

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Dakwah

a. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi pada dasarnya adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar mungkin memperoleh hasil yang optimal, efektif, dan dalam jangka waktu yang relatif singkat, serta tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.¹

Setiap kegiatan apapun tidak akan mencapai kesuksesan yang maksimal tanpa didorong oleh strategi yang matang. Kegiatan dengan strategi yang matang pun kadang-kadang terjadi kegagalan yang berakhir dengan tujuan tak tercapai. Apalagi tanpa perencanaan sebuah strategi, bisa dibayangkan apa yang nantinya akan terjadi. Itulah sebabnya mengapa strategi perlu disebar luaskan penjelasannya, agar semua orang mengenal apa itu strategi dan apa manfaatnya.

Berikut pendapat tentang strategi dakwah:

a) Ali Aziz

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan

¹ H Malayu S.P Hasibunan, Manajemen: *Dasar, Pengertian dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 102

dakwah tertentu, yang artinya arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.²

b) Asmuni Syukir

Strategi dakwah artinya siasat atau taktik, yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah yang harus memperhatikan beberapa dari azas-azas dakwah.³

c) Purnomo Setiawan Hari

Kata strategi itu sebenarnya berasal dari bahasa Yunani “*Strategos*” kata itu diambil dari kata *stratus* yang berarti militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai generalship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menakhluikkan musuh dan memenangkan peperangan.⁴

d) Halim

Strategi adalah sebuah seni dalam menentukan rancangan untuk membangun sebuah perjuangan (pergerakan)

² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana. 2004, h. 349

³ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), h. 32

⁴ Setiawan Hari Purnomo, *Management Strategi: Sebuah Konsep* Pengantar (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 1996), h. 8

yang dapat dijadikan siasat yang biasanya lahir dari pemikiran, penelitian dan pengalaman seseorang untuk mencapai tujuan.⁵

e) Napa J. Awat

Yang dimaksud dengan strategi adalah suatu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kondisi internal organisasi dengan situasi lingkungan eksternal agar tujuan organisasi dapat tercapai.⁶

Dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi dakwah membutuhkan penyesuaian yang tepat, yakni dengan memperkecil kelemahan dan ancaman serta memperbesar keunggulan dan peluang, karena strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Dalam konteks perubahan dan perkembangan sosial yang seringkali keluar dari nilai dan moralitas agama. Sajian dan pencapaian dakwah memerlukan penanganan dan perencanaan yang strategis. Karenanya proses dan aktifitas dakwah yang dipahami sebagai rekayasa sosial untuk merubah tata pikir dan tata kehidupan masyarakat menjadi lebih baik.

Meskipun dakwah mengajak kepada kebenaran, tetapi apabila tidak dirancang dan dikelola dengan baik maka ia akan

⁵ A. Halim, *Strategi Dakwah Yang Terabaikan, dalam jurnal Ilmu Dakwah* (Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 2002), h. 43

⁶ Napa J. Ajwat, *Manajemen Strategi: Suatu Pendekatan Sistem* (Yogyakarta: Liberty, 1989), h. 20

dikalahkan oleh kebatilan yang terorganisir dengan baik. Pilihan strategi dalam proses dakwah merupakan salah satu dari pilar-pilar utama keberhasilan dakwah.

b. Macam-Macam Strategi Dakwah

Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah sebagai berikut:

.

Selain membuat definisi “ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah”. Al-Bayanuni juga membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk, yaitu:⁷

a) Strategi Sentimetil (*al-manhaj al-‘athifi*)

Strategi sentimental adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Memberikan mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberi pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini.

Strategi ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para mu’alaf, orang-orang miskin, anak-anak yatim, dan sebagainya. Strategi sentimetil

⁷ Maulidia Arianti Yosita, *Tawassul Sebagai Strategi Dakwah KH. Muhammad Hasan Di Pondok Pesantren Baitul Ulum Tempel Gempol Pasuruan*, (Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 2013), h.24

ini diterapkan oleh Rasulullah SAW, saat menghadapi kaum musyrik makkah. Menekankan aspek kemanusiaan semacam kebersamaan, perhatian kepada fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim dan sebagainya. Ternyata, para pengikut Nabi Muhammad SAW pada masa awal umumnya berasal dari golongan kaum lemah. Dengan strategi ini, kaum lemah merasa dihargai dan kaum mulia merasa dihormati.

b) Strategi Rasional (*al-manhaj al-'aqli*)

Strategi rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan dari beberapa metode dari strategi rasional.

Rasulullah SAW menggunakan strategi ini untuk menghadapi argumentasi para pemuka Yahudi. Mereka terkenal dengan kecerdikannya. Kepada mereka, strategi rasional adalah strategi yang paling tepat.

c) Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hissi*)

Strategi indrawi juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan

percobaan. Metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan dan keteladanan. Nabi Muhammad SAW mempraktikkan Islam sebagai perwujudan strategi indrawi yang disaksikan oleh sahabat. Para sahabat bisa menyaksikan mukjizat nabi secara langsung, seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan malaikat Jibril dalam bentuk manusia.

Sedangkan strategi dakwah berdasarkan surat al-Baqarah ayat 129 dan 151, ali Imran ayat 164, dan al-Jumu'ah ayat 2 adalah ada tiga.⁸

- a) Strategi Tilawah yaitu strategi yang meminta mitra dakwahnya untuk mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah diminta membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah.
- b) Strategi Tazkiyah (menyucikan jiwa) yakni menggunakan aspek kejiwaan.
- c) Strategi Ta'lim yaitu strategi yang hampir sama dengan strategi tilawah namun strategi ta'lim ini lebih bersifat mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis. Artinya metode ini hanya dapat diterapkan pada mitra dakwah yang tetap, dengan kurikulum yang telah dirancang, dilakukan secara bertahap, serta memiliki target dan tujuan tertentu. Misalnya nabi mengajarkan Al-Qur'an kepada para sahabat dan akhirnya sahabat hafal dengan Al-Qur'an dan Hadis. Strategi ini

⁸ <http://tihuraa.blogspot.com/2012/03/kesempitan-dan-kegelisahan-hidup.html> diakses pada tanggal 14 juli 2014, jam 11.20 WIB.

memang membutuhkan waktu yang lebih lama dari strategi lainnya.

c. Asas-Asas Strategi Dakwah

Strategi dakwah artinya sebagai metode, siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah, yang dipergunakan di dalam usaha dakwah.⁹

Strategi dakwah yang dipergunakan di dalam usaha dakwah harus memperhatikan beberapa azas dakwah antara lain:¹⁰

- a) Azas Filosofis: azas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktifitas dakwah.
- b) Azas Kemampuan dan Keahlian Da'i (*achievement and professional*).
- c) Azas Sosiologis: azas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya politik pemerintah setempat, mayoritas agama didaerah setempat, filosofis sasaran dakwah. Sosiokultural sasaran dakwah dan sebagainya.
- d) Azas Psikologis: azas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter

⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), h.

¹⁰ Ibid

(kejiwaan) yang unik yakni berbeda satu sama lainnya. Apalagi masalah agama, yang merupakan masalah idiologi atau kepercayaan (rakhaniah) tak luput dari masalah-masalah psychologis sebagai azas (dasar) dakwahnya.

- e) Azas Efektifitas dan Efisiensi: azas ini maksudnya adalah di dalam aktifitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya, waktu maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya, bahkan kalau bisa waktu, biaya dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang maksimal mungkin. Dengan kata lain ekonomis biaya, tenaga dan waktu tapi dapat mencapai hasil yang semaksimal mungkin atau setidaknya seimbang antara keduanya.

Melihat azas-azas strategi dakwah di atas, seorang da'i perlu sekali memiliki pengetahuan-pengetahuan yang erat hubungannya dengan azas-azas tersebut.¹¹

2. KH. Hasyim Asy'ari

a. Profil KH. Hasyim Asy'ari

KH. Hasyim Asy'ari lahir di Desa Gedang, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, pada tanggal 10 April 1875. Meninggal di Jombang, Jawa Timur, pada tanggal 25 Juli 1947 pada umur 72 tahun. (4 Jumadil Awwal 1292 H- 6 Ramadhan 1366 H). Beliau dimakamkan di

¹¹Ibid, h. 33

Tebuireng Jombang. KH. Hasyim Asy'ari adalah salah seorang Pahlawan Nasional Indonesia yang merupakan pendiri Nahdlatul Ulama (organisasi massa Islam yang terbesar di Indonesia). Dikalangan Nahdliyin dan ulama pesantren ia dijuluki dengan sebutan "*Hadratus Syeikh*" yang berarti "*maha guru*"¹²

KH. Hasyim Asy'ari belajar dasar-dasar agama dari ayah dan kakeknya, Kyai Utsman yang juga pemimpin Pesantren Nggedang di Jombang. Sejak usia 15 tahun, ia berkelana menimba ilmu di berbagai pesantren, antara lain Pesantren Wonokoyo di Probolinggo, Pesantren Langitan di Tuban, Pesantren Trenggilis di Semarang, Pesantren Kademangan di Bangkalan dan Pesantren Siwalan di Sidoarjo.¹³

Pada tahun 1892, KH. Hasyim Asy'ari pergi menimba ilmu ke Mekkah, dan berguru pada Syekh Ahmad Khatib Minangkabau, Syekh Mahfudh at-Tarmisi, Syekh Ahmad Amin Al-Aththar, Syekh Ibrahim Arab, Syekh Said Yamani, Syekh Rahmaullah, Syekh Sholeh Bafadlal, Sayyid Abbas Maliki, Sayyid Alwi bin Ahmad As-Saqqaf, dan Sayyid Husein Al-Habsyi.¹⁴

Di Makkah, awalnya KH. Hasyim Asy'ari belajar dibawah bimbingan Syaikh Mafudz dari Termas (Pacitan) yang merupakan ulama dari Indonesia pertama yang mengajar *Sahih Bukhori* di Makkah. Syaikh Mafudz adalah ahli hadis dan hal ini sangat menarik minat belajar KH.

¹² http://id.wikipedia.org/wiki/Hasjim_Asy%27ari diakses pada tanggal 14 juli 2014, jam 11.01 WIB

¹³ Ibid

¹⁴ Ibid

Hasyim Asy'ari sehingga kembalinya ke Indonesia pesantren ia sangat terkenal dalam pengajaran ilmu hadist. Ia mendapatkan ijazah langsung dari Syaikh Mafudz untuk mengajar *Sahih Bukhari*, dimana Syaikh Mahfudz merupakan pewaris terakhir dari pertalian penerima (*isnad*) hadis dari 23 generasi penerima karya ini. Selain belajar hadis ia juga belajar tassawuf (sufi) dengan mendalami Tarekat Qadiriyyah dan Naqsyabandiyah.¹⁵

KH. Hasyim Asy'ari juga mempelajari fiqih madzab Syafi'i di bawah asuhan Syaikh Ahmad Katib dari Minangkabau yang juga ahli dalam bidang astronomi (*ilmu falak*), matematika (*ilmu hisab*), dan aljabar. Di masa belajar pada Syaikh Ahmad Katib inilah KH. Hasyim Asy'ari mempelajari *Tafsir Al-manar* karya monumental Muhammad Abduh. Pada prinsipnya ia mengagumi rasionalitas pemikiran Abduh akan tetapi kurang setuju dengan ejekan Abduh terhadap ulama tradisional.¹⁶

Gurunya yang lain adalah termasuk ulama terkenal dari Banten yang mukim di Makkah yaitu Syaikh Nawawi al-Bantani. Sementara guru yang bukan dari Nusantara antara lain Syaikh Shata dan Syaikh Dagistani yang merupakan ulama terkenal pada masa itu. Pada tahun 1899, sepulangnya dari Mekah, KH. Hasyim Asy'ari mendirikan Pesantren Tebuireng, yang kelak menjadi pesantren terbesar dan terpenting di Jawa pada abad 20.

¹⁵ Ibid

¹⁶ Ibid

Pada tahun 1926, KH Hasyim Asy'ari menjadi salah satu pemrakarsa berdirinya Nadhlatul Ulama (NU), yang berarti kebangkitan ulama.¹⁷

3. Film Sebagai Media Dakwah

a. Pengertian Film

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, film adalah selaput tipis yang dibuat dari *selluloid* untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop).¹⁸ Sedangkan secara etimologis, film adalah gambar hidup cerita hidup, sedangkan menurut beberapa pendapat, film adalah susunan gambar yang ada dalam selliloid. Kemudian diputar menurut teknologi proyektor yang sebetulnya telah menawarkan nafas demokrasi, dan bisa ditafsirkan dalam berbagai makna.¹⁹

Film adalah sekumpulan gambar-gambar bergerak yang dijadikan satu untuk 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 inilah penonton dalam melihat langsung nilai-nilai yang terkandung dalam film.²⁰

¹⁷ Ibid

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 316

¹⁹ Gatot Prakoso, *Film Pinggiran-Antalogi Film Pendek, Eksperimental & Documenter FFTV-IKJ dengan YLP* (Jakarta: Fatma Perss, 1977), h. 22.

²⁰ Syukriadi Sambas, *Komunikasi Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah Prees, 2004), h. 93

Film dapat dijadikan media dakwah dengan kelebihan sebagai audio visual, keunikan film sebagai wasilah dakwah antara lain:²¹

- 1) Secara psikologis penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan “*Animation*” memiliki kecenderungan yang unik dalam keunggulan daya efektifnya terhadap penonton.
- 2) Media film yang menyuguhkan pesan yang hidup dapat mengurangi keraguan, apa yang disuguhkan mudah diingat dan mengurangi kelupaan.

b. Jenis-jenis Film

Film dapat dikelompokkan pada jenis *film cerita*, *film berita*, *film documenter* dan *film kartun*.

a) Film Cerita

Film cerita adalah film yang menyajikan kepada publik sebuah cerita. Sebagai cerita harus mengandung unsur-unsur yang dapat menyentuh rasa manusia. Film yang bersifat auditif visual, yang dapat disajikan kepada publik dalam bentuk gambar yang dapat dilihat dengan suara yang dapat didengar, dan yang merupakan suatu hidangan yang sudah masak untuk dinikmati, sungguh merupakan suatu medium yang bagus untuk mengolah unsur-unsur tadi.²²

²¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), h. 153

²² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 212

b) Film Berita

Film berita atau *newsreel* adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita (*newsvalue*). Kriteria berita itu adalah penting dan menarik. Yang terpenting dalam film berita adalah peristiwanya terekam secara utuh.

Film berita sudah tua usianya, lebih tua dari film cerita. Bahkan film cerita yang pertama-tama dipertunjukkan kepada publik kebanyakan berdasarkan film berita.²³

c) Film Dokumenter

Film dokumenter (*documnetary film*) didefinisikan oleh Robert Flaherty sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan (*creative treatment of actuality*)”. Berbeda dengan film berita yang merupakan kenyataan, maka film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi (pembuatnya) mengenai kenyataan tersebut.

Raymond Spottiswoode dalam bukunya *A Grammar of the film* menyatakan: “Film Dokumenter dilihat dari segi subjek dan pendekatannya adalah penyajian hubungan manusia yang didramatisir dengan kehidupan kelembagaannya, baik lembaga industri, sosial, maupun politik dan dilihat dari segi teknik

²³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 212

merupakan bentuk yang kurang penting dibandingkan dengan isinya.²⁴

d) Film Kartun

Film kartun (*cartoon film*) dibuat untuk dikonsumsi anak-anak. Tujuan utama dari film kartun adalah untuk menghibur. Walaupun tujuan utamanya untuk menghibur, tapi terdapat pula film-film kartun yang mengandung unsur-unsur pendidikan didalamnya.²⁵

Timbulnya gagasan untuk menciptakan film kartun ini adalah dari para seniman pelukis. Ditemukannya sinematografi telah menimbulkan gagasan kepada mereka untuk menghidupkan gambar-gambar yang mereka lukis. Titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis. Dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu per satu dilukis dengan seksama untuk kemudian dipotret satu per satu pula. Film kartun tidak dilukis oleh satu orang tetapi oleh pelukis-pelukis dalam jumlah banyak.²⁶

c. **Perkembangan Dakwah Melalui Film**

Perkembangan teknologi membawa perubahan besar terhadap peradaban manusia. Dengan semakin majunya teknologi informasi membuat bumi menjadi sangat sempit. Hasil kemajuan

²⁴ Ibid, h. 215

²⁵ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media) h. 138

²⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 216

dibidang ini berdampak pada derasnya arus informasi yang tak mengenal batas ruang dan waktu. Derasnya arus informasi ini didukung oleh berbagai media sebagai corong penyampai pesan baik itu komunikasi yang bersifat massa maupun pribadi. Film merupakan media komunikasi yang efektif dalam mengkomunikasikan nilai-nilai kepada masyarakat sehingga perilaku penonton dapat berubah mengikuti apa yang disaksikannya dalam berbagai film yang disaksikannya. Melihat hal demikian film sangat memungkinkan sekali media film digunakan sebagai sarana penyampai syiar Islam kepada masyarakat luas.²⁷

Film sebagai salah satu media komunikasi, tentunya memiliki pesan yang akan disampaikan. Maka isi pesan dalam film merupakan dimensi isi, sedangkan Film sebagai alat (media) berposisi sebagai dimensi hubungan. Dalam hal ini, pengaruh suatu pesan akan berbeda bila disajikan dengan media yang berbeda. Misalnya, suatu cerita yang penuh dengan kekerasan dan seksualisme yang disajikan oleh media audio-visual (Film dan Televisi) boleh jadi menimbulkan pengaruh yang jauh lebih hebat, misalnya dalam bentuk peniruan oleh anak-anak atau remaja yang disebabkan oleh tontonan sebuah film, bila dibanding dengan penyajian cerita yang sama lewat majalah dan radio, karena film memiliki sifat audio visual-visual, sedangkan majalah mempunyai sifat visual saja dan radio mempunyai sifat audio

²⁷ <http://hilwanisari.wordpress.com/2012/01/04/film-sebagai-media-dakwah/> diakses pada tanggal 14 juli 2014, jam 11.45

saja. Berkenaan dengan ini, tidaklah mengejutkan bila Marshall McLuhan mengatakan *The medium is the message*.²⁸

Film sebagai salah satu produk kemajuan teknologi mempunyai pengaruh yang besar terhadap arus komunikasi yang terjadi ditengah-tengah masyarakat. Bila dilihat lebih jauh film bukan hanya sekedar tontonan atau hiburan belaka, melainkan sebagai suatu media komunikasi yang efektif. Melalui film kita dapat mengekspresikan seni dan kreativitas sekaligus mengkomunikasikan nilai-nilai ataupun kebudayaan dari berbagai kondisi masyarakat. Dengan demikian melalui film bisa disampaikan identitas suatu bangsa. Layaknya sebuah pemandangan, Film tidak hanya sebagai tontonan belaka. Akan tetapi dalam film terkandung pesona dan kehebatan melalui cerita-cerita yang sangat lokal, para pembuat film yang tahu kehidupan, mengerti masyarakatnya, bisa menyampaikan pesan-pesan universal untuk seluruh umat manusia. Film tidak mengenal batasan geografis, yang memang dibuat orang bukan untuk kepentingan politik. Bahasa film cuma satu, bahasa umat manusia.²⁹

Film-film yang baik, tentunya akan memberikan pengalaman batin dan pengalaman audio visual baru mengenai sebuah masyarakat, suatu kebudayaan, yang unik dan sering tak terduga bagi orang yang menontonya. Film merupakan media komunikasi yang efektif dalam mengkomunikasikan nilai-nilai kepada masyarakat sehingga perilaku

²⁸ Ibid

²⁹ Ibid

penonton dapat berubah mengikuti apa yang disaksikannya dalam berbagai film yang disaksikannya. Melihat hal demikian film sangat memungkinkan sekali digunakan ssebagai sarana penyampai syiar Islam kepada masyarakat luas. Dalam penyampaian pesan melalui Film terjadi proses yang berdampak signifikan bagi para penontonnya. Ketika menonton sebuah film, terjadi identifikasi psikologis dari diri penonton terhadap apa yang disaksikannya. Penonton memahami dan merasakan seperti apa yang dialami salah satu pemeran. Pesan-pesan yang termuat dalam sejumlah adegan film akan membekas dalam jiwa penonton, sehingga pada akhirnya pesan-pesan itu membentuk karakter penonton. Seperti apa yang diungkapkan Asep Kusnawan (2004) yang mengutip Onong Uchayana E (2000), film merupakan medium komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dengan demikian lebih jauh film diharapkan dapat memperbaiki kondisi masyarakat melalui pesan-pesan yang disampaikan.³⁰

Keberhasilan dakwah melalui media televisi tidak hanya tergantung kepada kelebihan-kelebihan yang dimiliki media. Akan tetapi sangat tergantung pula pada orang yang mempergunakan media ini yang hal ini sejalan dengan istilah *The Man Behind The Gun*. Sehingga bagaimanapun canggihnya sebuah karya teknologi termasuk televisi, akan tetapi apabila orang yang ingin memanfaatkan peralatan

³⁰ Ibid

itu ternyata tidak mampu mengoperasionalkannya, maka peralatan itu tidak akan ada gunanya. Demikian juga bagi seorang da'i yang ingin memanfaatkan media televisi untuk berdakwah, ia dituntut untuk memahami betul bagaimana penggunaan media ini, termasuk di dalamnya penentuan metode dan teknik dakwahnya. Karena tanpa adanya metode dan teknik dakwah yang tepat dalam mempergunakan media televisi, justru hanya akan membuang tenaga dan biaya, serta juga akan menambah jauhnya kegiatan dakwah dengan masyarakat.

Dari hasil pengamatan penulis, baik melalui literatur yang sudah ada serta pengamatan langsung terhadap perkembangan dakwah melalui media televisi di Indonesia, dengan pendekatan sedikit pengetahuan penulis mengenai dasar-dasar produksi program televisi dan metodologi dakwah, kelihatannya ada perkembangan di dalam penggunaan metode dan teknik dakwahnya (secara khususnya tekniknya) yang hal itu juga dipengaruhi oleh perkembangan industri pertelevisian di Indonesia itu sendiri. Untuk lebih mempermudah identifikasi dan klasifikasi metode dan teknik dakwah yang dipergunakan.

d. Peran Film Sebagai Media Dakwah

Televisi sebagai salah satu produk ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dalam bidang komunikasi telah hadir ditengah-tengah kehidupan umat manusia. Sebagai sarana informasi televisi dapat dijadikan media dakwah melalui acara-acara yang disajikan

lewat tayangan-tayangan hiburan, talk show, dan film. Dalam tulisan ini akan diketengahkan tentang peran film sebagai sarana untuk menyiarkan dakwah Islamiyah. 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 secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan. Dengan demikian maka esensi dakwah adalah terletak pada ajakan, dorongan (motivasi), rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran demi untuk keuntungan pribadinya sendiri bukan untuk kepentingan juru dakwah atau juru penerang.³¹

Film itu seperti diketahui merupakan salah satu acara yang ditayangkan televisi. Terdapat beberapa pesan moral yang dapat diangkat atau diambil maknanya dari tayangan-tayangan film yang disesuaikan dengan alur atau jalan cerita dari isi film tersebut. Sebab film memberikan peluang untuk terjadinya peniruan apakah itu positif ataupun negatif. Dikarenakan dampak yang ditimbulkan lewat acara-acara film begitu besar maka sungguh pas dan tepat jika proses

³¹ <http://hilwanisari.wordpress.com/2012/01/04/film-sebagai-media-dakwah/> diakses pada tanggal 14 Juli 2014, jam 9.25 WIB.

dakwah pun dilakukan melalui film-film yang bertemakan dakwah. Salah satu film yang memberikan pesan dakwah adalah *Kiamat Sudah Dekat*, dalam film itu menceritakan tentang pemuda modern yang funky dan gaul dan jauh dari agama. Ia mencintai seorang gadis muslimah anak Pak Haji. Pada akhir cerita ini pemuda tersebut akhirnya dapat menikahi gadis muslimah tersebut dengan persyaratan-persyaratan yang ditentukan oleh orang tuanya yang pada akhirnya membuat pemuda itu menjadi sadar dan taat beribadah.³²

“*Kiamat Sudah Dekat*” bukan satu-satunya film televisi yang mengandung unsur dakwah, sebagaimana film-film yang lainnya. Bahkan bila kita amati masih banyak lagi film-film yang dikonsumsi oleh pemirsa (*mad'u*) seperti film *Rahasia Illahi*, *Demi Masa*, *Insyaf*, *Taubat*, dan masih banyak lagi film yang lain yang diwarnai oleh pesan-pesan dakwah Islamiyah. Salah satu fungsi film yang ditayangkan oleh televisi yaitu sebagai alat komunikasi. Sebab komunikasi adalah salah satu faktor yang penting bagi perkembangan hidup manusia sebagai makhluk sosial. Tanpa mengadakan komunikasi individu tidak mungkin dapat berkembang dengan normal dalam lingkungan sosialnya. Oleh karena tak ada manusia individu yang berkembang tanpa komunikasi dengan manusia individu yang lainnya.³³

³² Ibid

³³ Ibid

Sejak manusia dilahirkan, oleh tuhan diberinya kemampuan-kemampuan dasar untuk berkomunikasi dengan orang lain atau dengan situasi lingkungan dengan menggunakan berbagai macam media yang salah satunya melalui acara-acara yang ditayangkan oleh televisi. Dengan melihat permasalahan di atas maka bisa dikatakan bahwa komunikasi dakwah lewat film bisa mempengaruhi kondisi psikologis pemirsa yang menyaksikannya sehingga dapat menerima ajaran-ajaran Islam. Hal ini sesuai dengan sasaran dakwah yang menjadi tujuan dakwah yaitu ” *Amar ma'ruf nahi Munkar*“.³⁴

e. Kelebihan dan Kekurangan Film Sebagai Media Dakwah

Film memberikan pengaruh yang besar pada jiwa manusia. Dalam satu proses menonton film, terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu jiwa sosial sebagai identifikasi psikologis. Ketika proses decoding terjadi, para penonton kerap menyamakan atau meniru seluruh pribadinya dengan peran film. Penonton bukan hanya dapat 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 bukan hanya sampai disitu. Pesan-pesan yang termuat dalam film akan membekas dalam jiwa penonton. Lebih jauh pesan itu akan membentuk karakter penonton.³⁵

³⁴ Ibid

³⁵ Asep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, h. 93-94

- 1) Kelebihan Film sebagai media dakwah ini antara lain:³⁶
 - a) Secara Psikologis, penyuguhan secara hidup dan nampak yang dapat berlanjut dengan animation mempunyai kecenderungan umum yang unik dalam keunggulan daya efektifitasnya terhadap penonton. Banyak hal-hal yang abstrak dan samar-samar serta sulit diterangkan, dapat disuguhkan pada khalayak secara lebih baik dan efisien oleh media film ini.
 - b) Bahwa media film yang menyuguhkan pesan yang hidup akan mengurangi keraguan apa yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.
 - c) Khusus bagi khalayak anak-anak dan sementara kalangan orang dewasa cenderung menerima secara bulat, tanpa lebih banyak mengajukan pertanyaan terhadap seluruh kenyataan situasi yang disuguhkan film.
- 2) Kekurangan film sebagai media dakwah:

Pakar komunikasi Rogers & Shoemaker menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pesan yang disampaikan dari sumber kepada penerima. Komunikasi yang menyebar melalui media massa akan memiliki dampak vertikal (mengalami taraf internalisasi/penghayatan) apalagi jika para tokoh (opinion-leaders) ikut menebarkannya. Sementara pakar komunikasi lain,

³⁶ Drs. H. Hasan Bisri WD, MA, *Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Biro Penerbitan dan Pengembangan Ilmiah, 1998), hal. 45

Lazarfield menyatakan bahwa jalannya pesan melalui media massa akan sangat mempengaruhi masyarakat penerimanya.³⁷

Dalam aspek kehadirannya terjadinya perubahan penjadwalan kegiatan sehari-hari dalam keluarga muslim dan muslimah. Sebagai contoh adalah, waktu selepas maghrib yang biasanya digunakan anak-anak muslim-muslimah untuk mengaji dan belajar agama berubah dengan menonton acara-acara yang kebanyakan tidak bermanfaat atau bahkan merusak. Sementara bagi para remaja dan orangtua, selepas bekerja atau sekolah dibandingkan datang ke pengajian dan majlis-majlis taklim atau membaca buku, kebanyakan lebih senang menghabiskan waktunya dengan menonton TV. Sebenarnya TV dapat menjadi sarana dakwah yang luar biasa, sesuai dengan teori komunikasi yang menyatakan bahwa media audio-visual memiliki pengaruh yang tertinggi dalam membentuk kepribadian seseorang maupun masyarakat, asal dikemas dan dirancang agar sesuai dengan nilai-nilai yang Islami.³⁸

B. Penelitian Dahulu yang Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang dapat dijadikan panduan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

³⁷ <http://hilwanisari.wordpress.com/2012/01/04/film-sebagai-media-dakwah/> diakses pada tanggal 14 juli 2014, jam 10.00 WIB.

³⁸ Ibid

Sri Utami, 2010, *Dakwah Dalam Film Sang Pencerah (Analisis Semiotik Strategi Dakwah Dalam Film Sang Pencerah)*, Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Dalam skripsi ini penelitian ini menggunakan metode kualitatif non kancan dan menggunakan analisis semiotik Charles Sanders Peirce. Skripsi ini menghasilkan sejauh mana strategi dan model dakwah yang digunakan Ahmad Dahlan dalam film *Sang Pencerah*.

Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif non kancan dan menggunakan analisis semiotik Charles Sanders Peirce dan sama-sama menggunakan media film dalam penelitiannya. Dan perbedaan dari penelitian terdahulu adalah film yang diteliti dan tujuan penelitiannya.³⁹

Maulidia Arianti Yosita, 2013, *Tawassul Sebagai Strategi Dakwah KH. Muhammad Hasan Di Pondok Pesantren Baitul Ulum Tempel Gempol Pasuruan*. Dalam skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian ini menyimpulkan, bahwa proses tawassul yang dilakukan oleh KH. Muhammad Hasan adalah membaca fatihah, kemudian dilanjutkan dengan membaca surat Al-Ikhlash, surat Al-Falaq, surat An-Naas, surat Al-Fatihah, Istighfar, Sholawat dan Syahadat.

Persamaan penelitian yang dahulu sama sekarang adalah sama-sama menggunakan strategi dakwah. Dan adapun perbedaannya adalah peneliti

³⁹ Sri Utami, *Dakwah Dalam Film Sang Pencerah (Analisis Semiotik Strategi Dakwah Dalam Film Sang Pencerah)*, (Surabaya: Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2010)

yang dahulu menggunakan media pondok pesantren sebagai objek penelitiannya dan penelitian yang sekarang menggunakan media film.⁴⁰

Fitri Munadiro, 2008. *Dakwah Islam di JTV (Analisis Semiotik Nama Program Wak Kaji Show)*. Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Skripsi ini menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Penelitian ini mengangkat topik tentang makna yang terkandung dalam nama program wak kaji show, dikarenakan kita sebagai manusia adalah makhluk sosial yang hidup penuh dengan lambang atau symbol.

Adapun perbedaannya adalah penelitian yang dahulu menggunakan analisis semiotik Roland Barthes. Sedangkan penelitian yang sekarang menggunakan analisis semiotik Charles Sanders Peirce.⁴¹

⁴⁰ Maulidia Arianti Yosita, *Tawassul Sebagai Strategi Dakwah KH. Muhammad Hasan Di Pondok Pesantren Baitul Ulum Tempel Gempol Pasuruan*, (Surabaya: Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2013)

⁴¹ Fitri Munadiro, *Dakwah Islam di JTV (Analisis Semiotik Nama Program Wak Kaji Show)*. (Surabaya: Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2008)