

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM FILM
“ NEGERI 5 MENARA “**

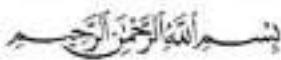


Diajukan untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh:

Farid Ahmad Faqih
NIM: 105271104920

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
1446 H/ 2025 M**



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara (i), **Farid Ahmad Faqih**, NIM. 105271104920 yang berjudul "**Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film Negeri 5 Menara.**" telah diujikan pada hari Jum'at, 01 Syakban 1446 H./ 31 Januari 2025 M. dihadapan Tim Penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

01 Syakban 1446 H.
Makassar, -----
31 Januari 2025 M.

Dewan Penguji :

Ketua : Agil Husain Abdullah, S. Sos., M. Pd.

(.....)
.....
.....
.....
.....
.....

Sekretaris : M. Zakaria Al Anshori, M. Sos.I.

Anggota : Muslahuddin As'ad, Lc., M. Pd.

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Muzakkir, Lc., M. Pd.

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Pembimbing I : Dr. Dahlan Lama Bawa, S. Ag., M. Ag.

Pembimbing II: Muhammad Syahruddin, S. Pd.I., M. Kom.I.

Disahkan Oleh :

Dekan FAI Unisnuh Makassar,

Dr. Amienah, S. Ag., M. Si.

NBM. 774 234



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah Mengadakan Sidang Munaqasyah pada : Hari/Tanggal : Jum'at, 01 Syakban 1446 H / 31 Januari 2025 M. Tempat: Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 (Menara Iqra' Lantai 4) Makassar.

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara (i)

Nama : **Farid Ahmad Faqih**

NIM : 105271104920

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film Negeri 5 Menara.

Dinyatakan : **LULUS**

Ketua,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NIDN. 0906077301

Sekretaris,

Dr. M. Ilham Muchtar, Lc., M.A.
NIDN. 0909107201

Dewan Penguji :

1. Agil Husain Abdullah, S. Sos., M. Pd.
2. M. Zakaria Al Anshori, M. Sos.I.
3. Muslahuddin As'ad, Lc., M. Pd.
4. Muzakkir, Lc., M. Pd.

(.....)
.....
..... - Meesha
..... Df

Disahkan Oleh :

Dekan FAK Unismuh Makassar,

Dr. Amirah, S. Ag., M. Si.
NBM. 774 234

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FARID AHMAD FAQIH

NIM : 105271104920

Fakultas/Prodi : Agama Islam/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai menyusun skripsi, saya menyusun dengan sendiri.
2. Saya tidak melakukan penjilblakan (plagiat) dalam menyusun skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian 1,2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 18 Jumadil Awal 1446 H
20 November 2024 M

Yang membuat pernyataan



Farid Ahmad Faqih
NIM:105271104920

ABSTRAK

FARID AHMAD FAQIH. 105 271 104 920. 2024. *Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film Negeri 5 Menara*. Dibimbing oleh Dr. Dahlan Lama Bawa, M.Ag. dan Muhammad Syahruddin, S.Pd.I., M.Kom.I.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dakwah dalam film Negeri 5 Menara serta mengetahui apa pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam film Negeri 5 Menara.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara. Objek penelitian ini adalah film Negeri 5 Menara.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat nilai-nilai Strategi komunikasi islami yang terdapat dalam adegan maupun dialog film Negeri 5 Menara ini, di antaranya *Qaulan Sadida*, *Qaulan Baligha*, *Qaulan Maysura*, dan *Qaulan Karima*. Strategi komunikasi dakwah di atas jabarkan berdasarkan komponen-komponen strategi komunikasi, Yaitu *Mad'u* (Target Audiens), *Maddah* (Peser Utama), Saluran komunikasi, *Thariqah* (Gaya komunikasi), Waktu dan Frekuensi, *Atsar* (Feedback). Berdasarkan Strategi komunikasi Dakwah di atas, Strategi komunikasi Film ini dapat dikategorikan sebagai Strategi komunikasi Persuasif dan Konstruktif. Adapun pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam film negeri 5 menara yaitu: Pentingnya Pendidikan dan Ilmu, Semangat dan Optimisme, Keikhlasan dalam Beribadah, Persahabatan dan Ukhuwah Islamiyah, dan Ketekunan dalam Menjalani Hidup.

Kata kunci: Strategi komunikasi, Dakwah, Film Negeri 5 Menara.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, kita bersyukur atas kehadiran Allah SWT yang Maha Penyayang dan Maha Pengasih, yang selalu memberi nikmat dan karunia yang tak terhitung jumlahnya kepada semua makhluknya, khususnya manusia. Jiwa ini terus bertahmid atas anugerah setiap detik, denyut jantung, gerakan, dan rasa padamu sang khalik.

Skripsi ini adalah salah satu dari banyaknya berkah-MU Setiap dalam karya selalu mencari kesempurnaan, tetapi terkadang kesempurnaan itu terasa jauh dari kehidupan seseorang. Kesempurnaan bagaikan fatamorgana yang semakin dikejar semakin menghilang dari pandangan, bagai pelangi yang terlihat indah dari kejauhan, tetapi menghilang jika didekati. Demikian juga dengan tulisan ini, keinginan penulis untuk sempurna tetapi hanya kemampuan terbatas yang ia miliki, peneliti telah berusaha keras untuk menyelesaikan tulisan ini dengan baik dan bermanfaat bagi dunia pendidikan, terutama di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dalam kesempatan ini, penulis dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih kepada Kedua orang tua yang tercinta, Ibu yang sudah membesar dan mendoakan, membimbing dan memfasilitasi sekaligus memotivasi setiap urusan peneliti hingga sampai titik ini, Ayah yang senantiasa kerja keras, melindungi, serta mendukung jalan pendidikan yang ditempuh peneliti.

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak tantangan selama penyusunan skripsi ini. Namun, berkat bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak,

Alhamdulillah peneliti berhasil mengatasi tantangan, Maka dalam kesempatan ini, peneliti dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih kepada Kedua orang tua yang tercinta, Ibu Zainab saad yang sudah membesarkan,mendoakan, membimbing dan memfasilitasi sekaligus memotivasi setiap urusan peneliti hingga sampai titik ini, Ayah Arifuddin Abidin yang senantiasa kerja keras, melindungi, serta mendukung jalan pendidikan yang ditempuh peneliti. Dan juga melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan *jazakumullahu khairan katsiran* kepada yang terhormat :

1. Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, MT., IPU. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. Amirah Mawardi, S.Ag., M.Si selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. H. Lukman Abdul Shamad, Lc.,M.Pd Mudir Ma'had Al-Birr Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Dr. Aliman Lc, M.Fil.I. Selaku ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
5. Agil Husain Abdullah, S.Sos., M.Pd selaku Sekertaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
6. Dr. Dahlan Lama Bawa, M.Ag. selaku Pembimbing I, penulis mengucapkan *jazaakallahu khairan katsiran* atas segala ilmu, didikan, dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi.

7. Muhammad Syahruddin, S.Pd.I., M.Kom.I. selaku Pembimbing II, Peneliti mengucapkan *Jazakumullah khairan Katsiran* atas segala ilmu,didikan, dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi.

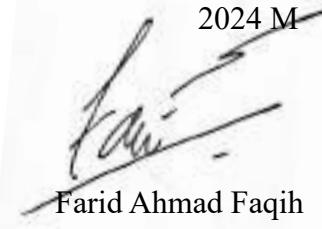
8. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas dedikasi dan bimbingannya selama peneliti menjalani proses studi.

9. Peneliti juga berterima kasih kepada Sahabat-Sahabat peneliti dari Grub WhatsApp “Remaja yang di cintai ALLAH” yang senantiasa menjadi penghibur serta penyemangat peneliti dalam proses penyelesaian Proposal hingga Skripsi.

10. Kepada teman-teman Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020, yang telah bersama-sama melakukan perjalanan kurang lebih empat tahun selama dalam perkuliahan. Terima kasih atas perhatian dan kerja samanya, semoga ikatan persaudaraan terjalin erat dan berkesan.

Akhir kata peneliti mengucapkan jazakumullahu khairan katsiran atas semua yang telah terlibat dalam penyelesaian skripsi ini.

Makassar, 1445 H
2024 M



Farid Ahmad Faqih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
BERITA ACARA.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
SURAT PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN TEORITIS	8
A. Kajian teori.....	8
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Desain penelitian.....	45
1. Jenis Penelitian	45
2. Pendekatan penelitian.....	46
B. Subjek dan objek penelitian	46
C. Fokus penelitian	47
D. Deskripsi Penelitian	47
E. Sumber Data.....	47
F. Instrumen penelitian.....	48
G. Teknik pengumpulan data	48
H. Teknik analisis data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51

A. Gambaran Umum Film	51
1. Profil Film Negeri 5 Menara	51
2. Sinopsis Film Negeri 5 Menara.....	51
3. Identitas Film Negeri 5 Menara.....	52
B. Hasil dan Pembahasan.....	55
1. Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film “Negeri 5 Menara”.....	55
2. Pesan-pesan Dakwah dalam Film “Negeri 5 Menara”	73
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	84
HASIL UJIAN PLAGIASI.....	89
RIWAYAT HIDUP.....	90



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hubungan antara satu orang dengan orang lain sudah dimulai sejak manusia lahir di bumi ini sampai manusia mati.¹ Hubungan ini disebut komunikasi. Komunikasi memainkan peran penting. Merupakan tempat utama dalam kehidupan manusia karena manusia adalah makhluk Sosial. Dalam kehidupan, komunikasi sangat penting kegunaannya dan pengaruhnya dalam segala aspek bidang, baik manusia sebagai hamba, anggota masyarakat, anggota keluarga dan manusia sebagai satu kesatuan yang universal. Tanpa kita sadari atau kita sadari kehidupan sehari-hari manusia tidak pernah lepas dari yang namanya komunikasi baik secara lisan, tulisan dan isyarat (lambang-lambang dan gerak tubuh).

Dalam perspektif agama Islam, secara gampang manusia bisa menjawab bahwa Allah-lah yang mengajari kita berkomunikasi, menggunakan akal dan kemampuan bahasa yang dianugerahkan-Nya kepada kita. Seperti dalam QS Ar-Rahman Ayat 1-4.

الرَّحْمَنُ عَلِمَ الْقُرْآنَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ عَلِمَهُ الْبَيَانَ

Terjemahannya:

“(Allah) Yang Maha Pengasih, Yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia, mengajarnya pandai berbicara”²

¹ Erwin Jusuf Thaib, Dakwah dan Pluralitas Menggagas Strategi Dakwah Melalui Analisis SWOT. (Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2020), h. 43
<https://id.bok.asia/book/17566098/a8e941> diakses pada 8 Oktober 2023

² Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahan Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h. 782

Selain itu, Allah memberikan kemampuan kepada Nabi Adam untuk mengetahui nama (simbol) dari setiap objek di alam semesta. Nabi Adam AS juga diperintahkan untuk memberitahukan nama-nama dari setiap benda tersebut kepada malaikat.⁴ Sebagaimana firman Allah dalam Qs. Al-Baqarah/2: 31-33.

وَعَلِمَ آدَمُ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلِكَةِ فَقَالَ أَنْبُوينِي بِاسْمَهُمْ هُوَلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَدِيقِينَ قَالُوا سُبْحَنَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِهِمْ بِاسْمَهُمْ فَلَمَّا آتَيْنَاهُمْ بِاسْمَهُمْ قَالَ أَمْ أَقْلَنَ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ عَيْبَ السَّمْوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبَدِّلُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْنُمُونَ

Terjemahannya:

“Dan Dia ajarkan kepada Adam nama-nama (benda) semuanya kemudian Dia perlihatkan kepada para malaikat seraya berfirman, "Sebutkan kepadaku nama semua (benda) ini, jika kamu yang benar!, "Mereka menjawab, "Mahasuci Engkau, tidak ada yang kami ketahui selain apa yang telah Engkau ajarkan kepada kami. Sungguh, Engkaulah Yang Maha Mengetahui, Maha bijaksana." Dia (Allah) berfirman, "Wahai Adam! Beritahukanlah kepada mereka nama-nama itu!" Setelah dia (Adam) menyebutkan nama-namanya, Dia berfirman, "Bukankah telah Aku katakan kepadamu bahwa Aku mengetahui rahasia langit dan bumi dan Aku mengetahui apa yang kamu nyatakan dan apa yang kamu sembunyikan?"³

Berdasarkan ayat di atas, dapat diketahui bahwa komunikasi yang baik akan menghasilkan hubungan yang baik, dan komunikasi yang buruk akan menimbulkan kurangnya komunikasi dan mempengaruhi seluruh aspek kehidupan, termasuk pendidikan, budaya, ekonomi, politik, dan agama.

Agama memiliki peran yang sangat penting dalam menata kehidupan manusia baik secara individu maupun kelompok. Agama yang dimaksud adalah agama Islam yang diwahyukan Allah kepada para Rasul, sejak Nabi Adam, Nuh, Ibrahim, Musa, Isa, dan seterusnya sampai kepada Nabi penutup Muhammad SAW. sebagaimana

³ Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashianan Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h. 7

yang tertulis dalam Matan Keyakinan dan Cita-cita Hidup Muhammadiyah (MKCHM).

Sebagai seorang muslim sangat baik jika kita menggunakan komunikasi yang Islami, yaitu komunikasi berakhhlak Al-karimah atau beretika. Komunikasi yang berakhhlak Al-karimah berarti komunikasi yang bersumber kepada Al-Quran dan Hadis (sunah Nabi), Sebagaimana seorang Muslim apabila menyampaikan Dakwah harus memiliki Cara dan juga Etika berkomunikasi yang baik sebagaimana Firman Allah SWT dalam Surat An-Nahl Ayat 125

أَذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمُؤْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّهِمْ بِالْتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَا
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِمَا لَمْ يَهْتَدِينَ

Terjemahannya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”⁴

Seorang da’I yang menyampaikan dakwahnya harus sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad SAW. yaitu dakwah yang menggembirakan⁵ karena Allah SWT mengutus Nabi Muhammad SAW untuk umat manusia sebagai pembawa berita gembira dan juga sebagai pemberi peringatan untuk kita semua.

Sejalan dengan perkembangan akselerasi dari teknologi komunikasi dan informasi sebagai bagian dari perkembangan kehidupan manusia, penggunaan media dakwah juga mengalami perkembangan. Perkembangan teknologi tersebut

⁴ Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahah Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h. 391

⁵ Abdul Pirol, Komunikasi dan Dakwah Islam. (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h.27 <http://webadmin.ipusnas.id/ipusnas/publications/books/135440/> diakses pada 8 Oktober 2023

menuntut semua pihak untuk senantiasa kreatif, inovatif, dan bijak dalam memanfaatkan teknologi guna kemaslahatan umat manusia. Media dakwah yang pada awalnya lebih banyak menggunakan media tradisional, berkembang menjadi lebih banyak variasinya dengan menggunakan sentuhan-sentuhan teknologi media massa modern. Baik media cetak yang variatif (buku, koran, majalah, tabloid, dan lain-lain) maupun media elektronik yang variatif (radio, televisi, film, VCD, internet dan lain sebagainya).⁶

Pada zaman sekarang banyak anak kecil, anak muda, bahkan orang tua yang menikmati film untuk mengisi waktu luang mereka, Alangkah baiknya mereka menikmati sambil memetik hikmah yang ada pada film yang mereka nikmati tersebut. Ini adalah kesempatan emas untuk berdakwah melalui media film dengan memberikan pelajaran penting atau nilai-nilai agamis di setiap adegan atau tata cara berbicara dalam proses pembuatan film tersebut.

Ketua Ikatan da'I Indonesia (Ikadi), Ahmad Satori Ismail sangat mendukung perluasan dakwah Islam merambah ke dunia perfilman. Menurutnya, film adalah media paling efektif untuk menyampaikan risalah Islam. Sebagaimana yang dikutip dalam pernyataan berikut.

"Dakwah juga harus memperhatikan kecenderungan umat saat ini. Sekarang kan hobi orang itu menonton televisi. Ini lebih berpengaruh dari media lain seperti radio yang hanya didengar saja."

Kiai Satori menjelaskan, dalam dakwah bisa memanfaatkan berbagai macam media dan cara. Mulai dari dakwah *bil lisan* (dengan suara seperti ceramah dan

⁶ Yasril Yazid, Nur Alhidayatillah, *Dakwah & Perubahan Sosial*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 98-99, <https://id.b-ok.asia/book/7219320/0e1aff> diakses pada 16 Oktober 2023

khotbah), dakwah *bil kitabah* (melalui tulisan), dakwah *bil qudwah* (memberikan teladan yang baik), dan dakwah *bil hal* (dengan memanfaatkan berbagai media) Menurutnya dakwah harus bisa masuk ke berbagai lini kehidupan umat sehingga dapat berjalan optimal. Sebagaimana yang dikutip dalam pernyataan berikut.

“Harusnya da’I memperhatikan kecenderungan manusia. Seperti dakwah *bil aflam* (dakwah melalui perfilman) ini. Melalui hiburan, kita bisa menyampaikan syiar Islam, pemahaman agama yang benar, serta memberikan teladan yang baik tentang keindahan akhlak Islam.”

Di samping itu melalui film, sejarah Islam yang banyak dipropaganda orientalis Barat bisa diklarifikasi. Melalui film, bisa ditampilkan bagaimana perjalanan sejarah Islam sesungguhnya tanpa diwarnai distorsi seperti sejarah perjuangan hidup Nabi Muhammad SAW.⁷

Kisah film Negeri 5 Menara merupakan salah satu film yang mengandung suatu tayangan yang bermuatan pesan dakwah. Film tersebut mengisahkan pertemuan enam pemuda yang menempuh pendidikan di pesantren dan mimpi-mimpi mereka⁸. Film ini menceritakan perjuangan 5 orang sahabat dari berbagai tempat, perjuangan dari mereka di pondok pesantren sampai mereka berhasil sukses.⁹

Dengan melihat alur cerita pada film “Negeri 5 menara” ini ada berbagai macam bentuk strategi yang ada pada film ini serta pesan-pesan tersirat yang

⁷ Hafidz Muftisany, Dakwah Lewat Film, (Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT): Intera, 2021) h. 20-21 <http://webadmin.ipusnas.id/ipusnas/publications/books/180810/> diakses pada 13 Agustus 2023, Pukul 14:19

⁸ Yonada Nancy, *Sinopsis & Link Streaming Film Negeri 5 Menara di Netflix*, Diakses dari <https://tirto.id/sinopsis-link-streaming-film-negeri-5-menara-di-netflix-gt6Q>, Pada tanggal 14 Agustus 2023, Pukul 14:24

⁹ Puspitaningrum, D. (2022). *Nilai Pendidikan Moral dalam Film Negeri 5 Menara serta relevansinya dengan Materi Akidah Akhlak di MI* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

mengandung unsur ajakan atau bisa di sebut dengan Dakwah. Ada banyak macam Strategi komunikasi dakwah yang digunakan berbagai macam jenis film yang bernuansa Islami akan tetapi penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam serta menggali lebih dalam lagi mengenai Strategi komunikasi dakwah dalam film Negeri 5 Menara.

B. Rumusan Masalah

Berikut beberapa rumusan masalah yang dituliskan berdasarkan latar belakang di atas:

1. Bagaimana Profil film “Negeri 5 Menara”?
2. Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film “Negeri 5 Menara”?
3. Apa pesan-pesan Dakwah dalam Film “Negeri 5 Menara” ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film Negeri 5 menara berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Profil Film “Negeri 5 Menara”
2. Untuk mengetahui Bagaimana strategi komunikasi dakwah di dalam film “Negeri 5 Menara”.
3. Untuk mengetahui Apa pesan-pesan dakwah di dalam Film “Negeri 5 Menara”.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian Strategi komunikasi dakwah dalam film Negeri 5 Menara ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi wawasan baru bagi peneliti terkait tentang Strategi Komunikasi Dakwah dalam film “Negeri 5 Menara”.

2. Bagi Pembaca

Agar dapat memahami lebih baik mengenai bagaimana cara atau Strategi berkomunikasi dengan baik dan benar serta dapat bernilai dakwah sebagaimana yang di terapkan di dalam Film “Negeri 5 Menara”, dan juga menambah Wawasan masyarakat serta Pemahaman mereka terhadap pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam film "Negeri 5 Menara".

3. Bagi Sutradara Film

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi wawasan baru bagi Sutradara film bernuansa Islami untuk lebih memperhatikan Dialog serta peraga pemeran Film agar dapat bernilai dakwah dan bermanfaat bagi para penonton.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Kajian teori

1. Strategi Komunikasi Dakwah

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu "*stratos*" yang artinya tentara dan kata "*agein*" yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya.

Karl von Clausewitz seorang pensiunan jenderal Prusia dalam bukunya *Ons War* merumuskan strategi ialah suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang. Marthin Anderson juga merumuskan strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelekensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.¹⁰

¹⁰ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Cet.1, Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 61

Dari aspek etimologi, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin “*communis*” yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi.¹¹

Dari aspek terminologi, telah banyak definisi komunikasi disampaikan banyak pakar. Berikut adalah beberapa definisi komunikasi berdasarkan para ahli:

- 1) Menurut Poedjawijatna dan Hatta komunikasi adalah usaha penyampaian pesan antar manusia dan karenanya kita nyatakan ilmu komunikasi sebagai ilmu yang mempelajari usaha penyampaian pesan antar manusia.
- 2) Menurut Hovland, Janis dan Keley komunikasi adalah suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya.
- 3) Menurut Effendy, hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur.¹²
- 4) Sedangkan Tubbs dan Moss mendefinisikan komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih.

Strategi komunikasi merupakan pendekatan terencana untuk menyampaikan pesan kepada *audiens* yang ditargetkan. Ini mencakup berbagai aspek, seperti siapa yang menjadi *audiens*, apa pesan yang ingin disampaikan,

¹¹ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi...*h. 33

¹² Ricky W. Putra, *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*, (Yogyakarta: Andi, 2021), h. 2

bagaimana pesan tersebut disampaikan, serta saluran atau media apa yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan.¹³

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.¹⁴

b. Tujuan Strategi komunikasi

Setiap strategi komunikasi dibuat dengan tujuan tertentu, yang bisa berbeda-beda tergantung kondisi dan pada konteksnya. Dalam konteks dakwah, tujuannya mungkin untuk menyebarkan pesan moral atau agama secara efektif. Selain itu, strategi ini juga bisa disesuaikan untuk mengubah persepsi *audiens* atau mendorong perubahan perilaku. Pemilihan strategi yang tepat akan mempengaruhi keberhasilan komunikasi dalam mencapai hasil yang diinginkan. Beberapa tujuan umum dari strategi komunikasi antara lain:

- 1) Meningkatkan Kesadaran: Membuat *audiens* sadar akan produk, layanan, ide, atau peristiwa tertentu.
- 2) Mengubah Persepsi: Memengaruhi pandangan atau sikap *audiens* terhadap suatu masalah atau subjek.

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), h.34

¹⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi...* h. 61

- 3) Mengubah Perilaku: Mengarahkan *audiens* untuk mengambil tindakan tertentu, seperti membeli produk, mengikuti acara, atau mendukung suatu gerakan.
- 4) Menguatkan Hubungan: Mempererat hubungan antara organisasi atau individu dengan *audiensnya*, misalnya dengan pelanggan, pemangku kepentingan, atau masyarakat luas.¹⁵

c. Komponen-komponen Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi melibatkan beberapa elemen yang harus dipertimbangkan dengan cermat agar bisa berjalan dengan efektif:

1) Target *audiens*

Salah satu aspek terpenting dari strategi komunikasi adalah memahami siapa *audiens* yang dituju. Hal ini mencakup analisis demografis (seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, lokasi), psikografis (seperti nilai, minat, gaya hidup), dan perilaku *audiens* serta memahami *audiens* sebagai kunci untuk menentukan bagaimana cara menyampaikan pesan yang relevan dan bermakna bagi mereka.

2) Pesan utama

Pesan utama adalah inti dari apa yang ingin disampaikan kepada *audiens*. Ini harus singkat, jelas, dan mudah dimengerti. Pesan ini juga harus disesuaikan dengan nilai dan kebutuhan *audiens*, sehingga dapat menarik perhatian dan mempengaruhi mereka sesuai dengan tujuan komunikasi.

¹⁵ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (1984), h.10.

Pesan utama sering kali disertai dengan sub-pesan atau pesan pendukung yang memperkuat pesan inti.¹⁶

3) Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi adalah media atau platform yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan saluran sangat penting karena setiap *audiens* mungkin lebih mudah dijangkau melalui saluran yang berbeda. Contoh saluran komunikasi termasuk media sosial (*Instagram, Facebook, Twitter*), media tradisional (television, radio, koran), email, situs web, dan acara tatap muka seperti seminar atau konferensi. Pemilihan saluran komunikasi harus mempertimbangkan di mana *audiens* menghabiskan waktunya dan bagaimana mereka lebih nyaman menerima informasi.¹⁷

4) Gaya komunikasi

Gaya komunikasi mengacu pada nada dan pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan pesan. Gaya ini harus sesuai dengan *audiens* dan situasi. Misalnya, pesan yang disampaikan kepada *audiens* profesional mungkin menggunakan bahasa formal, sedangkan pesan untuk *audiens* yang lebih muda dan santai mungkin lebih cocok dengan bahasa kasual dan interaktif.¹⁸

¹⁶ Charles R. Berger, Michael E. Roloff, dan David R. Roskos-Ewoldsen, *Pengolahan Pesan: Handbook Ilmu Komunikasi* (Nusamedia, 2021).

¹⁷ Netty Dyah Kurniasari dan Mochammad Arkansyah, "Penggunaan Saluran Komunikasi dan Minat Wisatawan Berkunjung ke Wisata Kabupaten Bangkalan", (*Jurnal Pamator*, 2018), h. 2

¹⁸ Komunikasi Praktis, "5 Gaya Komunikasi: Jenis-Jenis Cara Berkommunikasi", 2022.

5) Waktu dan Frekuensi

Waktu penyampaian pesan sangat penting dalam strategi komunikasi. Misalnya, promosi produk atau kampanye sosial perlu disampaikan pada saat yang tepat, seperti saat liburan atau menjelang acara penting. Frekuensi komunikasi juga harus diperhatikan. Terlalu sering bisa mengganggu *audiens*, sementara terlalu jarang dapat membuat pesan hilang di antara informasi lain.¹⁹

6) Evaluasi dan Umpam balik

Komponen ini sangat penting untuk mengukur keberhasilan strategi komunikasi. Setelah pesan disampaikan, perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui apakah tujuan tercapai, misalnya melalui survei, analisis media sosial, atau analisis data penjualan. Umpam balik dari *audiens* juga penting untuk mengetahui apakah pesan diterima dengan baik atau apakah ada penyesuaian yang perlu dilakukan untuk kampanye selanjutnya.

e. Jenis-Jenis Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi bisa dikelompokkan berdasarkan pendekatan atau jenis komunikasi yang digunakan. Berikut adalah beberapa jenis strategi komunikasi yang umum digunakan:

1) Strategi Komunikasi Persuasif

Tujuan dari strategi ini adalah untuk mempengaruhi *audiens* agar mereka menerima, mendukung, atau melakukan sesuatu sesuai dengan

¹⁹ Joko Yulianto, *Strategi Komunikasi dan Penyampaian Pesan* (Yogyakarta: Andi, 2018), h.123-125.

keinginan pengirim pesan. Contoh strategi persuasif adalah kampanye pemasaran, advokasi politik, atau promosi sosial.

2) Strategi Komunikasi Informatif

Komunikasi informatif berfokus pada penyampaian fakta dan data kepada *audiens* untuk memberikan pemahaman atau pengetahuan baru. Ini sering digunakan dalam konteks pendidikan, penyuluhan kesehatan, atau pelaporan berita.

3) Strategi Komunikasi Defensif

Strategi komunikasi defensif digunakan untuk melindungi reputasi atau posisi ketika terjadi krisis atau masalah. Misalnya, dalam kasus krisis perusahaan, strategi ini dirancang untuk memberikan penjelasan, klarifikasi, dan menanggapi kritik atau kontroversi.

4) Strategi Komunikasi Konstruktif

strategi yang fokus pada membangun hubungan yang baik antara pihak yang berkomunikasi, baik itu antara perusahaan dengan pelanggan, pemerintah dengan masyarakat, atau individu dengan kelompok sosial tertentu. Tujuannya adalah menciptakan dialog yang produktif dan solusi yang saling menguntungkan.²⁰

f. Pengertian Dakwah

Kata dakwah menurut bahasa (etimologi) berasal dari bahasa Arab, yaitu dari kata (*da'a*), (*yad'uw*), (*da'watan*). Kata tersebut mempunyai makna menyeru, memanggil, mengajak dan melayani. Selain itu, juga bermakna mengundang,

²⁰ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, h.40.

menuntun dan menghasung. Sementara dalam bentuk perintah atau *fi'il amr* yaitu *ud'u* yang berarti ajaklah atau serulah.²¹

Untuk memahami dakwah secara terminologi (istilah), para ahli atau ulama telah memberikan batasan sesuai dengan sudut pandang mereka masing-masing. Dari sekian banyak definisi yang dikemukakan para ahli, beberapa definisi berikut ini dianggap dapat mewakili (representatif) dari definisi yang ada.

- 1) Syekh Ali Mahfuzh mendefinisikan, dakwah yaitu mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk dan menyuruh mereka berbuat makruf dan mencegah dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.²²
- 2) Menurut A. Hasjmy, dakwah Islamiah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah itu sendiri.
- 3) Menurut M. Arifin, dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha memengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan, terhadap ajaran agama sebagai *massage* yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan.

²¹ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Apistimologi, Aksiologi, dan Ilmu Dakwah*, (Cet.1, Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 3

²² Syekh Ali Mahfuzh, *Hidayah al-Mursyidin*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1952), h. 24.

4) Abdul Munir Mulkan, mengatakan bahwa dakwah adalah mengubah umat dari suatu situasi kepada situasi lain yang lebih baik di dalam segi kehidupan dengan tujuan merealisasikan ajaran Islam di dalam kenyataan hidup sehari-hari, baik bagi kehidupan seorang pribadi, kehidupan keluarga maupun masyarakat sebagai suatu keseluruhan tata kehidupan bersama.²³

g. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah:

1) *Da'i* (Pelaku Dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/lembaga.

Secara umum, kata *Da'i* ini sering disebut dengan sebutan *Muballig* (orang yang menyampaikan ajaran Islam), namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit, karena masyarakat cenderung mengartikannya sebagai orang yang menyampaikan Islam melalui lisan, seperti penceramah agama, khatib, dan sebagainya. Siapa saja yang menyatakan sebagai pengikut Nabi Muhammad hendaknya menjadi seorang *Da'i* dan harus di jalankan sesuai dengan Hujjah yang nyata dan kukuh. Dengan demikian, wajib baginya untuk mengetahui kandungan dakwah baik dari sisi akidah, syariah, maupun dari akhlak.

²³ Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Apistimologi, Aksiologi, dan Ilmu Dakwah*...h. 11

Nasaruddin Lathief mendefinisikan bahwa *Da'i* adalah Muslim dan Muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliah pokok bagi tugas ulama. Ahli dakwah adalah *wa'ad, muballig mustama'in* (juru penerang) yang menyeru, mengajak, memberi pengajaran, dan pelajaran agama Islam.²⁴

Da'i juga harus mengetahui cara menyampaikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberi solusi, terhadap problem yang dihadapi manusia, juga metode-metode yang di hadirkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.²⁵

2) *Mad'u* (Mitra Dakwah)

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak; atau yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam; sedangkan kepada orang yang telah beragama Islam dakwah bertujuan untuk meningkatkan kualitas iman, Islam, ihsan.

Secara umum Al-Qur'an menjelaskan ada tiga tipe *mad'u*, yaitu: mukmin, kafir, munafik.²⁶ Dari ketiga klarifikasi besar ini, *mad'u* kemudian dikelompokkan lagi dalam berbagai macam pengelompokan, Misalnya

²⁴ H.M.S Nasaruddin Lathief, h. 20

²⁵ Mustafa Malaikah, *Manhaj Dakwah Yusuf Al-Qordhowi Harmoni antara Kelembutan dan Ketegasan*, (Jakarta: Pustaka Al-Kaustsar, 1997) h. 18

²⁶ Tafsirweb.com-surah-AL-Baqarah-[2]:1-20

orang mukmin dibagi menjadi tiga, yaitu: *dzalim linafsh*, *muqtashid*, dan *sabiqun bilkhairat*. Kafir bisa dibagi menjadi kafir *zimmi* dan *harbi*. *Mad'u* atau mitra dakwah terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, menggolongkan *ma'u* sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri dari aspek profesi, ekonomi, dan seterusnya.

Muhammad Abdurrahman membagi *ma'u* menjadi tiga golongan, yaitu:

- a. Golongan cerdik yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, dan cepat dapat menangkap persoalan.
- b. Golongan awam, yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c. Golongan yang berbeda dengan kedua golongan di atas, mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu saja, dan tidak mampu membahasnya secara mendalam.

3) *Maddah* (Materi dakwah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.²⁷ Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu:

- a. Masalah Aqidah (Keimanan)

²⁷ Abdul Majid Khon, *Strategi Dakwah: Prinsip, Metode, dan Penerapannya* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h.58.

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah Aqidah Islamiah. Aspek Aqidah ini yang akan membentuk moral (*Akhlik*) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah Aqidah atau Keimanan.

b. Masalah Syariah

Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Syariah inilah yang akan selalu menjadi kekuatan peradaban di kalangan kaum Muslim.²⁸

Materi dakwah yang bersifat syariah ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Kelebihan dari materi syariah Islam antara lain, adalah bahwa ia tidak dimiliki oleh umat-umat lain. Syariah ini bersifat universal, yang menjelaskan hak-hak umat Muslim dan non-Muslim, bahkan hak seluruh umat manusia. Dengan adanya materi syariah ini, maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna.

Di samping mengandung dan mencakup kemaslahatan sosial dan moral, maka materi dakwah dalam bidang syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, Pandangan yang jernih, dan kejadian secara cermat terhadap Hujjah atau dalil-dalil dalam melihat

²⁸ Ismail R. Al-Faruqi, *Menjelajah Atlas Dunia Islam*, (Bandung: Mizan, 2000), h.305

setiap persoalan pembaruan, sehingga umat tidak terperosok ke dalam kejelekan, karena yang diinginkan dalam dakwah adalah kebaikan. Kesalahan dalam meletakkan posisi yang benar dan seimbang di antara beban syariat sebagaimana yang telah di terapkan oleh Islam, maka akan menimbulkan suatu yang membahayakan terhadap agama dan kehidupan.²⁹

Syariah Islam mengembangkan hukum bersifat komprehensif yang meliputi segenap kehidupan manusia. Kelengkapan ini mengalir dari konsepsi Islam tentang kehidupan manusia yang diciptakan untuk memenuhi ketentuan yang membentuk kehendak Ilahi. Materi dakwah yang menyajikan unsur syariat harus dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang jelas di bidang hukum dalam bentuk status hukum yang bersifat wajib, *mubbah* (dibolehkan), dianjurkan (*mandub*), *makruh* (dianjurkan supaya tidak dilakukan) dan *haram* (dilarang).

c. Masalah Muamalah

Islam merupakan agama yang menekankan urusan muamalah lebih besar porsinya daripada urusan ibadah. Islam lebih banyak memperhatikan aspek kehidupan sosial daripada aspek kehidupan ritual. Islam adalah agama yang menjadikan seluruh bumi ini masjid, Tempat mengabdi kepada Allah. Ibadah dalam muamalah di sini, Diartikan sebagai ibadah yang mencangkup hubungan dengan Allah dalam rangka

²⁹ Muhammad Syamsudin, *Fiqih Maqashid : Kemaslahatan adalah Inti Syariat Islam*, (NU Online), h. 211.

mengabdi kepada Allah SWT. Cakupan aspek muamalah jauh lebih luas daripada ibadah. *Statement* ini dapat dipahami dengan alasan:

- 1) Dalam Al-Qur'an dan Hadits mencangkup proporsi terbesar sumber hukum yang berkaitan dengan urusan muamalah.
- 2) Ibadah yang mengandung segi kemasyarakatan diberi ganjaran lebih besar dari pada yang bersifat perorangan. Jika urusan ibadah dilakukan tidak sempurna atau batal, karena melanggar pantangan tertentu, maka *kafarat*-nya (tebusannya) adalah melakukan sesuatu yang berhubungan dengan muamalah. Sebaliknya, jika orang tidak baik dalam urusan muamalah, maka urusan ibadah tidak dapat menutupinya.
- 3) Melakukan amal baik dalam bidang kemasyarakatan mendapatkan ganjaran lebih besar daripada Ibadah sunnah.³⁰

d. Masalah Akhlaq

Secara etimologi, kata *Akhlaq* berasal dari bahasa Arab, jamak dari “*khuluqun*” yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Adapun secara terminologi, pembahasan akhlaq berkaitan dengan tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia. Ilmu akhlaq bagi Al-Farabi, tidak lain dari bahasan tentang keutamaan-keutamaan yang dapat menyampaikan manusia kepada tujuan hidupnya yang tertinggi, yaitu kebahagiaan, dan tentang berbagai

³⁰ Harun, Drs. *Fiqh Muamalah*. (Jakarta: Penerbit XYZ, 2010), h. 25-30.

kejahatan atau kekurangan yang dapat merintangi usaha pencapaian tujuan tersebut.³¹

Islam mengajarkan agar manusia berbuat baik dengan ukuran yang bersumber pada Allah SWT. Sebagaimana telah diaktualisasikan oleh Rasulullah SAW. Apa yang menjadi sifat dan digariskan “baik” oleh-Nya dapat dipastikan ”baik” secara esensial oleh akal pikiran manusia. Dalam konteks ini, ketentuan Allah SWT. Menjadi standar penentuan kriteria “baik yang rumusannya dapat dibuktikan dan dikembangkan oleh akal sehat manusia. Dalam Al-Qur'an dikemukakan bahwa kriteria baik itu, Antara lain bertumpu pada sifat Allah SWT sendiri yang terpuji (*Al-Asma' Al-Husna*), karena itu Rasulullah SAW memerintahkan umatnya untuk berperilaku baik, sebagaimana “perilaku” Allah SWT.

4) *Wasilah* (Media Dakwah)

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah ajaran Islam kepada *mad'u* untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*. Hamzah Yaq'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, Yaitu: Lisan, Tulisan, Lukisan, Audiovisual, dan Akhlaq.³²

- a. Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara Dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

³¹ Abdul Aziz Dahlan.(2002). *Ensiklopedia Tematis Dunia Islam*. (Jakarta: PT Ichtiar Baru Van hoeve), h.190.

³² Hamzah Ya'qub, *Metode Dakwah Islam*, (Bandung: CV Diponegoro, 1982), h. 54.

- b. Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surah kabar, surat-menyurat, spanduk, dan sebagainya.
- c. Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya.
- d. Audio visual adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran, penglihatan, atau kedua-duanya, seperti televisi, film, slide, OHP, internet, dan sebagainya.
- e. Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u.

5) *Thariqah* (Metode)

Kata "metode" telah menjadi bahasa Indonesia yang memiliki pengertian "Suatu cara yang bisa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai dan menyelesaikan suatu tujuan, Rencana sistem, dan Tata pikir manusia.³³ Adapun dalam metodologi pengajaran ajaran Islam disebutkan bahwa metode adalah suatu cara yang sistematis dan umum terutama dalam mencari kebenaran ilmiah.³⁴

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah dalam menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Metode sangat penting perannya, karena suatu pesan walaupun baik tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima

³³ M.Syafaat Habib.(1992). *Buku Pedoman Dakwah*,.(Jakarta: Wijaya), h.160.

³⁴ Soeleman Yusuf, Slamet Soesanto.(1981). *Pengantar Pendidikan Sosial*,.(Surabaya: Usaha Nasional) h. 38.

pesan. Ketika membahas tentang metode dakwah, maka pada umumnya merujuk pada Surah An-Nahl ayat 125:

أَذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهَمَّاتِ

Terjemahannya:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”³⁵

Dalam ayat ini, metode dakwah ada tiga, yaitu *Bil Hikmah*, *Mau'Izzatul Hasanah*, dan *Mujadalah billati hiya ahsan*. Secara garis besar ada tiga pokok metode thoriqoh dakwah, yaitu:

- a. *Bil hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam Selanjutnya, mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
- b. *Mau'Izzatul Hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan Nasehat-nasehat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasehat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.
- c. *Mujadalah billati hiya ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak

³⁵. Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahah Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h.391

memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.³⁶

6) *Atsar* (Efek Dakwah)

Atsar (efek) sering disebut dengan *feedback* (umpan balik) dalam proses dakwah ini sering dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan, maka selesailah dakwah padahal umpan balik sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *feedback* dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis *feedback* dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya. Demikian juga strategi dakwah termasuk di dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan.³⁷

h Pesan Dakwah

Secara bahasa pesan (*message*) adalah perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan lewat orang lain (KBBI). Dalam dunia komunikasi, pesan dimaknai sebagai isi atau maksud yang akan disampaikan. Pesan dakwah adalah isi atau materi dalam komunikasi dakwah berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti objek dakwah. Pesan atau materi

³⁶ Tafsirweb.com-surah-An-Nahl-125

³⁷ Risalah Islam, "Pengertian Komunikasi Dakwah," *Risalah Islam*, h.1

dakwah adalah seluruh ajaran Islam (syariat Islam). Qs. An-Nahl/16: 125 menyebutnya sebagai “jalan Tuhan” (*sabili rabbika*). Artinya, pesan dakwah adalah informasi keislaman yang menunjukkan sekaligus mendorong objek dakwah menuju syariat Islam.³⁸

Ada beberapa hal yang menjadi perhatian dalam menentukan materi dakwah di antaranya adalah pertama, memilih materi, kedua jangkauan ilmu, ketiga menyusun materi, keempat menguasai materi. Isi materi senantiasa terfokus pada 3 unsur pokok ajaran Islam, yaitu:

1. Aqidah

Aqidah menurut bahasa adalah berasal dari kata *aqd* yang berarti pengikatan, ikatan yang kokoh, pegangan yang teguh, lekat, kuat dan dipercaya, atau apa-apa yang diyakini seseorang. Menurut bahasa aqidah adalah keimanan atau apa-apa yang diyakini dengan mantap dan hukum yang tegas, yang tidak dicampuri keragu-raguan terhadap orang yang mengimaminya.

2. Akhlak

Perkataan akhlaq merupakan bentuk jamak dari kata *khuluq* yang berarti tabiat, watak, perangai dan budi pekerti. Akhlak bisa didefinisikan sebagai sesuatu yang bersemayam di dalam jiwa, yang secara cepat dan mudah serta tidak dipikir-pikir dapat lahir dalam bentuk perilaku seseorang, Karena akhlak Muslim sumbernya adalah seluruh ajaran Islam, maka yang menjadi standar nilai akhlaq adalah Alquran dan sunnah. Akhlak yang sesuai dengan Alquran adalah akhlak

³⁸ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (www. Google.com: Qiara Media, 2019), <https://id.b-ok.asia/book/22208821/efee4c> diakses pada, 22 Januari 2024), h.71-74,

terpuji (*mahmudah*). Sedang yang tidak sesuai dengan ajaran agama Islam disebut akhlak tercela (*Mazmumah*).

3. Ibadah

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, kata ibadah diartikan dengan perbuatan untuk menyatakan bakti kepada Allah, yang didasari ketaatan mengerjakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Selain itu, ibadah diartikan pula dengan segala usaha lahir dan batin, sesuai dengan perintah Allah untuk mendapatkan kebahagiaan dan keselamatan hidup, baik terhadap diri sendiri, keluarga, masyarakat maupun terhadap alam semesta.³⁹

i. Pengertian Komunikasi

Dari aspek etimologi, sudah umum diterima bahwa kata “komunikasi” berasal dari kata yunani, yakni *communication* atau *comunis*, yang berarti sama makna, *in tune* atau berbagai makna atau *commune facere* (membuat bisa diterima banyak orang). Ilmu yang mempelajari disebut *communicology*. Dari kata ini, kita dapat simpulkan bahwa komunikasi mencakup kegiatan yang menyampaikan gagasan kemudian diterima dan dimaknai, sehingga dapat kemungkinan terjadi saling paham.⁴⁰

Dari aspek terminologi (definisi), sudah banyak uraian komunikasi disampaikan banyak para pakar. Di antaranya, Bernar Berelson dan Gary A. Steiner menguraikan tentang komunikasi sebagai “transmisi informasi, gagasan,

³⁹ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah...* h. 69-70

⁴⁰ Rachmat Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam* (cetakan-1, Prenadamedia Group: 2019) h.155-156

emosi, keterampilan, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut “komunikasi”. Donald Byker dan Loren J. Anderson mendefinisikan “komunikasi adalah berbagai informasi antara dua orang atau lebih”.

Menurut Gordon dalam *Encyclopaedia Britanica*: komunikasi ialah *the exchange of meanings between individuals through a common system of symbols*, artinya adalah pertukaran makna-makna antara individu melalui sebuah sistem umum yang berbentuk simbol-simbol.

Wikipedia Indonesia pada tahun 2007 mengonsepkan bahwa komunikasi ialah proses pemindahan suatu informasi melalui sistem simbol yang sama. Komunikasi juga salah satu disiplin akademik. Definisi komunikasi ialah “suatu proses perpindahan informasi, perasaan, ide, dan pikiran seseorang individu kepada individu atau sekelompok individu yang lain”.⁴¹ Pada umumnya, komunikasi bisa dilakukan dalam bentuk kata-kata (lisan) yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, maka komunikasi masih bisa dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan atau menunjukkan sikap tertentu. Misalnya menggelengkan kepala, mengangkat bahu atau tersenyum. Cara yang seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa isyarat atau bukan bahasa lisan. Seterusnya komunikasi ini memiliki bentuk. Manusia berkomunikasi untuk saling memberikan pengetahuan dan pengalaman. Bentuk biasa komunikasi manusia ialah percakapan, bahasa isyarat, penulisan, sikap, dan

⁴¹ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories of Human Communication* (Long Grove, IL: Waveland Press, 2010), h.12.

broadcasting (aktivitas dalam dunia radio). Komunikasi bisa berbentuk interaktif, transaktif, disengaja atau tidak disengaja. Ia juga bisa jadi komunikasi lisan, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain.

j. komunikasi dakwah

Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai ”proses penyampaian dan informasi Islam untuk memengaruhi komunikan (objek dakwah, *mad'u*) agar mengimani, mengilmui, mengamalkan, menyebarkan, dan membela kebenaran ajaran Islam”.

Komunikasi dakwah juga dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang mengaitkan pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, atau berkaitan dengan ajaran Islam dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan. Berikut adalah komunikasi dakwah menurut para ahli:

1. Toto Tasmara berpendapat bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas di mana seseorang komunikator menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain dapat berbuat Amal Shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.
2. Harold D. Lasswell juga menambahkan bahwa komunikasi dakwah adalah suatu pertanyaan untuk terpenuhinya suatu komunikasi melalui kata-kata bersayap, yaitu: *who says what to whom in what channel with what effect* (Siapa yang berkata dalam suatu konteks dengan dampak yang terjadi).⁴²

⁴² Heru(2017). *Komunikasi Dakwah – Pendekatan Praktis yang Efektif*.dipetik dari <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-dakwah>, diakses pada 18 Januari 2024

k. Bentuk-bentuk komunikasi dakwah

1) Dari Segi Penyampaian Pesan

Jika ditinjau dari segi cara menyampaikan pesan, komunikasi dakwah dibedakan kepada *dakwah bil-hal*, *dakwah bil-lisan* dan *dakwah bil kitabah*.

- a) *Dakwah Bil Hal* (Komunikasi Non Verbal), yaitu komunikasi dakwah yang disampaikan melalui sikap, perilaku dan perbuatan, baik berbentuk gerak tubuh, mimik dan bahasa isyarat yang tampak dalam amal-amal Shaleh dan keteladanan. Dengan demikian *Dakwah bil-hal* tidak menggunakan kata-kata dalam menyampaikan pesan.
- b) *Dakwah bil lisan* (Komunikasi Verbal), adalah dakwah yang disampaikan melalui kata-kata seperti ceramah, pidato, khuthbah, khutbah dan diskusi. Komunikasi lisan dapat melalui ungkapan kata-kata dan juga melalui tulisan. Dalam ilmu komunikasi, dakwah yang menggunakan lisan (langsung) disebut dengan komunikasi verbal.⁴³
- c) *Dakwah bil Kitabah* (Komunikasi Tulis), adalah dakwah yang di sampaikan dengan kata-kata yang dituliskan. Oleh karena itu bentuk dakwah ini termasuk komunikasi verbal yang disampaikan melalui tulisan. Bentuk ini telah dipergunakan nabi Muhammad SAW. untuk mengajak raja-raja dari beberapa negara supaya masuk Islam. Sedikitnya ada delapan surat yang dikirimkan nabi kepada kepala negara yang isinya mengajak mereka supaya masuk Islam. Komunikasi dengan tulisan dikembangkan dengan bantuan teori Jurnalistik. *Dakwah bil-kitabah* dapat berbentuk tulisan-tulisan ilmiah, sastra atau bunga

⁴³ Ahmad Jamil, *Ilmu Komunikasi Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h.75.

rampai yang dimuat dalam Jurnal, buku, majalah, brosur, surat kabar dan buletin.⁴⁴

2) Dari Segi Alur Penyampai Pesan

Komunikasi dakwah ditinjau dari segi jalan (alur) pesan yang disampaikan terdapat tiga bentuk, yaitu:

- a) Komunikasi dakwah ke atas, ialah dakwah yang terjadi antara *da'i* yang lebih rendah kepada *mad'u* yang lebih tinggi status sosialnya. Misalnya dakwah rakyat kepada pemimpin, contoh dakwah nabi Ibrahim AS. kepada raja Namrud.
- b) Komunikasi dakwah ke bawah, ialah komunikasi seorang yang lebih tinggi kedudukannya kepada bawahan. Contohnya ialah ketika Luqman memberi nasihat kepada anaknya.
- c) Komunikasi dakwah ke samping. Maksud komunikasi ini adalah dakwah yang terjadi antara *da'i* dan *mad'u* yang sederajat. Seperti dakwah nabi Yusuf AS. kepada saudara-saudaranya.⁴⁵

3) Dari Segi Ruang Lingkup

Komunikasi menurut ruang lingkup sasaran (*mad'u*) terbagi kepada:

- a) Komunikasi dakwah Internal, yaitu dakwah yang ditujukan kepada *mad'u* yang sudah beragama Islam. Misalnya dakwah seorang ustadz kepada ibu-ibu muslimat.
- b) Komunikasi dakwah Eksternal, yaitu dakwah yang ditujukan kepada *mad'u* non muslim. Misalnya Debat antara ulama dengan pendeta.

⁴⁴ Dhiyaurahman, "Metode Dakwah Bil Lisan, Bil Kalam dan Bil Hal", blogspot, h.2

⁴⁵ Ritonga, K. (2020). Bentuk-Bentuk Komunikasi Dalam Perspektif Dakwah Islam. (Padangsidimpuan: Tadbir), Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN, 2(2), h.255-268.

4) Dari Segi Jumlah Person

Bentuk komunikasi dakwah dari segi personnya terbagi kepada :

- a) Komunikasi individu (*dakwah fardiyah*), yaitu dakwah yang dilaksanakan oleh pendakwah secara individu dan *mad'u-nya* juga satu orang. Dalam tinjauan ilmu komunikasi, dakwah seperti ini disebut komunikasi Interpersonal. Dakwah seperti ini biasanya berbentuk konseling dan nasihat.
- b) Komunikasi massa (*dakwah 'ammah*), yaitu dakwah yang dilaksanakan oleh satu orang *da'i* dengan komunikan (pendengar) yang jumlahnya banyak pada satu tempat tertentu, dakwah seperti ini disebut komunikasi publik. *Dakwah 'ammah* juga dapat dilaksanakan oleh seorang nara sumber dengan pendengar dalam jumlah besar, tetapi tidak terbatas pada satu tempat. Dakwah seperti ini menggunakan media massa (media sosial) seperti TV, Internet mapun majalah dan surat kabar, sehingga dapat dijangkau di wilayah yang serba tidak terjangkau luasnya.⁴⁶
- c) Komunikasi kelompok (*dakwah jama'ah*), yaitu dakwah yang dilaksanakan oleh pendakwah secara berjama'ah atau kelompok organisasi (lembaga) tertentu. Misalnya dakwah yang dilaksanakan oleh *Jama'ah tabligh*. Mereka berkelompok menuju desa-desa dan kelurahan untuk menyampaikan dakwah Islam.

5) Dari Segi Penggunaan Media

Komunikasi dakwah ditinjau dari segi penggunaan media, dapat dibedakan:

⁴⁶ Si, M., & Romli, K. (2022). *Komunikasi massa*. h.34

- a) Komunikasi Primer, yaitu komunikasi dakwah yang disampaikan secara langsung tatap muka, tanpa menggunakan media.
- b) Komunikasi Sekunder, yaitu komunikasi dakwah yang menggunakan saluran media seperti TV, video, radio, telepon, HP dan sebagainya.

6) Dari Segi Aliran Informasi

Dari segi aliran informasi yang dipergunakan, komunikasi dakwah yang disampaikan terbagi kepada :

- a) Komunikasi Linear (satu arah), yaitu komunikasi dakwah yang menitik beratkan pada penyampaian pesan, tanpa mengharapkan umpan balik . Misalnya khutbah Jum'at dan Kata sambutan alim ulama dalam suatu acara resmi.
- b) Komunikasi Sirkuler (dua arah), yaitu bentuk komunikasi yang memberikan kesempatan umpan balik terhadap pesan dakwah yang disampaikan, misalnya tanya jawab yang diadakan setelah selesai ceramah.

7) Ditinjau Dari Segi Penerima Pesan

Komunikasi dakwah yang terjadi antara *da'I* dengan *mad'u* dapat dibagi kepada:

- a) Komunikasi Intrapersonal (*dakwah fi nafsihi*), yaitu komunikasi dakwah yang melibatkan internal pribadi seseorang dalam proses menerima pesan dakwah. Dalam komunikasi ini, *da'I* sekaligus *mad'u* yang memberikan umpan balik pada diri sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan.
- b) Komunikasi Interpersonal (*dakwah fi ghorihi*), yaitu komunikasi yang dilakukan kepada pihak lain untuk mendapatkan umpan balik, baik secara

langsung atau bermedia.⁴⁷ Dalam komunikasi interpersonal dapat dicontohkan dari dialog Nabi Ibrahim AS dan Namrud dalam Surah Al-Baqarah ayat 258.

Dalam komunikasi Interpersonal ada yang disebut dengan konsep diri yaitu pandangan tentang diri. Konsep diri memiliki dua komponen, yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen kognitif disebut citra diri (*self image*) dan komponen afektif disebut harga diri (*self esteem*). Konsep diri Namrud yang angkuh inilah membawa dirinya kepada kebuntuan pikiran dan argumentasi karena merasa mampu menyaingi kuasa Allah SWT. komunikasi transendental sebagai bentuk kekayaan Al-Qur'an, menghadirkan khazanah baru dalam dunia komunikasi. Komunikasi transendental sendiri banyak dideskripsikan dalam Al-Qur'an berupa doa-doa para Nabi.⁴⁸

I. Strategi Komunikasi Islami

Strategi komunikasi islami adalah strategi yang menerapkan semua prinsip dan etika komunikasi yang diajarkan Allah SWT. dalam Al-Qur'an. Apa pun yang akan dilakukan didasari oleh semangat keimanan, yakni sebagai bentuk ibadah kita kepada Allah SWT. Prinsip dan etika komunikasi tersebut yaitu: *qaulan sadidan* (benar, tidak dusta); *qaulan baligha* (lugas, efektif), *qaulan ma'rifa* (kata-kata yang baik dan sopan), *qaulan karima* (hormat/respek), *qaulan layina* (lemah lembut), dan *qaulan maysura* (mudah dimengerti).

⁴⁷ Rahmiana, "Komunikasi Intrapersonal dalam Komunikasi Islam," *Jurnal Peurawi*, 2019, h.15.

⁴⁸ Kamaluddin, *Bentuk-Bentuk Komunikasi dalam Perspektif Dakwah Islam*, Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidimpuan, 2 (Desember), 2020, h. 260-266

1. *Qaulan sadidan*

Qaulan sadidan, seorang komunitor harus menyampaikan perkataan yang benar dan wajib menghindari dusta. Prinsip kepercayaan dapat membangun suasana komunikasi yang kondusif dalam mencapai komunikasi yang efektif dan efisien. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Surah Al-Azhab Ayat: 70:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahannya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”⁴⁹

Ayat di atas mengajarkan kepada manusia untuk membangun suatu umat yang kuat dan bertakwa kepada Allah dengan suatu kejujuran atau perkataan yang benar. Prinsip Qaulan Sadida mempunyai filosofis yang sangat dalam untuk mengungkapkan nilai kebenaran, yakni bukan hanya pada dimensi isi (materi pesan) melainkan juga pada dimensi hubungan. Artinya, komunikasi harus benar isinya dan disampaikan dengan ketentuan yang berlaku.⁵⁰

2. *Qaulan baligha*

Qaulan baligha dimaknai dengan menjalankan komunikasi secara lugas, tepat, fasih, jelas dan tidak berbelit-belit sehingga dapat berbekas pada hati komunikasi untuk pada akhirnya terpersuasi. Prinsip ini melengkapi prinsip sebelumnya, *Qaulan Sadida*, dalam hal pemilihan kata, penyusunan pesan, dan pemilihan cara. Prinsip ini menekankan pada cara persuasif dalam

⁴⁹ Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahan Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h.615

⁵⁰ Rachmat Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam...* h. 363-364

berkomunikasi dengan pihak komunikan.⁵¹ Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam surah An-Nisa Ayat 63 :

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَآعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظِّهِمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيْعًا

Terjemahannya:

“Mereka itu adalah orang-orang yang (sesungguhnya) Allah mengetahui apa yang ada di dalam hatinya. Karena itu, berpalinglah kamu dari mereka dan berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya.”⁵²

3. *Qaulan ma'rufa*

Prinsip komunikasi ini merupakan jalan tengah antara komunikasi dalam *high context culture* dan *low context culture*. *Qaulan Ma'rufa* mempunyai arti sebagai perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun, dan tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan. *Ma'rufa* adalah perkataan yang indah dan tidak mengandung unsur sindiran yang dapat menyinggung perasaan orang lain. Orientasi prinsip ini mengacu kepada upaya interaksi yang selalu mendatangkan manfaat dan menimbulkan kebaikan.⁵³ Sebagaimana Firman Allah SWT dalam surah An-Nisa Ayat 5:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيمًا وَرُزْقُهُمْ فِيهَا وَأَكْسُوْهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

⁵¹ Rachmat Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam...* h. 367

⁵² Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahian Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h.119

⁵³Rachmat Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam...* h. 369

Terjemahannya:

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.”⁵⁴

4. *Qaulan karima*

Qaulan karima adalah Suatu komunikasi yang di dalamnya mengandung perkataan yang mulia dan disampaikan dengan penuh hormat agar dapat menjalin relasi dan hubungan baik. Prinsip ini mempunyai keutamaan dalam penerapannya ke orang tua, meski demikian tidak berarti prinsip tidak layak diterapkan kepada para tetangga, sahabat maupun kolega.⁵⁵ Sebagaimana Firman Allah di dalam Surah Al-Isra' Ayat 23:

وَقَضَى رَبُّكَ أَلَا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِإِلْوَاتِ لِدَنِينِ إِحْسَانًا نَّاٰ لِمَا يَبْلُغُنَّ عِنْدَكُمُ الْكِبِيرُ أَحْدُهُمَا أَوْ كِلْهُمَا
فَلَا تَقْنُلْ هُمَّا أُفِّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ هُمَّا قَوْلًا كَرِيمًا

Terjemahannya:

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada ibu bapak. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan ah dan janganlah engkau membentak keduanya, dan ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik.”⁵⁶

5. *Qaulan layyina*

Prinsip komunikasi ini memberi pelajaran kepada umat manusia untuk selalu respek kepada siapa pun lawan bicara kita, termasuk orang yang telah

⁵⁴ Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahian Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h.77

⁵⁵ Rachmat Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam...* h. 371

⁵⁶ Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahian Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h.284

menyalimi kita.⁵⁷ Berikut Firman Allah SWT di dalam Surah At- Thaahaa Ayat 44 mengenai prinsip di atas.

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيْنَا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

Terjemahannya:

“Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”.⁵⁸

6. *Qaulan maysura*

Qaulan maysura bermakna ucapan yang mudah, yakni mudah dicerna, mudah dimengerti, dan mudah dipahami oleh komunikan.⁵⁹ *Qaulan maysura* Mengacu kepada sebuah perkataan yang mudah di cerna, mudah dimengerti, gampang, dan dipahami oleh khalayak. Meski pada dasarnya manusia itu adalah suka berkeluh kesah, namun prinsip ini mengajarkan nilai keharmonisan dan menjalin suatu hubungan sosial.⁶⁰ Sebagaimana di dalam Firman Allah di dalam Surah Al-Isra Ayat 28:

وَإِنَّمَا تُعِرِضُنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْنَاهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا

Terjemahannya:

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.”⁶¹

⁵⁷ Rachmat Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam...* h. 372

⁵⁸ Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahan Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h.314

⁵⁹ Karyadi el-Mahfudz, *Qaulan Maysura, Berkata yang Mudah*, Dipetik dari <https://barometernews.id/qaulan-maysura-berkata-yang-mudah/> .Diakses pada :19 Januari 2024

⁶⁰ Rachmat Kriyantono, *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam...* h. 373-374

⁶¹ Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahan Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h.285

Jadi, strategi komunikasi dakwah adalah proses komunikasi yang terstruktur dan melibatkan beberapa elemen komunikasi untuk menyampaikan pesan dakwah berdasarkan contoh-contoh komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur'an.

2. Film

a. Pengertian Film

Film dalam pengertian sempit adalah penyajian gambar melalui layar lebar. Adapun dalam pengertian yang lebih luas, gambar yang disiarkan melalui televisi (TV) dapat pula dikategorikan sebagai film. Gamble berpendapat bahwa film adalah sebuah rangkaian gambar statis yang direpresentasikan di hadapan mata secara berturut-turut dalam kecepatan yang tinggi. Sementara Jean Luc Godard, sineas new wave asal Prancis, mengilustrasikan film sebagai "papan tulis". Menurutnya, sebuah film yang revolusioner dapat menunjukkan bagaimana perjuangan senjata dapat dilakukan.⁶²

Peralatan produksi film pun terus mengalami perkembangan sehingga film masih mampu menjadi tontonan yang menarik bagi khalayak luas sampai saat ini. Pada sejumlah periode tertentu film pun tidak hanya berkembang sebagai media hiburan, akan tetapi juga sebagai media informasi maupun pendidikan. Selain itu, fungsi film sebagai perekam berbagai peristiwa menjadikannya sebagai salah satu arsip sejarah dan kebudayaan yang cukup penting dalam kehidupan masyarakat.

Berdasarkan sejumlah pengertian di atas, dapat dipahami bahwa film merupakan salah satu bagian dari media komunikasi. Dengan kata lain, film

⁶² Sen, Krishna, *Sinema Dunia: Pandangan Baru dalam Kajian Film* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2012), h. 54.

merupakan medium untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Perlu dicermati pula bahwa film tidak hanya menjadi medium penyampaian pesan kepada satu atau dua orang komunikan, melainkan masyarakat yang lebih luas alias massal. Dari pengertian seperti ini kemudian film dapat lebih spesifik lagi dikategorikan sebagai sebuah media komunikasi massa.⁶³

b. Jenis-jenis Film

Jenis-jenis film dapat dibedakan berdasarkan cara bertutur maupun pengolahannya. Adapun jenis-jenis film yang umumnya dikenal sampai saat ini adalah sebagai berikut:

1. Film Cerita (*Story Film*)

Film cerita adalah jenis film yang mengandung suatu cerita, yaitu yang lazim diputar di gedung-gedung bioskop. Film jenis ini dibuat dan didistribusikan untuk publik seperti halnya barang dagangan. Topik cerita yang diangkat dalam film jenis ini bisa berupa fiktif atau kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambar yang lebih artistik.⁶⁴

2. Film Dokumenter (*Documentary Film*)

John Grierson mendefinisikan film dokumenter sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan (*creative treatment of actuality*).” Titik berat film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi. Intinya, film dokumenter berpijak pada fakta-fakta.

⁶³ Sri Wahyuningsih, *Film & Dakwah Memahami Representasi Pesan-pesan Dakwah dalam Film melalui Analisis Semiotik*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), h. 1-3

⁶⁴ Louis D. Giannetti, *Understanding Movies* (Boston: Pearson, 2018), h. 98.

3. Film Berita (*News Reel*)

Seperti halnya film dokumenter, film berita atau *news reel* juga berpijak pada fakta dari sebuah peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, film yang disajikan pun harus mengandung nilai berita (*news value*). Perbedaan mendasar antara film berita dan dokumenter terletak pada cara penyajian dan durasi.

4. Film Kartun (*Cartoon Film*)

Pada awalnya, film kartun dibuat untuk anak-anak. Namun, dalam perkembangannya, film yang menyulap gambar lukisan menjadi hidup ini juga diminati oleh berbagai kalangan, termasuk orang dewasa. Menurut Effendy, titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis dan setiap lukisan memerlukan ketelitian. Satu per satu dilukis dengan saksama untuk kemudian dipotret satu per satu. Hasil pemotretan itu kemudian dirangkai dan diputar dalam proyektor film sehingga memunculkan efek gerak dan hidup.⁶⁵

5. Film-film Jenis Lain

a) Profil Perusahaan (*Corporate Profile*)

Film ini diproduksi oleh institusi tertentu terkait pekerjaan atau proyek yang mereka lakukan. Film ini sendiri umumnya berfungsi sebagai alat bantu presentasi.

b) Iklan Televisi (*TV Commercial*)

Film ini diproduksi untuk kepentingan penyebaran informasi, baik tentang produk (iklan produk) maupun layanan masyarakat (iklan layanan masyarakat

⁶⁵ Alfathoni, M. A. M., & Manesah, D. (2020). *Pengantar Teori Film*. Deepublish. h.76

atau *public service announcement/PSA*). Tujuan penyebaran informasi dalam iklan televisi ini umumnya cenderung bersifat persuasif.

c) Program Televisi (*TV Program*)

Program ini diproduksi untuk konsumsi pemirsa televisi. Secara umum, program televisi dibagi menjadi dua jenis, yakni cerita dan non cerita.

d) Video Klip (*Music Video*)

Dipopulerkan pertama kali melalui saluran televisi MTV pada tahun 1981, sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi.⁶⁶

3. Film sebagai Media Dakwah

Dakwah selama ini diidentikkan dengan ceramah melalui media lisan (*dakwah bil lisan*). Namun demikian, seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media teknologi seperti film segera menggesernya. Sekalipun dakwah dengan lisan masih tetap eksis, media film tetap dianggap telah mengambil peranan yang cukup signifikan dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan sampai hari ini. Terkait hal ini, Onong Uchjana Effendi turut menegaskan bahwa film merupakan salah satu media komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan, termasuk dakwah.

Menurut Enjang AS, dalam proses menonton film biasanya terjadi gejala identifikasi psikologis. Ketika proses decoding terjadi, para penonton menyamakan atau meniru seluruh pribadinya dengan salah seorang pemeran film. Mereka

⁶⁶ Sri Wahyuningsih, *Film & Dakwah Memahami Representasi Pesan-pesan Dakwah dalam Film melalui Analisis Semiotik...* h. 3-6

memahami dan merasakan apa yang dialami oleh pemeran sehingga seolah-olah mereka mengalami sendiri adegan dalam film tersebut. Pun demikian pengaruh film tidak hanya sampai di situ. Pesan-pesan yang termuat dalam adegan-adegan film akan membekas dalam jiwa penonton dan kemudian membentuk karakter mereka.⁶⁷

Dalam konteks film sebagai media komunikasi pesan-pesan keagamaan inilah kemudian dikenal suatu istilah film dakwah. Secara sederhana, suatu film dikatakan film dakwah karena memang di dalamnya memuat pesan-pesan keagamaan tertentu. Namun demikian, film dakwah dituntut mengombinasikan dakwah dengan hiburan, ceramah dengan cerita, atau nilai-nilai syari'at dengan imajinasi sehingga mampu berperan efektif dalam menyampaikan pesan.

Film dakwah tidak hanya terbatas pada penyampaian pesan keagamaan secara eksplisit, tetapi juga melalui penyajian nilai-nilai moral dan etika yang sesuai dengan ajaran agama. Dengan demikian, film dakwah dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, tidak hanya penonton yang secara khusus mencari konten keagamaan, tetapi juga mereka yang tertarik pada hiburan umum. Kekuatan visual, narasi yang kuat, serta karakter yang dapat menggugah emosi penonton adalah komponen penting yang harus dihadirkan dalam film dakwah agar pesan-pesan agama dapat diterima dengan baik tanpa terkesan menggurui. Oleh karena itu, para sineas dituntut untuk kreatif dalam meramu konten dakwah agar menarik dan relevan dengan realitas kehidupan penonton modern.⁶⁸

⁶⁷ Sri Wahyuningih, *Film & Dakwah Memahami Representasi Pesan-pesan Dakwah dalam Film melalui Analisis Semiotik..* h. 8-9

⁶⁸ Azhar Arsyad, *Komunikasi Dakwah dalam Film* (Jakarta: Kencana, 2009), h.112.

Selain itu, film dakwah juga bukan film yang penuh dengan gambaran mistik, supranatural, berbau takhayul, dan khurafat. Film dakwah sejatinya bersinggungan dengan realitas kehidupan nyata sehingga mampu memberi pengaruh pada jiwa penonton. Di sisi lain, film dakwah juga dituntut memainkan peranan sebagai media penyampaian gambaran budaya muslim, sekaligus jembatan budaya dengan peradaban lain. Film dakwah juga dinilai perlu sebagai wacana alternatif terhadap film-film Barat yang memuat budaya hedonis.⁶⁹



⁶⁹ Sri Wahyuningsih, *Film & Dakwah Memahami Representasi Pesan-pesan Dakwah dalam Film melalui Analisis Semiotik...* h.10

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain penelitian

Desain penelitian adalah suatu rencana kerja yang terstruktur mengenai hubungan antar variabel secara komprehensif. Dibuat sedemikian rupa agar hasil penelitiannya dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian.⁷⁰

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah jenis studi film. Studi film adalah sebuah akademis yang memfokus pada analisis, pemahaman, dan apresiasi terhadap film sebagai bentuk seni dan media. Studi film melibatkan pencarian berbagai aspek produksi film, estetika, sejarah, teori, dan dampak budaya dari film. Para mahasiswa studi film mempelajari cara film dibuat, dianalisis, dan diinterpretasikan, serta memahami bagaimana film memengaruhi dan merefleksikan masyarakat. studi film dapat ditawarkan di berbagai institusi pendidikan, termasuk universitas dan sekolah seni, dan dapat mencakup tingkat sarjana, magister, dan doktor. Studi film memberikan landasan bagi mereka yang tertarik bekerja di industri film, jurnalisme film, penulisan skenario, penyutradaraan, dan posisi lainnya yang terkait dengan produksi dan analisis film.

⁷⁰ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 122-123

2. Pendekatan penelitian

Adapun jenis penelitian yang akan digunakan dalam proposal penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan sebagai berikut:

a. Pendekatan Komunikasi Dakwah

Pendekatan komunikasi dakwah adalah Komunikasi dakwah dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang melibatkan pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, atau berkaitan dengan ajaran Islam dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan.⁷¹ Sebagaimana yang akan dibahas pada penelitian ini.

b. Pendekatan Media Komunikasi

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Akan tetapi media yang dimaksud dalam penelitian ini adalah media massa.⁷² Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.⁷³ Adapun media massa pada penelitian kali ini adalah film.

B. Subjek dan objek penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah Penulis itu sendiri yaitu Farid Ahmad faqih.

⁷¹ Asep Syamsul M Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis...* h. 11

⁷² Ali Nurdin dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Surabaya: IAIN SA Press, 2013), h. 218
<https://id.b-ok.asia/book/22424101/3aa217> diakses pada, 31 Oktober 2022

⁷³ Ali Nurdin dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi...* h. 220

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi dakwah yang ada pada film negeri 5 menara, serta pesan-pesan yang terkandung di dalamnya

C. *Fokus penelitian*

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi dakwah dalam film negeri 5 menara serta pesan-pesan dakwah yang terkandung di dalamnya.

D. *Deskripsi Penelitian*

Penelitian ini mencari dan menggali lebih dalam apa Strategi komunikasi dakwah dalam film Negeri 5 menara. Untuk mendapatkan data dan Informasi terkait dengan penelitian di atas, Maka penulis akan melakukan dokumentasi responden penonton atau lebih singkatnya adalah penulis akan melakukan observasi tindak lanjut pada Film Negeri 5 Menara.

E. *Sumber Data*

Jenis data dapat digolongkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁷⁴ Data primer dalam penelitian ini adalah film dokumenter Negeri 5 menara yang di unduh melalui *youtube*.
2. Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data yang kedua dari data yang kita butuhkan. 50 Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku, dokumen-dokumen atau artikel-artikel di internet yang berkaitan dengan penelitian.

⁷⁴ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi...* h. 359

F. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang dipakai peneliti untuk menjaring atau mengumpulkan data penelitian.⁷⁵ Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Hal ini sesuai dengan pendapat Moleong, bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti selain berperan sebagai pengelola penelitian juga tidak dapat digantikan oleh instrumen penelitian lainnya, sebagaimana yang dilakukan melalui kuesioner dan sebagainya.⁷⁶

G. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data kualitatif pada dasarnya bersifat tentatif karena penggunaannya ditentukan oleh konteks permasalahan dan gambaran data yang mau diperoleh.⁷⁷ Berhubungan dengan upaya pengumpulan data, maka hal utama yang menentukan kualitas data ialah teknik pengumpulan data dan Instrumennya. Dalam penelitian kualitatif yang menjadi alat utama adalah peneliti sendiri. Berhubung data yang dipakai dalam penelitian ini berupa teks atau karya seni yang dinarasikan dalam bentuk film. Maka di dalam penelitian ini, penulis mencari data yang dibutuhkan dan diperoleh, antara lain:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi yang dilakukan adalah:

⁷⁵ Imam Suyitno, *Penelitian Deskripsi Kelas Konsep Teoretis – Prosedur Analitis – Contoh Praktis*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 110

⁷⁶ Arry Pongtiku, Robby Kayame, *Metode Penelitian Tradisi Kualitaif*, (Cet.1, Bogor: In Media, 2019), h. 152

⁷⁷ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, (Medan: Wal Ashri Publish, 2020), h. 56
<https://id.b-ok.asia/book/11700142/76e0b9> diakses pada, 16 Januari 2024

- a. Menonton secara langsung film negeri 5 menara.
- b. Menyimak dan mengamati kata demi kata serta setiap adegan maupun gerakan tubuh yang ada pada film negeri 5 menara.
- c. Mencatat memilah, menganalisis, mengategorikan serta mengemukakan temuan-temuan yang dinilai penting dan secara detail nilai-nilai pendidikan yang terdapat di dalam film negeri 5 menara.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada para penonton film negeri 5 menara untuk mengumpulkan serta memperkuat data tentang penelitian ini.

3. Dokumen

Berbagai dokumen itu seperti teks (berupa bacaan, rupa rekaman audio, maupun berupa audio visual). Semua ini biasa dijumpai ketika melakukan penelitian terhadap naskah, karya sastra, dan seni pertunjukan.⁷⁸ Dokumentasi, mengenai data film yang sudah di tonton serta berupa dokumen pendukung seperti buku, artikel maupun dari media lainnya yang relevan dengan penelitian.

H. Teknik analisis data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data sampai diperoleh suatu kesimpulan, sehingga analisis data tersebut dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Adapun teknik analisis data adalah:

⁷⁸ Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya*, (Cet.1, Malang: Akademia Pustaka, 2018), h. 117, <https://id.b-ok.asia/book/18232157/96e845> diakses pada, 16 Januari 2024

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data akan dilakukan selama data yang diperlukan belum cukup jika telah cukup dalam pengambilan kesimpulan maka pengumpulan data dapat dihentikan. Langkah dalam pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dan analisis dokumen.

2. Reduksi data

Proses pemilihan, penyederhanaan, mengarahkan, dan membuang yang tidak perlu data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Proses reduksi berlangsung terus sampai laporan akhir penelitian disusun. Reduksi merupakan bagian analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan dengan mudah.

3. Penyajian data

Penyajian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah mengorganisasikan informasi secara sistematis, menggabungkan dan merangkai keterkaitan antar data, menggambarkan proses dan fenomena yang ada dari objek penelitian.

4. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan dapat berupa kegiatan yang berupa pengembangan ketelitian dalam satuan data. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dihubungkan dengan pihak yang relevan.⁷⁹

⁷⁹ Arry Pongtiku, Robby Kayame, *Metode Penelitian Tradisi Kualitaif...* h. 70-71

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Film

1. Profil Film Negeri 5 Menara

Negeri 5 Menara adalah sebuah film garapan Kompas Gramedia *production* bersama *Million Pictures* yang merupakan adaptasi dari novel karya Ahmad Fuadi berjudul Negeri 5 Menara. Skenario ditulis oleh Salman Aristo yang juga penulis naskah film Ayat-Ayat Cinta, Laskar Pelangi, Sang Penari . Disutradarai oleh Affandi Abdul Rachman film ini mengambil lokasi syuting di Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo Jawa Timur, Sumatera Barat, Bandung, hingga London. Film ini dirilis pada 1 Maret 2012.⁸⁰

2. Sinopsis Film Negeri 5 Menara

Alif (Gazza Zubizareta) adalah seorang anak sederhana yang baru saja lulus SMP di Maninjau. Bersama sahabatnya Randai (Sakurta Ginting), Alif ingin melanjutkan SMA di Bukittinggi dan kemudian masuk ke Kampus idamannya, ITB. Namun mimpi tinggal mimpi ketika Ibunya (Lulu Tobing) menginginkan Alif untuk masuk ke Pondok Madani, sebuah pesantren di sudut Ponorogo, Jawa Timur. Walau pada awalnya Alif tidak mau, akhirnya Alif memenuhi pinta orang tuanya, walau dengan setengah hati.

Saat Alif tiba di Pondok Madani bersama Ayahnya (David Chalik), hatinya makin remuk. Tempat itu benar-benar makin ‘kampungan’ dan mirip penjara di

⁸⁰ [https://id.wikipedia.org/wiki/Negeri_5_Menara_\(film\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Negeri_5_Menara_(film)) di akses pada 15 Februari 2024

matanya. Ditambah lagi dengan keharusan mundur setahun untuk kelas adaptasi. Alif menguatkan hati untuk mencoba menjalankan setidaknya tahun pertama di Pondok Madani ini.

Awalnya, Alif lebih sering menyendiri. Namun, seiring berjalannya waktu, Alif mulai bersahabat dengan teman-teman satu kamarnya, yaitu Baso (Billy Sandy) dari Gowa, Atang (Rizky Ramdani) dari Bandung, Said (Ernest Samudera) dari Surabaya, Raja (Jiofani Lubis) dari Medan, dan Dulmajid (Aris Putra) dari Madura. Mereka berenam selalu berkumpul di menara masjid dan menamakan diri mereka Sahibul Menara alias para pemilik menara.

Suasana kian menghangat di kelas pertama, saat Alif disentak oleh teriakan penuh semangat dari Ustadz Salman (Donny Alamsyah): “*Man Jadda Wajada!*” Artinya, Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil. “Mantra” inilah yang menambah semangat dan kegigihan keenam anak itu.

Para sahibul menara selalu berpikir visioner dan bercita-cita besar. Mereka masing-masing memiliki ambisi untuk menaklukkan dunia. Dari tanah Indonesia, Amerika, Eropa, Asia hingga Afrika. Di bawah menara Madani, mereka berjanji dan bertekad untuk bisa menaklukkan dunia dan mencapai cita-cita; Dan menjadi orang besar yang bisa bermanfaat bagi banyak orang.⁸¹

3. Identitas Film Negeri 5 Menara

Kesuksesan suatu film dipengaruhi oleh adanya pemeran yang berhasil memerankan tokoh dalam film tersebut. Adapun pemeran-pemeran dalam film tersebut adalah sebagai berikut:

⁸¹ [https://id.wikipedia.org/wiki/Negeri_5_Menara_\(film\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Negeri_5_Menara_(film)) di akses pada 16 Februari 2024

1. Sutradara : Affandi Abdul Rachman
2. Produser
 - a. Salman Aristo
 - b. Aoura Lovenson Chandra
 - c. Dinna Jasanti
3. CO Produser : Widya Wardhani Ichram
4. Produser Eksekutif
 - a. Olga Lidya (CO)
 - b. Bernharo Soebiakto
 - c. Indra Yudhistira
 - d. Ignatius Andy
5. Cerita dan Skenario : Salman Aristo
6. Penulis Naskah
 - a. Salman Aristo
 - b. Rino Sarjono
7. Penata Artistik : Eros Eflin
8. Penyunting gambar : Cesa David Luckmansyah
9. Penata Kamera : Roy lolang
10. Produser Lini : Syaiful Wathan
11. Penata Musik
 - a. Aghi Narotthama
 - b. bemby Gusti
 - c. Ramonoo gascaro
12. Penata Suara : Khikmawan Santosa
13. Perekam Suara : Aufa .R. Triangga Ariaputra
14. Penata Kostum : Chitra Subiyakto

15. Penata Peran : Shakti Arimurti

16. Pemeran : a. Gazza Zubizareta sebagai Alif
b. Billy Sandy sebagai Baso
c. Ernest Samudera sebagai Said
d. Rizky Ramdani sebagai Atang
e. Jiofani Lubis sebagai Raja
f. Aris Putra sebagai Dulmajid
g. Eriska Rein sebagai Sarah
h. Meirayni Fauziah sebagai Nissa
i. Sakurta Ginting sebagai Randai
j. Andhika Pratama sebagai Fahmi
k. Mario Irwinsky sebagai Iskandar
l. Tegar Satriya sebagai Burhan
m. Martesa Sumendra sebagai Rajab
n. David chalik sebagai Ayah Alif
o. Lulu Tobing sebagai Amak Alif
p. Ikang Fawzi sebagai Kyai Rais
q. Donni Alamsyah sebagai Ustadz Salman
r. Rangga djoned sebagai Ustadz Thoriq
s. Ahmad Dhahnial sebagai Ustadz Ahmad
t. Inez Tagor sebagai Istri kyai Rais
u. Ariyo Wahab sebagai Alif dewasa
v. Udjo Permato sebagai Atang Dewasa

- w. Hardi Hartono sebagai Raja Dewasa
- x. D. Syamrizal Ardiwinata sebagai Baso
- Dewasa
- y. Faizal sebagai Said Dewasa
- z. Ence Bagus sebagai Dulmajid Dewasa

B. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film “Negeri 5 Menara”

Kegiatan penting dalam kehidupan sehari-hari adalah komunikasi, yang dapat diamati dan dialami oleh setiap manusia sebagai makhluk sosial. Komunikasi adalah peran penting bagi seorang *da'I* saat berdakwah. Pesan dakwah dapat disampaikan dengan menggunakan komunikasi yang baik. diterima oleh mereka yang menerima dakwah atau *mad'u*.

Dalam dakwah, komunikasi bukan hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi juga tentang membangun hubungan yang baik antara *da'i* dan *mad'u*. *Da'i* harus memahami karakteristik dan kebutuhan *mad'u* sehingga pesan yang mereka sampaikan tepat dan relevan. Pesan dakwah dapat memberikan dampak positif dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari jika disampaikan dengan cara yang efektif. Bahasa yang digunakan harus mudah dipahami, penuh empati, dan disampaikan dengan jujur dan tulus. Ini akan membuat *mad'u* lebih mudah menerima dan menginternalisasi dakwah.⁸²

Dari hasil pengamatan peneliti, terdapat Strategi komunikasi Dakwah dalam film Negeri 5 Menara di antaranya sebagai berikut :

⁸² Ilahi, I. *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 15.

a. Qaulan Sadidan

Strategi Komunikasi islami ini harus menyampaikan perkataan yang benar, jujur, jelas dan memberikan arahan yang baik. Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film ini tergambar ketika Alif dan Ayahnya sedang berbincang di tepi pantai sekaligus memberi gambaran kepada Alif tentang pelajaran hidup seperti yang terdapat pada dialog menit 07.57 sampai 09.38 sebagai berikut:

Alif	: “ Tapi mau Alif bukan mau sekolah Agama Ayah”
Ayah alif	: “ Tapi apakah kau pikir mau kamu itu yang paling baik?”
Alif	: ”Maksud ayah, Sekolah Agama yang paling baik, begitu?”
Ayah alif	: “ Belum tentu, Alif tadi lihat? Waktu Ayah jual Kerbau ayah bertransaksi di dalam sarung, kalau ayah tidak masukkan tangan ayah ke dalam sarung, ayah tidak tahu berapa harga yang dia kasih untuk kerbau kita, Nah.. Hidup itu seperti itu, Nak. Saat kita benar-benar menjalaninya, kita jabat, kita jalani, baru kita tahu mana yang paling baik untuk kita, jangan hanya melihatnya dari dalam sarung”

Dari dialog Alif dan ayahnya di atas terdapat nasehat yang sangat menonjol untuk alif yang awalnya merasa enggan masuk pesantren. Alif bercita-cita ingin melanjutkan pendidikan ke sekolah umum dan kemudian kuliah di ITB, namun ayahnya dengan bijaksana memberi nasehat yang mengubah cara pandang Alif, Ayah alif memberikan nasehat yang benar dan berdasarkan pada kenyataan dan dengan tegas menyampaikan pandangannya tentang pentingnya pendidikan agama dan tidak membiarkan alif larut dalam keinginannya sendiri dengan mengarahkan alif untuk menjalani apa yang ada di hadapannya agar alif dapat mengetahui mana yang terbaik untuk dirinya. Ayahnya dengan jelas memberikan arahan bahwa masuk pesantren adalah pilihan terbaik untuk masa depannya.

Nasehat ayahnya tidak hanya bersifat Teoritis, tetapi memberikan panduan praktis bagi alif untuk berpikir tentang tujuan hidupnya dan bagaimana cara untuk

menggapainya. Oleh karena itu, nasihat ayah Alif sangat tepat masuk dalam kategori *Qaulan Sadidan* karena ia mencerminkan perkataan yang lurus, jujur, tegas, dan bermanfaat bagi Alif.

Dialog dakwah dalam film Negeri 5 Menara antara Alif dan Ayahnya mencerminkan penerapan komponen-komponen strategi komunikasi. Mari kita analisis berdasarkan komponen-komponen tersebut:

1. Target *Audiens (Mad'u)*

Mad'u dalam dialog ini adalah Alif, seorang remaja yang sedang berusaha memahami keputusannya dalam memilih sekolah. Ayah Alif memahami bahwa ia berbicara kepada seorang anak muda yang memiliki pandangan berbeda, sehingga ia menyesuaikan pesannya dengan cara yang dapat dipahami oleh Alif. Dialog ini memperlihatkan komunikasi antara ayah dan anak, dengan ayah sebagai komunikator yang lebih tua dan bijak, sementara Alif mewakili generasi muda yang mungkin memiliki perspektif berbeda mengenai pendidikan dan agama.

2. Pesan Utama (*Maddah*)

Pesan utama dari ayah Alif adalah bahwa "pengalaman langsung sering kali lebih berharga daripada sekadar asumsi atau pandangan dari luar". Ayah Alif menggunakan analogi "transaksi di dalam sarung" untuk menekankan bahwa kita harus menjalani sesuatu secara langsung untuk memahami mana yang terbaik. Inti pesannya adalah bahwa keputusan yang tepat dalam hidup tidak selalu terlihat di permukaan, tetapi memerlukan pengalaman dan usaha untuk mengungkapnya.

3. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi yang digunakan adalah komunikasi tatap muka langsung antara ayah dan anak. Ini adalah bentuk komunikasi *Dakwah fi ghairihi* (interpersonal), di mana kedua belah pihak bisa langsung bertukar pikiran dan merespons secara langsung. Dengan komunikasi langsung ini, ayah Alif dapat menggunakan nada suara, gestur, dan kehadiran fisik untuk menekankan pesannya.

4. Gaya Komunikasi (*Thariqoh*)

Gaya komunikasi ayah Alif bersifat naratif dan analogi. Ayah menggunakan cerita mengenai transaksi jual beli kerbau untuk memberikan gambaran yang lebih konkret kepada Alif, sehingga pesannya lebih mudah dipahami. Gaya ini juga persuasif, di mana ayah tidak secara langsung memaksa Alif untuk menerima pandangannya, tetapi melalui cerita dan analogi, ia mengarahkan Alif untuk memahami makna yang lebih dalam tentang pilihan hidup.

5. Waktu dan Frekuensi

Waktu dalam dialog ini sangat tepat, karena terjadi saat Alif menyatakan keraguannya atau keinginannya yang berbeda. Ayah memilih momen ini untuk menyampaikan pesannya, saat anaknya berada dalam dilema mengenai keputusan sekolah. Frekuensi dalam konteks ini mungkin tidak sering, tetapi karena percakapan ini bersifat mendalam dan reflektif, satu kali penyampaian pesan dengan cara yang tepat sudah cukup untuk memberikan pengaruh yang kuat.

6. *Atsar (Feedback)*

Evaluasi dilakukan secara langsung melalui reaksi Alif dalam dialog tersebut. Ayah Alif melihat bagaimana Alif merespons pesannya, baik secara *Bil*

lisan (verbal) maupun *Bil hal* (Non verbal). Umpan balik terjadi dalam bentuk percakapan, ketika Alif merespons pernyataan ayahnya dengan bertanya lebih lanjut tentang maksud dari pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan adanya dialog dua arah yang memungkinkan proses komunikasi berlangsung secara dinamis, dengan ayah memberikan contoh dan Alif mengajukan pertanyaan untuk memperjelas pesan.

Dalam dialog dakwah dari film Negeri 5 Menara antara Alif dan ayahnya, Strategi Komunikasi Persuasif adalah jenis strategi komunikasi yang paling dominan. Strategi komunikasi persuasif bertujuan untuk membujuk atau mempengaruhi seseorang agar menerima pandangan, pendapat, atau keyakinan yang disampaikan. Dalam konteks ini, ayah Alif mencoba memengaruhi cara pandang Alif mengenai pilihan sekolahnya, terutama mengenai masuk ke sekolah agama.

Beberapa ciri persuasif dalam dialog ini:

- a. Menggunakan analogi: Ayah Alif menggunakan cerita tentang transaksi jual beli kerbau di dalam sarung. Ini adalah cara halus untuk membujuk Alif agar memahami bahwa terkadang kita harus menjalani sesuatu untuk benar-benar mengetahui yang terbaik.
- b. Tidak memaksa: Ayah Alif tidak memaksakan pendapatnya. Ia mengajak Alif untuk berpikir dan mempertimbangkan, membuka dialog dengan pertanyaan dan refleksi.

c. Memunculkan pemikiran baru: Dengan analogi sarung, ayah Alif memberikan perspektif baru tentang bagaimana memahami keputusan, yang mungkin sebelumnya tidak terpikirkan oleh Alif.

b. Qaulan Baligha

Strategi komunikasi Islami ini yaitu menggunakan perkataan yang lugas, tidak berbelit-belit dan tepat sasaran. Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film ini terlihat saat adegan ketika Seorang Ustadz yang bernama Salman masuk ke dalam kelas dan membuka kelasnya dengan sebuah ungkapan atau kalimat seperti yang ada pada adegan menit 28.35 sampai 31.35 terdapat dalam dialog berikut :

Ustadz Salman	: (Mengeluarkan pedang berkarat dari dalam sarungnya dan tangan kirinya memegang sebuah tongkat kayu dan seluruh murid di kelas memperhatikannya)
Said	: “Berkarat Ustadz”
Ustadz Salman	: “Iya, Berkarat” (Kemudian dia mengayunkan pedang yang berkarat itu ke arah tongkat kayu itu lalu ia berusaha dengan sekuat tenaga untuk memotong tongkat kayu itu dengan pedang berkarat tersebut dan akhirnya tongkat itu patah)
Ustadz Salman	: “Bukan yang paling tajam, Tapi yang paling bersungguh-sungguh, ‘ <i>Man Jadda Wa jada</i> ’, Barang siapa yang bersungguh-sungguh, Maka dia akan berhasil”.

Adegan di atas menggambarkan bahwa ustadz Salman menjelaskan seseorang yang bersungguh-sungguh maka dia akan berhasil menggapai sesuatu itu. Dengan penjelasan yang baik dengan menggunakan media pedang yang berkarat dan tumpul yang berusaha untuk mematahkan sebuah tongkat kayu, menggambarkan sifat konsisten terhadap sesuatu. Strategi komunikasi ini sangatlah efektif agar dakwah yang disampaikan terkesan menarik dan orang yang mendengarkan tidak bosan, sehingga penjelasan yang disampaikan oleh ustadz

Salman kepada muridnya sangat membekas di hati. Dalam dialog antara Ustadz Salman yang melibatkan seluruh murid di kelas, kita dapat menganalisisnya lebih mendalam berdasarkan komponen-komponen strategi komunikasi:

1. Target *Audiens (Mad'u)*

Mad'u di sini adalah murid-murid Ustadz Salman, termasuk Said. Ustadz Salman menyampaikan pesannya kepada sekelompok siswa, yang menunjukkan bahwa dialog ini tidak hanya ditujukan kepada satu orang tetapi bertujuan untuk memberikan pelajaran kepada seluruh murid di dalam kelas.

2. Pesan Utama (*Maddah*)

Maddah dari dialog ini adalah bahwa keberhasilan tidak ditentukan oleh alat atau kemampuan terbaik, tetapi oleh kesungguhan dan usaha. Ustadz Salman menekankan bahwa meskipun pedang yang ia gunakan berkarat dan tidak tajam, hasil yang baik bisa dicapai melalui kerja keras dan dedikasi, sebagaimana dinyatakan dalam pepatah “*Man Jadda Wa Jada*”.

3. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi yang digunakan adalah komunikasi *Dakwah ‘Amma* (Pendengar dalam jumlah yang banyak) tatap muka dalam konteks kelas. Ustadz Salman menggunakan tindakan langsung (mengayunkan pedang) untuk menarik perhatian murid-muridnya dan memberikan demonstrasi nyata tentang pentingnya ketekunan. Keberadaan seluruh kelas juga menciptakan suasana yang mendukung interaksi dan pembelajaran.

4. Gaya Komunikasi (*Thariqoh*)

Gaya komunikasi Ustadz Salman bersifat interaktif, didaktis, dan motivasi. Dia tidak hanya berbicara tetapi juga menunjukkan melalui *Wasilah* (tindakan fisik) yaitu Pedang berkarat dan Tongkat kayu, yang membuat pesannya lebih menarik dan mudah dipahami. Gaya ini memungkinkan murid-murid untuk melihat dan merasakan pesan tersebut secara langsung.

5. Waktu dan Frekuensi

Waktu dalam dialog ini sangat tepat karena terjadi dalam konteks kelas, di mana murid-murid mungkin membutuhkan dorongan dan motivasi. Ustadz Salman memilih saat yang strategis untuk menyampaikan pesan ini, sehingga dapat mempengaruhi dan menginspirasi mereka. Frekuensi tidak relevan dalam konteks ini, karena ini adalah momen spesifik yang memiliki dampak besar dalam pembelajaran, bukan sebuah sesi yang diulang-ulang.

6. Atsar (*Feedback*)

Evaluasi dan umpan balik terlihat dalam respons murid-murid terhadap demonstrasi Ustadz. Ketika Ustadz berhasil mematahkan tongkat kayu dengan pedang berkarat, murid-murid menyaksikan hasilnya secara langsung. Ini berfungsi sebagai umpan balik yang menunjukkan efektivitas dari pesan yang disampaikan, dan dapat memicu reaksi positif atau inspirasi di antara mereka. Ustadz juga dapat memperhatikan ekspresi dan reaksi murid-murid untuk menilai apakah pesan tersebut diterima dengan baik.

Dalam dialog antara Ustadz Salman dan murid-muridnya, jenis strategi komunikasi yang paling dominan adalah Strategi Komunikasi Persuasif. Berikut adalah alasannya

- a. Tujuan Mempengaruhi Pemikiran: Ustadz Salman berusaha untuk mempengaruhi cara berpikir murid-muridnya mengenai usaha dan ketekunan. Dengan menggunakan analogi pedang berkarat yang berhasil mematahkan tongkat kayu, ia menunjukkan bahwa keberhasilan tidak bergantung pada alat terbaik, tetapi pada seberapa bersungguh-sungguh seseorang berusaha.
- b. Pernyataan Inspiratif: Ustadz menekankan pentingnya kesungguhan melalui pepatah “*Man Jadda Wa Jada*,” yang berarti “Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka dia akan berhasil.” Ini adalah pernyataan yang mendorong motivasi dan semangat, yang merupakan ciri khas dari strategi komunikasi persuasif.
- c. Menggunakan Demonstrasi: Dengan melakukan demonstrasi fisik (mengayunkan pedang berkarat untuk mematahkan tongkat kayu), Ustadz Salman memberikan contoh nyata tentang pesan yang ingin disampaikannya. Tindakan ini berfungsi untuk menyemangati dan membujuk murid-muridnya agar memahami bahwa usaha yang sungguh-sungguh lebih penting daripada alat atau kemampuan yang dimiliki.

meskipun ada unsur strategi komunikasi informatif dalam dialog ini, di mana Ustadz Salman memberikan informasi tentang pentingnya usaha, strategi komunikasi persuasif tetap lebih dominan karena fokus utamanya adalah untuk mempengaruhi dan menginspirasi murid-murid agar memahami dan

menginternalisasi nilai dari ketekunan dan kesungguhan. Oleh karena itu, kita dapat mengatakan bahwa meskipun kedua strategi tersebut hadir dalam dialog ini, strategi komunikasi persuasif lebih tepat sebagai kategori dominan.

c. Qaulan Maysura

Strategi Komunikasi Islami ini bermakna mudah, yakni gampang di cerna oleh komunikan. Strategi komunikasi Dakwah dalam Film ini tergambar ketika pimpinan pondok Kyai Rais sedang menyambut para santri baru dan memberi arahan di dalam masjid seperti yang terdapat pada *Statement* di menit 36.32 sampai 37.40 sebagai berikut :

“Apa itu orang besar? Apakah mereka yang jadi pengusaha besar atau jadi ketua partai? Ketua ormas Islam yang besar? Bukan itu yang saya maksud orang besar, orang besar itu adalah orang yang lulus dan keluar dari pesantren ini dan kemudian Ikhlas mengajarkan Ilmunya kepada orang yang ada di plosok-plosok desa, sampai di kaki-kaki gunung, di mana pun mereka berada, atau di bukit-bukit, atau di kolong jembatan sekaligus, itu yang saya maksud orang besar, apakah kalian termasuk orang besar itu?”

Dari yang di sampaikan kyai Rais di atas dapat dikategorikan mengandung *Qaulan maysura*. Dalam konteks Al-Qur'an, *Qaulan maysura* merujuk pada perkataan yang mudah dipahami, memberi petunjuk yang jelas, lemah lembut, dan dapat diterima oleh orang lain tanpa menyebabkan kesulitan atau beban dan kalimat yang digunakan kyai Rais sangatlah sederhana sehingga santri dapat maksud Kyai Rais dengan mudah tanpa merasa kebingungan serta mengandung pesan positif yang mengajak para santri untuk berpikir tentang arti sejati menjadi orang besar, bukan berdasarkan jabatan, tetapi berdasarkan keikhlasan dalam berbagi Ilmu. nasihat ini bernilai moral yang mendorong untuk kebaikan dan pengabdian untuk Masyarakat. Dengan demikian, *Statement* kyai Rais memenuhi syarat sebagai

Qaulan maysura, karena ia memberikan panduan yang baik, menggunakan bahasa yang ramah, mudah dipahami, dan memberikan inspirasi yang positif.

Berikut adalah analisis perkataan Kyai Rais kepada santri baru saat orientasi, berdasarkan komponen-komponen strategi komunikasi:

1. Target *Audiens* (*Mad'u*)

Mad'u adalah santri baru di Pondok Madani. Mereka adalah siswa muda yang baru memasuki pesantren dan sedang berada pada tahap awal dalam proses pembentukan karakter dan pengembangan spiritual. Kyai Rais ingin menyampaikan pesan yang menanamkan nilai-nilai pengabdian kepada masyarakat, sehingga santri paham apa tujuan utama dari pendidikan mereka di pesantren.

2. Pesan Utama (*Maddah*)

Maddah pada kasus ini bahwa “orang besar” bukanlah mereka yang memiliki jabatan tinggi atau kekuasaan, tetapi mereka yang ikhlas mengajarkan ilmu di tempat-tempat terpencil dan bersedia berkontribusi kepada masyarakat tanpa pamrih. Kyai Rais mengajarkan bahwa keberhasilan sejati diukur dari seberapa bermanfaat seseorang bagi orang lain, bukan dari pencapaian dunia.

3. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi yang digunakan adalah komunikasi *Bil lisan* (Verbal) dalam forum resmi di hadapan santri baru. Forum ini adalah momen penting di awal kehidupan mereka di pesantren, di mana komunikasi tatap muka memungkinkan pesan moral dan nilai-nilai penting disampaikan secara efektif, menciptakan dampak emosional dan spiritual yang kuat.

4. Gaya Komunikasi (*Thariqoh*)

Thariqoh Kyai Rais bersifat inspiratif dan retoris. Ia menggunakan pertanyaan retoris seperti “Apa itu orang besar?” untuk memicu refleksi di antara para santri. Melalui gaya komunikasinya yang tegas namun penuh makna, ia mendorong santri untuk berpikir lebih dalam tentang tujuan hidup mereka. Pesannya mengandung nuansa spiritual dan moral yang kuat, memotivasi santri untuk berpikir di luar kerangka materialisme dan berfokus pada nilai-nilai pengabdian.

5. Waktu dan Frekuensi

Waktu penyampaian pesan sangat tepat, yaitu saat masa orientasi santri baru, di mana santri masih dalam tahap mencari arah dan tujuan. Dengan memberikan pesan ini di awal perjalanan pendidikan mereka, Kyai Rais berusaha membentuk pemikiran dan mentalitas santri dari awal. Pesan ini mungkin disampaikan satu kali di awal, namun pengaruhnya akan terus melekat sepanjang masa pendidikan mereka di pesantren.

6. *Atsar (Feedback)*

Evaluasi dan umpan balik akan terlihat dari perilaku dan pencapaian santri selama dan setelah menyelesaikan pendidikan mereka. Apakah santri menginternalisasi pesan ini? Apakah mereka benar-benar ikhlas dan berkomitmen untuk mengajarkan ilmu mereka di tempat-tempat yang membutuhkan? Pengamatan terhadap kehidupan para santri setelah lulus adalah cara utama untuk mengevaluasi efektivitas dari pesan ini.

Berdasarkan perkataan Kyai Rais kepada santri baru dalam dialog di atas, jenis strategi komunikasi yang paling dominan adalah Strategi Komunikasi Persuasif Alasan Mengapa Strategi Komunikasi Persuasif Dominan:

- a. Tujuan Mengubah Sikap dan Pemahaman: Kyai Rais berusaha mengubah pemahaman santri tentang apa arti "orang besar." Ia menggunakan definisi baru yang bertentangan dengan pandangan umum bahwa orang besar adalah mereka yang memiliki kekuasaan atau jabatan tinggi. Ini adalah bentuk komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mempengaruhi pemikiran dan pandangan *audiens* atau *mad'u*
- b. Mendorong Santri untuk Bertindak: Pesan Kyai Rais tidak hanya sekadar memberikan informasi, tetapi juga mengajak santri untuk mempertimbangkan masa depan mereka dengan cara yang berbeda. Ia menyampaikan bahwa ukuran keberhasilan adalah pengabdian dan kontribusi ikhlas kepada masyarakat, bukan kekayaan atau status. Ini adalah bentuk persuasi yang kuat, karena ia menginspirasi dan memotivasi santri untuk mengambil sikap yang sesuai dengan nilai-nilai pengabdian.
- c. Penggunaan Pertanyaan Retoris: Kyai Rais menggunakan pertanyaan retoris, seperti "Apa itu orang besar?" dan "Apakah kalian termasuk orang besar itu?" untuk merangsang pemikiran reflektif di antara santri. Pertanyaan ini mengundang santri untuk memikirkan jawaban bagi diri mereka sendiri dan secara tidak langsung membimbing mereka menuju pemahaman yang lebih dalam mengenai pengorbanan dan keikhlasan. Ini adalah teknik persuasi klasik yang mengarahkan *audiens* untuk berpikir secara aktif dan introspektif.

d. Mengandalkan Nilai Moral dan Etika: Pesan Kyai Rais berakar pada nilai-nilai moral, seperti keikhlasan dan pengabdian, yang sering kali menjadi dasar persuasi dalam konteks pendidikan agama. Dengan mengaitkan kesuksesan dengan kontribusi sosial, Kyai Rais berusaha mempengaruhi pilihan dan perilaku santri di masa depan.

d. Qaulan Karima

Strategi Komunikasi Islami ini di dalamnya mengandung perkataan yang mulia dan disampaikan dengan penuh hormat agar dapat menjalin relasi dan hubungan baik. Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film ini terlihat ketika momen Ustadz Salman menerima kiriman sebuah surat dari seorang wanita yang dia cintai bernama Fitri. Dan beliau memutuskan untuk bertemu Kyai Rais dan menceritakan perihal tersebut sekaligus meminta nasehat dari Kyai Rais perihal yang ia rasakan saat ini, seperti yang ada pada adegan menit 1.23.41 sampai 1.24.39 berikut:

Kyai Rais : "Ada apa Salman?"

Ustadz Salman: "Surat dari Fitri, Kyai"

Kyai Rais : (Sambil menganggukkan kepala) "Bagus, Tapi kok murung?"

Ustadz Salman: "Ibunya menanyakan kapan saya akan melamar Dia"

Kyai Rais : (Sambil Menganggukkan Kepala) "Terus?"

Ustadz Salman: "Tapi yang saya pikirkan adalah, sekarang ini saya dalam proses mewakafkan diri Pak Kyai, dan saya rasa dalam waktu 6 bulan saya tidak bisa meninggalkan pondok ini, dan jika saya mengambil waktu paling cepat pun untuk 2 bulan dan itu pasti banyak hal-hal yang saya.."

Kyai Rais : (Memotong pembicaraan) "Kamu ini ngomong apa sih, Salman? Huh?, Semua itu kan buat orang lain toh? dan selama ini kamu sudah banyak membuktikan banyak pengorbanan kamu yang cukup, buat diri kamu sendiri kapan? Inilah Saatnya pikirkan untuk diri kamu sendiri."

Pada dialog di atas tergambar sisi personal dan emosional dari Ustadz Salman, yang selama ini dikenal sebagai sosok bijaksana dan tegas di hadapan para

santrinya. Setelah menerima surat Fitri, Ustadz Salman merasa gelisah dan bimbang karena ia masih merasa memiliki tanggung jawab besar di Pondok Madani. Percakapan antara Ustadz Salman dan Kyai Rais menjadi salah satu dialog yang penting dalam film Negeri 5 Menara, karena Kyai Rais memberikan pandangan bijaksana mengenai hubungan, tanggung jawab, dan waktu yang tepat untuk melangkah ke jenjang pernikahan. Kyai Rais tidak hanya berbicara dengan baik, tetapi juga memberikan penghormatan terhadap tanggung jawab dan dedikasi Ustadz Salman. Kyai Rais mengakui bahwa Salman sudah banyak berkorban, tetapi mengingatkannya dengan cara yang penuh penghargaan untuk mulai memikirkan dirinya sendiri. Nasihat ini disampaikan dengan penuh penghargaan, dan tanpa menyudutkan, mencerminkan *Qaulan Karima*. Kyai Rais menekankan bahwa segala sesuatu harus dilakukan pada waktu yang tepat dan dengan niat yang tulus. Tidak hanya memberikan nasihat dengan baik dan jelas, tetapi juga dengan penuh hormat, sehingga sesuai dengan dua prinsip tersebut. Kyai Rais menggunakan pendekatan yang menghargai perasaan Ustadz Salman, tanpa merendahkan atau menekan, melainkan memberikan motivasi untuk menyeimbangkan antara pengabdian kepada orang lain dan kebutuhan pribadi. Berikut komponen-komponen strategi komunikasi yang terdapat dalam dialog antara Kyai Rais dan Ustadz Salman berdasarkan enam komponen strategi komunikasi:

1. Target *Audiens (Mad'u)*

Mad'u dalam dialog ini adalah Ustadz Salman, yang merupakan sosok murid sekaligus seorang guru yang tengah mengalami kebingungan antara pengabdian kepada pesantren dan kehidupan pribadinya. Dalam konteks ini, Ustadz

Salman adalah orang yang telah berkontribusi banyak pada pesantren dan sedang mencari arahan mengenai masa depannya.

2. Pesan Utama (*Maddah*)

Pesan utama dari Kyai Rais adalah bahwa pengorbanan untuk orang lain itu penting, tetapi ada saatnya seseorang perlu memikirkan kepentingan pribadinya. Kyai Rais menegaskan bahwa setelah sekian lama Salman mengabdikan diri, sekarang adalah waktu yang tepat untuk memprioritaskan kebahagiaannya sendiri, dalam hal ini, menyikapi rencana pernikahannya dengan Fitri. Pesan ini menyiratkan bahwa menjaga keseimbangan antara pengabdian dan kepentingan pribadi adalah hal yang wajar dan perlu.

3. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi yang digunakan adalah komunikasi *Dakwah fi ghairihi* (interpersonal) secara langsung antara Kyai Rais dan Ustadz Salman. Percakapan ini dilakukan dalam situasi pribadi yang hangat dan penuh perhatian, yang memungkinkan komunikasi yang mendalam dan terbuka. Tidak ada perantara, sehingga pesan dapat disampaikan secara jelas dan langsung.

4. Gaya Komunikasi (*Thariqoh*)

Gaya komunikasi Kyai Rais bersifat tenang, mendukung, dan reflektif. Ia menggunakan pendekatan yang tidak mendikte, tetapi mendengarkan terlebih dahulu sebelum memberikan nasihat. Kyai Rais berbicara dengan bahasa sederhana dan langsung, serta memberikan pertanyaan retoris yang memicu Salman untuk memikirkan posisinya dengan lebih baik. Ini adalah gaya komunikasi yang

konstruktif karena mengajak Salman untuk memahami situasinya sendiri tanpa paksaan.

5. Waktu dan Frekuensi

Waktu dalam konteks ini adalah saat Ustadz Salman menghadapi kebingungan tentang rencana hidupnya, yaitu antara melanjutkan pengabdian di pesantren atau melanjutkan hubungannya dengan Fitri. Kyai Rais memberikan nasihat di momen yang sangat tepat, ketika Salman membutuhkan arahan dari seorang yang lebih bijaksana. Frekuensi komunikasi ini kemungkinan adalah momen-momen tertentu di mana Salman mengungkapkan masalah pribadinya, menunjukkan bahwa ini mungkin bukan pertama kalinya mereka berbicara secara pribadi.

6. Atsar (*feedback*)

Evaluasi dan umpan balik dari komunikasi ini dapat dilihat dari respon dan tindakan Ustadz Salman setelah menerima nasihat Kyai Rais. Jika Salman mulai memikirkan kepentingan pribadinya dan mengambil langkah untuk lebih seimbang dalam hidupnya, maka komunikasi tersebut bisa dianggap efektif. Dialog Kyai Rais berhenti setelah memberikan solusi yang jelas dan konkret, dan selanjutnya keputusan ada di tangan Salman untuk merespons dengan tindakannya.

Berdasarkan dialog antara Kyai Rais dan Ustadz Salman di atas, Strategi Komunikasi Konstruktif adalah yang paling dominan. Berikut penjelasannya:

- a. Membangun Solusi: Kyai Rais tidak hanya mendengarkan keluhan Ustadz Salman, tetapi ia memberikan saran konstruktif yang bertujuan untuk membantu Salman menemukan keseimbangan antara pengabdian kepada orang lain dan

memperhatikan kebutuhan pribadinya. Kyai Rais menawarkan solusi bahwa sudah waktunya bagi Salman untuk memikirkan kebahagiaan pribadinya tanpa merasa bersalah, meskipun selama ini ia fokus pada pengabdian.

- b. Mengajak untuk Berpikir Kritis: Saat Kyai Rais berkata, “Kamu ini ngomong apa sih, Salman? Semua itu kan buat orang lain toh?” ia membantu Salman menyadari bahwa dalam pengorbanannya yang besar untuk orang lain, ada aspek penting dalam hidupnya yang terabaikan, yaitu kepentingan pribadinya. Ini merupakan bentuk komunikasi konstruktif karena Kyai Rais mendorong Salman untuk merenungkan kembali prioritas hidupnya.
- c. Fokus pada Pembentukan Pemahaman yang Lebih Seimbang: Kyai Rais memberikan pemahaman kepada Salman bahwa penting untuk mencapai keseimbangan antara pengabdian dan kehidupan pribadi. Dengan menyatakan “Inilah saatnya pikirkan untuk diri kamu sendiri,” Kyai Rais mengajak Salman untuk membangun pemahaman baru bahwa memikirkan kepentingan pribadi bukanlah hal yang salah dalam situasi tertentu.
- d. Memberikan Dukungan Emosional: Komunikasi yang dilakukan Kyai Rais bersifat mendukung dan menguatkan. Ia mendengarkan masalah Salman dengan tenang, mengangguk, dan memberikan motivasi positif agar Salman tidak terlalu terjebak dalam kekhawatiran dan kebingungannya. Ini adalah ciri khas dari strategi komunikasi konstruktif, di mana fokusnya adalah membangun solusi dan pemahaman yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, Film “Negeri 5 Menara” menampilkan berbagai strategi komunikasi Islami yang digunakan oleh tokoh-tokohnya dalam

menyampaikan pesan agama dan nilai-nilai kehidupan. Terdapat empat Nilai-Nilai Strategi Komunikasi Islami utama yang sangat mencolok, yaitu: *Qaulan sadidan*, *Qaulan baligha*, *Qaulan maysura*, dan *Qaulan Karima*. Terdapat 2 jenis strategi komunikasi yang paling mencolok yaitu Strategi Persuasif dan Konstruktif.

Strategi Komunikasi dalam film memperlihatkan bagaimana komunikasi yang baik, efektif, dan penuh makna dapat membantu menyampaikan pesan moral dan agama dengan cara yang mudah diterima dan berdampak positif pada mad'u.⁸³

2. Pesan-pesan Dakwah dalam Film “Negeri 5 Menara”

Film dakwah menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah dan nilai-nilai keimanan dalam Islam⁸⁴. Melalui kisah film Negeri 5 menara, penonton diajak merenungi pentingnya iman, akhlak, dan perjuangan, Serta kesungguhan dalam menjalani kehidupan. Dengan visual yang kuat, film ini mengingatkan kita bahwa hidup adalah sarana berbuat baik dan meraih Ridha Allah. Berikut Adalah pesan-pesan dakwah di dalam film Negeri 5 menara di antara lain sebagai berikut :

1. Pentingnya Pendidikan dan Ilmu

Pendidikan dan ilmu merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan seorang Muslim. Film Negeri 5 Menara menggambarkan bagaimana proses menuntut ilmu, terutama dalam lingkungan pendidikan Islam seperti Pondok Madani, menjadi hal yang fundamental. Para santri di pondok tersebut tidak hanya

⁸³ Arsyad, Azhar. *Media Dakwah: Strategi dan Pendekatan Praktis dalam Dakwah Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 95-100.

⁸⁴ Azhar Arsyad, M. *Media Dakwah dalam Perspektif Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), h. 85-90.

belajar ilmu agama, tetapi juga ilmu pengetahuan umum, yang memperkaya wawasan mereka di berbagai bidang. Pendidikan yang seimbang antara ilmu agama dan ilmu pengetahuan umum ini menjadi landasan penting untuk membentuk pribadi yang lebih baik.

Pesan yang disampaikan adalah bahwa seorang Muslim perlu berusaha menjadi pribadi yang berilmu, baik dalam aspek spiritual maupun duniawi. Sebagai mana dalam Firman Allah SWT dalam QS At-Taubah Ayat 122 :

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَذَرُونَ

Terjemahannya :

"Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya,"⁸⁵

Dengan menguasai ilmu secara holistik, seorang Muslim tidak hanya meningkatkan kualitas dirinya sendiri, tetapi juga bisa memberikan manfaat yang lebih besar bagi orang lain dan lingkungan sekitarnya. Islam menekankan pentingnya pendidikan dan menuntut ilmu sebagai bentuk ibadah yang bisa meningkatkan derajat seseorang di hadapan Allah dan di tengah masyarakat.

2. Semangat dan Optimisme

Semangat dan optimisme dalam menghadapi tantangan hidup. Moto "*Man jadda wajada*," yang berarti "siapa yang bersungguh-sungguh, dia akan berhasil",

⁸⁵ Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashiahah Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya,2019) h.283

menjadi pegangan utama bagi para tokoh dalam film Negeri 5 Menara. Ungkapan ini mencerminkan bahwa kesuksesan hanya bisa diraih melalui kerja keras dan tekad yang kuat, di mana seseorang harus berusaha sebaik mungkin dalam mencapai tujuan yang bermanfaat, sebagaimana dalam Hadist Dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda :

الْمُؤْمِنُ الْقَوِيُّ حَيْرٌ وَأَحَبُّ إِلَى اللَّهِ مِنَ الْمُؤْمِنِ الْمُضَعِّفِ وَفِي كُلِّ حَيْرٍ أَحْرِصٌ عَلَىٰ مَا يَنْفَعُكَ وَاسْتَعِنْ
بِاللَّهِ وَلَا تَعْجِزْ...⁸⁶

Artinya :

Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai oleh Allah daripada mukmin yang lemah. Namun, keduanya tetap memiliki kebaikan. Bersemangatlah atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah pada Allah, jangan engkau lemah... (HR. Muslim)

Selain itu, moto “ *Man Jadda Wa Jada* ” mengandung nilai dakwah yang sangat mendalam, yaitu mengajarkan kita bahwa dengan usaha yang sungguh-sungguh, akan membawa hasil dan akan selalu ada jalan yang diberikan oleh Allah jika kita terus berprasangka baik dan terus yakin. Keyakinan bahwa Allah akan memberikan hasil dari usaha kita menjadi sumber optimisme dan dorongan untuk tidak mudah menyerah. Sehingga, semangat dan optimisme ini merupakan landasan penting dalam mencapai kesuksesan baik di dunia maupun di akhirat, sesuai dengan prinsip Islam.

3. Keikhlasan dalam beribadah

Film ini menekankan keikhlasan dalam beribadah dan menjalani kehidupan sebagai seorang Muslim. para santri diajarkan untuk melakukan setiap ibadah dan

⁸⁶ Abu al-Husain Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi an-Naisaburi, *Shahih Muslim*, (Kairo: Matba'ah Isa al-Babi al-Halabi wa Syirkah, 1955), h.2052

aktivitas dengan niat yang ikhlas, tanpa mengharapkan pujian atau balasan dari orang lain. Keikhlasan ini berarti menjalankan perintah agama semata-mata karena Allah, bukan untuk kepentingan pribadi atau duniawi.

Keikhlasan merupakan esensi dari dakwah Islam, karena Islam mengajarkan bahwa setiap perbuatan seorang Muslim harus didasari oleh niat yang lurus dan tulus. Tanpa niat yang ikhlas, ibadah atau amal perbuatan kehilangan nilainya di hadapan Allah sebagaimana sabda Baginda Rasulullah SAW di dalam Hadist yang di Riwayatkan oleh Bukhari dan Muslim :

عَنْ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَلِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِيَ حِجْرَةٌ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٌ يَتَرَوَّجُهَا فَهِيَ حِجْرَةٌ إِلَى مَا هَا حَاجَرَ إِلَيْهِ⁸⁷

Artinya:

Dari Umar radhiyallahu ‘anhu, bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Amal itu tergantung niatnya, dan seseorang hanya mendapatkan sesuai niatnya. Barang siapa yang hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, dan barang siapa yang hijrahnya karena dunia atau karena wanita yang hendak dinikahinya, maka hijrahnya itu sesuai ke mana ia hijrah.” (HR. Bukhari, Muslim, dan empat imam Ahli Hadits)

Oleh karena itu, keikhlasan menjadi inti dari segala bentuk ibadah dan aktivitas seorang Muslim, mengarahkan setiap langkah hidupnya pada tujuan yang murni, yaitu keridhaan Allah SWT.⁸⁸

⁸⁷ Abu Abdullah Muhammad bin Ismail al-Bukhari al-Ju'fi, *Shahih al-Bukhari*, (Damaskus: Dar al-Yamama 1993) h. 2551

⁸⁸ Umar Mukhtar, *Memahami Hakikat dan Tujuan Ikhlas*, (Republika, 2022.)

4. Persahabatan dan Ukhuwah Islamiyah

Film Negeri 5 Menara sangat menyoroti pentingnya persahabatan yang dilandasi oleh ukhuwah Islamiyah. Persahabatan antara para tokoh utama menunjukkan bagaimana hubungan yang dibangun berdasarkan nilai-nilai Islam dapat merekatkan ikatan dan membawa kebaikan. Mereka saling mendukung, baik dalam belajar maupun dalam mencapai cita-cita, menunjukkan bahwa dalam Islam, persaudaraan lebih dari sekadar hubungan sosial, tetapi juga menjadi sumber kekuatan spiritual. Islam juga mengajarkan kepada kita semua agar memperhatikan dalam memilih seorang teman, Teman yang shalih punya pengaruh untuk menguatkan iman dan terus Istiqamah karena kita akan terpengaruh dengan kelakuan baiknya hingga semangat untuk beramal. Dalam Hadist dari Abu Hurairah radhiyallahu 'anhu, Rasulullah SAW bersabda,

الرَّجُلُ عَلَى دِينِ خَلِيلِهِ، فَلَيَنْظُرْ أَحَدُكُمْ مِنْ يُخَالِلُ⁸⁹

Artinya:

“Seseorang itu tergantung agama teman dekatnya. Oleh karena itu, hendaklah kalian memperhatikan siapa yang dijadikan sebagai teman dekat.”

Dari Hadist di atas kita bisa mengambil kesimpulan bahwa Ukhuwah Islamiyah memperkuat iman dan semangat untuk menjalani kehidupan sehari-hari, karena di dalamnya ada dukungan moral, nasihat baik, serta dorongan untuk terus berbuat baik. Persahabatan seperti ini tidak hanya membantu seseorang dalam meraih tujuan duniawi, tetapi juga membantu dalam menjaga dan meningkatkan

⁸⁹ Abu Dawud Sulaiman bin al-Asy'ats al-Azdi as-Sijistani, *Sunan Abu Dawud*, (Dar ar-Risalah al-'Alamiyah 2009) h. 204

kualitas keimanan. Ini mencerminkan ajaran Islam yang menekankan pentingnya memiliki hubungan yang harmonis dan saling membantu di antara sesama Muslim, karena bersama-sama, seseorang bisa menghadapi tantangan hidup dengan lebih kuat.

5. Ketekunan dalam Menyusuri Jalan Hidup

Dari beberapa adegan yang ada dalam Film Negeri 5 Menara menggambarkan perjalanan Alif dalam mencari arah hidupnya dengan mengikuti nasihat dan harapan ibunya, yang peduli terhadap kondisi atau nasib umat Islam ke depanya. Alif memilih untuk melanjutkan pendidikannya di Pondok Madani, sebuah tempat yang dianggap penting dalam membentuk kepribadian serta keimanan seseorang. Keputusan Alif untuk belajar di sana mencerminkan komitmennya untuk memenuhi harapan ibunya dan memperbaiki diri, terutama dalam aspek spiritual dan intelektual. Ia menekuni kehidupannya di pondok tersebut dengan kesungguhan, berusaha belajar dengan maksimal, menunjukkan bahwa ia bertekad untuk meraih keberhasilan melalui pendidikan agama dan ilmu pengetahuan.

Alif dan teman-temannya diperlihatkan menghadapi berbagai rintangan dan cobaan, tetapi mereka tidak mudah menyerah. Mereka tetap teguh dan terus berjuang meskipun mengalami kesulitan. Ketekunan ini menunjukkan bahwa keberhasilan tidak datang secara instan, melainkan membutuhkan proses panjang yang memerlukan kesabaran dan komitmen. Allah SWT berfirman di dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat : 286

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا هَمَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا أَكْسَبَتْ

Terjemahannya :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebaikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya”⁹⁰

Pesan dakwah yang disampaikan adalah bahwa seorang Muslim harus tetap teguh di jalan Allah meskipun menghadapi banyak hambatan. Kesulitan dan cobaan adalah bagian dari kehidupan, tetapi ketekunan dalam menjalani proses itu sendiri merupakan wujud dari keyakinan dan keimanan kepada Allah. Dengan ketekunan, seseorang dapat menghadapi segala ujian dengan penuh kesabaran, percaya bahwa setiap langkah di jalan Allah akan berbuah hasil yang baik pada waktunya.



⁹⁰ Kementerian Agama RI, *al-Quran dan Terjemahan* , (Jakarta: Lajnah Pertashianan Mushaf al-Qur'an dan Terjemahannya, 2019) h.64

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Berdasarkan penelitian yang kami lakukan, maka kami dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Negeri 5 Menara adalah film drama Indonesia yang diadaptasi dari novel *best-seller* karya Ahmad Fuadi dengan judul yang sama. Film ini mengisahkan perjalanan hidup enam santri yang belajar di Pondok Madani, pesantren modern di Jawa Timur dan fokus utama cerita adalah pada Alif tokoh utama remaja dari Sumatera Barat yang enggan masuk pondok dan bercita-cita melanjutkan pendidikan umum. Namun, melalui pengalaman, bimbingan guru-guru bijak, dan persahabatan dengan para santri lainnya, ia mulai memahami arti penting dari pendidikan agama dan kerja keras dalam meraih impian.

Dengan sinematografi yang indah dan pesan moral yang kuat, Negeri 5 Menara berhasil mengangkat kisah perjalanan spiritual dan personal yang *relatable* bagi banyak penontonnya.

2. Terdapat Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film Negeri 5 Menara menggunakan *Qaulan Sadidan*, *Qaulan Baligho*, *Qaulan Maysura*, dan *Qaula Karima*. Strategi Komunikasi dalam film ini dapat di kategorikan sebagai Strategi Komunikasi persuasif dan Konstruktif.

3. Film ini berhasil menyampaikan pesan dakwah dengan mengangkat nilai-nilai keimanan, pendidikan, persahabatan, serta ketekunan hidup dalam bingkai Islami. Beberapa pesan utama yang terkandung dalam film ini adalah: Pentingnya Pendidikan dan Ilmu, Semangat dan Optimisme, Keikhlasan dalam Beribadah, Persahabatan dan Ukhuwah Islamiyah, dan Ketekunan dalam Menjalani Hidup. Dengan visualisasi dan cerita yang kuat, Negeri 5 Menara mengajak penonton untuk merenungi nilai-nilai Islami yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah oleh penulis mengenai Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film Negeri 5 Menara, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam studi komunikasi, dan menjadi acuan bagi calon *da'i* dalam berdakwah di tengah masyarakat.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan dalam wawasan dan juga khasanah kepustakaan tentang strategi komunikasi dakwah di Fakultas Agama Islam Unismuh Makassar.
3. Diharapkan bagi peneliti berikutnya untuk menggali lebih dalam aspek yang belum tersentuh dalam penelitian ini yaitu alasan sutradara dalam membuat film ini dengan cara melakukan wawancara langsung kepada sutradara film.

DAFTAR PUSTAKA

Agama, K. 2019. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pertashiahan Mushaf Al-Qur'an dan Terjemahannya.

Abdullah. 2018. *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Apistimologi, Aksiologi, dan Ilmu Dakwah* (Cet. 1.). Depok: Rajawali Pers.

Al-Faruqi, I. R. 2000. *Menjelajah Atlas Dunia Islam*. Bandung: Mizan.

Ardial. 2015. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (Cet. 2.). Jakarta: Bumi Aksara.

Arry Pongtiku, R. K. 2019. *Metode Penelitian Tradisi Kualitatif* (Cet. 1.). Bogor: In Media.

Cangara, H. 2013. *Perancanaan & Strategi Komunikasi* (Cet. 1.). Jakarta: Rajawali Pers.

dkk, A. N. 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Cet. 1.). Surabaya: IAIN SA Press. Dipetik Oktober 31, 2022, dari <https://id.b-ok.asia/book/22424101/3aa217>

Harahap, N. 2010. *Penelitian Kualitatif* (Cet. 1.). Medan: Wal Ashri Publish. Dipetik Januari 16, 2024, dari <https://id.b-ok.asia/book/11700142/76e0b9>

Heru. 2017. *Komunikasi Dakwah – Pendekatan Praktis yang Efektif*. Dipetik Januari 18, 2024, dari Pakarkomunikasi.com: <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-dakwah>

Kamaluddin. 2010. Bentuk-Bentuk Komunikasi dalam Perspektif Dakwah Islam. *Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN*, h. 260-266. Dipetik Desember 7, 2023, dari <http://jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id/index.php/Tadbir>

Karyanto, R. 2019. *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya Serta Perspektif Islam* (Cet. 1.). Prenadamedia Group.

Lathief, H. N. 2010. *Op.cit.*

Malaikah, M. 1997. *Manhaj Dakwah Yusuf Al-Qordhowi Harmoni antara Kelembutan dan Ketegasan*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Muftisany, H. 2021. *Dakwah Lewat Film*. Perpustakaan Nasional RI : Katalog Dalam Terbitan (KDT): Intera. Dipetik Agustus 13, 2023, dari <http://webadmin.ipusnas.id/ibusnas/publications/books/180810/>

Nancy, Y. .2022. *Sinopsis & link Streaming Film Negeri 5 Menara di Neflix*. Dipetik Agustus 14, 2023, dari <https://tirto.id/sinopsis-link-streaming-film-negeri-5-menara-di-netflix-gt6Q>

Pirol, A. 2018. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. (Cet. 1.). Yogyakarta. Dipetik Oktober 8, 2023, dari <http://webadmin.ipusnas.id/ibusnas/publications/books/135440/>

Putra, R. W. 2021. *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan* (Cet. 1.). Yogyakarta: Andi.

Romli, A. S. 2007. *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*.

Suyitno. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya* (Cet. 1.). Malang: Akademia Pustaka. Dipetik Januari 16, 2024, dari <https://id.b-ok.asia/book/18232157/96e845>

Suyitno, I. 2018. *Penelitian Deskripsi Kelas Konsep Teoritis-Prosedur Analitis-Contoh Praktis* (Cet. 1.). Depok: Rajawali Pers.

Takari, M. .2018. *Memahami Ilmu Komunikasi*. Dipetik Desember 7, 2023, dari Publication:
[Https://www.researchgate.net/profile/MuhammadTakari/publication/331714955/memahamiilmukomunikasi/links/5c8904a345851564fadb3aea/memahamiilmukomunikasi.pdf?origin=publicationdetail](https://www.researchgate.net/profile/MuhammadTakari/publication/331714955/memahamiilmukomunikasi/links/5c8904a345851564fadb3aea/memahamiilmukomunikasi.pdf?origin=publicationdetail)

Thaib, E. J. 2020. *Dakwah dan Pluralitas Menggagas Stategi Dakwah Melalui Analisis SWOT* (Cet. 1.). Solok: Insan Cedekia Mandiri. Dipetik Oktober 8, 2023, dari <https://id.bok.asia/book/17566098/a8e941>

Wahyuningsih, S. 2019. *Film & Dakwah Memahami Representasi Pesan-pesan Dakwah dalam Film Melalui Analisis Semiotik*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.

Yasril Yazid, N. A. 2017. *Dakwah & Perubahan* (Cet. 1.). Depok: Rajawali Pers. Dipetik November 16, 2023, dari <https://id.b-ok.asia/book/7219320/0e1aff>

LAMPIRAN

A. Dokumentasi Film Negeri 5 Menara



(Moment Dialog Nasehat antara Ayah Alif dan Alif)



(Moment Ustadz Salman menjelaskan arti kalimat “*Man jadda Wa jadaa*” kepada para santri)



(Moment sambutan Kyai Rais selaku Pimpinan Pondok Madani kepada santri baru)



(Moment Dialog antara Ustadz Salman dan Kyai Rais)

B. Dokumentasi wawancara bersama Responden Film Negeri 5 Menara

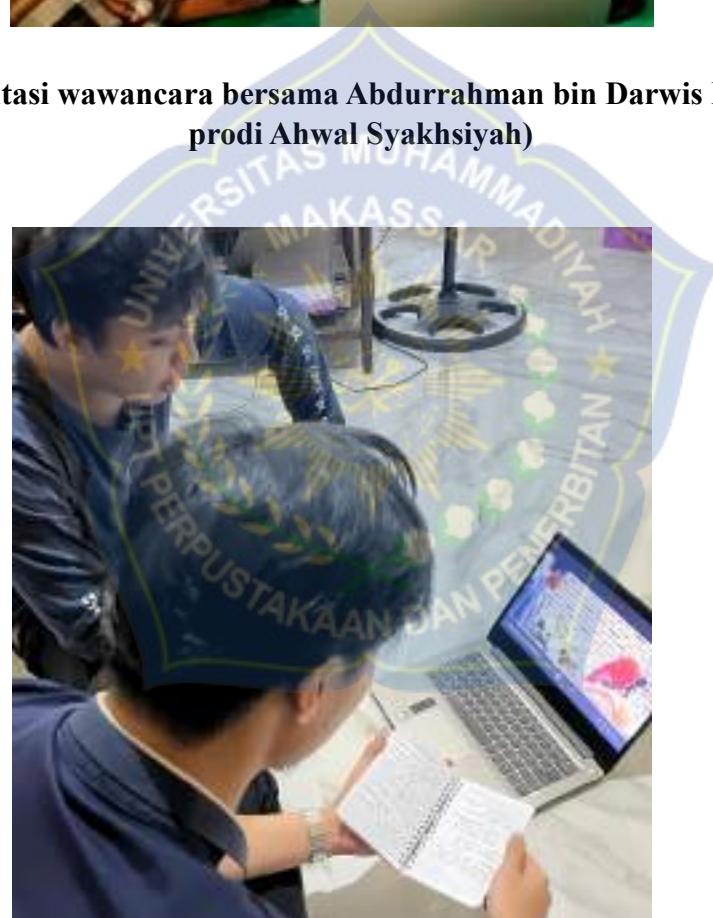
(Dokumentasi wawancara bersama Atfal Zulfikar Ismail, S.H Mahasiswa prodi Ahwal Syakhsiyah)



(Dokumentasi wawancara bersama Mahfudz Assiddiq, S.H Mahasiswa prodi Ahwal Syakhsiyah)



(Dokumentasi wawancara bersama Abdurrahman bin Darwis Mahasiswa prodi Ahwal Syakhsiyah)



(Dokumentasi Wawancara bersama Muhammad Fauzul Nasrum Mahasiswa UIN Alauddin Fakultas Ushuluddin dan Filsafat prodi Hubungan Internasional

C. Persuratan



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Salian Alauddin No. 259 Telp. 8668972 Fax. (0411) 8655888 Makassar 90221 e-mail: lp3m@uemsuha.ac.id

Nomor : 3648/05/C4-VIII/II/1445/2024

12 February 2024 M

Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal

02 Sya'ban 1445

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Ketua Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan

Universitas Muhammadiyah Makassar

di -

Makassar

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 1925/FAI/05/A.5-II/II/1445/2024 tanggal 12 Februari 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : FARID AHMAD FAQIH

No. Stambuk : 10527 1104920

Fakultas : Fakultas Agama Islam

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Strategi Komunikasi Dakwah dalam Film Negeri 5 Menara"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 15 Februari 2024 s/d 15 April 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullah khaeran

Ketua LP3M,





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Farid Ahmad Faqih

Nim : 105271104920

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	4 %	25 %
3	Bab 3	5 %	10 %
4	Bab 4	3 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5%

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan
Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 25 November 2024

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



BAB I Farid Ahmad Faqih

105271104920



Submission date: 22-Nov-2024 03:10PM (UTC+0700)

Submission ID: 2528416044

File name: BAB_I_16.docx (71.41K)

Word count: 1206

Character count: 7878

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX



INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1

Submitted to UIN Walisongo

Student Paper

3%

2

www.scribd.com

Internet Source

3%

3

Submitted to stidalhadid

Student Paper

2%

Exclude quotes

OFF

Exclude bibliography

OFF

Exclude matches

2%



BAB II Farid Ahmad Faqih

105271104920



Submission date: 22-Nov-2024 03:11PM (UTC+0700)

Submission ID: 2528416695

File name: BAB_II_16.docx (141.03K)

Word count: 6324

Character count: 41880



4% LULUS
SIMILARITY INDEX
turnitin.com

4%
INTERNET SOURCES

2%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 123dok.com 2%
Internet Source

2 repository.radenintan.ac.id 2%
Internet Source

Exclude quotes OFF
Exclude bibliography OFF

Exclude matches <2%



BAB III Farid Ahmad Faqih

105271104920



Submission date: 22-Nov-2024 03:12PM (UTC+0700)

Submission ID: 2528417037

File name: BAB_III_16.docx (23.32K)

Word count: 931

Character count: 6413

5%

SIMILARITY INDEX

LULUS

5%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

jurnal.upmk.ac.id

Internet Source

3%

2

repository.ipb.ac.id

Internet Source

3%

Exclude quotes

OFF

Exclude bibliography

OFF

Exclude matches

< 2%



BAB IV Farid Ahmad Faqih

105271104920



Submission date: 22-Nov-2024 03:13PM (UTC+0700)

Submission ID: 2528417372

File name: BAB_IV_16.docx (111.84K)

Word count: 5747

Character count: 36334

ORIGINALITY REPORT

3% **LULUS** 3%

SIMILARITY INDEX

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS



1

p2k.stekom.ac.id

Internet Source

3%

Exclude quotes OFF

Exclude bibliography OFF

Exclude matches < 2%



BAB V Farid Ahmad Faqih
105271104920



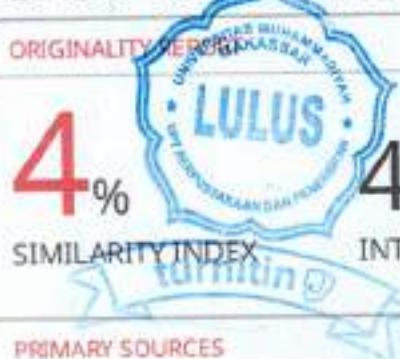
Submission date: 22-Nov-2024 03:14PM (UTC+0700)

Submission ID: 2528417696

File name: BAB_V_16.docx (21.14K)

Word count: 352

Character count: 2240



4%
SIMILARITY INDEX

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

1 pt.scribd.com

Internet Source

2%

2 www.slideshare.net

Internet Source

2%

Exclude quotes

Off

Exclude bibliography

Off

Exclude matches

= 2%



RIWAYAT HIDUP

Farid Ahmad Faqih, Lahir di Makassar, 9 Maret 2002, Putra pertama dari pasangan



suami isrti Arifuddin Abidin dan Zainab Saad, Riwayat pendidikan SDN 1 Tobaku Kabupaten kolaka Utara pada tahun 2006-2012, SMP di MTS Al-Irsyad Salatiga Jawa Tengah pada tahun 2012-2015, dan SMA di MA Al-Irsyad Jawa Tengah pada tahun 2015-2019, Kemudian melanjutkan studi di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar Mulai Tahun 2020-2025, hobi olahraga lari dan Berenang.

