



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**FILM KEHIDUPAN
“BERBAGI PEMBAWA REZEKI”**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh

Qowi Hanif Witanto
NIM. B01219046

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya
2022

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qowi Hanif Witanto

NIM : B01219046

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Film Kehidupan Berbagi Pembawa Rezeki** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 26 Desember 2022



Qowi Hanif Witanto

NIM. B01219046

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Qowi Hanif Witanto
Nim : B01219046
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Film Kehidupan Berbagai Pembawa Rezeki

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 26 Desember 2022
Menyetujui Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a long horizontal line with a stylized, cursive signature in the middle.

Tias Satria Adhitama. S.Sos.I,M.A.
NIP. 196701282003121001

PENGESAHAN SKRIPSI
FILM KEHIDUPAN
"BERBAGI PEMBAWA REZEKI"

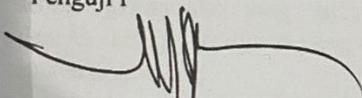
SKRIPSI

Disusun Oleh
Qowi Hanif Witanto
B01219046

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 10 Januari 2023

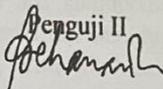
Tim Penguji

Penguji I



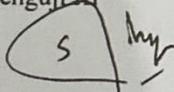
Tias Satrio Adhitama, S.Sos.I., M.A.
NIP. 197805092006041004

Penguji II



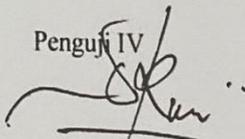
Drs. Prihananto, M.Ag.
NIP. 196812301993031003

Penguji III



Dr. Sokhi Huda, M.Ag
NIP. 196701282003121001

Penguji IV



Lukman Hakim, S.Ag, M.Si, MA
NIP. 197308212005011004

Surabaya, 10 Januari 2023

Dekan,



Dr. Moch. Moinul Arif, M.Fil.I
NIP. 1971071998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Qowi Hanif Witanto
NIM : B01219046
Fakultas/Jurusan : FDK / Komunikasi Penyiaran Islam
E-mail address : qowihanif19@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Film Kehidupan Berbagi Pembawa Rezeki

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Juli 2023

Penulis

(Qowi Hanif Witanto)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Qowi Hanif Witanto, NIM B01219046, 2019, Film Kehidupan Berbagi Pembawa Rezeki. Skripsi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Karya kreatif ini bertujuan menjadi sumber tontonan bagi akademisi maupun masyarakat secara umum untuk kemudian dipahami, direnungi, diambil manfaat-manfaat yang terdapat pada isi video yang dibahas, sehingga karya kreatif ini dapat menjadi bahan diskusi untuk semua kalangan. Untuk mendeskripsikan karya kreatif ini, pembuat film menggunakan teori kultivasi yaitu memprediksikan dan menjelaskan formasi dan pembentukan jangka panjang dari persepsi, pemahaman dan keyakinan mengenai dunia sebagai akibat dari konsumsi akan pesan-pesan media. Hasil karya kreatif ini menunjukkan bahwa (1) Pesan dakwah dapat menyebar sangat cepat dengan jangkauan dan tempat yang sangat luas dengan menggunakan media dakwah film. (2) Peran film sebagai media dakwah sangatlah cocok untuk orang-orang yang menyukai audio visual atau penyampaian dakwah melalui gambar yang bersuara, dengan adanya film dakwah maka kebutuhan mad'u akan lebih mudah disampaikan dan dimengerti.

Kata Kunci: *Dakwah, Film, Media*

ABSTRACT

Qowi Hanif Witanto, NIM B01219046, 2019, Film The Life of Sharing a Fortune Bearer. Thesis for Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Dakwah and Communication, UIN Sunan Ampel Surabaya.

This creative work aims to be a source of spectacle for academics and society in general understood, contemplated, taken the benefits that exist on the contents of the video discussed, so that this creative work can be a subject of discussion for all circles. For describe this creative work, filmmakers use cultivation theory, namely predicting and explaining formations and long-term formation of perception, understanding and beliefs about the world as a result of consumption of will media messages. The results of this creative work show that (1) Da'wah messages can spread very quickly with a very wide range and place to use film preaching media. (2) The role of film as a medium of propaganda very suitable for people who like audio visual or delivery of da'wah through sound images, with the existence of da'wah films, mad'u's needs will be greater easy to convey and understand.

Keywords: Da'wah, Film, *Media*

نبذة مختصرة

فيلم تقاسم الحياة يجلب الثروة. B01219046, 2019, نيم قوي حنيف ويتانتو جامعة سنان أمبل برنامج دراسة الاتصال والإذاعة الإسلامية بكلية الدعوة والاتصال يهدف هذا العمل الإبداعي إلى أن يكون مصدرًا للمشهد الإسلامية سورابايا للأكاديميين والجمهور بشكل عام لفهم محتويات الفيديو الذي تتم مناقشته والتأمل فيه والاستفادة منه ، بحيث يصبح هذا العمل الإبداعي مادة للمناقشة لجميع المجموعات. لوصف هذا العمل الإبداعي ، يستخدم صانعو الأفلام نظرية الزراعة ، التي تنتبأ وتشرح التكوين طويل الأمد وتشكيل التصورات والتفاهات والمعتقدات حول العالم تظهر نتائج هذا العمل الإبداعي أن (1) وسائل الإعلام .نتيجة لاستهلاك الرسائل رسائل الدعوة يمكن أن تنتشر بسرعة كبيرة مع وصول ومكان واسع جدًا باستخدام الدعوة مناسبة جدًا وسائل الإعلام فيلم الوعظ. (2) أدوار الفيلم مثل وسائل الإعلام للأشخاص الذين يحبون السمعيات والمرئيات أو إيصال الدعوة من خلال الصور الصوتية ، مع فيلم الدعوة ، يسهل نقل احتياجات المدو وفهمها.

كلمات مفتاحية: دعوة، فيلم، وسائل الإعلام

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

JUDUL	PENELITIAN	
(SAMPUL).....		
i		
LEMBAR	PERSETUJUAN	
PEMBIMBING		
i		
LEMBAR	PENGESAHAN	UJIAN
SKRIPSI.....		
Error! Bookmark not defined.		
MOTTO.....		
ii		
PERSEMBAHAN		
iii		
PERNYATAAN	KEASLIHAN	
KARYA		
iv		
ABSTRAK		
v		
نبذة		
مختصرة		
vii		
KATA		
PENGANTAR		
viii		
DAFTAR		
ISI.....		
ix		
DAFTAR		
TABEL.....		
xii		

DAFTAR	
GAMBAR	xiii
BAB	I
PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Rumusan Masalah	4
C.Tujuan Karya Kreatif	4
D.Manfaat Karya Kreatif	4
E.Metode Perancangan	5
1.Konsep Karya Kreatif.....	5
2.Sinopsis.....	5
3.Durasi	6
4.Pengumpulan Data.....	6
F.Sistematika Pembahasan	8
BAB II KAJIAN TEORETIK dan PROFIL	
PRODUK.....	10
A.Kerangka Teoretik.....	10
1.Orisinalitas.....	10
2.Teori Produksi	11
3. <i>Positioning</i> Karya.....	11
4.Fungsi dan Manfaat Film.....	27
5.Perspektif Islam	28
6.Manfaat, Fungsi dan Efek Media Dakwah	37
7.Hubungan Media Dakwah dan Pesan Dakwah	39
8.Nilai Etika Film Dalam Dakwah	39
9.Konsep rezeki dalam film.....	42
10.Kehidupan berbagi dan rezeki.	42
B.Profil Produk.....	45
1.Nilai Dakwah.....	45
2.Pendukung	46
3.Penghambat	47

	4.Peluang	47
	5.Benchmarking.....	47
BAB	III	DESAIN
	PRODUK.....	
	48	
	A.Konsep Media.....	48
	1.Pemilihan media dan alasan	48
	2.Khalayak sasaran	48
	B.Tahapan Produksi.....	49
	1.Pra Produksi.....	49
	2.Produksi.....	50
	3.Pascaproduksi	52
	C.Anggaran Biaya	54
BAB	IV	APLIKASI KARYA
	KREATIF.....	
	56	
DAN	PEMBAHASAN.....	
	56	
	A.Eksekusi Karya Kreatif.....	56
	1.Tahap produksi	56
	2.Pengambilan gambar	60
	B.Pembahasan Karya Kreatif	63
	1.Sinopsis dan Genre	63
	2.Naskah	64
	3.Casting Pemain.....	70
	4.Alat – alat Produksi	72
BAB	V	
	PENUTUP	
	74	
	A.Simpulan.....	74
	B.Rekomendasi	74
	C.Keterbatasan Karya Kreatif.....	75

DAFTAR
PUSTAKA.....
76
LAMPIRAN.....
81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Anggaran Biaya.....54



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 pra produksi.....	49
Gambar 3.2 aktor pemeran.....	33
Gambar 3.3 Proses reading pemain.....	51



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Film merupakan bagian dari media massa yang sering digunakan sebagai sarana untuk menggambarkan kehidupan sosial. Film sebagai karya budaya, banyak di antaranya menawarkan gambaran kehidupan masyarakat dan pelajaran penting. Perkembangan dan kemajuan teknologi selalu membawa perubahan pada gaya hidup manusia di era digital ini, oleh karena itu seorang dai harus berdakwah mengikuti perkembangan zaman. Peran film sebagai media dakwah sangatlah cocok untuk orang-orang yang menyukai audio visual atau penyampaian dakwah melalui gambar yang bersuara, dengan adanya film dakwah maka kebutuhan mad'u akan lebih mudah disampaikan dan dimengerti.

Menonton film sejatinya merupakan salah satu hobi masyarakat kebanyakan. Dengan menonton film kita akan mendapatkan hiburan tersendiri bahkan tidak hanya itu, dari menonton film ini kita akan mendapat banyak berbagai informasi yang baru maupun motivasi yang ada didalamnya. Sudah banyak berbagai macam film yang telah diproduksi oleh sutradara dari penjuru dunia. Adapun jenis atau temanya, film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang di masyarakat kemudian memproyeksikannya ke atas layar.

Ada juga setelah melihat film Islami seseorang yang dari awalnya pelit menjadi dermawan yang awalnya mudah marah setelah melihat film yang judul nya tentang janganlah marah menjadi penyabar. Oleh karena mad'u sangat membutuhkan film dakwah yang menginspirasi di kehidupan sehari-hari

Film dakwah yang baik adalah yang mampu menangkap realitas keseharian seakurat mungkin sehingga pesan dakwah yang disampaikan benar-benar menyentuh

penontonnya tanpa membuat mereka merasa digurui. Seperti yang dikatakan Ade Irwansyah, publik tidak hanya mempercayai mata dan telinganya, tetapi juga otak dan hatinya.¹

Tema dalam karya kreatif ini masih dalam ranah penelitian ilmu dakwah dimana himbuan atau pesan yang disampaikan dianggap dakwah karena karya kreatif berkeyakinan bahwa pesan yang disampaikan tidak berkaitan dengan orang lain dan pesan disampaikan untuk kebaikan. baik secara individu maupun kolektif.

Penilaian ini sesuai dengan definisi dakwah, dimana dakwah adalah kegiatan yang dilakukan sebagian orang agar mad'u berperilaku sesuai dengan ajaran islam untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik baik untuk pribadi maupun untuk masyarakat. mencapai kehidupan kolektif.² Dalam pembuatan film dakwah, mereka melalui beberapa tahapan, dimana tahapan tersebut bertujuan untuk menata film dengan baik, sehingga hasil akhirnya bagus. Berikut adalah beberapa proses pembuatan film :

1. Pra produksi

Pra produksi merupakan tahapan produksi film yang paling penting, karena pra produksi mencakup semua tahapan persiapan sebelum memulai proses produksi.

2. Produksi

Langkah ini merupakan proses yang paling menentukan kesuksesan film. Proses yang dimana bisa disebut shot dengan kata lain diarahkan oleh sutradara yang paling bertanggung jawab atas proses ini.

¹ Laily Nur Indasari, "Dakwah Melalui Film Baik-baik Sayang", Skripsi, IAIN Sunan Ampel, 2013, 31

² Hasan Bisri, Filsafat Dakwah, (Surabaya: Dakwah Digital Press, 2010), 19

3. Pasca produksi

Langkah ini dilakukan setelah produksi film selesai. Ada beberapa fungsi dalam langkah ini yaitu : mengedit film, membuat efek khusus, mengoreksi warna, menyediakan suara rekaman dan musik latar, serta menambahkan animasi.

Skripsi dengan penelitian karya kreatif ini berjudul “Film Kehidupan Berbagi Pembawa Rezeki” dalam karya kreatif ini, Pencipta hendak menciptakan video yang notabennya mengusung konsep pesan dakwah, dimana film ini di ambil dari kisah nyata. Penonton akan mendapatkan pesan apa yang disampaikan oleh video. Pada konsep ini, para penonton akan mudah mendapatkan pesan dakwah supaya dapat dijadikan contoh di kehidupan, dimana kerap kali menyampaikan perbuatan yang bermanfaat seperti mengajak para penonton untuk berbuat kebaikan akan perilaku.

Menceritakan tentang kisah seorang ojek yang bernama Joko, Hampir sudah 3 hari pak Joko belum sama sekali mendapatkan orderan, Setelah sholat dhuhur pak joko melanjutkan untuk mencari penumpang, pada saat di jalan pak Joko melihat anak kecil sendirian dan lemas sambil memegang perut nya lalu ditanya sama pak Joko kamu kenapa dek sakit? Setelah mendengar jawaban adek kecil itu hati pak Joko tersentuh langsung ke warung untuk membelikan nasi kotak walaupun posisi pak Joko juga hanya mempunyai sedikit uang. Lalu datang lah seorang pemuda ingin naik ojek untuk diantarkan ke rumah nya hati pak Joko langsung senang karena sudah ada orang yang order. Dari cerita di atas, seorang kreator ingin menginspirasi dan mencurahkan isi hatinya untuk rasa syukur yang luar biasa. Saat mengerjakan film ini, seorang kreator ingin membuat film. Dalam melakukan hal tersebut,

seorang kreator ingin menyampaikan pesan dakwah yang terkandung dalam film tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, rumusan masalah pada karya kreatif ini adalah:

1. Bagaimana pesan dakwah bisa sampai ke penonton melalui video film kehidupan berbagi pembawa rezeki?
2. Apa tahapan dalam pembuatan film kehidupan berbagi pembawa rezeki?
3. Bagaimana film genre religi bertemakan Islam sebagai media dakwah?

C. Tujuan Karya Kreatif

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari karya kreatif ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui film kehidupan berbagi pembawa rezeki menjadi film islami sebagai media dakwah.
2. Untuk mengetahui unsur dakwah apa saja yang terkandung dalam film kehidupan berbagi pembawa rezeki.

D. Manfaat Karya Kreatif

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil karya kreatif ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu komunikasi di Fakultas Dakwah dan UIN Sunan Ampel Surabaya khususnya bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam.

- b. Dapat digunakan sebagai referensi bagi karya kreatif selanjutnya yang berkaitan dengan masalah sejenis.
2. Manfaat Praktis
 - a. Secara pribadi

Bagi kreator, membuat video ini adalah langkah pertama kreator untuk melanjutkan ke studi berikutnya dalam mengejar pendidikan yang lebih tinggi.
 - b. Secara umum

Keseluruhan, karya kreatif ini bertujuan untuk menjadi sumber film dakwah bagi peneliti dan masyarakat umum untuk memahami, merefleksikan dan menggunakan konten video yang dibahas, sehingga karya kreatif ini menjadi topik diskusi semua kalangan.

E. Metode Perancangan

1. Konsep Karya Kreatif

Proyek pembuatan film kehidupan yang berjudul *berbagi pembawa rezeki* berbentuk sebuah audiovisual yang menggambarkan tukang ojek dalam krisis ekonomi atau keuangan. Pada tahap awal guna memperlancar proses pembuatan film dokumenter ini adalah melakukan persiapan apa saja yang dibutuhkan pada saat suting berlangsung.

2. Sinopsis

Film ini menceritakan tentang kisah seorang ojek yang bernama Joko, hampir sudah 3 Hari pak Joko belum sama sekali mendapatkan orderan, Setelah sholat dhuhur pak Joko melanjutkan untuk mencari penumpang, pada saat di jalan pak Joko melihat anak kecil sendirian dan lemas sambil memegang perut nya

lalu ditanya sama pak Joko kamu kenapa dek sakit? Setelah mendengar jawaban adek kecil itu hati pak joko tersentuh langsung ke warung untuk membelikan nasi kotak walaupun posisi pak Joko juga hanya mempunyai sedikit uang. Lalu datang lah seorang pemuda ingin naik ojek untuk 6 diantarkan ke rumah nya hati pak Joko langsung senang karena sudah ada orang yang order.

3. Durasi
16 Menit

4. Pengumpulan Data

Ada beberapa tahapan dalam pembuatan film kehidupan berbagi pembawa rezeki, dimana tujuan dari tahapan tersebut adalah untuk menata film dengan indah sehingga berdasarkan hasil film dapat diketahui kelebihan dan kekurangan pembuatannya. Setelah proses suting kami melihat hasilnya dan meneliti letak kesalahan-kesalahan pada film, sehingga kami lanjut untuk memperbaiki pada langkah selanjutnya. Tahap akhir setelah merevisi isi film maka film siap untuk diedarkan. Oleh karena itu, saat membuat film berjudul film kehidupan berbagi pembawa rezeki, berikut langkah-langkah penulis dalam membuat film :

a. Pra produksi

Pra Produksi yaitu tahapan terpenting dalam sebuah "produksi film, karena pra produksi mencakup semua tahapan persiapan sebelum memulai proses produksi. Seorang produser harus benar-benar mempersiapkan semuanya secara matang agar saat memasuki tahapan produksi semua berjalan dengan lancar.

b. Produksi

Tahapan ini merupakan proses yang paling menentukan keberhasilan penciptaan sebuah karya kreatif. Proses ini dipimpin oleh seorang sutradara, yang pada akhirnya bertanggung jawab atas proses tersebut. Orang-orang yang terlibat dalam proses ini termasuk juru kamera atau DOP (Direktur Fotografi), yang mengatur pencahayaan, warna, dan merekam gambar. Artistik yang mengatur set, *make up*, wardrobe dan lain sebagainya, dan Soundman yang merekam suara.

c. Pasca produksi

Tahapan ini dilakukan setelah produksi film selesai. Pada tahap ini terdapat beberapa kegiatan seperti mengedit film, membuat efek khusus, mengoreksi warna, memberikan suara dan musik latar, menambahkan animasi. Karena pembuatan film memerlukan banyak penelitian agar film memiliki landasan yang kokoh, lebih mudah dalam proses produksinya.

1) Penentuan tema dan judul

Penentuan tema dilakukan saat penulis ingin membuat sebuah proyek film kehidupan.

2) Riset lapangan

Riset Lapangan merupakan kegiatan yang dilakukan sebelum membuat film.

3) Pembuatan proposal

Tahap selanjutnya setelah riset lapangan adalah membikin perencanaan proposal film kehidupan.

4) Pembuatan script dan alur utama

Setelah membuat proposal, penulis menyiapkan skenario cerita film yang akan diproduksi sebelum melangkah ke langkah selanjutnya.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memperjelas struktur dari penyusunan skripsi ini. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAGIAN AWAL

Terdiri dari: Judul Karya Kreatif (*cover*), Persetujuan Pembimbing, Pengesahan Tim Penguji, Motto dan Persembahan, Abstrak, Kata Pengantar, Daftar Isi, dan Daftar Tabel.

BAB I: PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang, definisi konsep, kerangka teoritik, karya kreatif terdahulu, metode perancangan, dan sistematika pembahasan.

BAB II: KAJIAN TEORITIK DAN PROFIL PRODUK

Pada bab ini menjelaskan kemampuan elaborasi konsep teoretis dengan hasil penelitian atau karya kreatif terdahulu.

BAB III: DESAIN PRODUK

Bab ini berisi penjelasan tentang penggunaan media untuk produksi karya kreatif berikut dasar argumetasinya, khalayak sasaran produk karya kreatif hingga tahapan produksi sebuah karya kreatif.

BAB IV: APLIKASI KARYA KREATIF DAN PEMBAHASAN

A. Eksekusi Karya Kreatif

Berisi penjelasan tentang prosedur, mekanisme menjalankan/mengoperasionalkan karya kreatif hingga dapat dinikmati/digunakan/dijalankan.

B. Pembahasan

Merupakan analisis yang dilakukan pembuat karya kreatif dalam perspektif teoretis dan islam. Dalam perspektif teori, pembahasan diarahkan pada pembacaan karya berdasarkan teori yang digunakan pembuat. Dalam perspektif Islam, diarahkan pada upaya pembacaan keberadaan sebuah karya kreatif dalam pandangan Islam,

apakah dari aspek kebermanfaatannya sebuah karya atau dampaknya bagi masyarakat Islam di Indonesia.

BAB V: PENUTUP

Berisi simpulan, rekomendasi dan keterbatasan penelitian. Untuk detail penjelasannya, secara substantif sama dengan isi bab V di model penelitian kualitatif, kuantitatif, pustaka dan analisis teks media.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORETIK DAN PROFIL PRODUK

A. Kerangka Teoretik

1. Orisinalitas

Orisinalitas adalah karya yang berasal dari pemikiran sendiri dan belum pernah dilakukan oleh siapa pun sebelumnya. Menurut Filsaime, berpikir kreatif adalah proses berpikir dengan fluiditas, fleksibilitas, orisinalitas dan kecanggihan. Kefasihan adalah kemampuan untuk menyajikan gagasan yang benar sebanyak mungkin atau gagasan sejelas mungkin. Fleksibilitas adalah kemampuan untuk menyajikan banyak ide atau gagasan yang berbeda dan tidak monoton ketika mempertimbangkan sudut pandang yang berbeda. Orisinalitas adalah kemampuan untuk memunculkan ide-ide unik dan tidak biasa, atau ide-ide yang berbeda dari buku atau pendapat orang lain. Kerja adalah kemampuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi dan menambahkan rincian ide atau gagasan agar lebih bernilai. Berdasarkan kelima tesis sebelumnya, persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Persamaannya bahwa karya kreatif terdahulu dengan karya kreatif ini sama-sama sebagai media dakwah yang tujuan mempermudah untuk penyampaian dakwah ke mad'u lewat audio visual.
- b. Perbedaan bahwa karya kreatif penelitian terdahulu dengan karya kreatif ini adalah alur 10 ceritanya yang diambil dari kisah nyata kehidupan sehari-hari kemudian diangkat menjadi sebuah karya kreatif yang berjudul film kehidupan berbagi pembawa rezeki karya kreatif ini menggunakan teori kultivasi dan bertema nilai-nilai kebaikan dalam kehidupan.

2. Teori Produksi

Film muncul karena adanya kegelisahan masyarakat terhadap lingkungan sekitarnya. Masalah yang ingin diangkat dan disampaikan ke tengah khalayak luaslah yang membentuk janin sebuah film. Namun film baru akan dilahirkan jika masalah itu dikemas dalam jalinan cerita terstruktur. Struktur cerita dalam film bagaikan tulang punggung yang menopang seluruh tubuh makhluk hidup. Struktur cerita yang dinamis menentukan apakah penonton bertahan menyaksikan film hingga akhir. Struktur cerita juga berperan menentukan apakah pesan yang ingin dikomunikasikan dapat tersampaikan atau tidak.

Mengingat betapa pentingnya struktur cerita, tokoh-tokoh perfilman telah menciptakan berbagai teori struktur cerita film. Beberapa teori yang terkenal antara lain teori klasik 3 babak yang dijabarkan oleh Field (1984), 8 sekuen dan hero's journey yang dijabarkan oleh Campbell (2008). Teori-teori ini telah dipercaya dan digunakan untuk merancang struktur cerita berbagai film box office.

3. *Positioning* Karya

Positioning adalah suatu kegiatan yang dilakukan terhadap pikiran mad'u, yaitu menempatkan suatu produk atau karya pada pikiran mad'u sesuai dengan keinginan konsumen. *Positioning* itu diartikan sebagai memposisikan karya, untuk meraih citra dan nilai karya di benak mad'u. Tujuan *Positioning* menurut Fandy Tjiptono :

- a. Menempatkan produk di pasar atau menempatkannya di pasar sedemikian rupa sehingga produk tersebut terpisah atau berbeda dari merek pesaing.
- b. Posisikan produk sehingga menyampaikan beberapa poin kunci kepada pelanggan
- c. Untuk mencapai hasil yang diharapkan:
 - 1) Memenuhi kebutuhan segmen pasar tertentu sebanyak mungkin.
 - 2) Minimalkan atau batasi kemungkinan perubahan penjualan yang tiba-tiba.
 - 3) Menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap merek yang ditawarkan.³

Keunggulan dari karya kreatif ini yaitu sebuah skripsi karya kreatif untuk pertama kalinya dibuat di UIN Sunan Ampel Surabaya yang menghasilkan sebuah karya berbentuk video dengan tujuan sebagai media dakwah.

Dalam *FILM KEHIDUPAN BERBAGI PEMBAWA REZEKI* ada beberapa pemeran menyampaikan dakwahnya yaitu :

- a) Scene 1 yaitu ketika bu Devi menyemangati pak Joko yang sedang kebingung untuk mencari nafkah.

Bu Devi : “kerja apapun yang penting halal pak banyak sedikit ibu tetap bersyukur”

³ Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 27.

Istri yang sholehah yaitu yang tidak banyak membebani suaminya dan selalu memberi dukungan apapun.

Scene 10, 11 dan 14 yaitu menyampaikan pesan dakwah dengan melakukan adegan pada scene 10 pak Joko bergegas ke masjid melakukan sholat dan berdoa supaya diberi kelancaran rezeki setelah itu di scene 11 pak Joko bertemu dengan anak jalanan yang belum makan selama 3 hari kemudian pak Joko merasa kasihan dibelikan nya anak jalanan itu sebuah nasi bungkus dan minuman setelah memberi nasi bungkus dan minuman ke anak jalanan itu pak Joko kembali ke pangkalan ojeknya. Pada scene 14 tiba-tiba datang lah rezeki nya allah yaitu di datang seseorang untuk order ojek nya pak Joko dengan senang hati mengucapkan alhamdulillah.

Memahami alat yang digunakan

Dalam pembuatan film kehidupan berjudul “Berbagi pembawa rezeki” menggunakan berbagai peralatan syuting yang sederhana yaitu:

a. Handphone

Seiring kemajuan dan perkembangan sains, begitu pula teknologi. Kedua hal ini selalu berhubungan. Perkembangan ilmu pengetahuan yang ditujukan untuk perkembangan teknologi dan informasi merupakan bagian dari kehidupan masyarakat dunia saat ini, mayoritas masyarakat dunia memang tidak ingin ketinggalan dalam bidang teknologi dan informasi. Perkembangan teknologi saat ini dapat dimanfaatkan dengan berbagai cara. Salah satu pilihannya adalah mengakses Internet menggunakan ponsel atau perangkat seluler, dalam

hal ini membuka halaman web untuk melihat halaman informasi situs web di browser seluler. Handphone, juga dikenal sebagai telepon seluler, adalah perangkat komunikasi elektronik yang memiliki fungsi dasar yang sama dengan telepon rumah tradisional, tetapi dapat dibawa kemana saja (portabel, ponsel) dan tidak perlu terhubung ke telepon. jaringan kabel (nirkabel; *wireless*).

b. Tripod

Tripod adalah alat yang digunakan untuk menyangga kamera. Dengan adanya tripod, kamera tidak akan bergerak ketika proses memotret atau merekam video. Adapun manfaat penggunaan tripod, yaitu:

Adapun manfaat penggunaan tripod, yaitu:

- 1) Tripod meringankan beban. Bisa dibayangkan jika kita membuat video tanpa tripod. Dimana kameranya sudah berat. Hasil video tidak sesuai harapan. Jadi dasarnya benar-benar bisa menghemat energi.
- 2) Tripod mampu meminimalisir terjadinya guncangan tak terduga.
- 3) Tripod sangat bagus untuk videografer yang ingin memotret lanskap. Tripod dapat digunakan untuk komposisi miring, gundukan, atau tempat yang tidak dapat dijangkau oleh fotografer.

Kelebihan dari alat tripod, antara lain :

- 1) Memiliki banyak varian jenisnya

Tripod disebut alat pendukung kamera atau handphone. Tripod handphone biasanya lebih kecil, tetapi ada juga tripod berbeda yang dapat digunakan untuk kamera dan diadaptasi untuk handphone. Keunggulan tersebut membuat produk tripod tetap diminati.

2) Menghasilkan gambar yang stabil

Kelebihan yang bisa didapatkan dari produk tripod ini yaitu hasil gambar yang stabil dan fokus. Jadi, saat pengambilan gambar yang diinginkan menjadi hasil gambar yang maksimal dan tidak blur.

3) Desain yang praktis

Desain tripod juga dibuat dengan bentuk yang praktis, sangat mudah untuk dibawa kemana saja, sehingga dapat Anda bawa di dalam tas tanpa mengganggu aktivitas Anda. Penyimpanannya juga tidak membutuhkan banyak ruang dan sangat berguna bagi mereka yang memiliki ruang kecil dan sementara.

Kelemahan dari alat tripod, antara lain :

1) Pengoperasinya cukup ribet

Berbeda dengan pesaingnya monopod, Tripod memiliki pengoperasian yang cukup ribet. Jika digunakan untuk memotret di medan yang cenderung ekstrim mungkin akan membuat anda sedikit kesulitan mengoperasikannya. Cara penggunaannya juga cukup ribet dan harus merentangkan ketiga kakinya satu persatu. Jika

permukaan tidak rata membuat tripod tidak seimbang.

2) Bobotnya cenderung berat

Kekurangan yang ada pada tripod ini ada pada bobotnya yang cukup berat. Meski praktis dan mudah dibawa namun cukup menguras energi jika 41 harus menentengnya dalam waktu yang agak lama. Tripod bisa berbobot 3 kali lebih berat dibanding monopod. Belum lagi bentuknya yang lebih tebal meskipun sudah dilipat.

3) Harganya relatif mahal

Kekurangan lain yang dihadirkan dari produk Tripod ini terletak pada harganya. Harga yang ditawarkan oleh produk tripod ini relatif mahal jika disandingkan dengan pesaingnya monopod. Meskipun begitu, kualitas tripod ini sangat relate kok dengan harganya. Produk ini akan sangat cocok untuk Anda yang memiliki budget yang cukup besar.

c. Gimbal handphone

Gimbal adalah perangkat atau sistem yang dilengkapi dengan motor sensor yang mencegah getaran dan memungkinkan pengguna untuk memindahkan, memiringkan, atau memutar handphone saat mengambil gambar atau merekam video. Cara memanfaatkan gimbal handphone untuk hasil video yang keren :

1) Mencari tahu keunggulan gimbal handphone yang di pakai. Mau pakai *tool*, harus tahu fitur

dan masing-masing kegunaannya. Buat jadi seorang pro, kamu harus jadi seorang amatir dulu. Bukan amatir yang tidak bisa apa-apa. Sisihkan waktu buat mempelajari semua fiturnya sampai kamu benar-benar tahu. Jangan setengah-setengah. Walaupun pada dasarnya hampir semua gimbal mirip, kamu harus tahu cara mengoperasikan gimbal yang kamu punya. Setiap tombol punya fungsi dan kamu harus tahu kapan menggunakannya saat merekam.

- 2) Punya banyak referensi
Orang pintar tahu cara menggunakannya, orang cerdas bisa memanfaatkan apa yang ada. mungkin tahu cara menggunakannya gimbal, mulai dari menyalakannya, menghubungkan ke kamera, sampai melakukan gerakan merekam dengannya. Namun, ada beberapa fitur yang tidak cocok di pakai. Jadi, lebih mencari tahu dulu mau bikin footage video seperti apa. Lakukan banyak riset dan tuangkan semua yang ada di dalam otak kamu ke dalam sebuah blueprint yang bagus. Saat sudah saatnya terjun ke lapangan, kamu tahu mau mengambil video seperti apa.
- 3) Selalu perhatikan gerak naik-turun
Gimbal diciptakan untuk menjaga posisi lensa tidak berguncang saat merekam. Aksesori yang satu ini bisa digunakan untuk gerakan maju, mundur, dan berguling. Ada beberapa gimbal masih harus menyesuaikan dengan gerakan melompat dengan cepat. Pastinya, sedikit-banyak akan memengaruhi hasil

rekaman. Banyak footage hancur lantaran 43 videografer melakukan gerakan melompat tanpa perhitungan tepat. Pastikan melakukan gerakan vertikal dengan bantuan lebih dari satu orang untuk benar-benar mendapatkan hasil yang *smooth* dan jelas.

- 4) Jangan buang-buang energy
Seorang pro tahu semua yang dilakukannya. Dia akan merekam saat dibutuhkan dan diam saat memang harus istirahat. Hal ini juga termasuk dalam gerakan merekamnya, ya. Gimbal akan bantu kamu mendapatkan banyak footage dalam posisi sulit. Saat tidak perlu melompat sambil membawa gimbal, ya kamu tidak perlu melakukannya. Perbedaan mendasar dari seorang pro dan amatir adalah ketenangan dalam mengambil gambar. Bukan hanya tahu fungsi gimbal dan cara penggunaannya. Kamu juga butuh ketenangan saat pengoperasiannya.
- 5) Tambahkan cerita dalam setiap *footage*
Semua orang bisa menekan tombol record dan berlari ke sana ke mari. Namun, footage tanpa story sama seperti sayur kuah bening tanpa bumbu penyedap. Kamu tetap bisa makan sayurnya, tapi tidak ada rasa yang tinggalkan di dalam mulut. Hanya potongan video hambar. Kamu juga butuh menambahkan cerita dalam setiap potongan video. Sebagus apa pun gimbal 44 yang kamu pakai untuk merekam gambar, tetap akan kosong tanpa sebuah cerita di dalamnya. Gimbal tidak bisa bercerita, orang

yang memegangnya yang harus mampu melakukannya.

d. Komputer *editing*

Komputer adalah perangkat elektronik yang memproses informasi atau data. Komputer dapat menyimpan, mengambil, dan memproses informasi. Selain itu, komputer juga bisa menjadi alat untuk melakukan proses editing video. Ada 4 spesifikasi komputer yang kamu butuhkan sebagai editor video :

1) Prozessor dan memori

Ini adalah dua bagian penting yang harus diperhatikan oleh editor video. Perangkat lunak seperti Adobe Premiere Pro, Avid Media Composer, After Effects, dan program pengeditan profesional lainnya dirancang untuk berjalan pada prosesor multi-core. Pemirsa harus memahami bahwa setiap inti prosesor memiliki kekuatan untuk memproses, menyandikan, merender, dan mengeksport file video. Dengan kata lain, jumlah inti yang banyak menentukan seberapa cepat proses pengeditan, memungkinkan Anda menyelesaikan pekerjaan dalam waktu singkat, bahkan dengan video beresolusi tinggi, yang ukurannya terkadang merugikan editor. Jadi alangkah baiknya, cerdas dan bagus jika pembuat film yang berprofesi sebagai editor menginvestasikan sebagian besar anggarannya untuk memilih prosesor terbaik. Saat ini, ada dua prosesor terkenal di dunia AMD dan Intel yang memperkenalkan prosesor multi-core. Prozessor dengan 6 *core* menjadi spesifikasi

CPU minimum yang direkomendasikan jika kamu serius mencari PC yang tangguh. Adapun pilihan terbaik yang bisa Filmmaker pilih terdiri atas AMD Ryzen Series (Ryzen 5 dan Ryzen 7) dan Intel generasi ke-8 Coffee Lake (Core i7 dan Core i9).

2) SSD dan HDD

Untuk melengkapi kenyamanan dalam menjalankan banyak pengeditan video berat, tentu diperlukan *boot drive* yang cepat. Maka itu, *hard disk* berperforma tinggi seperti SSD menjadi opsi media penyimpanan utama selain HDD. Terlebih, dalam lingkungan profesional, SSD menawarkan kinerja dengan kecepatan luar biasa, sehingga memungkinkan kamu dapat memutar beberapa video sekaligus atau mengolah rekaman 4K. Oleh karena itu, setidaknya cari perangkat dengan dua *drive*, yaitu SSD dan HDD. Dengan SSD, PC kamu mampu bekerja jauh lebih cepat. Sementara HDD yang besar dapat menampung semua pekerjaanmu, mulai dari video, foto, atau berbagai *file* penting lainnya.

3) Kartu grafis

Kartu grafis juga menjadi komponen yang harus diperhatikan setelah CPU dan RAM. Meski demikian, pemilihan kartu grafis tergantung pada program *editing* yang kamu gunakan dan jenis video apa yang sering kamu edit. Jika kamu lebih sering menggunakan aplikasi berbasis CAD, maka pilihan terbaiknya menggunakan kartu grafis yang standar saja (terintegrasi atau *middle*

level) daripada membeli kartu grafis *high-end* layaknya kebutuhan *gamer*. Sebaliknya, jika kamu menggunakan aplikasi *editing* yang membutuhkan sistem tinggi seperti DaVinci Resolve, maka diperlukan juga kartu grafis *powerful* tentunya.

4) Kualitas layar

Hal lain yang sangat penting Selain efisiensi, aspek visual sangat menentukan untuk pengolahan video, karena dalam proses color grading kita harus mendapatkan warna yang benar-benar sesuai dengan apa yang ditampilkan di layar. Seringkali masalah muncul ketika editor sudah melakukan color grading dan ingin mentransfernya ke perangkat lain seperti handphone, laptop, dll. Sering terjadi perubahan gradasi warna, entah terlalu terang, terlalu gelap, kurang matang, atau Hal ini dikarenakan dalam proses editing bisa menggunakan kualitas layar yang kurang baik. Oleh karena itu, kualitas dan ukuran layar juga harus diperhatikan. Masalah resolusi layar tidak dapat diabaikan. Menggunakan layar Full HD masih merupakan opsi yang valid, karena pembuat film dapat menikmati gambar yang lebih detail dan tajam saat mengedit. Di sisi lain, layar yang besar membuat Anda lebih puas saat menjelajah atau menggunakan lebih dari satu aplikasi di layar.

e. *Microphone*

Mikrofon adalah alat (perangkat yang mengubah energi dari satu bentuk ke bentuk suara), dimana mikrofon mengubah energi akustik (gelombang

suara) menjadi energi listrik (sinyal suara). Mikrofon penting saat merekam audio. Dua jenis mikrofon yang umum digunakan, yaitu mikrofon lavalier dan mikrofon directional. Mikrofon Lavalier, juga dikenal sebagai klem, sering digunakan untuk merekam percakapan atau wawancara. Mikrofon jenis ini biasanya ditempelkan pada baju talenta agar dekat dengan sumber suara. Mikrofon searah atau shotgun biasanya digunakan untuk menangkap dari arah tertentu. Mikrofon jenis ini dapat menangkap suara dari arah lain. Shotgun juga bisa digunakan untuk mengabadikan suasana. Pilihan jenis mikrofon tergantung pada bidikan gambar. Mikrofon Lavalier adalah pilihan yang lebih baik untuk bidikan lebar. Untuk foto close-up, lebih baik menggunakan mikrofon directional. Suara biasanya direkam dengan mikrofon yang terhubung langsung ke kamera atau dengan alat perekam tambahan yang disebut perekam suara. Perekam suara umumnya juga memiliki kemampuan untuk merekam audio secara langsung tanpa mikrofon eksternal. Menggunakan perekam audio dapat menghasilkan kualitas suara yang lebih baik. Solusi untuk ini mungkin dengan menggunakan anak panah atau anak panah. Umumnya, Operator Boom menggunakan senapan yang terpasang pada boom untuk merekam suara.

f. *Lighting*

Lighting atau lampu adalah sebuah peralatan yang digunakan dalam membantu memberikan penerangan atau membentuk karakter dalam proses pengambilan gambar. Dengan adanya cahaya maka

juga akan membantu kamera bekerja jadi lebih baik. Selain itu, alat ini juga biasa digunakan dengan tujuan mendukung instrumen lainnya. Tanpa adanya lighting, suasana di sekitar area akan terasa hampa dan kosong. Selain itu, pada waktu-waktu tertentu, objek yang berada di tempat itu juga tidak akan nampak. Fungsi lighting dalam ruangan :

- 1) Memberikan pencahayaan pada sebuah area, supaya objek-objek yang berada pada wilayah tersebut dapat terlihat dengan lebih jelas.
- 2) Mewarnai objek dan area sekitar cahaya itu ditempatkan.
- 3) Memberikan kesan atau panorama dengan lebih baik.

Ada 13 Teknik pencahayaan dalam film :

- 1) *Natural lighting*
Natural lighting juga sangat bergantung pada lokasi dan waktu. Itulah mengapa perlu menyiapkan peta lokasi dan mempertimbangkan waktu sebelum dan selama pengambilan gambar.
- 2) *Key lighting*
Key lighting adalah lampu dengan pancaran cahaya terkuat. Lampu utama atau seringkali lampu utama digunakan untuk menyorot pemandangan atau objek di dalamnya. Juga selama pemasangan, lampu utama dipasang terlebih dahulu. Meski disebut lampu utama, bukan berarti pancaran cahaya selalu mengarah ke sasaran atau objek. Anda dapat memasang key light di mana saja, tergantung pada efek dan mood yang ingin Anda tampilkan di tempat kejadian. Gunakan pencahayaan utama saat Anda

ingin menarik perhatian audiens ke suatu objek atau membuatnya menonjol dari item lainnya. Namun perlu diingat bahwa key light tidak boleh dipasang di dekat kamera, karena akan menyebarkan cahaya dan tidak fokus pada subjek.

3) *Fill lighting*

Fill lighting adalah teknik pencahayaan untuk mengisi dan menghilangkan kegelapan juga bayangan yang diciptakan dari *key lighting*. Cahaya 50 dari fill lighting tidak secerah cahaya milik *key lighting*. Selain itu, pemasangannya pun biasanya di arah yang berlawanan dari *key light*, sehingga dapat menambah dimensi dalam scene. Karena tujuannya untuk menghilangkan bayangan, ada baiknya kamu memasang lampu fill sedikit lebih jauh dari *key light* untuk membuat cahaya yang lebih soft. Selain menghilangkan bayangan, *fill lighting* juga bisa digunakan untuk menambah *exposure* dan menurunkan kontras dalam scene. Sehingga, audiens bisa melihat scene lebih jelas.

4) *Back lighting*

Backlighting adalah teknik pencahayaan yang digunakan untuk membuat pemandangan tiga dimensi, sehingga biasanya dipasang terakhir pada pencahayaan tiga titik. Pencahayaan ini juga mengarah ke subjek, tetapi dipasang di belakang dan lebih tinggi untuk menonjolkan subjek dari latar belakang. Dengan lampu latar, Anda dapat membuat siluet dan efek halo dalam sebuah pemandangan.

5) *Paractical light*

Parctical light adalah teknik pencahayaan yang menggunakan sumber cahaya seperti lampu atau lilin. Biasanya, desainer latar menambahkan cahaya ini untuk menciptakan pemandangan sinematik di malam hari. Namun demikian, tidaklah cukup menerangi subjek dengan cahaya praktis. Jadi biasanya dipasang dimmer pada sumber cahaya untuk mengatur intensitas cahaya. Pencahayaan praktis dapat digunakan saat seorang aktor perlu berinteraksi dengan sumber cahaya, seperti lampu malam, yang perlu digunakan dalam sebuah adegan.

6) *Hard lighting*

Hard lighting adalah teknik pencahayaan yang digunakan untuk membuat *highlight* dan bayangan. Teknik ini digunakan untuk menarik perhatian di *frame*, terutama ke subjek atau area dalam *scene*. Kamu pun bisa membuat siluet menggunakan *hard lighting*. Efek dari pencahayaan ini juga memberikan kesan yang lebih intens. *Hard lighting* bisa dibuat menggunakan pancaran cahaya langsung dari lampu atau sinar matahari.

7) *Soft lighting*

Pencahayaan lembut adalah teknik pencahayaan yang sering digunakan untuk alasan estetika dan situasional. buat efek dramatis dengan mengubah cahaya dari luar, dll. Teknik ini juga digunakan untuk mengurangi bayangan dari sumber cahaya lain. Selain itu, *soft light* juga berfungsi sebagai penghias wajah karena dapat mengurangi kerutan atau flek pada wajah.

8) *Bounce lighting*

Cahaya reflektif adalah teknik pencahayaan yang menggunakan benda putih, seperti papan tulis atau kartu putih, untuk memantulkan cahaya dari lampu. Teknik ini memungkinkan Anda memfokuskan cahaya pada objek tanpa mengarahkannya langsung ke objek tersebut. Bounce Light juga memungkinkan distribusi cahaya yang merata di seluruh set. Jika digunakan dengan benar, bola lampu pijar dapat digunakan untuk menciptakan cahaya lembut, cahaya penuh, cahaya samping, atau bahkan cahaya latar belakang.

9) *High key*

Kunci tinggi adalah teknik pencahayaan yang sedikit menggunakan rasio pencahayaan pemandangan. Oleh karena itu, teknik ini menghasilkan pemandangan yang sangat cerah dengan hampir tidak ada bayangan. Teknik ini biasanya digunakan untuk mengatur mood dan tone sebuah adegan.

10) *Motivated lighting*

Pencahayaan yang termotivasi adalah teknik pencahayaan yang digunakan untuk meniru cahaya alami seperti sinar matahari, cahaya bulan atau lampu jalan di malam hari. Agar cahaya terlihat natural, Anda bisa meniru sumber cahaya dengan filter atau gel berwarna.

11) *Ambient light*

Ambient light adalah cahaya yang sudah ada dalam pemandangan. Misalnya, sinar matahari, cahaya bulan atau lampu jalan. Anda dapat menggunakan cahaya sekitar saat ingin menyinari subjek tanpa mengkhawatirkan gaya atau kualitas cahaya tertentu.

Karena ambient light adalah cahaya yang menerangi seluruh lingkungan dalam sebuah pemandangan.

4. Fungsi dan Manfaat Film

a. Fungsi film

Seperti siaran televisi, tujuan penonton film terutama untuk hiburan. Namun, film dapat memiliki fungsi informatif sekaligus mendidik, bahkan persuasif. Hal ini juga sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979 bahwa selain sebagai sarana tontonan komedi, film nasional dapat dijadikan sebagai wahana pendidikan untuk membina generasi muda dalam rangka membangun bangsa dan karakter.

Misi pendidikan tersebut dapat diwujudkan apabila industri perfilman nasional memproduksi film sejarah atau dokumenter yang obyektif dan film keseharian secara seimbang.

Manfaat film

- 1) Mampu menulis peristiwa secara nyata.
- 2) Film dapat mengangkut penonton dari satu negara ke negara lain atau dari satu massa ke massa lainnya.
- 3) Pesan efek yang disampaikan tepat dan mudah diingat.
- 4) Mengembangkan pikiran dan pendapat penonton.
- 5) Mengembangkan imajinasi penonton.
- 6) Memperjelas yang abstrak dan memberikan gambaran yang lebih realistik.
- 7) Sangat mempengaruhi emosi seseorang.

Sangat baik untuk menjelaskan suatu proses dan menjelaskan suatu keterampilan.

5. Perspektif Islam

a) Pengertian Dakwah

Dakwah adalah tugas dan tanggung jawab umat Islam untuk menyebarkan ajaran Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits.⁴ Dakwah adalah kegiatan yang bertujuan mewujudkan amar makruf wa nahi mungkar. Dakwah memiliki gagasan progresivitas, yaitu suatu proses yang berkesinambungan dalam mewujudkan tujuan dakwah yang baik dan lebih baik, sehingga dakwah memiliki gagasan yang dinamis tentang sesuatu yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kebutuhan ruang dan waktu.⁴

b) Media Dakwah

Salah satu pilihan yang cukup efektif adalah media film, karena kemajuan teknologi saat ini menggunakan media cukup efektif sesuai dengan perkembangan perfilman di Indonesia saat ini yang biasanya meningkatkan semangat para pembuat film untuk menghasilkan karya terbaiknya. Karya-karya yang dihasilkan cukup efektif sebagai media dakwah untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat, mengemas kisah-kisah ringan, lucu, bercerita yang dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari, dengan tetap tidak melupakan nilai-nilai motivasi yang terkandung dalam prinsip-prinsipnya. Islam. Ghazali M. Bahri dalam bukunya “Dakwah Komunikatif” menjelaskan ada beberapa jenis media

⁴ Aep kusanawan, Ilmu Dakwah, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), 30.

komunikasi yang dapat digunakan dalam kegiatan dakwah.⁵

- 1) Media visual adalah alat komunikasi yang dapat digunakan untuk menyimpan informasi dengan menggunakan indera penglihatan. Misalnya, video, catatan, foto, komputer.
- 2) Media Audio dalam pengertian komunikasi media audio merupakan hasil teknologi canggih berupa perangkat keras, media audio dapat ditangkap melalui pendengaran. Seperti radio, tape recorder, telepon dan telegraf.
- 3) Media audio visual adalah media yang dapat ditangkap baik melalui indera pendengaran maupun penglihatan. Misalnya film, televisi, video, media cetak. Dibandingkan dengan media yang telah disebutkan sebelumnya, ternyata media audio visual lebih luas. Karena media ini dapat digunakan oleh semua lapisan masyarakat.

Pada dasarnya komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai cara yang dapat merangsang perasaan seseorang dan menarik perhatian untuk menerima dakwah. Berdasarkan jumlah yang menjadi sasaran dakwah, terbagi menjadi dua yaitu media dan non media.⁶

⁵ Bahri, Ghazali M., *Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 1997), 78.

⁶ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 105.

a) Media Massa

Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari biasanya surat kabar, radio, televisi dan film, yang bergerak dalam bidang informasi dakwah. Keunggulan media massa adalah menciptakan keserentakan, artinya pesan dapat diterima dengan jumlah sarana komunikasi yang relatif banyak. Dengan demikian, media massa sangat efektif dalam menyebarkan informasi dengan mengubah sikap, perilaku, dan pendapat komunikator secara luas. Pada umumnya media non massa digunakan oleh orang atau kelompok tertentu untuk berkomunikasi, seperti surat, telepon, pesan teks, telegram, faks, papan buletin, CD, email, dan lainlain. Semua ini diklasifikasikan karena tidak melibatkan komunikasi simultan. nilai dan komunikasi tidak pasif.

b) Film dakwah

Film merupakan salah satu bagian dari media massa yang sering digunakan sebagai sarana untuk menggambarkan kehidupan sosial. Film sebagai salah satu kreasi budaya, banyak yang memberikan gambaran-gambaran hidup dan pelajaran penting bagi penontonnya. Perkembangan pesat teknologi selalu membawa perubahan pada gaya hidup manusia di era digital ini, oleh karena itu seorang dai harus berdakwah mengikuti perkembangan zaman. Peran film sebagai media dakwah sangatlah cocok untuk orang-orang yang menyukai audio visual atau penyampaian dakwah melalui gambar yang bersuara, dengan adanya film dakwah maka kebutuhan mad'u akan lebih mudah disampaikan dan dimengerti. Film dakwah yang baik adalah film yang mampu

menggambarkan realitas keseharian seakurat mungkin sehingga pesan dakwah yang disampaikan benar-benar menyentuh penonton tanpa menggurui. Seperti yang dikatakan Ade Irwansyah, penonton tidak hanya memercayai mata dan telinga, tetapi juga otak dan hati.

c) Berbagi rezeki

Pengertian hakikat rezeki dapat dilihat dari beberapa pengertian baik dari segi bahasa maupun terminologi. Pengertian asal secara bahasa berasal dari kata *razaqa* *yarzuqu* *rizqan* yang artinya pemberian, kekayaan, warisan, takdir, pemberian atau imbalan.⁷ Sebaliknya, dari sudut pandang kelangsungan, dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat digunakan orang, baik apa yang mereka makan atau apa yang mereka kenakan dalam pakaian mereka. Dengan kata lain, kebahagiaan diartikan sebagai kebahagiaan memiliki anak, cuaca yang mendukung, gaji atau apapun yang datang tanpa banyak usaha atau secara umum dikenal sebagai keberuntungan.⁸ Yusuf Dinar mengatakan bahwa rezeki adalah segala karunia dari Allah SWT yang dapat dimanfaatkan baik secara materi maupun spiritual, baik untuk kepentingan dunia maupun akhirat.⁹ Berdasarkan pemaknaan makanan di atas, maka dapat dilihat adanya hubungan antara makna makanan secara bahasa dan istilah, dimana makanan

⁷ KH. Imron Hamzah, Kamus Kontemporer Arab Indonesia (Surabaya: Multi Karya Grafika, 1996), 493.

⁸ Mukhlis Aliyudin dan Enjang As, Mempercepat Datangnya Rezeki Dengan Ibadah Ringan, (Bandung: ruang kata imprint kawan pustaka, 2012), 1

⁹ Dikutip dari Mukhlis Aliyudin dan Enjang As, Mempercepat Datangnya Rezeki Dengan Ibadah Ringan, 5

secara bahasa adalah pemberian, sedangkan makanan berarti sesuatu yang Allah anugrahan, atau sesuatu yang Allah titipkan kepada Makhluknya dan bisa digunakan untuknya.¹⁰ Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa makanan dalam arti luas adalah semua kehidupan yang dipersepsi manusia. Sebagaimana firman Allah SWT:

وَأَنْفِقُوا مِنْ مَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ أَحَدَكُمُ الْمَوْتُ
فَيَقُولَ رَبِّ لَوْلَا أَخَّرْتَنِي إِلَىٰ أَجَلٍ قَرِيبٍ فَأَصَّدَّقَ وَأَكُن مِنَ
الصَّالِحِينَ

Artinya : “Dan belanjakanlah sebagian dari apa yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang kematian kepada salah seorang di antara kamu; lalu ia berkata: "Ya Rabb-ku, mengapa Engkau tidak menangguhkan (kematian)ku sampai waktu yang dekat, yang menyebabkan aku dapat bersedekah dan aku termasuk orang-orang yang saleh?" (AlMunafiqun ayat 10).

Ketika Allah SWT menciptakan makhluk, Dia juga mengatur makanan untuknya. Jatahnya tidak akan habis kecuali jatah hidupnya sudah habis. Artinya, makanan seseorang tidak akan habis sebelum meninggal. Makanan yang diatur oleh Allah meliputi segala sesuatu mulai dari bentuk, jumlah, asal sampai tempat penyimpanannya. Oleh karena itu, kewajiban manusia hanyalah mencari, menerima, menyimpan

¹⁰ Achmad Kurniawan Pasmadi, “Konsep Rezeki Dalam Al-Qur’an”, Jurnal Didaktika Islamika Vol 6 No 2, STIT Muh, Kendal, (2015), 135.

dan memanfaatkannya. Dalam pencarian makanan inilah seseorang harus serius baik secara fisik maupun mental.¹¹ Dalam Al-Qur'an jaminan rezeki disebutkan dalam surat Al-Ankabut ayat 60:

وَكَايِن مِّن دَابَّةٍ لَّا تَحْمِلُ رِزْقَهَا اللَّهُ يَرْزُقُهَا وَإِيَّاكُمْ وَهُوَ
السَّمِيعُ الْعَلِيمُ

Artinya: “Dan berapa banyak binatang yang tidak (dapat) membawa (mengurus) rezekinya sendiri. Allah-lah yang memberi rezeki kepadanya dan kepadamu dan Dia Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”

Bersedekah adalah sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat untuk semua kalangan.¹² Bersedekah dianggap mampu untuk mengatasi masalah kemiskinan.¹³ Sedekah dalam dimensi pengukuran psikologis dibangun menjadi dua bagian, yaitu keikhlasan sedekah (tulus sedekah) dan kasih sayang sedekah (cinta sedekah). Tanda sedekah yang ikhlas adalah bersedekah tanpa mengenalkan dan mengenalkan orang. Itulah sebabnya amal dasar dilakukan secara rahasia. Ketulusan sedekah juga ditunjukkan dengan sungguh-sungguh memberikan

¹¹ Nasrudin Abdulrohimi, Amalan-Amalan Pembuka Pintu Rezeki, (Jakarta Selatan: Qultummedia,2017), 9.

¹² H. Latief, “Contesting bersedekah in post-new order Indonesia”, The American Journal of Islamic Social Sciences, 31(1),2014, 16-50.

¹³ Qasim, M. I. (2016). The role of zakah (alms giving) in poverty alleviation in Nigeria. International Journal for Innovative Research In Multidisciplinary Field, 2(11), 462-467

sumber daya keuangan dan “harta yang tidak kalah berharganya. Kecintaan sedekah diekspresikan dengan kesadaran diri dalam memberikan kekayaan dalam sedekah. Salah satu ciri sedekah adalah keinginan untuk membantu dan memberi.¹⁴

d) Pengaruh film terhadap dakwah

Pembuatan film dimulai pada awal abad 19 dan akhir abad 18. Di Amerika Serikat mulai tahun 1895 dengan film bisu, kemudian berkembang film fitur bisu, film hitam putih, film berwarna dan sejauh ini, film dialog berwarna dengan kelas lebar. Dakwah melalui film lebih komunikatif karena materi dakwah dapat ditampilkan dalam skenario yang menarik dan menyentuh keberadaan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Kecenderungan penggunaan film semakin efektif, efisien dan sangat "praktis sejalan dengan perkembangan masyarakat. Hal ini dilakukan karena film membawa pesan-pesan yang dapat mempengaruhi penonton yang menjadi sasaran dakwah (mad'u) mereka. Karena itu film-film dalam kegiatan dakwah harus ditata dengan rapi dan mengandung nilai-nilai moral Islami yang sesuai dengan kebutuhan mad'u.¹⁵ Kehadiran media massa, baik surat kabar cetak maupun elektronik, banyak membantu kehidupan masyarakat. Karena melalui media masyarakat "dapat menyampaikan aspirasi, gagasan dan dari sarana tersebut masyarakat juga mendapatkan informasi. Film sebagai salah satu

¹⁴ ibn Miskawaih. (n.d.). Tahdhīb al-akhlāq. al-Maktabah al-Shāmilāh, V.3.28.

¹⁵ Ghazali, M. Bahri. Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah, Cet. I, (Jakarta: Pedomani Ilmu Jaya, 1997), 65

media dakwah memiliki fungsi dan tujuan yang cukup jelas seperti media massa lainnya.

e) Fungsi dan Tujuan Film

Film sebagai salah satu dari media massa yang ada, memiliki berbagai macam fungsi dan tujuan sebagai berikut:

- a) Sebagai pernyataan seni (media seni), yaitu film yang sejak semula telah diniatkan untuk dibuat sebagai karya seni yang menonjol.
- b) Sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka “nation and character building”.
- c) Sebagai media hiburan dan barang dagangan yang berhasil dipasarkan.

f) Film dilihat dari segi kategori

Apabila dilihat dari segi" kategori film, maka film dapat dikelompokkan dalam empat kategori, yaitu:

- 1) Film-film yang sesuai dengan umur.
- 2) Film-film yang sesuai untuk orang-orang dewasa dan anak-anak yang berumur 17 tahun ke atas dan diizinkan nonton dengan izin tertulis dari orang tua mereka.
- 3) Film-film yang cocok untuk orang-orang dewasa "dan anak-anak berumur 17 tahun ke atas yang diizinkan nonton dengan disertai orang tuanya atau orang yang sudah dewasa lainnya.
- 4) Film-film yang terlarang bagi anak-anak yang di bawah umur 17 tahun.

g) Jenis-jenis film dan sifatnya

Dari segi jenis-jenis film dan sifatnya, maka dapat dibagi kedalam tiga jenisnya, yaitu:

- 1) Film cerita (story film)
- 2) Film berita (newsreel)
- 3) Film dokumenter (documentary film)
- 4) Film cartoon (cartonic film).¹⁶

h) Kekuatan dan kelemahan media film.

1) Kekuatan

Komunikasikan film lebih sempurna daripada komunikasi dalam pers dan radio, lebih-lebih sekarang dengan dipergunakannya layar lebar, filmnya berwarna dengan sound effect yang sempurna maka penonton seakan-akan menyaksikan " peristiwa sesungguhnya".¹⁷

2) Kelemahan

Untuk penonton film diperlukan waktu tertentu dan harus datang pada gedung bioskop tertentu pula, jadi tidak seperti "surat kabar, radio dan televisi yang dapat dinikmati di rumah, sambil istirahat dan sebagainya. Dari segi pengaruh yang ditimbulkan oleh film terhadap jiwa manusia sangat besar pengaruhnya, sebabnya antara lain: Suasana dalam gedung bioskop sendiri dan Sifat dari medium massa itu sendiri.

¹⁶ 7 Effendy, Onong Uchjana, Dimensi-Dimensi Komunikasi, Cet. II, (Bandung: Alumi, 1986)

¹⁷ Sunarjo dan Djoenaesih S. Sunarjo, Himpunan Istilah Komunikasi, Cet. I, (Yogyakarta: Liberty, 1983), 89.

Sekarang adalah dunia digital, untuk menikmati sebuah film tidak perlu lagi mendatangi bioskop seperti masa lalu. Dengan dunia digital orang dapat menonton berbagai jenis film lewat televisi di rumah masing-masing.

6. Manfaat, Fungsi dan Efek Media Dakwah

Manfaat media dakwah adalah :

- a. Fasilitator/alat dalam proses dakwah yang memperlancar penyampaian gagasan (pesan) dari komunikator (da'i) kepada komunikator (audience).
- b. Pesan dakwah dapat menyebar sangat cepat dengan jangkauan dan tempat yang sangat luas.
- c. Salah satu unsur keberhasilan dalam berdakwah adalah ketangkasan seorang da'i dalam memilih dan menggunakan sarana atau media yang ada.
- d. Bahkan menurut Moh. Ali Aziz dengan media internet inilah dakwah berperan menyebarkan informasi tentang Islam ke segala penjuru, tanpa mengenal waktu dan tempat.
- e. Memudahkan khalayak untuk menerima dan mengasimilasi pesan-pesan dakwah yang disampaikan.

Fungsi adanya media dakwah yaitu:

- a. Sebagai alat untuk menyampaikan pesan khutbah dari khatib kepada orang (penonton).
- b. Mc Luhan mengatakan bahwa media adalah pesan. Media dengan demikian bukan hanya isi pesan yang disampaikan oleh media, tetapi juga jenis media yang digunakan. Pandangan tersebut

- mengartikan bahwa jenis media yang dipilih sebagai media dakwah adalah pesan dakwah yang berdampak pada khalayaknya.
- c. Media massa sangat penting dan urgen untuk dakwah, terutama media yang dapat dengan cepat menjangkau khalayak (kerumunan) yang besar.
 - d. Sebagai sarana untuk mencapai mad'u.

Adapun efek dari media dakwah yaitu:

- a. Efektivitas pesan yang disebarkan melalui media massa mempengaruhi tujuan komunikasi. Dengan demikian, efek keterikatan adalah hasil dari perubahan psikologis penonton. Melibatkan efek kognitif: melibatkan pemikiran atau penalaran sehingga audiens yang sebelumnya tidak tahu, tidak tahu, bingung, menjadi jelas. afektif/afektif: berkaitan dengan perasaan. Akibat membaca koran atau meja, mendengarkan radio, menonton program televisi atau film, emosi tertentu muncul pada penonton. Emosi yang disebabkan oleh paparan media dapat berkisar dari tawa hingga tawa, dari kesedihan hingga tangisan, dari rasa takut hingga merinding, dll. Efek Konatif/Perilaku: Dalam kaitannya dengan niat, tekad, upaya cenderung diterjemahkan ke dalam tindakan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku, maka efek konatif sering disebut dengan efek perilaku.
- b. Salah satu kegunaan media adalah untuk membantu da'i mensukseskan dakwahnya. Jika seorang da'i ingin khutbahnya didengar, maka teks ayat-ayat Al-Quran dapat dibaca dan seluruh pemirsa di Indonesia bahkan dunia dapat melihat wajahnya, menggunakan televisi lebih menarik dan

efektif daripada da' tertulis semacam itu. wah. .
seperti majalah/surat kabar.

- c. Semua orang dari berbagai suku dan agama dapat dengan mudah mengakses dakwah dengan bantuan Internet, tidak mengenal waktu dan tempat.

Media massa bisa menyediakan struktur sosial buat membangun opini publik atau akhlak masyarakat. Media membangun opini publik buat membawa perubahan dramatis.

7. Hubungan Media Dakwah dan Pesan Dakwah

Media massa adalah alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima. Sedangkan menurut Prof. Moh Ali Aziz adalah alat untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah. Pesan adalah sesuatu yang dapat disampaikan dari satu orang ke orang lain, baik secara individu maupun kelompok, berupa pikiran, pernyataan, sikap. Jadi, pesan dakwah atau dokumen dakwah adalah isi dakwah yang disampaikan seorang dai kepada umat beragama Islam. Hubungan antara pesan dakwah dan media dakwah sangat berkesinambungan dan tidak dapat dipisahkan. Jika pengkhotbah ingin pesan dakwahnya diterima oleh seluruh khalayak Indonesia, dia harus berdakwah dengan metode ceramah dan melalui video, film atau radio. Jika ingin mendengar pesan dakwahnya, membaca teks kutipan ayat Alquran dan melihat ekspresinya untuk seluruh masyarakat Indonesia bahkan dunia, ia harus menggunakan media televisi dan film. Jika masyarakat ingin pesan dakwahnya dibaca, para dai harus menggunakan media cetak.

8. Nilai Etika Film Dalam Dakwah

Untuk membantu agar nilai guna film tersebut sesuai dengan koridornya, maka diciptakan nilai-nilai moral atau dalam hal ini diabadikan dalam peraturan perundang-undangan dan kelembagaan negara Indonesia.

Berikut ini adalah beberapa peraturan tentang perfilman di Indonesia.

a. UU No. 33 tahun 2009

UU No.33 tahun 2009 mengenai perfilman sebagaimana peraturan mengenai pelarangan dalam film yang termuat dalam Pasal 6 dalam UU No.33 tahun 2009 sebagaimana berikut:

- 1) Mendorong masyarakat untuk melakukan kejahatan kekerasan dan perjudian serta menyalahgunakan narkoba, psikotropika dan zat-zat lainnya.
- 2) Menonjolkan pornografi
- 3) Menghasut konflik antar kelompok, antar suku, antar ras dan/atau antar kelompok.
- 4) Menodai, melecehkan, dan/atau menodai nilai-nilai agama.
- 5) Mendorong masyarakat untuk bertindak melawan hukum.
- 6) Merendahkan harkat dan martabat manusia.

Dalam Undang-Undang Nomor 33 tahun 2009 secara tidak langsung disebutkan bahwa aturan yang berkaitan dengan perfilman memberikan bukti adanya peraturan khusus yang berkaitan dengan perfilman, kemudian menetapkan batasan perfilman sesuai dengan moralitas bangsa Indonesia.

b. UU No. 33 tahun 2009

Lembaga Sensor Film atau LSF adalah lembaga yang menyensor semua film dan iklan

film. Sensor film adalah kegiatan meneliti, mengevaluasi, dan menentukan kelayakan film dan iklan film untuk ditayangkan kepada masyarakat.

Lembaga Sensor Film bertanggung jawab atas penyensoran film dan iklan sebelum dirilis atau ditayangkan, serta penelitian dan evaluasi judul, tema, gambar, materi, suara, dan subjudul. UU No. Pada tanggal 33 tahun 2009 film akan dirilis dan/atau dipertontonkan kepada publik.

c. Peraturan lembaga penyiaran

Ketentuan tentang lembaga penyiaran layanan publik dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 mengatur dan mengontrol isi siaran, baik bentuk maupun isi. Dalam hal ini, film dapat ditayangkan sebagai program di televisi. Film-film yang ditayangkan harus tetap mematuhi peraturan lembaga penyiaran publik. Ini harus menunjukkan usia bioskop. Film dan iklan yang disensor diklasifikasikan berdasarkan usia penonton sebagai berikut:

- 1) Untuk penonton semua umur.
- 2) Untuk penonton usia 13 (tiga belas) tahun atau lebih.
- 3) Untuk penonton usia 17 (tujuh belas) tahun atau lebih.
- 4) Untuk penonton usia 21 (dua puluh satu) tahun atau lebih.

Ketiga regulasi tersebut fokus pada film dan dasar-dasar perfilman Indonesia. Regulasi tersebut bersifat publik tentunya untuk melindungi norma masyarakat Indonesia dan dari ketiga regulasi tersebut diharapkan mampu menjadi pengawas dan pengontrol yang efektif.

9. Konsep rezeki dalam film kehidupan berbagi pembawa rezeki.

Hakekat dari rezeki kita adalah apa yang kita konsumsi dan yang kita manfaatkan. Sementara yang kita kumpulkan belum tentu menjadi jatah rizki kita. Oleh karena film yang berjudul film kehidupan berbagi pembawa rezeki telah memberi contoh untuk di tiru dan di praktekan oleh masyarakat dikehidupan sehari-hari.

Dalam hadis dari Abdullah bin Sakhir *radhiyallahu 'anhu*, Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda :

Manusia selalu mengatakan, “Hartaku... hartaku...” padahal hakekat dari hartamu wahai manusia hanyalah apa yang kamu makan sampai habis, apa yang kami gunakan sampai rusak, dan apa yang kamu sedekahkan, sehingga tersisa di hari kiamat. (HR. Ahmad 16305, Muslim 7609 dan yang lainnya).

10. Kehidupan berbagi dan rezeki.

Kehidupan berbagi dengan sesama akan membuat orang menjadi lebih bahagia, termasuk mereka yang menerima pemberian tersebut. Terkadang sesuatu yang sedikit untuk kita, justru cukup berguna bagi orang lain dan mereka akan bersyukur ketika menerimanya. al seperti ini tentu akan melengkapkan tujuan dari berbagi itu sendiri. Pemberian yang didasari dengan ketulusan dan keikhlasan akan membawa banyak kebaikan, baik itu untuk yang memberinya maupun yang menerima.

Berbagi juga dapat menimbulkan rasa syukur memberikan sesuatu kepada orang lain memang jauh lebih membahagiakan. Tidak selalu harus dalam jumlah yang besar, berbagi dengan sesama bisa dilakukan sesuai

dengan kemampuan dan kondisi yang membutuhkan. Artinya, tidak perlu menunggu kaya dulu untuk berbagi dengan orang lain.

Setiap orang memiliki takaran rezeki yang berbeda-beda, namun Allah telah menjamin rezeki bagi setiap makhluk di muka bumi ini. Rezeki sudah diatur oleh Allah SWT dengan kadar yang berbeda, tapi kerja keras juga diperlukan untuk membuka pintu rezeki di barengi dengan amalan-amalannya.

Meski rezeki sudah diatur sejak kita masih di dalam kandungan, bukan berarti kita boleh bermalas-malasan, karena rezeki tidak bisa datang sendiri atau secara tiba-tiba. Perlu adanya usaha yang harus dilakukan untuk menjemput rezeki dari Allah SWT

Allah SWT akan melihat bagaimana usaha hamba-Nya dalam menjemput rezeki, apakah dengan sungguh-sungguh atau bermalas-malasan. Bisa saja Allah akan memberikan kemudahan bagi mereka yang bekerja dengan sungguh-sungguh meski rezeki telah diatur. Selain itu rezeki tidak akan tertukar dengan orang lain karena rezeki yang kita terima adalah yang Allah berikan. Sebagai manusia, tidak boleh merasa putus asa ketika mengalami kesulitan karena Allah SWT selalu memberikan jalan bagi hamba-Nya yang mau berusaha dan berpasrah pada-Nya. Bukan hanya satu atau dua ayat, banyak pembahasan tentang rezeki sudah ditetapkan yang ada di Al-Qur'an dan Hadist yang bisa dijadikan pedoman. Dalam surah At-Talaq ayat 3 menjelaskan :

وَلَقَدْ فَتَنَّا الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ^ط فَلْيَعْلَمَنَّ اللَّهُ الَّذِينَ صَدَقُوا وَلْيَعْلَمَنَّ
الْكَاذِبِينَ

Artinya :

Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki)Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu.

Bukan hanya bekerja keras dan berdoa, masih ada amalan lain yang bisa dilakukan untuk membukakan pintu rezeki agar semakin lebar. Salah satunya adalah sedekah atau berbagi rezeki kepada mereka yang membutuhkan sehingga rezeki akan lebih berkah.

Rezeki yang kita dapatkan dalam hidup, bukan sepenuhnya milik kita tapi ada juga bagian dari orang lain yang harus diberikan. Meskipun prinsip sedekah adalah memberikan sebagian harta pada orang lain, tapi percayalah bahwa rezeki kita tidak akan pernah habis.

Allah SWT telah memberikan jaminan kepada siapa saja yang bersedekah, bahwa rezeki akan terus mengalir, bahkan berkali-kali lipat dari apa yang diberikan. Memberikan sedekah tidak perlu melimpah, tapi ikhlas dan istiqomah dalam bersedekah menjadi hal yang penting

B. Profil Produk

1. Nilai Dakwah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, nilai dapat diartikan sebagai harga atau jikadikaitkan dengan budaya berarti konsep abstrak yang mendasar, sangat penting dan bernilai bagi kehidupan manusia.¹⁸ Menurut Fraenkel, nilai merupakan sebuah ide, konsep atau sesuatu yang "dianggap penting dalam kehidupan ketika seseorang menilai sesuatu, maka orang tersebut menganggap nilai itu penting, bermanfaat atau berharga.¹⁹ Ada beberapa nilai dakwah sebagai berikut :

a) Nilai Berbagi

Nilai Berbagi yang terdapat film kehidupan berbagi pembawa rezeki adalah pada scene 11,12 14 yang mencontohkan bahwa dengan kita berbagi makan rezeki tidak akan berkurang melainkan akan bertambah.

b) Nilai Kesabaran

Nilai kesabaran ini terdapat pada scene yang dimana pak joko sedang menunggu orderan sudah 3 hari belum juga ada orang yang order walaupun sepi pak Joko tetap bersabar menunggu rezeki datang dan tetap berusaha.

c)

¹⁸ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), 615

¹⁹ Jack R. Fraenkel, How To Teach About Values: An Analytic Approach, (New Jersey Prentice Hall, Inc Englewood Cliffs, 1977), 6

Menceritakan tentang kisah seorang ojek yang bernama Joko, Hampir sudah 3 Hari pak Joko belum sama sekali mendapatkan orderan, Setelah sholat dhuhur pak Joko melanjutkan untuk mencari penumpang, pada saat di jalan pak Joko melihat anak kecil sendirian dan lemas sambil memegang perut nya lalu ditanya sama pak Joko kamu kenapa sakit? Setelah mendengar jawaban adek kecil itu hati pak Joko tersentuh langsung ke warung untuk membelikan nasi kotak walaupun posisi pak Joko juga hanya mempunyai sedikit uang, setelah memberikan nasi kotak Pak Joko mencari orderan lagi ditempat biasanya dan hati pak Joko bersedih dimana istri pak Joko sedang sakit dan bingung mau membelikan obat karena masih belum dapat orderan, lalu datang lah seorang pemuda ingin naik ojek untuk di antarkan ke rumah nya hati pak Joko langsung senang karena sudah ada orang yang order. Berdasarkan sinopsis diatas yang berjudul “film kehidupan berbagai pembawa rezeki” dapat diambil pesannya yang dimana lebih menekankan pada sisi nilai-nilai kebaikan dalam kehidupan yang bertujuan mengajak penonton ikut merasakan kejadian yang dialami tokohnya, sehingga penonton merasa seakan-akan berada di dalam film tersebut.

2. Pendukung

Selain itu kami juga menentukan satu subjek pendukung yaitu Pak Tias Satrio Adhitama, S.Sos.I., M.A. selaku dosen pembimbing yang akan selalu memantau dan mengoreksi kegiatan syuting maupun editing.

3. Penghambat

Dengan syuting film selama 1 bulan seorang pencipta merasa waktunya kurang dan memakai alat seadanya.

4. Peluang

Dengan pembuatan film, beda dari yang lain bisa menjadi peluang acuan untuk skripsi karya kreatif selanjutnya seperti salah satunya menjadi refrensi judul skripsi terdahulu.

5. Benchmarking

Tujuan dari benchmarking untuk mengidentifikasi suatu karya kreatif. Contoh dari benchmarking karya 24 kreatif adalah menjadi benchmark untuk unit pelayanan keluhan. Keuntungan:.

- a. Mendorong terjadinya “*sharing of information*”.
- b. Mendorong karya kreatif menjadi skripsi yang tidak kalah menarik dari yang lain.

Kelemahan:

- a. Kemungkinan menjadi banyak mahasiswa yang memilih skripsi karya kreatif.
- b. Bagi yang tidak mempunyai alat dan skill di bidang pengambilan gambar dan editing akan kesulitan untuk menyelesaikan skripsi karya kreatif.

BAB III

DESAIN PRODUK

A. Konsep Media

1. Pemilihan media dan alasan

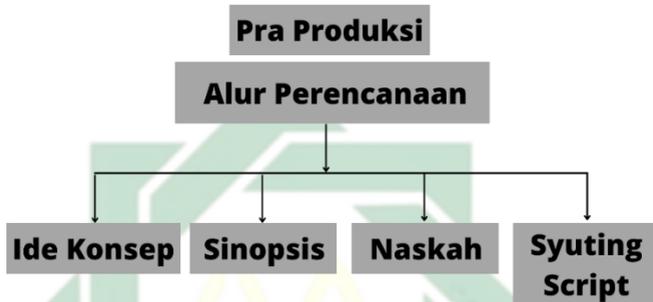
Media merupakan alat penting untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, media memiliki peran strategis dalam pembangunan masyarakat di masa depan. Berbagai fungsi strategis media massa memiliki keunggulan dalam mengembangkan “strategi pengembangan masyarakat”. Karena skripsi ini dibuat untuk mengembangkan dakwah Islam melalui media film, dimana ceritanya diambil dari kisah nyata untuk memberikan pelajaran dan hikmah dari film tersebut.

2. Khalayak sasaran

Khalayak sasaran yang dimaksud adalah populasi yang akan dijangkau oleh tayangan film tersebut. Salah satu studi subjek yang paling sering dilakukan adalah profil khalayak (audiens profile). Penelitian ini sangat penting untuk mengetahui karakteristik audiens. Seorang produser harus mampu menciptakan pesan yang "sesuai dengan karakteristik audiens sehingga audiens dapat menerima pesan dengan baik. Analisis khalayak dalam film “film kehidupan berbagi pembawa rezeki” secara "khusus menyasar usia 16-50 tahun, dengan prioritas pemuda atau produktivitas, untuk penonton muslim dan non muslim, membangun tujuan media yang spesifik adalah agar penonton dapat menerapkan nilai-nilai islami dalam kesehariannya. kehidupan, media atau" jalur elektoral yaitu dengan memilih media film untuk didistribusikan melalui berbagai media sosial populer yang saat ini, mengembangkan pesan yaitu dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.

B. Tahapan Produksi

1. Pra Produksi



Gambar 3.1 pra produksi

Gambar di atas menunjukkan proses perencanaan pra produksi untuk menyelesaikan film pendek ini. Berikut adalah tahapan proses desain pra produksi:

- a. Langkah pertama dalam membuat film pendek ini adalah membuat ide. Yang dimana mendapatkan ide bisa dari gambar, studi, sesi curah pendapat, pengalaman sendiri dan orang lain. Kemudian muncul ide untuk membuat film tentang genre kehidupan sehari-hari. Butuh waktu lama untuk menceritakan kasus ini dari awal hingga akhir. Apalagi kalau filmnya tentang seseorang.
- b. Beberapa cerita kemudian dibuat, yang kemudian dianalisis. Dalam Bab I, kisah-kisah terpilih diidentifikasi. Berikut ini adalah cerita yang dipilih :

“Film kehidupan tentang seorang tukang ojek bernama Joko. Hampir 3 hari berlalu, Pak Joko masih belum menerima pesanan apapun.”

Cerita tersebut kemudian dikembangkan menjadi sinopsis.

- c. Cerita berkembang dari sinopsis” dalam skenario dan storyboard. cerita berkembang menjadi skenario dan storyboard. Di dalam naskah, dimungkinkan untuk menentukan karakter yang akan dimainkan oleh talent dan lokasi yang akan digunakan sebagai latar. Sedangkan di *storyboard*, bisa diketahui *shot list* yang akan digunakan.
- d. Jika *scenario* bisa dapat diambil, maka pemutusan skrip selesai. Tujuan dari perincian skrip adalah untuk mendeskripsikan setiap adegan dalam skrip sebagai daftar yang berisi informasi tentang segala sesuatu yang diperlukan untuk keperluan pembuatan film. Hal ini dilakukan agar dana tidak membengkak dan waktu terbuang sia-sia. Setelah skrip shutdown siap, jadwal dapat dikonfigurasi berdasarkan cara pengelompokan data dalam skrip distribusi. Ini tentang memilih tempat, waktu dan kesempatan. Pemotretan tidak harus ditulis.

2. Produksi

Tahap produksi ini adalah proses yang paling menentukan "keberhasilan penciptaan sebuah karya film. Proses yang dalam kata lain bisa disebut dengan tahap yang paling menentukan, shooting (pengambilan gambar) ini dipimpin oleh seorang sutradara, orang yang palingbertanggung jawab dalam proses ini. Tim yang ikut dalam proses ini antara lain kameraman atau DOP

(Director Of Photography) yang mengatur cahaya, warna, dan merekam gambar. Artistik yang mengatur set, make up, wardrobe dan lain sebagainya, dan Soundman yang merekam suara. Sebelum syuting, pemain harus berlatih dialog yang biasa dikenal dengan membaca. Ini biasanya dilakukan sebelum merekam sebagai prompt dialog untuk aktor.



Gambar 3.2 Proses reading pemain

Setelah persiapan selama pra produksi, tahap syuting pun dimulai.

Saat membuat film kehidupan berjudul “Berbagi pembawa rezeki” menggunakan berbagai peralatan syuting yang sederhana yaitu:

- a. Handphone
- b. Tripod
- c. Gimbal handphone
- d. Komputer
- e. Microphone
- f. Lighting

Beberapa variasi shot yang digunakan dan digunakan dalam film pendek ini adalah *Extreme Long Shot*, *Long Shot*, *Medium Shot*, *Medium Close Up*, *Close*

Up. Gerakkan kamera dengan menggeser, memiringkan, dan memperbesar. Saat memotret dari sudut, gunakan sudut pemotretan *Eye Level*, *Low Angle*, dan *High Angle*.

3. Pascaproduksi

Pada tahap pasca produksi ini, editing dan efek khusus dilakukan dalam beberapa tahapan yang harus diselesaikan.:

a. Proses pemilihan video

Proses pertama yaitu pemilihan beberapa video yang diambil. Pemilihan bahan didasarkan pada kesesuaian gambar dan suara.

b. Proses penataan *footage*

Setelah memilih video bawaan, proses selanjutnya adalah mengurutkan skrip di atas. Gambar stok digabungkan bersama untuk membuat sebuah adegan. Adegan gabungan dimulai dengan *long shot*, diikuti dengan *close-up*, dan diakhiri dengan *long shot* atau potongan lainnya. Namun sekarang kebiasaan ini tidak lagi diikuti secara ketat. Yang menghalangi orang untuk membuat sebuah adegan bukan lagi latarnya, melainkan makna dari adegan itu sendiri.

c. Proses *colour grading*

Dalam proses ini, memberi warna adalah proses pemberian warna pada video untuk meningkatkan suasana cerita yang baik dan kualitas visual dari gambar atau video tersebut. Metode memberi warna terdiri dari memanipulasi warna untuk membuat setting dan mood sesuai dengan konsep cerita. *Colour grading* dalam proses editing video sangat

berpengaruh karena *colour grading* dapat membuat video menjadi lebih artistik dan menarik, serta membedakan video tersebut dengan video lainnya. Di ruang editing, seorang editor juga menuangkan idenya untuk membuat video menjadi menarik dan dapat dinikmati keindahannya dengan kreatifitas sambil mengedit video dengan teknik *colour grading*.

Manfaat *Colour Grading* :

- 1) Membangun suasana sesuai menarik sesuai tema.
- 2) Memberikan dampak *cinematic looks*.
- 3) Membuat video terlihat lebih profesional.
- 4) Melakukan shot *matching* agar tidak merusak imajinasi penonton.

d. *Sound editing*

Selama proses ini, suara latar ditambahkan untuk mendukung penataan visual. Proses editing audio film pendek ini menggunakan musik berlisensi gratis yang bersumber dari berbagai situs musik online. Proses membagi audio film ini menjadi 2 saluran, saluran pertama berisi suara yang dihasilkan oleh gambar asli dan saluran kedua adalah audio.

e. *Rendering*

Proses rendering adalah proses akhir pascaproduksi yang menggabungkan semua proses rendering ke dalam satu format media. Proses rendering memiliki pengaturan tersendiri sesuai dengan hasil yang diinginkan.

f. Hasil akhir

Dari hasil produksi dan *editing*, kita bisa mengamati apa yang kurang dari film tersebut dan

apabila ada kekurangan bisa direvisi terlebih dahulu sebelum finalisasi.

g. Publikasi

Setelah proses semua hasil film, penulis mengumumkan dan membuat aksesoris seperti kaos, gantung kunci, stiker.

h. Alasan Pemilihan Tema

Ada beberapa alasan pemilihan tema.

- 1) Karena tema mengandung nilai-nilai kebaikan yang patut di sebar luaskan
- 2) Pemilihan subjek film tentang kehidupan memiliki aspek positif lain yang menarik banyak kalangan muda dan dewasa.
- 3) Tema film ini tidak mengandung sara dan rasis melainkan mengandung ajakan untuk berbuat baik kepada semua orang.

C. Anggaran Biaya

Tabel 1.1. Anggaran Biaya

NO	KEBUTUHAN	TOTAL HARGA
1.	Sewa gimbal hp	Rp. 200.000
2.	Microphone	Rp. 200.000
3.	Konsumsi	Rp. 450.000
4.	Lampu syuting	Rp. 150.000

	TOTAL	Rp.1.000.000
--	-------	--------------



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

APLIKASI KARYA KREATIF DAN PEMBAHASAN

A. Eksekusi Karya Kreatif

Sebuah ide bisa menjadi tidak layak jika tidak dikendalikan. Ide menguap bahkan bisa diadopsi oleh orang lain yang lebih dulu memiliki konsep yang matang dan cepat mengimplementasikannya. Jadi sebelum memiliki ide, ada beberapa proses yang perlu dilakukan yaitu :

1. Tahap produksi

Menurut Tino Saroengallo (2008:11-175), proses produksi film terdiri dari tiga bagian utama, yaitu:

a. Pra produksi

Pra produksi adalah tahap persiapan pembuatan film. Pada tahap ini yang harus disiapkan adalah pengembangan naskah yang telah disepakati bersama menjadi naskah naskah final, istirahat naskah pembuatan papan produksi (*production tape board*), perencanaan; menyiapkan perkiraan anggaran, panggilan tim (perekrutan), pencarian lokasi, Lisensi, pengecoran (*casting*), penandatanganan kontrak kerja, berlatih, dan membuat undangan (*jadwal syuting*).

Mengolah Ide Cerita :

Hal pertama yang perlu dilakukan adalah mengolah ide cerita menjadi sebuah skenario dengan beberapa tahap yang biasa dilalui agar arahnya jelas, tidak melenceng jauh dari ide dasar, dan agar kerangka ceritanya terkunci. Setiap tahapnya akan dibicarakan lebih lanjut dalam pembahasan mengenai skenario.

Mengolah Ide Cerita :

Selanjutnya adalah mengolah kembali draft awal yang telah disetujui prosedur untuk kemudian dikembangkan ataupun disusutkan guna mendapatkan draft final skenario. Hal tersebut bisa dilakukan melalui beberapa kali briefing pra-produksi triangle system yakni produser, sutradara, dan penulis skenario. Salah satu pembicaraan draft final skenario adalah untuk menyesuaikan konsep produksi dengan budget yang tersedia, dengan pertimbangan durasi yang akan dihasilkan, serta kemungkinan-kemungkinan lain yang menyangkut kebutuhan dan ketersediaan pada tahap produksi berikutnya.

b. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap pelaksanaan sesuai dengan persiapan yang ada. Tahapan ini meliputi pengambilan gambar, pembuatan laporan produksi harian dan pengecekan hasil pengambilan gambar dan suara. Seluruh tim produksi pada tahap produksi menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan kontrak. Fokus atau objek tahap produksi adalah material atau material seperti gambar dan suara yang dapat diolah pada tahap pasca produksi.

Menyusun Kru Produksi :

Setelah konsep produksi dan perkiraan rencana kebutuhan disepakati, perlu kiranya merekrut kru produksi yang sesuai dengan bidang yang ada dilapangan. Mengapa perlu diseleksi ? karena setiap produksi membutuhkan orang yang akan bekerja

dibalik layar. Boleh jadi posisi penulis skenario sutradara, produser, sekaligus camera person, dirangkap oleh satu orang saja, seperti yang sering terjadi dalam produksi film.

c. Pasca produksi

Tahapan yang dilakukan setelah produksi berlangsung adalah pascaproduksi. Hasil produksi diolah kembali pada tahap ini. Pasca produksi meliputi penyuntingan dan distribusi. Proses editing terdiri dari tiga langkah utama (Chairunnas, Panduan Kuliah Produksi Karya Media Audiovisual), yaitu:

- 1) Editing offline setelah pengambilan gambar selesai, penulis skenario akan memulai protokol, yang bertujuan untuk merekam ulang semua hasil pengambilan gambar berdasarkan catatan pengambilan gambar dan gambar. Hasil setiap pengambilan citra direkam dalam kode waktu protokol (nomor kode yang ditangkap dan ditampilkan dalam citra). Berdasarkan catatan tersebut, raw editing disebut offline editing. Setelah pengeditan offline selesai, hasilnya diperiksa dengan cermat selama pemutaran. Jika masih perlu revisi atau perbaikan, pekerjaan harus segera dilakukan sampai hasil yang diinginkan tercapai. Langkah selanjutnya adalah membuat skrip pengeditan atau skrip pengeditan yang mencakup sulih suara, sulih suara, ilustrasi musik, dan efek suara untuk beralih ke pengeditan online.
- 2) Editing online Editor melakukan editing adegan dan shoot dalam setiap adegan, serta dengan hati-

hati melakukan transisi visual yang menarik berdasarkan editing script. Dalam editing online, materi sound juga dimasukkan serta ditata sesuai posisi yang dikehendaki 37 oleh naskah. Setelah editing online" dilanjutkan ke tahap mixing.

- 3) *Mixing* Narasi yang telah dilakukan perekaman (jika menggunakan narasi) dan ilustrasi musik yang sudah disediakan, dimasukkan ke data editing untuk di-*mix* bersama elemen-elemen lain yang diperlukan. Keseimbangan antara *sound effect*, suara asli, ilustrasi musik, dan narasi ditata sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu dan tiap item bisa terdengar jelas. Setelah *mixing* suara serta gambar selesai, termasuk grafisnya, maka tahap penting dalam postproduction (pascaproduksi) bisa dianggap selesai, dan tahap berikutnya adalah *preview*. Dalam *preview*, tidak ada lagi yang diperbaiki, karena dianggap selesai. Ketika pascaproduksi selesai, dapat dikatakan" bahwa film tersebut telah menjadi satu kesatuan yang utuh, namun tidak sampai disitu saja, masih ada proses distribusi dan pameran. "As long as a film is aimed at a public, however small, it enters into the social dynamic of production, distribution, and exhibition".

David Bordwell menegaskan bahwa apapun jenis film yang dibuat, selama film tersebut ditujukan untuk penonton, maka melewati tahapan produksi, distribusi dan pameran. Proses distribusi adalah proses pendistribusian film, biasanya dilakukan oleh produser sendiri. Distribusi film berarti produk berupa film

didistribusikan kepada khalayak yang menjadi sasaran komunikasi film tersebut. Film dapat didistribusikan dengan berbagai cara, seperti menjualnya dengan mengcopynya di media YouTube, menayangkannya di bioskop, seminar antar universitas, jejaring sosial, workshop atau review film, toko online, lapak pasar. atau festival dll. Selain distribusi, proses akhir produksi film adalah pameran. Pada saat itu, film tersebut diperlihatkan 38 kepada publik. Proses difusi dan penemuan tidak dapat dipisahkan karena saling berkaitan.

2. Pengambilan gambar

Shooting atau lebih dikenal dengan istilah shooting adalah proses yang sangat menentukan hasil akhir dari sebuah produk video. Diperlukan teknik khusus untuk membuat gambar yang indah, dan pemrosesan komputer cepat. Ini tidak hanya berlaku untuk fotografi, tetapi juga membuat pengeditan di komputer menjadi sulit jika hasilnya buram, gelap, tidak fokus, atau subjek yang salah. Tujuan pembuatan video adalah untuk membuat video yang menarik secara visual dan nyaman untuk ditonton. Yang utama adalah gambar video sesuai harapan yaitu hasil tangkapan gambar tidak goyang. Tujuan pembuatan video adalah untuk membuat video yang menarik secara visual dan nyaman untuk ditonton. Yang utama adalah gambar video sesuai harapan yaitu hasil tangkapan gambar tidak goyang.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan saat pengambilan gambar, antara lain:²⁰

²⁰ Darsono, *Memahami Etimologi Multimedia dan Memahami Alur Proses Produksi Produk Multimedia*, (Surabaya: Pratama Pustaka, 2008), 126.

- a. Saat memotret, sebaiknya hindari memperbesar terlalu banyak, karena dapat menyebabkan gambar tidak fokus, terutama dengan kamera digital zoom.
- b. Jangan terlalu terpaku merekam subjek utama. Namun benda-benda di sekitarnya yang terlibat juga perlu diperhatikan.
- c. Hindari memotret di area dengan pencahayaan redup. Jika kamera video yang Anda gunakan memiliki widget cahaya, aktifkan untuk menambah cahaya. Atau bisa juga menggunakan lighting tambahan.
- d. Gunakan penyangga (tripod) untuk membuat gerakan halus. Tripod juga digunakan untuk mencegah guncangan saat memotret.
- e. Pakai beberapa sudut pandang kamera, seperti *bird eye view* (dari atas), *high angle* (dari atas objek), *low angle* (dari arah bawah objek), *eye level* (sejajar dengan mata objek) *frog eye* (dari bawah).
- f. Hindari penggunaan efek yang ditemukan di kamera video. Penggunaan efek lebih baik saat mengedit di komputer. Anda dapat menggunakan efek pada kamera video jika Anda benar-benar tidak ingin mengeditnya kembali di komputer.
- g. *Frame* (bingkai) harus diperhatikan, jangan sampai subjek utama terpotong atau tidak ada di dalam *frame*.
- h. Jika gambar menunjukkan pemandangan di mana seseorang sedang berjalan atau melihat ke depan, sisakan sedikit ruang di depan orang tersebut, ruang ini disebut ruang pencarian, yaitu bidang pandang subjek ke tepi bingkai.
- i. Latar belakang juga harus diperhatikan, karena seringkali juru kamera tidak menunjukkan latar

belakang saat pengambilan gambar. Misalnya, latar belakang menyatu dengan latar depan (di latar depan) sehingga latar belakang tampak terdiri dari latar depan. Untuk menghindari kebisingan perekaman, disarankan untuk menggunakan kamera video dengan konektor untuk mikrofon eksternal. Atau mungkin hanya utas utama yang terdaftar.

Ada beberapa hal yang harus dipahami dalam pengambilan gambar:²¹

- a. Penggunaan gambar dalam *simple shot*
- b. Penggunaan posisi sudut kamera
- c. Komposisi gerakan kamera

Dalam buku Askurifal Baskin (2009), untuk menciptakan gambar yang dinamis dan dramatis kita perlu mengetahui perbedaan pergerakan kamera. di bawah:²²

- a. *Zooming*

Zooming berarti menggerakkan lensa kamera ke arah (masuk) atau menjauh (keluar) sementara kamera tetap diam. Efeknya meningkat saat mulai (masuk) dan saat keluar (keluar) berkurang.

- b. *Tilting*

Memiringkan berarti menggerakkan kamera ke atas (up) dan ke bawah (down) tanpa mengubah posisi kamera. Gestur ini memberi kesan rasa ingin tahu publik yang berangsur-angsur meningkat.

- c. *Panning*

Pan artinya menggerakkan kamera ke kanan (pan right) dan kiri (pan left) tanpa mengubah

²¹ <https://www.pixel.web.id/teknik-pengambilan-gambar/>

²² Baksin Askurifai, *Pengantar Vidiografi*. (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), 17.

posisi kamera. Efeknya seperti gerakan membungkuk.

d. *Follow*

Follow adalah pergerakan kamera di sepanjang objek. Untuk mendapatkan gambar yang lebih serbaguna agar gambar tidak terlalu goyang, ada baiknya menggunakan *dolly track*.

B. Pembahasan Karya Kreatif

1. Sinopsis dan Genre

Film ini menceritakan tentang kisah seorang ojek yang bernama Joko, hampir sudah 3 Hari pak Joko belum sama sekali mendapatkan orderan, Setelah sholat dhuhur pak Joko melanjutkan untuk mencari penumpang, pada saat di jalan pak Joko melihat anak kecil sendirian dan lemas sambil memegang perut nya lalu ditanya sama pak Joko kamu kenapa dek sakit? Setelah mendengar jawaban adek kecil itu hati pak joko tersentuh langsung ke warung untuk membelikan nasi kotak walaupun posisi pak Joko juga hanya mempunyai sedikit uang. Lalu datang lah seorang pemuda ingin naik ojek untuk 6 diantarkan ke rumah nya hati pak Joko langsung senang karena sudah ada orang yang order.

Film-film bertemakan Islam pada dasarnya cukup mendominasi dalam berbagai genre yang berkembang. Apabila dari film tersebut menceritakan tokoh Kyai atau sesuatu yang mengidentik-kan agama Islam seperti sholat, mengaji, dakwah, dan lain sebagainya, itu sudah menunjukkan identitas Islam dalam film dan bisa disebut film religi Islam. Namun ada beberapa faktor yang masih diperbincangkan mengenai karakter film religi Islam. Film kehidupan berbagi pembaawa rezeki

mencoba memberikan tontonan bermoral dan menjunjung tinggi nilai moral yakni keyakinan, kesabaran, berbagi, kerja keras serta harapan. Film ini juga berisi tentang dakwah Islam, dengan menegakkan amar ma'ruf nahi munkar yang dilakukan oleh tokoh protagonis Joko dalam mengaktualisasikan ajaran Islam yang sesuai dengan konteks amar ma'ruf nahi munkar.

Menurut Alicia, dalam bukunya *Gender and Islam in Indonesian Cinema*, menjelaskan bahwa film bergenre religi Islam adalah film yang dibuat oleh orang Islam untuk tujuan dakwah dan dibuat sebagaimana mungkin menggunakan audiovisual sehingga para penonton bisa mengetahui dan beranggapan bahwa film tersebut adalah film Islam.²³ Sesuai genrenya, tentu saja film tersebut selalu menampilkan idiom/symbol tentang ajaran agama Islam, seperti menyembah Allah SWT. Melaksanakan sholat, mengaji, berpakaian Islami, dan melakukan syiar Islam dengan cara dakwah.

2. Naskah

SCENE 1. INT. RUMAH PAK JOKO

CAST : Pak Joko dan Bu Devi

Pak Joko sedang mengeluh dan memikirkan cara mencari nafkah lewat mana lagi kemudian masuk ke kamar istrinya yang bernama Devi dan menceritakan bahwa Pak Joko telah di PHK di tempat kerja yang lama.

Camera : MEDIUM SHOT berfokus mengarah objek yang sedang berbicara.

²³ Alicia Izharuddin, *Gender and Islam in Indonesian Cinema*, 2017, Kuala Lumpur: Palgrave Macmillan, hlm. 40.

Cut to

SCENE 2. INT. RUMAH PAK JOKO

CAST : Pak Joko dan Bu Devi

Persiapan mau berangkat ojek lalu pak Joko pamit ke istrinya terlebih dahulu dan kaget bahwa istrinya sedang sakit

Camera : **MEDIUM SHOT** berfokus mengarah objek yang sedang berbicara Lalu **HIGH ANGLE** ke Devi bicara ke pak Joko bahwa lagi sakit.

Cut to

SCENE 3. EXT. DILUAR RUMAH PAK JOKO

CAST : Pak Joko

Setelah mendapat izin istrinya lalu pak Joko keluar dari rumah dan mengeluarkan sepeda untuk berangkat.

Camera : **MEDIUM LONG SHOT** berfokus mengarah objek yang sedang keluar dari rumah Lalu **MEDIUM CLOSE UP** ke pak Joko sedang memakai helm Lalu **MEDIUM LONG SHOT** berfokus mengarah objek sedang naik sepeda dan berangkat.

Cut to

SCENE 4. EXT. DI PANGKALAN OJEK

CAST : Pak Joko

Pak Joko menunggu orderan dan menawarkan setiap ada orang lewat untuk naik ojeknya pak Joko

Camera : **MEDIUM LONG SHOT** berfokus mengarah objek yang sedang menawarkan untuk naik ojeknya pak Joko lalu **MEDIUM CLOSE UP** masih tetap menawarkan ke setiap orang lewat dan pak Joko mengeluh belum sama sekali mendapatkan orderan lalu

LONG SHOT pak Joko sedang mengecek sepeda nya mungkin ada yang rusak atau tidak sambil menunggu orderan lalu CLOSE UP HIGH ANGLE menggambarkan pak Joko sedang kecapekan.

Cut to

SCENE 5. EXT. DI PANGKALAN OJEK

CAST : Pak Joko dan figuran

Tiba-tiba datang seseorang ke pak Joko dan menyapa “pak” lalu pak Joko bergegas memberikan helm nya dan ternyata cuma menanyakan alamat balai desa bangah. Pak Joko kecewa di kira mau order.

Camera : MEDIUM LONG SHOT seseorang datang ke pak Joko hanya menanyakan alamat.

Cut to

SCENE 6. EXT. DI PANGKALAN OJEK

CAST : Pak Joko

Pak joko mengecek hp nya yang berisi kan pesan dari ibu kos dan anaknya

Camera : MEDIUM LONG SHOT pak Joko kecewa di kira mau order lalu BIG CLOSE UP sedang mengecek hp nya yang berisi kan pesan dari ibu kos dan anak nya lalu MEDIUM SHOT pak Joko mengecek uang nya.

Cut to

SCENE 7. EXT. DI PANGKALAN OJEK

CAST : Pak Joko

Sedang menunggu orderan tiba tiba terdengar suara adzan kemudian pak Joko bergegas menuju masjid.

Camera : MEDIUM LONG SHOT terdengar suara adzan dan berangkat.

Cut to

SCENE 8. EXT. DEPAN HALAMAN MASJID

CAST : Pak Joko

Menuju masjid

Camera : EXTREM LONG SHOT menuju masjid lalu LONG SHOT berjalan menuju tempat wudhu lalu MEDIUM SHOT sedang berwudhu.

Cut to

SCENE 9. INT. DI MASJID

CAST : Pak Joko

Sedang sholat

Camera : MEDIUM LONG SHOT sedang sholat melakukan takbir lalu CLOSE UP sedang sujud lalu FROG EYE sholat sudah selesai lalu MEDIUM LONG SHOT.

Cut to

SCENE 10. INT. DI MASJID

CAST : Pak Joko

Sedang berdoa supaya diberikan kelancaran rezeki

Camera : MEDIUM LONG SHOT lalu MEDIUM CLOS UP lalu MEDIUM LONG SHOT

Cut to

SCENE 10. EXT. DI HALAMAN MASJID

CAST : Pak Joko

Sedang mengeluarkan sepeda menuju tempat pangkalan ojek.

Camera : EXTREM LONG SHOT

Cut to

SCENE 11. EXT. DI JALAN

CAST : Pak Joko dan anak jalanan

Ketika perjalanan menuju tempat pangkalan ojek pak joko bertemu dengan anak jalanan kemudian pak Joko berhenti dan bertanya setelah mendengar jawaban dari anak jalanan tersebut bahwa belum makan selama 3 hari pak Joko bergegas menuju warung untuk membeli walaupun pak Joko hanya memiliki sedikit uang.

Camera : EXTREM LONG SHOT

Cut to

SCENE 12. EXT. DI JALAN

CAST : Pak Joko dan anak jalanan

Anak jalanan merasa kesakitan perut karena belum makan dan tiba tiba pak Joko datang dengan membawa nasi bungkus dan minuman.

Camera : EXTREM LONG SHOT

Cut to

SCENE 13. EXT. DI PANGKALAN OJEK

CAST : Pak Joko

Pak Joko menunggu orderan dan menawarkan setiap ada orang lewat untuk naik ojeknya pak Joko

Camera : MEDIUM LONG SHOT

Cut to

SCENE 14. EXT. DI PANGKALAN OJEK

CAST : Pak Joko dan Eko

Tiba-tiba eko datang mau naik ojek nya pak Joko dengan merasa senang pak Joko bergegas memberikan helm nya ke Eko

Camera : MEDIUM LONG SHOT

Cut to

SCENE 15. EXT. DI JALAN

CAST : Pak Joko dan Eko

Sedang dalam perjalanan menuju rumah Eko

Camera : EXTREM LONG SHOT

Cut to

SCENE 16. EXT. DI DEPAN RUMAH EKO

CAST : Pak Joko dan Eko

Akhirnya sudah sampai di rumah Eko dan pak Joko disuruh tunggu sebentar untuk mengambil uang.

Camera : MEDIUM LONG SHOT lalu MEDIUM SHOT memberi kan uang

Cut to

SCENE 17. EXT. DI DEPAN RUMAH EKO

CAST : Pak Joko

Setelah menerima uang dari Eko, Pak Joko sangat senang karena sudah 3 hari pak Joko belum sama sekali dapat orderan lalu bergegas pulang.

Camera : MEDIUM LONG SHOT

Cut to

SCENE 18. INT. RUMAH PAK JOKO

CAST : Pak Joko dan Bu Devi

Dengan merasa senang lalu pak Joko pulang dan masuk ke kamar lalu pak Joko membangunkannya dan istrinya bertanya

Camera : FROG EYE lalu MEDIUM SHOT dengan membangunkan istrinya yang sedang tidur dan memberikan obat dan uang.

3. Casting Pemain

Casting dilakukan untuk menemukan talent yang tepat untuk memerankan karakter dalam film pendek tersebut. Berikut para pemeran film pendek ini :

1	Joko adalah seorang ojek online yang berjuang untuk menghidupkan keluarganya.	 Nurkholis Khoirur Rosi
---	---	--

2	<p>Devi adalah seorang istri joko yang sedang sakit dan belum bisa membantu finansial keluarganya.</p>	 <p style="text-align: center;">Mariel Tania</p>
3	<p>Hamzah adalah ustadz yang biasanya imam, muadzin dan guru ngaji di masjid ad'dakwah.</p>	 <p style="text-align: center;">Ahmad Mustofa</p>

4	Eko adalah seseorang yang order secara tiba-tiba.	 <p data-bbox="700 566 873 598">Naufal Surya</p>
5	Anak jalanan yang kelaparan belum makan seminggu.	 <p data-bbox="694 989 879 1021">Reyno Arsyad</p>

4. Alat – alat Produksi

a) Handphone

Memakai alat handphone untuk pengganti kamera yang harga nya terlalu mahal.

b) Tripod

Tripod adalah alat yang digunakan untuk menyangga kamera. Dengan adanya tripod,

kamera tidak akan bergerak ketika proses memotret atau merekam video.

c) Gimbal

Gimbal adalah perangkat atau sistem yang dilengkapi dengan motor sensor yang mencegah getaran dan memungkinkan pengguna untuk memindahkan, memiringkan, atau memutar handphone saat mengambil gambar atau merekam video.

d) Lighting

Lighting atau lampu adalah sebuah peralatan yang digunakan dalam membantu memberikan penerangan atau membentuk karakter dalam proses pengambilan gambar. Dengan adanya cahaya maka juga akan membantu kamera bekerja jadi lebih baik.

e) Microphone

Mikrofon adalah alat (perangkat yang mengubah energi dari satu bentuk ke bentuk suara), dimana mikrofon mengubah energi akustik (gelombang suara) menjadi energi listrik (sinyal suara). Mikrofon penting saat merekam audio.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Dari laporan ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Dengan adanya film, dakwah lebih mudah dipahami karena strategi dakwah memberikan suasana baru untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Film menyampaikan nilai-nilai dakwah dengan cara yang menarik, tidak kaku, tidak membosankan, tidak terkesan menggurui karena menggunakan bahasa ekspresif yang tersembunyi (dirahasiakan).
2. Pembuat film pendek ini dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahap pra produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi. Dalam proses pengerjaan ketiga tahap tersebut, diperlukan suatu perencanaan alur kerja terlebih dahulu, agar tidak terjadi kesalahan ketika melakukan proses pembuatan.
3. Dengan adanya film bergenre religi bertemakan Islam ini dapat di sebgaimana contoh kesemua masyarakat yang berisi tentang dakwah Islam, dengan menegakkan amar ma'ruf nahi munkar

B. Rekomendasi

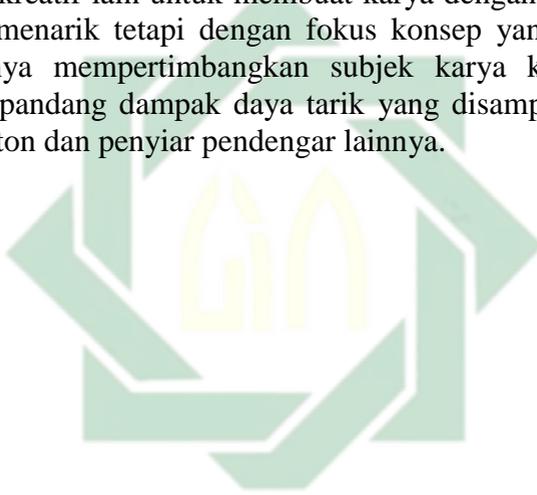
Dari hasil karya kreatif yang dilakukan, pabrikan membuat rekomendasi berupa:

1. Penerapan perencanaan media media dakwah yang lebih terstruktur dan sistematis dalam menciptakan karya dakwah yang kreatif. Kegiatan dakwah dengan perencanaan yang matang direkomendasikan agar masyarakat memberikan dampak yang baik.
2. Karya kreatif ini bisa menjadi contoh karya kreatif berikut nya menjadi lebih baik.

C. Keterbatasan Karya Kreatif

Pembuat film menyadari bahwa dari segi komposisi dan kepenulisan jauh tertinggal dari ekspektasi standar penilaian, sehingga diperlukan kritik, kontribusi dan saran konstruktif dari pembaca agar sinematografi semakin tumbuh dan berkembang.

Pada subject karya kreatif, pembuat film menyarankan karya kreatif lain untuk membuat karya dengan tema yang lebih menarik tetapi dengan fokus konsep yang berbeda, misalnya mempertimbangkan subjek karya kreatif dari sudut pandang dampak daya tarik yang disampaikan oleh penonton dan penyiar pendengar lainnya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrohim, N. *Amalan-Amalan Pembuka Pintu Rezeki*. Jakarta: Qultummedia ,2017.
- al-Dihāmī. I. (2005). *al-Sadaqah: Faḍā'iluhā wa anwā'uhā. Riyād: Dā r āl-Qāsim. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*. (1995). Kamus besar bahasa Indonesia edisi kedua. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arifin, A. *Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Askurifai, B. *Pengantar Vidiografi*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2009.
- Aziz, M. A. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Bahri, G. M. *Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*. Jakarta: CV Pedoman Ilmu Jaya, 1997.
- Basit, A. *Filsafat Dakwah*. Depok: PT. Rajawali Pers, 2013.
- Belliung, A., Febrian, A., & Natasya, C. *Diskursus peran Teori Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Malang: Mata Padi Pressindo, 2010.
- Bisri, H. *Filsafat Dakwah*. Surabaya: Dakwah Digital Press, 2010.
- Bordwell, David. *Film Art: An Introduction*. New York: McGrawHill, 2008.

Darsono. *Memahami Etimologi Multimedia dan Memahami Alur Proses Produksi Produk Multimedia*. Surabaya: Pratama Pustaka, 2008.

Dikutip dari Mukhlis Aliyudin dan Enjang As, *Mempercepat Datangnya Rezeki Dengan Ibadah Ringan*, hlm. 5.

Donny.B.U. *Internet sebagai Media Dakwah Islami*. 2011. <http://nasrulzone.blogspot.co.id/2011/09/>. 13 Mei 2017.

Efendi, O. U. *Kamus Komunikasi*. Bandung: CV. Mandar Maju, 1989.

Effendy, H. *Mari Membuat Film*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.

Effendy, O. U. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Cet. II. Bandung: Alumni, 1986.

Efrozi dkk, 2014. "Manfaat Handphone (HP) Sebagai Media Pembelajaran, Makalah Ilmiah." Universitas Bengkulu: Program S2 Teknologi Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Elvinaro, Lukiat, Siti karlinah. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014.

Filsaime, D. K. *Menguak Rahasia Berpikir Kritis dan Kreatif*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2008.

Fraenkel, J. R. *How To Teach About Values: An Analytic Approach*. New Jersey Prentice Hall, Inc Englewood Cliffs, 1977.

- Ghazali, M. B. *Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, Cet. I. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997.
- Hamzah, I. *Kamus Kontemporer Arab Indonesia*. Surabaya: Multi Karya Grafika, 1996.
- Hefni, H. *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- ibn Miskawaih. (n.d.). *Tahdhīb al-akhlāq. al-Maktabah al-Shāmilāh*, V.3.28.
- Ilahi, W. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Indasari, L. N. “Dakwah Melalui Film Baik-Baik Sayang.” Skripsi, IAIN Sunan Ampel, 2013.
- Khoeruddin, E. “Pengembangan media video, film, televisi dan CD” (OnLine). http://file.upi.edu/Direktori/FPBS/JUR._PEND._BAHASA_JERMAN/197105091998021/ENDING_KHOERUDIN/Pengembangan_Media_Video,_Film,_Televisi,.pdf (15 April 2019).
- Kusnawan, A. *Ilmu Dakwah*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004.
- Kustadi S. *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*. Bandung: Rosda, 2013.

- Latief, H. Contesting bersedekah in post-new order Indonesia. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 31(1), 2014: 16-50.
- Mukhlis Aliyudin dan Enjang As, *Mempercepat Datangnya Rezeki Dengan Ibadah Ringan*. Bandung: Ruang Kata Imprint Kawan Pustaka, 2012.
- Musbichah, “Kerangka Teori Arti dan Ruang lingkup Nilai-Nilai dan Dakwah, Penyelenggaraan, dan Istighasah”, Skripsi, 2007,
<http://eprint.walisongo.ac.id/7114/3/BAB%2520ii.pdf&ved+2ahUKEwifk>.
- Nurudi. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur, 2004.
- Pasmadi, A. K. “Konsep Rezeki Dalam Al-Qur’an”. *Jurnal Didaktika Islamika* Vol 6, No 2, STIT Muh, Kendal, (2015).
- Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 2009 Tentang Lembaga Sensor Film Pasal 1.
- Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 2009 Tentang Lembaga Sensor Film Pasal 6.
- Qasim, M. I. (2016). *The role of zakah (alms giving) in poverty alleviation in Nigeria*. *International Journal for Innovative Research In Multidisciplinary Field*, 2(11), 462-467.
- Ricard West & Lyn H, T. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2013.

- Saefudin, H. A., & Venus, A. "Cultivation Theory." 56, 2005: 81-86.
- Saroengallo, T. *Dongeng Sebuah Produksi Film: Dari Sudut Pandang Manajer Produksi*. Jakarta: Intisari, 2008.
- Sunarjo dan Djoenaesih S. Sunarjo. *Himpunan Istilah Komunikasi*, Cet. I. Yogyakarta: Liberty, 1983.
- Tasmoro, T. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1993.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Vivian, J. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Wahana Komputer. *Video Editing dan Video Production*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008.
- Wahyu, M.A. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT remaja Rosdakarya, 2010.
- Zaini, A. "Dakwah Melalui Media Cetak". *Ejurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2014, vol. 2 No. 2 h.70.