BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Film Animasi sebagai Media Dakwah

1. Macam-macam Media Dakwah

Komunikasi meliputi berbagai dimensi, salah satu di antaranya adalah komunikasi massa. Oleh karena itu, maka asas-asas komunikasi massa adalah asas-asas komunikasi itu sendiri dan perkembangan komunikasi massa adalah perkembangan dari komunikasi itu sendiri, yang dimaksudkan dengan komunikasi massa ialah komunikasi melalui media massa modern.

Media adalah sebagai alat dalam komunikasi massa, yang dimaksud dengan komunikasi massa (*mass communication*) di sini ialah komunikasi melalui media massa modern. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.

Seseorang yang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa, yakni:

a. Komunikasi massa bersifat umum, maksudnya ialah pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang.

b. Komunikan bersifat heterogen, perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keterbukaan dalam memperoleh pesan-pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan.

c. Media massa menimbulkan keserempakan, yang dimaksud keserempakan ialah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi, dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non-pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang-orang yang dikenal hanya dalam perananya yang bersifat umum sebagai komunikator.

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat kabar, radio, televisi dan film bioskp yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.

Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi, untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengubah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.[1]

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media komunikasi ada yang berbenuk saluran antarpribadi, media kelompok dan ada pula dalam bentuk media massa. Istilah media banyak digunakan dengan sebutan berbeda, misalnya saluran, alat, asarana atau dalam bahasa Inggris disebut *channel* atau *medium.*

Media berasal dari kata bahasa latin *medium* yang berarti perantara, pengantara atau tengah. Dalam pengertian tunggal dipakai istilah medium, sedangkan dalam pengertian jamak dipakai istilah media. Kemudian istilah media itu digunakan dalam bahasa Inggris dan diserap ke dalam bahasa Indonesia, dengan makna antara lain: alat komunikasi, perantara atau penghubung.

Pada hakikatnya media adalah segala sesuatu yang merupakan saluran dengan mana seseorang menyatakan gagasan, isis jiwa atau kesadarannya. Dengan kata lain media adalah alat untuk menyalurkan gagasan manusia, dalam kehidupan bermasyarakat.[2]

Media dakwah adalah alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima:[3]

---

[1] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah,* (Bandung: Rosdakarya, 2010), h. 107

[2] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Studi Komunikasi,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 89

[3] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah,* (Bandung: Rosdakarya, 2010), hh. 20-21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Lisan inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.

b. Tulisan buku, majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail), spanduk dan lain-lain.

c. Visual, lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya.

d. Audio visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet dan sebagainya.

e. Akhlak yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.

Sedangkan jika dilihat dari segi penyampaian pesan dakwah, dibagi menjadi tiga golongan yaitu:[4]

a. *The spoken word* (berbentuk ucapan), yang termasuk dalam kategori ini adalah alat yang mengeluarkan bunyi. Karena hanya dapat ditangkap oleh telinga dan biasa disebut dengan the audial media dan dapat dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti telepon, radio dan lain-lain.

b. *The printed writing* (berbentuk tulisan), yang termasuk didalamnya adalah barang-barang cetak, gambar-gambar tercetak, lukisan-lukisan, tulisan-tulisan (buku, surat kabar, majalah, brosur, smas) dan sebagainya.

[4] *Ibid*, hh. 106-107

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *The audio visual* (berbentuk gambar hidup), yaitu penggabungan dari kedua golongan di atas, yang termasuk dalam kategori ini adalah film, video, DVD, CD dan sebagainya.

Dakwah memerlukan media massa yaitu pers, film, radio atau televisi untuk menjangkau sebanyak-banyaknya khalayak yang bernama massa dalam waktu yang singkat. Bagaimanapun juga kemajuan ilmu dan teknologi komunikasi akan bermanfaat bagi pelaksanaan dakwah dalam abad ini.[5]

Dakwah yang dilakukan dengan menggunakan pers, film, radio dan televisi, atau retorika/pidato (*public speaking*), akan diterima oleh komunikan atau sasaran dalam jumlah yang besar, yang disebut khalayak (*audience*) yang dalam bahasa Arab disebut mad'u. Artinya khlayak adalah orang yang menjadi sasaran media massa, yaitu pembaca surat kabar, penonton film, pendengar radio dan pemirsa televisi atau orang-orang yang datang mendengar pidato dalam tabligh akbar atau khutbah.[6]

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan

[5] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Studi Komunikasi,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 99

[6] *Ibid,* h.137

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *on-line* (internet).[7]

Sistem media massa yang kita miliki saat ini sudah ada kira-kira sejak tahun 1830-an. Sistem itu merupakan sistem yang sudah bertahan dalam perubahan yang berulang terus-menerus, yang secara signifikan terjadi karena kehadiran teknologi yang semakin mutakhir, surat kabar *penny press* segera diikuti dengan kehadiran buku yang dipasarkan secara massal, kemudian majalah yang disirkulasikan secara massal. Ketika tahun 1800-an berganti ke tahun 1900-an, media-media populer ini diikuti oleh kehadiran film (gambar hidup), radio dan industri rekaman dan lain-lain.[8]

2. Film Animasi

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film bioskop, film televisi dan film video laser setiap minggunya. Di Amerika Serikat dan Kanada lebih dari satu juta tiket film terjual setiap tahunnya (agee, et. Al., 2001: 364). Film Amerika diproduksi di Hollywood. Film yang dibuat di sini membanjiri pasar global dan memengaruhi sikap, perilaku dan harapan orang-orang di belahan dunia.[9]

---

[7] Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2007), h. 103

[8] Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 49

[9] Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, h. 143

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Industri film adalah industri bisnis. Predikat ini telah menggeser anggapan orang yang masih meyakini bahwa film adalah karya seni, yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna. Meskipun pada kenyataannya adalah bentuk karya seni, industri film adalah bisnis yang memberikan keuntungan, kadang-kadang menjadi mesin uang yang seringkali demmi uang, keluar dari kaidah artistik film itu sendiri (Dominick. 2000: 306).[10]

Saat ini setidaknya da tiga macam jenis film yang diproduksi secara massal yakni 35 mm, 16 mm dan 8 mm. Angka-angka tersebut menunjukkan lebar pita seluloid, bahan dasar seluloid ialah bahan yang sangat mudah terbakar bahkan oleh percikan abu rokok. Semakin lebar pita seluloid, semakin baik pula kualitas gambar yang dihasilkan.[11]

Media massa yang lahir sesudah pers adalah film, yang lahir akhir abad ke 18 (1895) dan mencapai puncaknya antara perang dunia I dan perang dunia II. Film dikenal juga dengan nama "gambar hidup" atau "wayang gambar". Selain itu film juga sering disebut movie dan juga dikenal dengan nama "sinema". Selain berarti film, sinema juga bermakna gedung tempat pertunjukan film (bioskop). Sedangkan

[10] *Ibid*, h. 143
[11] Heru Effendy, *Mari membuat film*, (Erlangga, 2009), h. 10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang ahli perfilman atau pembuatan film dinamakan sineas dan teknik pembuatan fim disebut sinematografi.[12]

Sejarah penemuan film berlangsung cukup panjang, ini disebabkan melibatkan masalah-masalah teknik yang cukup rumit seperti masalah *optik*, lensa, kimia, proyektor, *camera*, roll film bahkan masalah psikologi. Menurut Cangara(1998:36) bahwa perkembangan sejarah penemuan film baru kelihatan setelah abad ke-18 dengan percobaan kombinasi cahaya lampu dengan lensa padat. Meskipun sudah mampu memproyeksikan gambar tetapi belum dalam bentuk gambar hidup yang bisa bergerak.[13]

Kini film telah berkembang dengan dukungan teknologi yang semakin canggih, termasuk teknologi digital. Dalam masa permulaan film terdapat sejumlah orang yang sangat berjasa, antara lain Niepe (1822) dan Deuguerre (1839) dari Perancis, Voigtlander (1844) dari Jerman, Eastman (1888) Edison dan Dickson (1895) dari Amerika Serikat.[14]

Dan usaha-usaha yang tidak mengenal lelah dari orang-orang film ini terobati pula. Ternyata pengunjung-pengunjung bioskop meningkat lagi jumlahnya sebab memang film yang sering dijadikan programa TV tidak dapat menyamai film yang dipertunjukkan di bioskop-bioskop.

---

[12] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Studi Komunikasi*, h. 105

[13] Apriadi Tamburaka, *Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 60

[14] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Studi Komunikasi*, h. 108

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada akhirnya bagi orang-orang film, TV bukanlah "musuh" lagi, melainkan kawan yang dapat diajak bersama-sama mencari keuntungan di samping mengabdikan diri kepada masyarakat. Demikianlah, maka perusahaan-perusahaan film menjual atau menyewakan filmnya yang tua-tua kepada studio-studio siaran TV yang merupakan keuntungan bagi kedua pihak.[15]

Untuk memahami esensi film dan sekaligus untuk membedakan dengan sinetron, video atau cakram padat (*CD = Compact Disc*), maka perlu ditelaah pengertian film menurut undang-undang. Dalam undang-undang no. 33 tahun 2009 tentang perfilman, dirumuskan, "Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara yang dipertunjukkan".

Dengan demikian film dipandang selain sebagai karya seni budaya dan sebagai perantara sosial (*social institution*), film juga merupakan media komunikasi massa, karena dapat dipertunjukkan kepada orang banyak, dengan membawa sejumlah pesan yang berisi gagasan vital kepada publik (khalayak), dengan daya pengaruh yang besar.

Film bersifat unik dan luar biasa, serta bintang film tampak jauh lebih *glamour* daripada bintang televisi. Dengan kata lain, film memiliki tempat yang khusus dalam budaya kita. Film seperti halnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

buku, adalah medium khusus dari segi budaya, sebuah medium yang penting. Dalam hal ini, hubungan film-penonton memiliki lebih banyak kesamaan dengan buku, seperti orang membeli buku, orang juga membeli tiket bioskop. Karena khalayak adalah konsumen yang sebenarnya, kekuasaan lebih banyak tergenggam di dalam film dibandingkan televisi.[16]

Film merupakan media komunikasi yang paling efektif untuk menyampaikan suatu pesan sosial, moral maupun dakwah kepada khalayak dengan tujuan memberikan informasi, hiburan serta ilmu yang bermanfaat dan mendidik ketika dilihat dan didengar.

Berdasarkan pengertian tersebut film memiliki tiga makna. Pertama, sebagai karya seni budaya, yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dan dapat dipertunjukkan dengan atau tanpa suara. Pengertian ini menunjukkan kepada bentuk fisik dari film sebagai fenomena kultural yang dibuat oleh sineas yang melibatkan banyak orang. Kedua, film adalah pranata sosial (*social institution*), selain karena dikembangkan sebagai karya kolektif dari banyak orang terorganisasi, juga film memiliki seperangkat nilai atau gagasan vital, visi dan misi yang diserap dari masyarakat. Ketiga, film adalah media masa, menunjuk kepada kapasitas film menyalurkan gagasan atau pesan kepada penontonnya, tanpa menggunakan media lain.[17]

---

[16] Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 229

[17] Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer, Sebuah Studi Komunikasi,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 106

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebagai media komunikasi yang merupakan *citra bergerak* (audio-visual moving image), film semakin lama semakin penting dalam kehidupan manusia. Sebab, selain bisa menvisualkan dan mengauditifkan sesuatu, baik yang berupa angan-angan maupun kenyataan, juga mampu menimbulkan efek kognitif dan sekaligus efek afektif.[18]

Salah satu macam-macam film ialah film animasi. Film animasi (*cartoon*) umumnya disukai anak-anak dan dapat di saksikan pada layar atau bioskop, televisi yang dibuat dengan menampilkan gambar ilustrasi yang dibuat seakan-akan bisa bergerak.

Animasi secara luas berbicara masalah bentuk suatu benda yang berubah-ubah menciptakan gerak dan kehidupan. Oleh karena itu satu kata animasi menjadi suatu pengertian, yang berarti menciptakan suatu yang bisa hidup atau bergerak. Dalam "*Worid Book Dictionary", animation: liveness of manner, spirit, vigor. Aninism: the belief that inanimate object have a form of life and are consious being. Animator: A person that animates*.[19]

Kata animasi menjadi sebuah pengertian yang tidak terbatas hanya untuk suatu jenis film saja tetapi juga bisa dalam bentuk bebagai hal karya seni kinetik (*kinetik art*) atau karya seni yang terkesan bergerak atau bahkan karya terapan yang berbentuk seperti

[18] Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: Rosdakarya, 2006), h. 133

[19] Gotot Prakoso, *Animasi Pengetahuan Dasar Film Animasi*, (Jakarta: Fakultas Film Dan Televisi IKJ dan YSTV, 2010), h. 39

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

neon-sign, atau lampu *sroboscopis* dan *traffic light*. Dalam buku panduan *Workshop Animasi* dari Robi Angler, kata *animation* datang dari bahasa Latin "*anima*", yang berarti jiwa atau nafas yang sangat vital. *Animation* kemudian diartikan sebagai mengkreasikan 'kehidupan' atau bisa juga memberi kehidupan pada suatu benda mati.[20]

Film animasi sangat besar gunanya untuk kebutuhan mengajar yang menggunakan media film, televisi dan teknologi instruksional, sebab disana dapat memberi kesempatan bagi seseorang pembuat film untuk mengungkapkan ide-idenya dan kemungkinan konsep abstrak dalam kenyataan yang harus bisa dipahami oleh yang melihatnya tanpa kejengahan.[21]

Film animasi atau film kartun (*cartoon film*) dibuat untuk konsumsi anak-anak. Dapat dipastikan, kita semua mengenai tokoh Donal Bebek (*Donald Duck*), Putri Salju (*Snow White*), Miki Tikus (*Mickey Mouse*) yang diciptakan oleh seniman Amerika Serikat *Walt Disney*. Sebagian besar film kartun, sepanjang film itu diputar akan membuat kita tertawa karena kelucuan para tokohnya. Namun ada juga film kartun yang membuat iba penontonnya karena penderitaan tokohnya. Sekalipun tujuan utamanya menghibur, film kartun bisa juga mengandung unsur pendidikan, minimal akan terekam bahwa

[20] *Ibid*, h. 39-40
[21] Ibid, h. 347

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kalau ada tokoh jahat dan tokoh baik, maka pada akhirnya tokoh baiklah yang selalu menang (ingat film *Popeye The Sailor Man*).[22]

Animasi adalah gambar bergerak berbentuk dari sekumpulan objek (gambar) yang disusun secara beraturan mengikuti alur pergerakan yang telah ditentukan pada setiap pertambahan hitungan waktu yang terjadi. Gambar atau objek yang dimaksud dalam definisi di atas bisa berupa gambar manusia, hewan maupun tulisan.

Gaya (*style*) dalam film animasi memiliki berbagai format yang dianggap cocok untuk presentasi sebagai sebuah film. Hal ini sehubungan dengan keinginan pembuat film tersebut untuk mengekspresikan bentuk idenya sesuai dengan target penontonnya, demikian juga keinginan untuk menciptakan bentuk yang sesuai dengan karakteristik ide dan juga dikaitkan dengan ceritanya serta teknik dalam menvisualkannya yang dipilih secara tepat.[23]

Secara garis besar orang sering menggolongkan gaya film cerita animasi dalam bentuk-bentuk sebagai berikut; *Realism*, sebuah gaya dari bentuk film yang dianggap mudah dimengerti dan mudah dipergunakan untuk mengkomunikasikan ide pada kebanyakan penonton. Dalam dunia pendidikan atau film animasi yang mengandung pendidikan, gaya realisme ini sering dipilih karena berasosiasi pada realita kehidupan sehari-hari.

[22] Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*, h. 149
[23] Gotot Prakoso, *Animasi Pengetahuan Dasar Film Animasi*, h. 355

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karikatur (*caricature*), menampilkan tampilan bentuk yang selangkah lagi akan memiliki nilai ke arah seni formal. Karikatur cukup popular dalam membuat karakter lucu dalam bentuk figur kartun. Bentuk dekoratif (decorative form), animasi dengan gaya ini mencoba menggali kisah dan bentuk gambar berdasarkan cerita rakyat dan dari ilustrasi buku anak-anak. [24]

3. Sejarah Film Animasi

Di Inggris sejarah film animasinya cukup panjang. Di antara mereka pembuat animasi, nama Jhon Halas (1940-1982) dianggap paling berjasa dalam menginternasionalkan film animasi Inggris. Halas merupakan animator Inggris yang cukup populer, ia bersama Batchelor banyak memproduksi film animasi, di antaranya *History of The Cinema* (1958), *Animal Farm* (1953), di Inggris juga ada eksperimentalis Len Ley, yang membuat karya-karya animasi abstrak yang sangat terkenal. Karyanya di antaranya *Tulasava* (1923), juga ada animator Richard Wiliam, membuat film *The little Island* (1957), kemudian salah satu tokoh penggerak Disney Studio.[25]

Film animasi besar yang digarapnya di antaranya *Who Frame Roger Rabbit*, sebuah film yang menggabungkan teknik kartun *pegbar* dengan film *live action*. Generasi selanjutnya ada studio Aardman Animation yang dibangun oleh Nick Park. Studio ini khusus memproduksi film-film animasi boneka *plasticine*. Karyanya yang

[24] *Ibid, hh. 355-357*
[25] *Ibid*, h. 41

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terkenal adalah serial *Wallace* dan *Gromit* yang telah memenangkan Oscar sampai 3 kali, kemudian mereka bekerjasama dengan studio di Hollywood membuat film animasi cerita panjang *Chicken Run* dan meneruskan serial *Wallace* dan *Gromit* menjadi film cerita panjang yang cukup menarik.[26]

Di Amerika, Winsor McCay lahir dan dibesarkan di kota Michigan mulai berkarya di New York, selama 10 tahun (1911-1921). mcCay dianggap *pioneer* dan disebut sebagai salah satu bapak animasi dunia. Ia mulai bereksperimen, memproduksi film animasi dengan menggambar sendiri di atas kertas. Untuk menyelesaikan film *Gertie the Dinosaur* yang berdurasi 5 menit, ia membutuhkan waktu satu tahun.[27]

4. Fungsi Film Animasi sebagai Media Komunikasi

   a. Membuka Tabir yang Tidak Nyata (*Relevation of Invisible Forces*). Nyata, tetapi tak kelihatan oleh mata. Dapat dirasakan tetapi tak berujud, namun demikian animasi dapat mewujudkan dengan digambarkan secara ekspresi grafik atau karikatural, seperti umpamanya kenyataan alamiah, menggambarkan orang yang sedang stres, reaksi bahan kimia ketika dicampur dengan bahan kimia yang lain, gelombang cahaya, gelombang suara, gas, penyimpangan cuaca dan lain-lain.

[26] *Ibid*, h. 41
[27] Ibid, h. 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Menggambarkan Berbagai Proses (*Depiction of Processes*). Film animasi dapat menggambarkan proses dan hubungan yang bersifat abstrak yang sulit digambarkan. Hal ini bisa diwujudkan dalam menggambarkan realita hubungan proses yang terjadi dalam kimiawi, fisika, elektronika, *oceanografik*, pengobatan, *aerospace*, mekanika mesin dan daerah teknolohi lainnya.

c. Menyederhanakan Berbagai Proses (*Simplification of Processes*). Melalui animasi, pembuat film dapat menyederhanakan berbagai proses, ide, organisasi dan struktur yang tadinya cukup rumit. Fungsi esensial dan sub-fungsi dari komputer digital atau analog yang dalam kenyataan cukup rumit bisa disederhanakan sehubungan dengan fungsi dan tujuannya, yang dipergunakan dan bermanfaat untuk penggunannya.

d. Membuat Peka terhadap Subjeknya (*Desensitization of Subject Matter*). Dengan teknik animasi, persoalan karena penampilan yang digambar atau dibuat walaupun berdasarkan kenyataan kesehari-harian, tetapi penontonnya akan dapat memakluminya dan bahkan kemungkinan akan menciptakan tawa dan pemakluman.

e. Berkreasi dalam Bentuk Visual secara Utuh (Creation of Visual Generalizations and Projections). Film animasi dapat membuat menggeneralisir secara visual dan memproyeksikan dari contoh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kecil dan menyiarkannya ke semua manusia yang mungkin tertarik.

f. Rekreasi ke Masa Lalu (*Recreation of the Past*). Animasi bisa dipergunakan untuk melongok masa lalu yang sudah atau pernah terjadi, bahkan tidak dialami oleh manusia modern. Seperti menggambarkan kenyataan pergeseran benua pada masa lalu yang diyakini oleh data sejarah geografi dan archeologi atau yang lain atau menggambarkan perpindahan bangsa-bangsa berdasarkan suatu data sejarah kehidupan manusia yang dianut dari sebuah teori kehidupan. Dengan animasi bisa dibuat rekonstruksi kehidupan masa lalu yang dapat meyakinkan penontonnya bahwa kenyataannya kehidupan masa lalu itu betul-betul ada dan dapat diwujudkan secara visual.

g. Presentasi Elemen yang Selalu Berhubungan (*Progressive Presentation of Related Elements*). Elemen dasar yang diperkenalkan dan elemen lainnya dalam animasi. Misalnya kerangka manusia, struktur tulang belakang, bagaimana sistem koordinasikannya saat bergerak, secara fisik atau biologis.

h. Persembahan Isyarat Visual (*Offering Visual Cues*). Isyarat visual dapat dianimasikan dengan petunjuk panah, lingkaran, titik dan garis, blok-blok warna untuk menandai suatu daerah tertentu yang terkena musibah atau sering diterapkan dalam acara ramalan cuaca di televisi, misalnya tentang ramalan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

prediksi cuaca yang biasa ditampilkan televisi atau di media interaktis.

i. Animasi Mengungkapkan Analogi Visual (*Anmation of Visual Analogies*). Analogi yang dianimasikan mungkin digambarkan untuk penonton muda, dalam rangka memperkenalkan sesuatu yang sebelumnya tidak dikenal. Sehingga penontonnya mengenalnya dan kemudian dapat memahami dan mengikuti alur selanjutnya.

j. Memperkokoh Ide untuk Membentuk Karakter (*Giving Character ti Ideas*). Figur dari film animasi kartun dapat memberikan gambaran karakter yang tergambarkan dalam sejarah walaupun kekuatan abstrak yang berbentuk simbol sederhana dapat diterima sebagai perwujudan subjek yang menjadi menarik. Film animasi mengilustrasikan esensi dan spirit dari kejadian besar yang digambarkan dalam bentuk figur kartun, tentara, kota, industri, penduduk dalam bentuk sederhana secara satiristik tetapi mudah ditangkap oleh penotonnya.[28]

Penyajian dakwah dalam film memang harus disajikan dalam bentuk cerita yang menarik. Dakwah dan film bagaikan dua sisi komunikasi yang tidak bisa dipisahkan. Dakwah sebagai pesan dan film sebagai media komunikasi. Film animasi dakwah bukan sekedar film yang memiliki judul atau tema besar dakwah, melainkan film

[28] *Ibid*, hh. 348-352

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang memiliki pesan dakwah, meliputi aqidah, akhlak, moral, etika dan lain sebagainya. Sehingga film animasi selain memiliki sisi menghibur, tapi memiliki unsur pesan dakwah, memberikan informasi yang bermanfaat bagi para penonton, terutama kalangan anak-anak yang biasa menonton film animasi atau kartun.

5. Kelebihan dan Kekurangan Film

a. Kelebihan Film

1) Secara Psikologis, penyuguhan secara hidup dan nampak yang dapat berlanjut dengan animation mempunyai kecenderungan umum yang unik dalam keunggulan daya efektifitasnya terhadap penonton.

2) Media film menyuguhkan pesan yang hidup akan mengurangi keraguan apa yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.

3) 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.

b. Kekurangan Film

1) Aspek kehadirannya, terjadinya perubahan kegiatan sehari-hari dalam keluarga muslim dan muslimah. Semisal, waktu ba'da maghrib, yang biasanya digunakan untuk menambah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

amalan ibadah seperti mengaji dijadikan untuk menonton film atau tayangan televisi lainnya.

2) Aspek isinya, isi yang disampaikan oleh media massa ialah mengenai penokohan yang diidolakan. Media massa yang ada tidak berusaha untuk ikut mendidik bangsa dan masyarakat dengan menokohkan orang-orang yang dapat mendorong bagi terbangunnya bangsa seperti tokoh ilmuwan ataupun para ulama, sebaliknya justru tokoh yang terus menerus diekspos dan ditampilkan adalah para selebriti yang memiliki kehidupan yang borjuis, *hedonisme*.

B. Pesan Amanah

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Dan pesan di sini merupakan seperangkat simbol verbal dan ataupun nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan itu sendiri memiliki tiga komponen yaitu makna simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk atau organisasi pesan.[29]

Pesan dalam proses komunikasi massa tradisional biasanya terdiri dari pesan-pesan yang identik, diproduksi secara mekanis, dikirimkan secara simultan, tidak fleksibel dan tidak dapat diubah.[30] Pesan komunikasi dakwah memiliki tujuan tertentu. Hal ini akan menentukan teknik yang akan diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasif atau teknik instruksi.

[29] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Rosdakarya, 2010), h. 97

[30] Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 73

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Betapapun juga teknik pertama yang harus dimengerti dalam proses komunikasi dakwah adalah pesan dari komunikasi tersebut.[31]

Sifat pesan melalui media massa ialah umum (*public*). Karena pesan komunikasi melalui media massa sifatnya umum, maka lingkungannya menjadi *universal*, mengenai segala hal dan dari berbagai tempat di seluruh jagat. Pesan-pesan tersebut bisa mengenai politik, ekonomi, kebudayaan, militer, kemasyarakatan dan sebagainya yang terjadi di negara lain di seluruh dunia.[32]

Sifat lain dari pesan melalui media massa adalah sejenak (*transient*), hanya untuk sajian seketika. Khalayak menonton sebuah film di bioskop maupun di televisi, setelah dilihat dan didengar kemudian tiada lagi, diganti dengan pesan berikutnya.[33]

Komunikasi dakwah terdiri atas pesan, akan tetapi lambang yang digunakan bisa bermacam-macam. Sementara itu, lambang yang biasa digunakan dalam komunikasi dakwah ialah bahasa, gambar, visual dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari, pesan komunikasi dakwah yang disampaikan kepada mad'u dengan menggunakan gabungan/kolaborasi lambang, seperti pesan komunikasi melalui retorika, surat kabar, film atau televisi. Dalam merencanakan sebuah pesan harus diperhatikan hal-hal berikut: [34]

---

[31] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 98

[32] Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h. 49

[33] *Ibid*, h. 53

[34] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, h. 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pesan harus dirancangkan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.

b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat mengerti.

c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.

d. Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Pesan dakwah tidak cukup dengan memperhatikan timing dan placing, tetapi harus mampu mengidentifikasikan isi pesan dakwah yang akan menentukan jenis pesan apa yang akan disampaikan. Dalam hal ini, dapat berupa *informational message* atau *instructional message* atau *motivational message*.[35]

Islam selalu menganjurkan kepada pemeluknya supaya mawas diri, agar hak-hak Allah dan hak-hak manusia dapat dijaganya dan pekerjaan-pekerjaannya dapat dikontrol dari pengaruh kelengahan dan pengabaian. Islam pun mengharuskan agar seorang muslim menjadi seorang yang bisa dipercaya.

[35] *Ibid*, h. 99

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada umumnya orang awam mengartikan amanat dalam arti yang sempit yaitu menjaga barang titipan. Padahal amanat menurut pandangan Islam mempunyai arti yang lebih besar dan lebih berat. Amanat adalah suatu kewajiban yang harus dijaga oleh orang-orang Islam serta mereka meminta pertolongan kepada Allah agar menjaga amanah itu.[36] Amanat itu mengharuskan kita untuk selalu bersih dalam amal perbuatan, menjadi sebaik-baik orang dalam melaksanakan pekerjaan itu.

C. Penonton Animasi

Karikatur (*caricature*), menampilkan tampilan bentuk yang selangkah lagi akan memiliki nilai ke arah seni formal. Karikatur cukup popular dalam membuat karakter lucu dalam bentuk figur kartun. Bentuk dekoratif (decorative form), animasi dengan gaya ini mencoba menggali kisah dan bentuk gambar berdasarkan cerita rakyat dan dari ilustrasi buku anak-anak.[37]

Anak-anak jarang melihat bioskop, tetapi ia senang film kartun, film tentang binatang dan film rumah tentang anggota-anggota keluarga. Anak-anak juga senang mendengarkan radio, tetapi lebih senang melihat televisi. Ia senang melihat acara untuk anak-anak yang lebih besar dan juga acara untuk anak-anak prasekolah.[38] Sasaran film animasi, pada umumnya ialah anak-anak. Tak jarang orang dewasa pun masih menyukai film animasi.

[36] Anwar Masy'ari, *Akhlak Al-Qur'an*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1990), h. 56
[37] Gotot Prakoso, *Animasi Pengetahuan Dasar Film Animasi*, h. 357
[38] Elizabeth B. Hurlock, Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, (Jakarta: Erlangga, 1980), h. 122, edisi kelima

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karena film animasi menawarkan keunikan yang membuat penontonnya tak bosan untuk menonton.

D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Nama, Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
Muthmainnah, 2006	Analisis Framing Pesan Dakwah Tayangan Wak Kaji Show JTV	Analisis Framing Model Gamson Modigliani	Penelitian media terdahulu ini melalui program Talk Show, sedangkan penelitian ini menggunakan Film sebagai media.
Supriyono, 2012	Dakwah melalui sinetron Pesantren Rock n Roll	Analisis Framing Model Gamson Modigliani	Penelitian media terdahulu ini melalui sinetron, sedangkan penelitian ini menggunakan Film sebagai media.
Achmad Arif Ulinnuha, 2005	Konstruksi Media Tentang Makna Ramadhan (Sebuah Analisis Framing Rubrik Renungan Ramadhan di Harian Surya)	Analisis Framing tentang pesan dakwah	penelitian media terdahulu dari surat kabar sedangkan penelitian ini menggunakan media Film animasi.
Lutfi Bari Hasani, 2014	Pembingkaian Jihad Dalam Film Fetih 1453 (Analisis Framing Film Fetih 1453)	Analisis Framing Model Gamson dan Modigliani	Penelitian terdahulu meneliti tentang Jihad sedangkan penelitian ini meneliti pesan Amanah.
Fauziyah Rahmawati, 2014	Sinetron "Anak-anak Manusia" Tentang Pahitnya Kejujuran Episode 25-26 di RCTI (analisis framing Gamson dan Modigliani)	Analisis Framing Model Gamson dan Modigliani	Penelitian terdahulu meneliti tentang Pahitnya kejujuran, sedangkan penelitian ini meneliti tentang Amanah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id