan menjadi dua kelompok, yaitu:

- a) umat akwah yaitu umat yang belum menerima, meyakini, dan mengamalkan ajaran agama Islam.
- b) Umat ijabah yaitu umat yang dengan secara ikhlas memeluk agama Islam dan kepada mereka sekaligus dibebani kewajiban untuk melaksanakan dakwah.

3) Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin "*medius*" yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar.⁹ Sedangkan media sendiri diartikan sebagai alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.¹⁰

⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 403

¹⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010), h. 104

Dengan demikian dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.¹¹

Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk penerima pesan dakwah. Diantaranya melalui media massa, media ini digunakan komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh.

Ada beberapa media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi beberapa macam, diantaranya:

- a) Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan penyuluhan.
- b) Tulisan, dalam media ini dakwah dapat melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, cerpen, novel.
- c) Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur.

¹¹ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, h. 163

d) *Audio Visual* adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran dan penglihatan atau keduanya. seperti TV, Film, lagu, Internet.

Sedangkan dilihat dari segi penyampaian dakwah dibagi menjadi tiga macam, yaitu: ¹²

a) Media Terucap (*The Spoken Words*)

Yang termasuk kategori ini adalah alat yang bisa mengeluarkan bunyi, karena banyak yang ditangkap oleh telinga dan dapat juga sebagai “Audio Visual” yang hanya bisa berupa ucapan langsung yang bisa dipergunakan sehari-hari seperti radio, telepon.

b) Media Tertulis (*The Printed Writing*)

Media yang berupa tulisan, atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamphlet, lukisan, gambar dan sejenisnya.

c) Media Dengar Pandang (*The Audio Visual*)

Media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu: film, video, televisi.

4) Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan seorang da'i (komunikator) kepada mad'u untuk

¹² M Munir, Wahyu Ilaahi, *Managemen Dakwah*, (Jakarta: kencana, 2006), h. 32

mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.¹³ Metode dakwah pada dasarnya berpijak pada suatu aktivitas bahasa lisan aatau tulisan (*Bi Ahsan al qawl/ bil al kitabah*) dan aktivitas badan atau perbuatan (*Bi ahsan al amal*).¹⁴

Dari pengertian tersebut dapat diambil pemahaman metode dakwah itu meliputi tiga cakupan yaitu:¹⁵

- a) Al-Hikmah adalah merupakan kemampuan dan ketetapan *da'i* dalam memilih, memilah dan menyelaraskan teknik dengan kondisi objektif *mad'u*.
- b) Mauidzoh Hasanah dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira peringatan, pesan-pesan positif (wasiat) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapat keselamatan dunia dan akhirat.
- c) *Al Mujadalah bi al lati Hiya Ahsan* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuua agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.¹⁶

¹³ Toto Tasmara, *Komunikassi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h.143

¹⁴ Enjang As dan aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009) h. 86.

¹⁵ Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: kencana, 2009), h. 8

¹⁶ Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: kencana, 2009), h. 8

2. Film Religi

a. Pengertian film

Film adalah Gambar hidup yang juga sering disebut “*movie*”. Film, secara kolektif, sering disebut sinema. gambar hidup adalah bentuk seni, bentuk populer dari hiburan, dan juga bisnis.¹⁷ Film adalah media komunikasi seseorang atau sekelompok yang bermaksud menyampaikan pesan dan makna tertulis kepada para penonton melalui rangkaian gambar atas dasar skenario. Dalam teori komunikasi film bisa dikatakan sebagai sebuah pesan yang disampaikan kepada komunikan dengan melalui gambar-gambar yang sudah diedit oleh editordengan sempurna. sebagai media penyimpanan maupun sebagai genre seni.

Film dapat juga diartikan sekumpulan gambar-gambar bergerak yang dijadikan satu untuk yang disajikan kepada penonton (*public*). Film mempunyai kelebihan bermain pada sisi emosional dan mempunyai pengaruh yang lebih tajam untuk memainkan emosi pemirsa. Film hadir dalam bentuk penglihatan dan pendengaran dan dengan inilah penonton dapat melihat langsung nilai-nilai yang terkandung dalam film.¹⁸

¹⁷ Heru Efendi, *Mari Membuat Film, panduan Menjadi Produser*, (Yogyakarta: panduan, 2002), h. 75

¹⁸ Syukriadi Sambas, *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), h. 93

b. Pengaruh Film

Film memberikan pengaruh yang besar pada jiwa manusia. Dalam suatu proses menonton film, terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu jiwa sosial yang disebut sebagai identifikasi psikologis. Ketika Proses *decoding* terjadi, para penonton kerap menyamakan atau meniru seluruh pribadinya dengan peran film. Penonton bukan hanya memahami atau merasakan seperti yang dialami oleh salah satu pemeran, lebih dari itu mereka juga seolah-olah mengalami sendiri adegan-adegan dalam film. Pengaruh film tidak hanya disitu, pesan-pesan yang termuat dalam film akan membekas dalam jiwa penonton. Lebih jauh pesan itu akan membentuk karakter penonton.¹⁹

Dalam film, orang-orang film pandai menimbulkan emosi penonton, teknik film baik pengaturannya maupun peralatannya telah berhasil menampilkan gambar-gambar yang semakin mendekati kenyataan. Menikmati cerita dalam film berlainan dengan membaca buku. Cerita dalam buku disajikan dengan perantaraan huruf-huruf yang berderet secara mati, huruf-huruf itu mempunyai tanda, tanda-tanda itu mempunyai arti hanya di alam sadar, sebaliknya film memberikan tanggapan terhadap yang menjadi pelaku dalam cerita yang ditunjukkan itu dengan jelas tingkah

¹⁹ Asep Kusnawan, *komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hh. 93-94

lakunya dan dapat mendengarkan suara pada pelaku itu seta pada suara-suara lainnya yang bersangkutan dengan cerita yang dihidangkan. Apa yang dilihatnya pada film seolah-olah kejadiannya nyata yang terjadi dihadapan matanya.

Ada beberapa efek atau pengaruh film terhadap penonton, diantaranya:

- a) Kapasitas di dalam memberi kritik dan reaksi tinggi.
- b) Keinginan individu-individu sendiri untuk melibatkan dirinya dalam situasi yang dihadapi.
- c) Tingkat kesadaran individual bahwa ia berada di dunia yang nyata diantara lingkungan orang-orang banyak²⁰

c. Fungsi Film

Salah satu fungsi film adalah sebagai kritik sosial, ada yang mengatakan film dapat dilihat dalam tiga golongan, pertama, sebagai sinema (dilihat dari estetika dan sinematografi), kedua, sebagai film (hubungannya diluar film dengan sosial dan politik), ketiga, sebagai movies (sebagai barang dagangan). Film sebagai “*film*” adalah fungsi kritik sosial, sementara kita masih sering membedakan antara Cinema (*Art Film*), dengan Movies (Film).

Disamping itu Film film juga berfungsi sebagai tabligh, yaitu yaitu mengajak kepada kebenaran dan kembali menginjakkan kaki

²⁰ Yoyon Mudjiono, *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Surabaya: Fak. Dakwah, IAIN Suarabaya), h. 62

di jalan Allah SWT. Sebagai media tabligh, film mempunyai kelebihan tersendiri dibandingkan dengan media-media lainnya.

Dengan kelebihan itulah film dapat menjadi media tabligh yang efektif, dimana pesan-pesannya dapat disampaikan kepada penonton secara halus dan menyentuh relung hati tanpa mereka merasa digurui.

Hal ini sejalan dengan ajaran Allah SWT bahwa untuk memgomunikasikan pesan, hendak dilakukan dengan *qaulan syadiidan*, yaitu pesan yang dikomunikasikan dengan benar, menyentuh dan membekas dalam hati.

d. Film Religi

Film religi adalah suatu film yang mengandung dan menceritakan sesuatu yang berkaitan dengan agama, karena adegan serta dialog dalam film banyak mengandung pesan-pesan dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist, atau gambaran hidup yang di dalamnya menceritakan tentang kehidupan manusia sebagai umat beragama, bagaimana cara tutur kata, berperilaku baik hubungannya terhadap tuhan dan sesama manusia, maupun hubungan terhadap lingkungan sekitarnya dimana itu berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist.

e. Karakteristik Film Islam

Film yang di dalamnya menceritakan tentang cinta, baik cinta kepada Allah, Rasul dan sesama manusia.

Film yang menceritakan nilai-nilai pendidikan yang dapat kita jadikan satu gambaran tentang kehidupan. Film yang menceritakan tentang akhlak Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist serta kisah-kisah tauladan Rasulullah SAW.

3. Dakwah Melalui Film

Film merupakan alat atau atau yang diharapkan bisa membawa pesan dakwah kepada penonton (*mad'u*). Dalam menyampaikan pesan melalui film terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan yang dalam lambing (symbol), begitu pula dalam menyampaikan pesan dakwah, dengan maksud agar bisa mengekspresikannya. Sedangkan lembaga utama pada film adalah gabungan dari gambar-gambar.

Hanya saja Film dakwah dituntut memiliki kualitas yaitu mampu memberikan pencerahan kepada masyarakat. Film dakwah berkualitas bukan semata film yang dibanjiri pesan ceramah yang menjenuhkan. Pesan yang disampaikan film harus halus sebagaimana yang sukses dicontohkan film *Children of Heaven* karya sineas Iran. Film tersebut berhasil menyampaikan pesan dakwah melalui peran anak kecil sampai mampu menguras air mata para penontonnya. Maka pesan dakwah dalam film bukanlah sebuah yang penuh dengan gambaran mistik.,

supranatural, berbau tahayul dan khurafat. Masyarakat sudah bosan dengan film-film yang jauh dari sisi rasionalitas.²¹

Film dapat menjadi media dakwah yang efektif, dimana pesan-pesannya dapat disampaikan kepada penonton atau mad'u secara halus dan menyentuh relung hati. Hal ini senada dengan ajaran Allah SWT, bahwa untuk mengkomunikasikan pesan hendaknya dilakukan dengan *qaulan syadidan* yaitu pesan yang dikomunikasikan dengan benar, menyentuh, dan membekas dalam hati.²²

Mengutip dari pendapatnya Muiz Abdul Andi dalam bukunya *Komunikasi Islam* menurut Enjang AS (2004) dalam bukunya *Dalam Proses Menonton Film*²³ biasanya terjadi gejala identifikasi psikologis. Ketika proses *decoding* terjadi, para penonton menyamakan atau meniru seluruh pribadinya dengan salah seorang pemeran dalam film. Mereka memahami dan merasakan apa yang dialami oleh pemeran, sehingga seolah-olah mereka mengalami sendiri adegan dalam film tersebut.

Maka pengaruh film tidak hanya sampai pada saat itu saja, namun pesan-pesan yang termuat dalam adegan-adegan film akan membekas dalam jiwa penonton, dan kemudian dapat membentuk karakter mereka. Oleh karenanya, wajar bila Onong Uchyana Efendi (2004), menyebut film sebagai media komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan termasuk pesan dakwah.

²¹ Asep Kusnawan, *komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), h. 4

²² Widjaja, *Ilmu Komunikasi dan Pengantar Study*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), h. 79

²³ Muiz Abdul Andi, *Komunikasi Islam*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), h. 35

Film dakwah yang relevan dengan kehidupan yang nyata, pesan atau nilai-nilai yang terkandung di dalamnya akan mampu diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Ensiklopedia nasional Indonesia (1990), film dalam batasan sinematografi sepanjang sejarahnya memberikan keluasan tema bila dilihat dari sisi sasaran atau tujuannya. Film dakwah memiliki banyak potensi yaitu:

- a. Pesan yang disampaikan dalam bentuk film lebih mudah dipahami. Misalnya dalam film tata cara sholat.
- b. Film dapat mengubah persepsi masyarakat.²⁴
- c. Film mampu mengubah gaya hidup masyarakat. Misalnya, masyarakat kota kini terbiasa dengan gaya hidup islami semacam berjilbab, berucap”Alhamdulillah” dan “Insyallah”, karena film mencontohkannya.
- d. Dakwah dengan media film memiliki sasaran dakwah lebih luas dari pada dakwah dengan tulisan dan ceramah.
- e. Film dakwah dapat abadi dan terus ditonton meski para pembuanya telah meninggal. Selain itu, para pelaku pembuat film dakwah diharapkan beragam dengan baik dan berniat dakwah.²⁵

²⁴ Heru Effendi *Mari Membuat Panduan Menjadi Produser* (Yogyakarta: Panduan, 2002), h. 13

²⁵ (www.tri1405.Blogsome.com, diakses pada tanggal 22 Juli 2014)

Untuk menghasilkan pesan dakwah yang dapat diterima, dimengerti, dan bisa diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, maka diperlukan perencanaan pesan yang baik. Dalam studi komunikasi, untuk merencanakan pesan mengenai sasaran, yang dapat dipengaruhi aspek kognitif, efektif, behavior, dan nada. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan:²⁶

- a. *Audiens*, dengan mengetahui siapa dan bagaimana audiens yang dihadapi, maka da'i dapat merencanakan pesan yang akan disajikan.
- b. Bahasa, meliputi semua kode, simbol, dan isyarat (pesan verbal maupun non verbal) yang akan digunakan.
- c. Pendekatan, meliputi bagaimana strategi berhubungan dengan audiens supaya terjadi proses komunikasi yang bisa menghasilkan *common meaning* (apa yang dimaksud komunikator sama dengan diterima oleh komunikan), dan pesan-pesan komunikator dapat diterima audiens dengan senang hati (tanpa keterpaksaan).

ketiga aspek tersebut perlu diperhatikan dalam pengelolaan pesan dakwah.

²⁶ Abdul Aziz, *Jelajah Dakwah Klasik-Kontemporer*, (Yogyakarta: Gama Media, 2006), h. 63

B. PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN

1. Pesan Dakwah Dalam Film (Analisis wacana dalam film ayat-ayat cinta).

Penelitian ini dilakukan oleh : Lailatul Maghfiroh (B01304041) KPI 2008. Dalam penelitiannya menggunakan metode kualitatif non kuantitatif dan menggunakan analisis wacana model Teun A Van Dijk. film ini banyak mengandung dakwah antara lain menghormati antar umat beragama. dalam penelitian ini disimpulkan bahwa pesan dakwah yang ada dalam film Ayat-ayat Cinta adalah Akhlak, aqidah dan syari'ah.

Yang membedakan dalam penelitian ini adalah terletak dari judul, alur, dan tema di dalam film. Film ayat-ayat cinta ini mengangkat tema pernikahan dan toleransi umat beragama. Sedangkan film yang peneliti bahas saat ini adalah tentang sikap sopan santun terhadap orangtua dan guru dan toleransi umat beragama.

Kesamaan dengan skripsi yang peneliti kerjakan dengan skripsi ini terletak pada model Teun A Van Dijk, hanya saja tidak menggunakan keseluruhan dari 6 elemen tersebut melainkan 4 elemen saja.

2. Pesan dakwah dalam film (analisis Isi Film My Name Is Khan) penelitian ini dilakukan oleh : Ahmad Hidayat (B0120615) KPI.

Penelitian ini kesamaan skripsi yang peneliti kerjakan dengan skripsi ini sama-sama meneliti tentang film, namun perbedaan skripsi yang peneliti kerjakan dengan skripsi ini pada analisisnya menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif. Sedangkan pada penelitian ini

menggunakan metode penelitian analisis wacana kualitatif model Teun A Van Dijk sehingga tahapan penelitiannya berbeda.

3. Pesan Dakwah di Duta Masyarakat (Analisis Wacana Kolom Hikmah Ramadhan Edisi 23-29 September 2007 / 11-17 Ramadhan 1428H) Oleh, Ria Agustina B01304006

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa materi yang disampaikan dalam pesan dakwah yang disampaikan harian tersebut adalah materi yang bersifat aktual. Penelitian ini juga menggunakan analisis wacana Teun A Van Dijk dengan menggunakan struktur semantik, skematik, tematik, sintaksis, stilistik, dan retorik.

Yang membedakan dalam penelitian ini adalah terletak pada dakwah disampaikan lewat surat kabar sedangkan pesan dakwah yang peneliti bahas adalah dakwah disampaikan melalui film.

Kesamaan dengan skripsi yang peneliti kerjakan dengan skripsi ini terletak pada model Teun A Van Dijk, hanya saja tidak menggunakan keseluruhan dari 6 elemen tersebut melainkan 4 elemen saja.