

**KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI FILM KETIKA  
HATI INGIN HIJRAH DI CHANNEL YOUTUBE**

**SKRIPSI**

Oleh :

**SUWANDA FITRA RIZKY**

**NPM. 1503110158**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Penyiaran**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2019**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

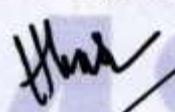
Nama Mahasiswa : **SUWANDA FITRA RIZKY**  
N P M : 1503110158  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI FILM  
"KETIKA HATI INGIN HIJRAH" DI  
CHANNEL YOUTUBE**

Medan, 30 Agustus 2019

Pembimbing

  
**JUNAIDI, S.PdI, M. Si**

Disetujui Oleh:  
Ketua Program Studi,

  
**NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom**

Dekan

  
**Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP**

**BERITA ACARA PENGESAHAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **SUWANDA FITRA RIZKY**

N P M : 1503110158

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Jum'at, 30 Agustus 2019

Waktu : 07.45 s.d selesai

**TIM PENGUJI**

PENGUJI I : Dr. Arifin Saleh, M.SP

PENGUJI II : Corry Novrica Sinaga, S.Sos., M.A.

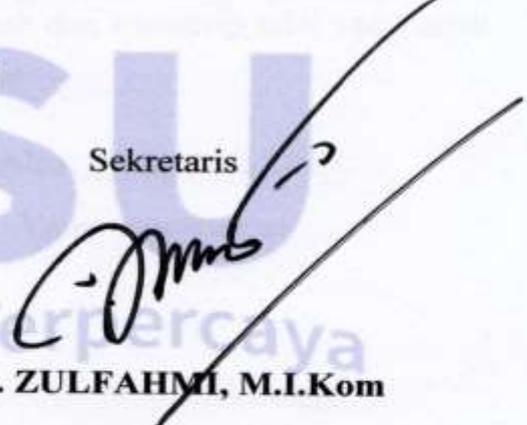
PENGUJI III : Junaidi, S.PdI, M.Si

**PANITIA UJIAN**

Ketua

Sekretaris

  
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

  
Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya SUWANDA FITRA RIZKY, NPM 1503100158, menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Saya yang menyadari bahwa memalsukan Karya Ilmiah dalam segala bentuk dilarang oleh Undang-Undang termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu, atau memplagiat, meniplak dan mengambil karya orang lain adalah tindak kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, ciplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi berupa:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar sarjana yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan pemberian ijazah dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, Agustus 2019

Yang menyatakan



SUWANDA FITRA RIZKY

# **Komunikasi Dakwah Melalui Film Ketika Hati Ingin Hijrah Di Channel Youtube**

**Suwanda Fitra Rizky**  
**1503110158**

## **ABSTRAK**

Penelitian dengan judul Komunikasi Dakwah Melalui Film Ketika Hati Ingin Hijrah Di Channel Youtube ini dilakukan untuk menjawab apakah metode berdakwah dengan media film dengan sarana youtube mampu meningkatkan pengetahuan pengguna situs youtube dalam mengenal ajaran-ajaran islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini telah dilakukan selama kurang lebih 4 bulan terhitung dari bulan Januari 2019 hingga bulan April 2019. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 2 orang kru perfilman dan 3 orang penonton yang semuanya ialah Mahasiswa. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini, dilakukan setelah data-data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam dan observasi. Kemudian data-data tersebut, di analisis secara saling berhubungan untuk mendapatkan dugaan sementara, yang dipakai dasar untuk mengumpulkan data berikutnya, lalu dikonfirmasi dengan informan secara terus menerus secara triangulasi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa metode berdakwah dengan sarana film di situs youtube sangat berpengaruh dan mampu dalam meningkatkan pengetahuan dan minat para penonton untuk semangat dalam belajar agama islam dan berdakwah. Dari metode yang telah diterapkan di penelitian film dapat memahami perubahan akhlak, sikap, dan keimanan penontonnya. Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan seputar komunikasi dakwah terhadap pembaca nantinya. Dan menjadikan dakwah sebagai alat komunikasi untuk menyiarkan agama Allah Subhana Wa Ta'ala agar lebih kreatif dan tidak membosankan.

Kata Kunci: Dakwah, Film, Youtube, Komunikasi, Produksi, Internet, Hijrah.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT berkat rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw yang kita harapkan syafaatnya di Yaumul Akhir. Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir yang wajib ditempuh di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Alhamdulillah, skripsi ini yang berjudul **“Komunikasi Dakwah Melalui Film Ketika Hati Ingin Hijrah Di Channel Youtube”** tepat pada waktunya.

Penulis menyadari selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan semangat, motivasi serta bantuan baik moril dan materil. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhitung kepada kedua orang tua saya Ayahanda Sulaiman Tanjung dan Ibunda Delva Yenni serta saudara-saudara kandung dari penulis Izmy Hasanah dan Nayla Nazirah yang telah memberikan begitu banyak dukungan, doa dan bantuan serta kasih sayang yang tidak pernah putus kepada penulis. Dan penulis berterima kasih juga kepada pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini:

1. Bapak Dr. Agussani M.AP selaku Rektor UMSU.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP

3. Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom
4. Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos.,M.I.kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah meluangkan waktunya.
6. Bapak Junaidi, S.Pd.I, M.Si selaku Dosen Pembimbing Penulis yang telah memberikan bimbingan dan motivasi yang banyak dan berharga serta meluangkan waktu, pikiran, dan kesabaran dalam membantu Penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Dosen FISIP UMSU yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
8. Pegawai Birokrasi UMSU yang selama ini membantu menyelesaikan segala urusan kemahasiswaan.
9. Teman-teman tim produksi *Islamic Youth Association Ar-Ridho* (HIRMA) yang telah berhasil membuat film dengan baik serta keramahannya dalam membantu penulis mencari informasi.
10. Ustadz Bukhori Adly, SP, S.Pd dan saudara Deni Afriyansyah sebagai narasumber utama dalam penelitian ini yang sudah meluangkan waktunya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman dari komunitas “Go Hijrah” khususnya GH boys dan ciwi-ciwi yang selalu mendampingi penulis untuk sama-sama menyiarkan

dakwah serta berlomba-lomba untuk menyelesaikan penelitian dengan tepat waktu.

12. Teman-teman dari komunitas “Mataponsel Medan” yang sudah memberikan tips dalam mengerjakan penelitian.
13. Karyawan dan teman-teman di Minum Kopi Medan yang telah menciptakan secangkir kopi dengan cita rasa yang nikmat sehingga penulis larut dalam kesyahduan dalam mengerjakan penelitian.
14. Sahabat terbaik penulis Aditya Fauzy Harahap yang telah mendengarkan curhatan penulis, selalu ada dalam suka dan duka serta mendukung penuh penulis agar cepat menyelesaikan penelitian ini.
15. Teman dekat penulis baik di kampus maupun di kegiatan luar kampus saudara Aditya Prasetyo, Wahyu Aulia Ramadhan, Muhammad Fadil Farizki,S.Ikom, Asti Febriani,S.Ikom, Anggi Chairiah Simanjuntak,S.Ikom dan Nadya Putri Dewanti, S.Ikom atas nasihat dan kerja samanya selama ini.
16. Teman-teman seperjuangan di kelas Ilmu komunikasi A sore dan kelas penyiaran D yang telah menemani penulis untuk sama-sama saling berjuang sampai tahap akhir penelitian ini.
17. Dan terakhir terima kasih kepada semua orang yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu mendoakan Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari laporan ini, baik dari materi maupun penyajiannya,

mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Semoga Allah memberikan balasan kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini, Penulis mengucapkan terima kasih. Akhir kata kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, terutama dalam penerapan serta pengembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia.

Medan, 20 Agustus 2019

Penulis

**Suwanda Fitra Rizky**  
**NPM:1503110158**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Pembatasan Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
1.6 Anggapan Dasar .....	7
1.7 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II URAIAN TEORITIS</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 Komunikasi</b> .....	<b>9</b>
2.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi .....	11
2.1.2 Jenis-Jenis Komunikasi .....	14

2.1.3 Pengertian Komunikasi Organisasi.....	17
2.1.4 Pengertian Komunikasi Antarpribadi .....	17
2.1.5 Pengertian Komunikasi Antar Budaya .....	18
2.1.6 Pengertian Komunikasi Kelompok .....	18
2.1.7 Pengertian Komunikasi Massa.....	18
<b>2.2 Dakwah .....</b>	<b>24</b>
2.2.1 Pengertian Dakwah .....	24
2.2.2 Media Dakwah .....	28
2.2.3 Efek Dakwah.....	29
2.2.4 Metode Dakwah.....	30
2.2.5 Materi Pesan Dakwah .....	31
2.3 Film .....	32
2.3.1 Sejarah dan Perkembangan Film .....	33
2.3.2 Jenis-Jenis Film/Genre.....	35
2.4 Youtube.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	41

3.2 Kategorisasi Penelitian .....	42
3.3 Definisi Konsep .....	42
3.4 Kerangka Konsep .....	45
3.5 Informan dan Narasumber .....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.7 Teknik Analisis Data .....	48
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Struktur Film .....	50
4.1.2 Profil Film .....	51
4.1.3 Profil Narasumber .....	52
4.1.4 Hasil Wawancara.....	56
4.2 Pembahasan .....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran .....	74

**DAFTAR PUSTAKA..... 75**

**LAMPIRAN..... 77**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian .....	32
Tabel 4.1 Narasumber .....	39
Tabel 4.2 Wawancara Informan.....	42

## DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 .....	34
-----------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Film dianggap lebih sebagai media hiburan ketimbang media pembujuk. Namun yang jelas, film punya kekuatan bujukan atau persuasi yang besar pada kepribadian seseorang. Kelebihan film ialah dapat ditonton oleh siapa saja baik yang berpendidikan atau kurang berpendidikan. Film tidak memerlukan kemampuan membaca atau mengerti bahasa asing, pesan dan makna sebuah film dapat dimengerti dengan gerakan dan mimik artis dalam film. Sedangkan bahasa hanya memperjelas adegan, namun dengan bahasa pula film itu menjadi lebih jelas maknanya.

Film seperti pabrik mimpi, yang membuat orang menonton agar dapat merasakan dan mencari-cari apakah ada kesesuaian antara pengalaman pribadi dengan cerita film, dengan itu banyak pelajaran penting di dalamnya. Sehingga film dapat membentuk karakter baru seperti cara bicara, gaya, bahkan tingkat keimanan terhadap agama yang dianut.

Dapat dikatakan bahwa sebenarnya film merupakan realitas dari dunia nyata yang kemudian dikonstruksi ulang menurut ide pembuatnya dan ditampilkan kembali pada khalayak seolah-olah itulah realitas sesungguhnya. Antara pesan media dan respon individu sebenarnya tidak ada hubungan sebab akibat langsung. Manusia adalah makhluk kompleks yang takkan memberikan respon otomatis terhadap apapun, termasuk pesan media. Sejauh mana kita bereaksi terhadap suatu

komunikasi tergantung pada sikap, nilai-nilai, motivasi dan kepribadian diri sendiri.

Orang-orang selalu memilih-milih isi maupun jenis media. Biasanya mereka memilih naskah atau siaran yang sesuai dengan pendapat atau selera mereka sendiri. Artinya, mereka cenderung membaca, mendengar dan melihat apa yang diinginkannya saja, dan menghindari apa yang tidak mereka sukai.

Biro sensus Amerika Serikat pada tahun 1970 memperkirakan bahwa satu dari sepuluh warga Amerika Serikat yang berusia 25 tahun ke atas secara fungsional mengenal buta huruf (hampir tidak pernah menggunakan kemampuan baca-tulis). Namun para peneliti dari Harvard memperkirakan bahwa data itu terlalu rendah. Mereka menyatakan bahwa lebih dari separuh pria dan wanita di Amerika Serikat sesungguhnya secara fungsional buta huruf.

Richard Tobin, editor kepada Saturday review mengatakan: “Tampaknya kita memiliki dua macam orang dewasa; pembagiannya bukan berdasarkan pada posisi sosial, pendapatan agama, warna kulit ataupun latar belakang hidupnya, melainkan pada kemampuan baca-tulis serta praktik penggunaannya. Salah satu ciri orang terdidik adalah ia mampu bersikap rasional terhadap berbagai kondisi baru yang dihadapinya. Kemampuan seperti itu takkan dapat tercipta tanpa penerapan kemampuan baca-tulis.”

Media berbentuk film bisa diartikan sebagai media massa. Dan pada dasarnya media massa juga mempunyai komunikasi. Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya surat

kabar, radio, televisi dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah. Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak. Jadi, untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam mengubah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah banyak.

Pada komunikasi massa dewasa ini khususnya pada media perfilman sangat berkembang pesat dan banyak peminatnya. Dapat kita lihat di Indonesia sendiri telah banyak film-film independen yang dibuat oleh sineas-sineas muda. Film independen ialah karya audio visual tanpa dinaungi oleh label produksi yang mengharuskan para pembuat film mengikuti ketentuan atau kebutuhan dari label itu sendiri. Sebagai tanda bukti pada tahun 2015 kita dapat melihat di internet pada situs [www.Youtube.com](http://www.Youtube.com), dimana telah banyak beredar film-film independen yang di unggah melalui platform tersebut. Film yang bertemakan agama atau religi cukup bisa dikatakan banyak saat ini yang sudah di unggah di situs youtube.

Film agama / religi tersebut banyak bertemakan tentang kehidupan yang lebih baik, tentang perjodohan, tentang ketuhanan dan lain-lain. Penyampaian komunikasi dakwah sederhana yang dapat dicerna baik oleh penonton-penonton pecinta film religi membuat banyak diminati oleh remaja bahkan orang tua saat ini. Maka dari itu Remaja masjid Ar-Ridho mempunyai ide untuk membuat suatu karya film religi sebagai cara komunikasi dakwah melalui media massa kepada khalayak yang dapat merubah kepribadian penontonnya.

Film Ketika hati ingin hijrah pertama kali digarap mulai di bulan Februari 2017 dimana Remaja masjid Ar-Ridho bersepakat ingin membuat film untuk hiburan di acara *Isra' Mi'raj* Nabi Muhammad SAW 1438H , 1 Bulan proses yang di jalani untuk membuat film dan akhirnya selesai. Film Ketika hati ingin hijrah ditayangkan perdana pada tanggal 13 Mei 2017 di Acara *Isra' Mi'raj* Nabi Muhammad SAW 1438H lingkungan masjid Ar-Ridho Gang Sepakat Jl. Arief Rahman Hakim, Tegal Sari III, Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara 20216 dan mulai tayang di Youtube tanggal 17 mei 2017. Dan kini pada tanggal pengetikan saat ini 10 Januari 2019 jumlah penayangan di youtube pada film Ketika hati ingin hijrah telah mencapai 450.000 kali di tonton.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Luas lingkup penelitan hanya meliputi seputar wilayah kota Medan provinsi Sumatera utara. Sebab dikarenakan film Ketika hati ingin hijrah di produksi di kota Medan, Sumatera utara.
- b. Informasi penelitian yang disajikan yaitu berdasarkan komunikasi dakwah menurut ajaran agama islam.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Untuk memperjelas dan mempermudah mencari data, maka penulis merumuskan sub permasalahan yaitu:

- a. Bagaimana komunikasi dakwah melalui film Ketika hati ingin hijrah dengan menggunakan sarana media situs [www.youtube.com](http://www.youtube.com)?
- b. Apa faktor yang mendukung dan menghambat komunikasi dakwah melalui film Ketika hati ingin hijrah di channel youtube kepada para penonton film?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui dampak atas pengaruh keperibadian seseorang didalam kerohaniannya setelah menonton film Ketika hati ingin hijrah.
- b. Untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah melalui film Ketika hati ingin hijrah dengan menggunakan sarana media situs [www.youtube.com](http://www.youtube.com)?
- c. Untuk mengetahui faktor mendukung dan menghambat komunikasi dakwah melalui film Ketika hati ingin hijrah di channel youtube kepada para penonton film?

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini menambah pengalaman penulis di lapangan, juga dapat berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi dakwah islam di masa yang akan datang.
  - b. Dapat memberikan sumbangan informasi dan pikiran dalam memperjuangkan agama *Allah Subhana wa ta'ala* yaitu agama islam.
2. Secara Praktis
- a. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi orang tuntuk menambah wawasan mengenai pola komunikasi dakwah melalui sebuah karya perfilman
  - b. Melalui penelitian ini, diharapkan para-para remaja yang beragama islam menjalankan dakwah ajaran agama islam dengan cara yang kreatif.

## **1.6 Anggapan Dasar**

Film dapat menjadi alternatif dalam menyampaikan dakwah.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB I   Pendahuluan**

BAB ini berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan.

## **BAB II Uraian Teoritis**

Bagian ini memuat rangkuman teori-teori yang diambil dari buku/literatur yang mendukung penelitian.

## **BAB III Metode Penelitian**

Pada BAB ini berisi penjelasan tentang metode penelitian yang digunakan, termasuk didalamnya jenis penelitian yang digunakan, kerangka konsep, defenisi konsep, kategorisasi penelitian, informan atau narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

## **BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian serta pembahasannya.

## **BAB V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisis berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

### **Daftar Pustaka**

Bagian ini merupakan daftar yang berisi semua buku atau tulisan ilmiah yang menjadi rujukan dalam penelitian, daftar pustaka ini akan berkembang setelah penelitian berjalan.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat.

Secara etimologis atau menurut asal katanya komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana 2002:41). Astrid S. Susanto (1978) menulis: “Komunikasi adalah kegiatan pengoperan lambang yang mengandung arti/makna”.

Definisi yang menempatkan komunikasi sebagai kontrol sosial dimulai oleh Carl I. Hoveland (1948) yang kemudian dikemukakan juga antara lain oleh Shannon dan Weaver (1949) dan oleh Shachter (1961). Hoveland merumuskan: “Komunikasi adalah proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku orang lainnya”, sedangkan Shachter menulis:

“komunikasi merupakan mekanisme untuk melaksanakan kekuasaan”. Baik Hoveland maupun Shannon & Weaver menerima unsur penyampaian dan penggunaan lambang dengan memberi tekanan pada tujuan mempengaruhi. Kategori ini ditemukan juga dalam kategori Stappers di muka yaitu aktivitas datang dari pihak lain untuk mempengaruhi.

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia. Karena itu, komunikasi yang dimaksudkan disini adalah komunikasi manusia atau dalam sering kali disebut komunikasi sosial atau *social communication*. Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antarmanusia, dinamakan komunikasi sosial karena hanya pada manusia-manusia yang bermasyarakat terjadinya komunikasi. Secara paradigmatis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media (Effendy, 2004:4).

Menurut Harold D.Lasswel, bahwa cara terbaik untuk menjelaskan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect?*”. Paradigma Laswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni : - Komunikator (*communicator, source, sender*) – Pesan (*message*) – Media (*channel, media*) – Komunikan (*communicant, communicatee, receiver,*

*recipient*) – Efek (*effect, impact, influence*) Jadi berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy 2004: 10).

Adapun fungsi dari komunikasi, adalah sebagai berikut:

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*)
- b. Mendidik (*to educate*)
- c. Menghibur (*to entertain*)
- d. Mempengaruhi (*to influence*)

Adapun tujuan dari komunikasi, adalah sebagai berikut:

- a. Perubahan sikap (*attitude change*)
- b. Perubahan pendapat (*opinion change*)
- c. Perubahan perilaku (*behavior change*)
- d. Perubahan sosial (*social change*)

### **2.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi**

Dari pengetahuan komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini juga bisa disebut komponen atau elemen komunikasi. Untuk itu, kita perlu mengetahui unsur-unsur komunikasi (Cangara, 1998: 23-27).

Adapun unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut :

#### A. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya, partai, organisasi, atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source* atau *sender*.

#### B. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content*, atau *information*.

##### 1. Media

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi. Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti surat, telepon, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam

komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, brosur, stiker, buletin, poster, spanduk dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain : radio, film, televisi, video recording, *audio cassette* dan sebagainya.

## 2. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima adalah elemen penting dalam komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau media

## 3. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tinglah laku seseorang (De Fleur, 1982). Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

## 4. Tanggapan

Balik Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk

menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai kepada tujuan. Hal-hal seperti itu yang menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber.

### **2.1.2 Jenis-Jenis Komunikasi**

Komunikasi memerlukan media sebagai penyampaian pesan, gagasan, pikiran agar dapat dimengerti apa yang telah disampaikan komunikator sehingga memperoleh respon, tanggapan, maupun reaksi komunikan. Perkembangan media komunikasi saat ini sudah sangat banyak mulai dari yang sangat sederhana sampai yang paling mutakhir, namun ada beberapa penggolongan jenis komunikasi, yaitu:

#### **A. Komunikasi lisan dan tertulis**

Dasar penggolongan komunikasi kedalam lisan dan tertulis adalah dari jenis pesan yang akan disampaikan. Bentuk ini banyak dilakukan karena dapat menimbulkan keakraban diantara keduanya. Dalam menentukan bentuk komunikasi apakah lisan atau tertulis kiranya perlu memperhatikan beberapa faktor misalnya waktu, biaya, ketrampilan berkomunikasi dan sebagainya. Penggunaan jenis komunikasi ini sangat penting dan luas, terbukti banyak diselenggarakan pelatihan ketrampilan berbicara, komunikasi antar pribadi dan sebagainya.

#### **B. Komunikasi verbal dan non verbal**

Informasi tentang perasaan seseorang dapat dikemukakan secara lisan melalui apa yang diucapkan dan bagaimana cara atau sikap mengatakannya. Artinya dari suatu kata dapat diperjelas melalui nada suaranya, keras tidaknya

suara yang diucapkan. Jadi perasaan seseorang dapat dinyatakan melalui isyarat non verbal misalnya dengan wajah, posisi duduk, gerakan badan dan sebagainya.

### C. Komunikasi ke bawah, ke atas dan ke samping

Penggolongan komunikasi dalam jenis ini didasarkan pada aliran atau jalan informasi yang dilaksanakan dalam suatu organisasi atau suatu kantor. Dalam suatu kantor adanya atasan, bawahan dan teman sebaya atau teman yang mempunyai kedudukan yang sederajat.

1. Pengertian komunikasi kebawah yaitu komunikasi yang dilaksanakan oleh para atasan kepada bawahannya dalam suatu kantor. Komunikasi ini biasanya berfungsi sebagai penggerak, pengarahan, perintah, dan umumnya menggunakan sarana memo, telpon, intercom atau alat lainnya. Untuk mengadakan komunikasi keatas biasanya bawahan melakukan usulan, laporan, pendapat atau pun memberikan penjelasan tentang pelaksanaan pekerjaan.
2. Pengertian komunikasi keatas dalam suatu kantor biasanya kurang berfungsi, atau kurang seimbang bila dibandingkan dengan informasi kebawah. Saluran yang sering dipergunakan dalam kantor-kantor adalah pertemuan tatap muka atau pun percakapan informal.
3. Sedangkan pengertian komunikasi ke samping akan terjadi dengan sendirinya bagi anggota yang bekerjasama dalam suatu team, atau pada orang-orang yang mempunyai kedudukan yang sama atau seimbang. Menurut penelitian tentang ilmu komunikasi diungkapkan bahwa hubungan ke samping adalah

suatu hubungan yang sangat kritis untuk masa sekarang. Komunikasi ke samping dapat dilakukan dengan tatap muka, telpon, maupun memo.

#### D. Komunikasi formal dan informal

Komunikasi formal adalah komunikasi yang berjalan sesuai dengan hirarki kewenangan organisasi, sehingga saluran komunikasi itu telah ditetapkan oleh organisasi. Sedangkan komunikasi informal adalah komunikasi yang berjalan secara bebas antar pegawai tanpa memandang jabatan atau pangkat. Sehingga kadang-kadang melahirkan pimpinan informal.

#### F. Komunikasi satu arah dan dua arah

Komunikasi satu arah adalah komunikasi yang menitik beratkan pada penyampaian pesan, tanpa mengharapkan umpan balik dan hal ini biasa dilakukan di kantor-kantor dalam bentuk instruksi dan perintah. Komunikasi satu arah ini dapat berlangsung secara cepat dan murah tetapi tidak memuaskan karena penerima pesan tidak mempunyai kesempatan untuk mempertanyakan informasi yang diterima sehingga kurang memuaskan. Contoh kongkritnya antara lain adalah terjadi pada iklan, dimana pemasang iklan menyampaikan informasi tentang sesuatu barang misalnya, tanpa perlu memperoleh balikan. Komunikasi dua arah tentunya komunikasi yang memberikan kesempatan umpan balik terhadap pesan yang disampaikan. Proses komunikasi jenis ini cukup memberi kepuasan kepada komunikan tetapi biasanya cukup lambat dan kurang efisien.

### **2.1.3 Pengertian Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi pada umumnya membahas tentang struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasiannya serta budaya organisasi. Komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain meliputi arus komunikasi vertikal dan horisontal.

### **2.1.4 Pengertian Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi yang hanya melibatkan dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal, seperti suami istri, dua sahabat dekat, guru dan muridnya, dan sebagainya.

### **2.1.5 Pengertian Komunikasi Antar Budaya**

Komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (bisa beda ras, etnik, atau sosioekonomi atau gabungan dari semua perbedaan). Kebudayaan adalah cara hidup yang berkembang dan dianut oleh sekelompok orang serta berlangsung dari generasi ke generasi.

### **2.1.6 Pengertian Komunikasi Kelompok**

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, peserta komunikasi lebih dari dua orang, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

### **2.1.7 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merujuk kepada pendapat Tan dan Wright yang mengatakan bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu (Komala dan Elvinaro, 2004 : 3).

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Komala dan Elvinaro, 2004:3). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun

komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi, keduanya dikenal sebagai media elektronik, adanya media cetak yakni surat kabar dan majalah serta ada juga media film, yakni film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

#### **a. Fungsi Komunikasi Massa**

Disamping memiliki ciri-ciri khusus, komunikasi massa juga mempunyai fungsi bagi masyarakat. Adapun fungsi komunikasi massa menurut Dominick yang dikutip Ardianto dkk dalam bukunya “Komunikasi Massa Suatu Pengantar” (2004 : 16-17) adalah sebagai berikut :

##### 1. Surveillance (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk

- a. Pengawasan peringatan
- b. Pengawasan instrumental.

Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung berapi , kondisi efek yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini dapat serta merta menjadi ancaman. Sebuah stasiun televisi mengelola program untuk menayangkan sebuah peringatan. Sebuah surat kabar secara berkala memuat bahaya polusi udara dan pengangguran. Kendati banyak informasi yang menjadi peringatan dan ancaman serius bagi masyarakat yang

dimuat oleh media, banyak pula orang yang tidak mengetahui tentang ancaman tersebut.

Sedangkan fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang dimainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, produk-produk baru, ide-ide tentang mode, resep makanan dan sebagainya adalah contoh-contoh pengawasan instrumental.

a. Penafsiran (*Interpretation*)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok.

b. Pertalian (*Lingkage*)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *lingkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

1. Penyebaran nilai-nilai (*Transmission of Values*)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut sosialisasi. Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai

kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka. Dengan perkataan lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya. Televisi sangat berpotensi untuk terjadinya sosialisasi (penyebaran nilai-nilai) pada anak muda, terutama anak-anak yang telah melampaui usia 16 tahun, yang banyak menghabiskan banyak waktunya menonton televisi dibandingkan kegiatan lainnya, kecuali tidur. Beberapa pengamat memperingatkan kemungkinan terjadinya disfungsi jika televisi menjadikan salurannya terutama untuk sosialisasi (penyebaran nilai-nilai). Sebagai contoh, maraknya tayangan kekerasan di stasiun televisi dapat membunuh sosialisasi bagi anak muda yang menontonnya, yang membuat anak muda berpikir bahwa metode kekerasan adalah wajar dalam memecahkan persoalan hidup. Demikian pula pada penyebaran tentang keistimewaan dari sebuah sulap melalui tayangan *The Master*.

## 2. Hiburan (*Entertainment*)

Penyiaran drama, tarian, kesenian, sastra, musik, olah raga, permainan, melalui isyarat, lambang-lambang, suara dan gambar, bertujuan untuk menciptakan kesenangan yang bersifat hiburan. Melalui berbagai macam program acara yang ditayangkan televisi, khalayak dapat memperoleh hiburan yang dikehendaknya. Fungsi menghibur dari komunikasi massa tidak lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan melihat berita-berita ringan atau melihat tayangantayang hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

## **b. Efek Media Massa**

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Akan tetapi untuk mengetahui secara tepat dan rinci mengenai kekuatan sosial yang dimiliki oleh komunikasi massa dan hasil yang dapat dicapainya dalam menggerakkan proses sosial tidaklah mudah. Oleh karena itu, efek atau hasil yang dapat dicapai oleh komunikasi massa dilaksanakan melalui berbagai media massa. Menurut Steven M. Chaffe (Ardianto dkk, 2004: 49) efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak yaitu komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, behavioral.

### **1. Teori Komunikasi**

S-O-R (*Stimulus Organism Respon*) yang dikemukakan oleh Hovland, et. Al pada tahun 1953 ini lahir karena adanya pengaruh dari ilmu psikologi dalam ilmu komunikasi. Hal ini bisa terjadi karena psikologi dan komunikasi memiliki objek kajian yang sama, yaitu jiwa manusia; yang meliputi sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Asumsi dasar teori S-O-R adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung ada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme.

Menurut teori S-O-R, proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Berikut proses belajar yang dilakukan oleh individu:

- a. Pesan (stimulus) yang diberikan komunikator kepada komunikan (organisme) dapat diterima atau ditolak oleh komunikan tersebut. Jika komunikan menolak stimulus yang diberikan, berarti stimulus tersebut kurang efektif untuk digunakan dalam mempengaruhi perhatian individu; sehingga proses belajar berhenti disini.
- b. Namun apabila stimulus diterima, menandakan adanya perhatian dari komunikan (organisme). Komunikan mengerti stimulus yang diberikan oleh komunikator ini, berarti stimulus tersebut efektif digunakan dan proses belajar berlanjut.
- c. Setelah itu komunikan (organisme) mengolah stimulus yang diterimanya, sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya atau dengan kata lain mengambil sikap.
- d. Ditambah dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan, maka akhirnya sikap yang diambil komunikan (individu) tersebut berlanjut menjadi sebuah tindakan, yaitu perubahan perilaku.

Dalam komunikasi, media merupakan alat atau sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Media yang digunakan perlu dipilih secermat mungkin agar dapat pesan atau stimulus yang diberikan oleh komunikator dapat diterima dengan mudah oleh komunikan. Media

yang digunakan komunikator harus sesuai dengan karakteristik komunikan, sehingga dapat mempermudah proses pemahaman komunikan.

## **2.2 Dakwah**

### **2.2.1 Pengertian Dakwah**

Secara terminologis dakwah islam telah banyak didefinisikan oleh para ahli. Sayyid Qutb memberi batasan dengan “mengajak” atau “menyeru” kepada orang lain masuk kedalam sabil Allah *Subhanahu wa ta'ala*. Bukan untuk mengikuti dai atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Abdul al Badi Shadar membagi dakwah menjadi dua hal; pelaksana dakwah, perseorangan, dan organisasi. Sedangkan Ismail al-Faruqi, mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal dan rasional. Dan kebebasan inilah menunjukkan bahwa dakwah itu bersifat universal.

Pada intinya, pemahaman lebih luas dari pengertian dakwah yang telah didefinisikan oleh para ahli tersebut adalah:

3. Pertama, ajakan ke jalan Allah *Subhanahu wa ta'ala*.
4. Kedua, dilaksanakan secara organisasi
5. Ketiga, kegiatan untuk mempengaruhi manusia agar masuk di jalan Allah *Subhanahu wa ta'ala*.
6. Keempat, sasaran bisa secara *fardiyah* atau *jama'ah*.

Berikut ini, adalah beberapa definisi mengenai dakwah yang diungkap oleh para ahli:

Definisi ilmu dakwah menurut Toha yahya omar adalah secara umum adalah ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara atau tuntuna bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan, suatu ide/gagasan, pendapat atau pekerjaan tertentu. Adapun definisi dakwah menurut islam adalah mengajak manusia dengan cara yang bijaksana kepada jalan yang benar sesuai peringatan tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.

Menurut Abu bakar dzakaria dakwah sebagai kegiatan para ulama dengan mengajarkan manusia kepada apa yang baik bagi mereka, yaitu kehidupan dunia akhirat menurut kemampuan mereka.

#### a. Pengertian Komunikasi Dakwah

**Komunikasi** dakwah adalah segala bentuk komunikasi yang berisi pesan ajakan kepada jalan Tuhan atau ajakan berbuat baik dan meninggalkan keburukan. Dakwah dalam literatur Islam, komunikasi dakwah dipahami sebagai “mengajak manusia kepada jalan Tuhan” berdasarkan ayat Al-Quran:

*“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.”* (QS. An-Nahl:125).

Komunikasi dakwah terdiri dari dua kata: komunikasi dan dakwah. Komunikasi adalah penyampaian pesan. Dakwah ajakan ke jalan Tuhan (*Allah Subhana wa ta'ala*).

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 melibatkan pesan-pesan dakwah dan aktor-aktor dakwah, atau berkaitan dengan ajaran Islam dan pengamalannya dalam berbagai aspek kehidupan.

Jika dianalogikan dengan pengertian dasar komunikasi politik, yakni komunikasi yang berisikan pesan politik atau pembicaraan tentang politik (Dan Nimmo, 1989), maka komunikasi dakwah dapat diartikan sebagai "komunikasi yang berisikan pesan Islam atau pembicaraan tentang keislaman".

Pengertian komunikasi dakwah sebagai "pembicaraan tentang Islam" senada dengan pengertian "[retorika dakwah](#)" menurut Yusuf Al-Qaradhawi (2004), yakni "berbicara soal ajaran Islam".

Al-Qaradhawi menyebutkan prinsip-prinsip retorika Islam sebagai berikut:

- a. Dakwah Islam adalah kewajiban setiap Muslim
- b. Dakwah Rabbaniyah ke Jalan Allah.
- c. Mengajak manusia dengan cara hikmah dan pelajaran yang baik.

- d. Cara hikmah a.l. berbicara kepada seseorang sesuai dengan bahasanya, ramah, memperhatikan tingkatan pekerjaan dan kedudukan, serta gerakan bertahap.

Secara ideal, masih menurut Dr. Yusuf Al-Qaradhawi, karakteristik retorika Islam antara lain:

- a. Menyeru kepada spiritual dan tidak meremehkan material.
- b. Memikat dengan Idealisme dan Mempedulikan Realita.
- c. Mengajak pada keseriusan dan konsistensi, dan tidak melupakan istirahat dan berhibur.
- d. Berorientasi futuristik dan tidak memungkiri masa lalu.
- e. Memudahkan dalam berfatwa dan menggembirakan dalam berdakwah.
- f. Menolak aksi teror yang terlarang dan mendukung jihad yang disyariatkan.

Proses komunikasi dakwah berlangsung sebagaimana proses komunikasi pada umumnya, mulai dari komunikator (da'i) hingga feedback atau respon komunikan (*mad'u*, objek dakwah).

Aktivitas dakwah dimulai dari adanya seorang komunikator (sender, pengirim pesan, da'i). Dalam perspektif Islam, setiap Muslim adalah komunikator dakwah karena dakwah merupakan kewajiban individual setiap Muslim.

Komunikator dakwah memilih dan memilah ide berupa materi dakwah (*encoding*) lalu diolah menjadi pesan dakwah (*message*).

Pesan itu disampaikan dengan sarana (*media*) yang tersedia untuk diterima komunikan (receiver, penerima pesan, objek dakwah). Komunikan menerjemahkan atau memahami simbol-simbol pesan dakwah itu (*decoding*) lalu memberi umpan balik (*feedback*) atau meresponnya, misalnya berupa pemahaman dan pengamalan pesan dakwah yang diterimanya.

### **2.2.2 Media dakwah**

Alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran islam. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima:

1. Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.
2. Tulisan, buku majalah, surat kabar, korespodensi (surat, email, sms), spanduk dan lain-lain.
3. Lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya.
4. Audio visual yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-keduanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet dan sebagainya.
5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh *mad'u*.

### 2.2.3 Efek dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feedback* (umpan balik) adalah umpan balik dari reaksi proses dakwah. Dalam bahasa sederhanannya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah.

Menurut Jalaludin Rahmat efek dapat terjadi pada tataran yaitu.

1. Efek kognitif, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.
2. Efek afektif, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.
3. Efek behavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan tindakan berperilaku.

### 2.2.4 Metode dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan dai untuk menyampaikan pesan dakwah atau senteran kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Sementara itu, dalam komunikasi metode lebih dikenal dengan *approach*, yaitu cara-cara yang digunakan oleh seorang komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Secara terinci metode dakwah dalam Al-Quran terekam pada QS Al-Nahl ayat 105.

”إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْكٰذِبُونَ“

“Serulah (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tempat siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Dari ayat tersebut tertulis bahwa ada 3 metode yang menjadi dasar dakwah yaitu:

1. *Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga di dalam menjalankan ajaran-ajaran islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.
2. *Mauidhah hasanah*, adalah berdakwah dengan memberi nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka.
3. *Mujadalah*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara sebaik-sebaiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan dan tidak pula dengan menjelekan yang menjadi mitra dakwah.

### **2.2.5 Materi/pesan dakwah**

Materi/pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan dai kepada *mad'u*. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran islam itu sendiri.

Secara umum dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Pesan Akidah, meliputi iman kepada Allah *Subhana wa ta'ala*. Iman kepada Malaikat-Nya, Iman kepada kitab-kitab-Nya, Iman kepada rasul-rasulnya, Iman kepada hari akhir, Iman kepada qadha-qadhar.
- b. Pesan Syariah meliputi ibadah thaharah, shalat, zakat, puasa dan haji, serta mu'amalah.
- c. Pesan Akhlak meliputi akhlak terhadap Allah *Subhana wa ta'ala*, akhlak terhadap makhluk yang meliputi; akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya.

### **2.3 Film**

Pengertian Film adalah gambar-hidup yang juga sering disebut *movie*. Film secara kolektif sering disebut sebagai sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa di kenal di dunia para sineas sebagai seluloid. Pengertian secara harafiah film (sinema) adalah Cinemathographie yang berasal dari Cinema + tho = *phytos* (cahaya) + *graphie* = *grhap* (tulisan = gambar = citra), jadi pengertiannya adalah melukis gerak dengan cahaya. Agar kita dapat melukis gerak dengan cahaya, kita harus menggunakan alat khusus, yang biasa kita sebut dengan kamera. Film adalah sekedar gambar yang bergerak, adapun pergerakannya disebut sebagai intermitten movement, gerakan yang muncul hanya karena keterbatasan kemampuan mata dan otak manusia menangkap sejumlah pergantian gambar dalam sepersekian detik.

Film menjadi media yang sangat berpengaruh, melebihi mediamedia yang lain, karena secara audio dan visual dia bekerja sama dengan baik dalam membuat penontonnya tidak bosan dan lebih mudah mengingat, karena formatnya yang menarik. 12 Pusat Apresiasi Film Definisi Film Menurut UU 8/1992, adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan/atau ditayangkan dengan sistem Proyeksi mekanik, eletronik, dan/atau lainnya.

### **2.3.1 Sejarah dan Perkembangan Film**

Film Internasional Film yang ditemukan pada akhir abad ke-19 dan terus berkembang hingga hari ini merupakan ‘perkembangan lebih jauh’ dari teknologi fotografi. Perkembangan penting sejarah fotografi telah terjadi di tahun 1826, ketika Joseph Nicephore Niepce dari Perancis membuat campuran dengan perak untuk membuat gambar pada sebuah lempengan timah yang tebal. Thomas Alva Edison (1847-1931) seorang ilmuwan Amerika Serikat penemu lampu listrik dan fonograf (piringan hitam), pada tahun 1887 terinspirasi untuk membuat alat untuk merekam dan membuat (memproduksi) gambar. Edison tidak sendirian. Ia dibantu oleh George Eastman, yang kemudian pada tahun 1884 menemukan pita film (*seluloid*) yang terbuat dari plastik tembus pandang. Tahun 1891 Eastman dibantu Hannibal Goodwin memperkenalkan satu rol film yang dapat dimasukkan ke dalam kamera pada siang hari. 13 Pusat Apresiasi Film Alat yang

dirancang dan dibuat oleh Thomas Alva Edison itu disebut kinetoskop (*kinetoscope*) yang berbentuk kotak berlubang untuk menyaksikan atau mengintip suatu pertunjukan. Lumiere Bersaudara kemudian merancang peralatan baru yang mengkombinasikan kamera, alat memproses film dan proyektor menjadi satu. Lumiere Bersaudara menyebut peralatan baru untuk kinetoskop itu dengan “sinematograf” (*cinematographe*).

Peralatan sinematograf ini kemudian dipatenkan pada tahun 1895. Pada peralatan sinematograf ini terdapat mekanisme gerakan yang tersendat (*intermittent movement*) yang menyebabkan setiap frame dari film diputar akan berhenti sesaat, dan kemudian disinari lampu proyektor. Di masa awal penemuannya, peralatan sinematograf tersebut telah digunakan untuk merekam adegan-adegan yang singkat. Misalnya, adegan kereta api yang masuk ke stasiun, adegan anak-anak bermain di pantai, di taman dan sebagainya.

Film pertama kali dipertontonkan untuk khalayak umum dengan membayar berlangsung di Grand Cafe Boulevard de Capucines, Paris, Perancis pada 28 Desember 1895. Peristiwa ini sekaligus menandai lahirnya film dan bioskop di dunia. Meskipun usaha untuk membuat "citra bergerak" atau film ini sendiri sudah dimulai jauh sebelum tahun 1895, bahkan sejak tahun 130 masehi, namun dunia internasional mengakui bahwa peristiwa di Grand Cafe inilah yang menandai lahirnya film pertama di dunia. 14 Pusat Apresiasi Film Sejak ditemukan, perjalanan film terus mengalami perkembangan besar bersamaan dengan perkembangan atau kemajuan-kemajuan teknologi pendukungnya. Pada awalnya hanya dikenal film hitam putih dan tanpa suara atau dikenal dengan

sebutan “film bisu”. Masa film bisu berakhir pada tahun 1920-an, setelah ditemukannya film bersuara. Film bersuara pertama diproduksi tahun 1927 dengan judul “*Jazz Singer*”, dan diputar pertama kali untuk umum pada 6 Oktober 1927 di New York, Amerika Serikat. Kemudian menyusul ditemukannya film berwarna di tahun 1930-an.

Perubahan dalam industri perfilman jelas nampak pada teknologi yang digunakan. Jika pada awalnya film berupa gambar hitam putih, bisu dan sangat cepat, kemudian berkembang hingga sesuai dengan sistem penglihatan mata kita, berwarna dan dengan segala macam efek-efek yang membuat film lebih dramatis dan terlihat lebih nyata. Pada perkembangan selanjutnya, film tidak hanya dapat dinikmati di bioskop dan berikutnya di televisi, namun juga dengan kehadiran VCD dan DVD (*Blue-Ray*), film dapat dinikmati pula di rumah dengan kualitas gambar yang baik, tata suara yang ditata rapi, yang diistilahkan dengan *home theater*. Dengan perkembangan internet, film juga dapat disaksikan lewat jaringan *superhighway*.

### **2.3.2 Jenis-Jenis Film / Genre**

Genre adalah sebutan untuk membedakan berbagai jenis film. Film bisa jadi bersifat fiksi (dibuat-buat) atau kisah nyata ataupun campuran keduanya. Walaupun ratusan film dibuat setiap tahunnya tetapi hanya sedikit film hanya menggunakan satu genre kebanyakan menggabungkan dua genre atau lebih.

#### a. Aksi

Film ini menampilkan efek dan adegan yang mencengangkan seperti kejar-kejaran menggunakan mobil ataupun tembak-tembakan yang melibatkan stuntman. Genre ini biasanya menceritakan kebaikan yang melawan kejahatan, jadi perang dan kriminal adalah subjek yang biasa. Film aksi biasanya hanya membutuhkan usaha yang kecil untuk ditonton, karena alur yang biasanya sederhana. Contoh, film Die Hard di mana ada sekelompok teroris yang mengambil alih gedung pencakar langit dan meminta tebusan untuk para sandera. Bagaimanapun juga seorang pahlawan akan menyelamatkan semuanya. Film aksi biasanya tidak membuat orang menangis, tetapi jika genre ini dicampur drama maka emosi akan dilibatkan.

#### b. Petualangan

Biasanya menceritakan tokoh utama yang melakukan perjalanan untuk menyelamatkan dunia atau orang terdekatnya.

#### c. Animasi

Film yang menggunakan karakter kartun sebagai tokohnya. Gambarnya dulu harus digambar oleh tangan, tetapi sekarang lebih sering menggunakan komputer.

#### d. Persahabatan

Melibatkan dua orang tokoh, di mana yang satu harus menyelamatkan yang lainnya dan keduanya harus mengatasi masalah yang menghadang. Film persahabatan kadang-kadang dicampur komedi, tetapi ada juga yang dibumbui sedikit emosi, karena persahabatan di antara keduanya.

#### e. Komedi

Film lucu tentang orang bodoh yang melakukan hal aneh atau menjadi bodoh dan terlibat hal konyol yang membuat penonton tertawa.

#### f. Dokumenter

Film tentang (atau diklaim tentang) kehidupan nyata seseorang dan kejadian nyata. Genre ini hampir selalu serius dan mungkin melibatkan emosi yang kuat, contoh film Catatan Terakhir Di Nusakambangan.

#### g. Drama

Film serius dan kadang-kadang tentang orang yang jatuh cinta atau perlu membuat keputusan yang besar dalam hidup mereka. Genre ini menceritakan tentang hubungan di antara manusia. Genre ini biasanya mengikuti alur dasar di mana 1 atau 2 karakter harus mengatasi sebuah rintangan untuk mendapatkan apa yang mereka mau.

#### h. Tragedi

Tragedi mirip dengan drama, tentang orang yang sedang memiliki masalah. Contoh, sepasang suami istri yang bercerai dan masing-masing harus membuktikan ke pengadilan bahwa mereka adalah yang terbaik untuk mengasuh anak mereka. Emosi (perasaan) adalah bagian terbesar dari film ini dan penonton mungkin jadi bingung dan bahkan menangis.

#### i. Film Noir

Film drama detektif era 1940-an tentang kriminal dan kekerasan.

#### j. Keluarga

Film yang dibuat dengan baik untuk semua keluarga. Genre ini kebanyakan dibuat untuk anak-anak, tetapi kadang menghibur juga untuk orang dewasa. Disney terkenal karena film Keluarga mereka.

#### k. Horor

Film yang menggunakan ketakutan untuk menarik penonton. Musik, pencahayaan dan latar, semua ditambahkan untuk menambahkan sensasi dan pengalaman.

#### l. Romantis

Komedi romantis biasanya tentang cerita cinta dua orang yang berasal dari dunia berbeda, yang harus melewati rintangan agar bisa bersama.

#### m. Fiksi Sains

Atau biasa disebut (Sci-Fi) Berlatar masa depan atau luar angkasa. Biasanya menceritakan dunia fiksi berimajinasi tentang sebagian besar makhluk luar angkasa (monster) atau pun hal-hal yang berbau robot.

n. Thriller

Biasanya tentang misteri, kejadian aneh, atau kriminal yang harus dipecahkan. Penonton akan tetap menebak-nebak sampai akhir film, ketika biasanya ada akhir yang *twist* (mengejutkan).

o. Western

menceritakan tentang koboi di barat (Amerika 1800-an). Genre ini bisa jadi melibatkan suku Indian (penduduk asli amerika).

p. Suspense

Film yang membuat anda tetap duduk di kursi anda. Genre ini biasanya memiliki lebih dari satu *twist* yang bisa membingungkan penonton.

q. Fantasi

Film fantasi ini melibatkan sihir dan hal yang mustahil yang tidak bisa dilakukan manusia sungguhan.

r. Gore

Film yang sering memperlihatkan aksi brutal atau hal-hal sadis yang berlumuran darah dan sebagainya.

#### s. Religi

Film religi adalah jenis film yang merepresentasikan gagasan-gagasan agama, ritual, tokoh & komunitas agama, serta pengembangan narasi, karakter, ikonografi, dan tema-tema yang berhubungan dengan agama.

## 2.4 Youtube

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video. Didirikan pada 15 Februari 2005, Youtube memungkinkan miliaran orang untuk menemukan, menonton dan berbagi video yang diciptakan. Youtube juga menyediakan forum bagi orang untuk berhubungan, menginformasikan, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia dan bertindak sebagai platform distribusi bagi pencipta konten asli dan pengiklan besar dan kecil.

Perusahaan yang didirikan oleh tiga mantan karyawan *Pay Pal* ini yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi dan *Adobe Flash Video HTML5* untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

Sebagian besar format yang digunakan video-video di YouTube adalah “.flv” yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki plugin *Flash Player*. Namun kini banyak berbagai format yang bisa dipakai seperti 3gp atau MP4. Berdasar

survei dari perusahaan internet Hitwise, diketahui pada Mei 2006 YouTube memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Pada 9 Oktober 2006 diumumkan bahwa YouTube dibeli Google dengan harga US\$ 1,65 miliar.

Pada November 2011, jejaring sosial Google+ terintegrasi langsung dengan YouTube dan penjelajah web Chrome, sehingga video dari YouTube bisa ditonton di Google+. Lalu pada Desember 2011, YouTube meluncurkan penampilan baru di situsnya. Kanal video ditampilkan di kolom tengah halaman utama, sama seperti umpan berita situs-situs jejaring sosial. Situs ini juga merubah logonya dengan bayangan merah yang lebih gelap.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif, proses dan makna (prespektifsubjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Berdasarkan pandangan tersebut, penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mencari sebuah fakta, kemudian memberikan penjelasan yang ditemukan di lapangan. Dalam penelitian deskriptif kualitatif, penulis berusaha memahami dan menjelaskan perilaku manusia dalam situasi tertentu.

Penelitian ini dilakukan melalui sosial media kepada penonton film Ketika hati ingin hijrah yang berdomisili di kota Medan, Sumatera utara menggunakan internet sebagai media pengetahuan dakwah agama islam. Oleh karena itu, Pendekatan ini digunakan adalah pendekatan deskriptif yaitu memperoleh gambaran mengenai sikap atau tanggapan para penonton film, dengan cara observasi dan wawancara dengan penonton film Ketika hati ingin hijrah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak atas pengaruh keberibadian seseorang didalam kerohaniannya setelah menonton film Ketika hati ingin hijrah.

Film Ketika hati ingin hijrah pertama kali digarap mulai di bulan Februari 2017 dimana remaja masjid ar-ridho bersepakat ingin membuat film untuk

hiburan di acara *Isra' Mi'raj* Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam* 1438H , 1 Bulan proses yang di jalani untuk membuat film dan akhirnya selesai. Film Ketika hati ingin hijrah ditayangkan perdana pada tanggal 13 Mei 2017 di Acara Isra' Mi'raj Nabi Muhammad SAW 1438H lingkungan masjid Ar-Ridho Gang Sepakat Jl. Arief Rahman Hakim, Tegay Sari III, Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara 20216 dan mulai tayang di Youtube tanggal 17 mei 2017.

### 3.2 Kategorisasi Penelitian

**Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian**

<b>Konsep</b>	<b>No</b>	<b>Kategorisasi</b>
Komunikasi dakwah melalui film Ketika hati ingin hijrah di channel youtube	1.	Produksi film
	2.	Respon penonton
	3.	Efek penonton

### 3.3 Defenisi Konsep

Agar tidak terjadi kesalah-pahaman antara peneliti dan pembaca mengenai judul yang akan diteliti, maka akan peneliti jelaskan istilah yang ada dalam penelitian ini yaitu:

a. Model Komunikasi Dakwah

Komunikasi merupakan terjemahan dari bahasa latin *communicatio*. Istilah ini bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, maksudnya sama makna dan sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Hakikat komunikasi sendiri adalah proses pernyataan manusia yang dinyatakan itu adalah pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyaluran.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan mazhab komunikasi sebagai transmisi pesan, dimana komunikator dan komunikan mengkonstruksi pesan dan menerjemahkannya. *Mazhab* ini melihat komunikasi sebagai suatu proses yang dengannya seorang pribadi mempengaruhi perilaku dan *state of mind* pribadi yang lain.

Dakwah merupakan pekerjaan yang tidak akan pernah ada habisnya ketika seorang masih hidup. Dan selama itulah manusia harus selalu mengikuti tuntunan dalam al-Quran dan as-Sunah. Dakwah adalah seruan untuk ajakan kepada keinsyafan, atau usaha mengubah situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.

Materi dakwah yang akan disampaikan ialah, *ud"u ila sabili rabika*. Yaitu ajaklah kepada jalan Tuhanmu. Jalan Tuhan secara keseluruhan yang bersumber dari intinya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

Sedangkan pengembangannya, kemudian akan mencakup seluruh kultur Islam yang murni yang bersumber dari kedua pokok ajaran Islam yaitu yang terdapat dalam Surah An-Nisa (4) ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهٗ إِلَى اللَّهِ  
وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan ulil amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu.

Kemudian jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu,

Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya),

jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

b. Video atau Film

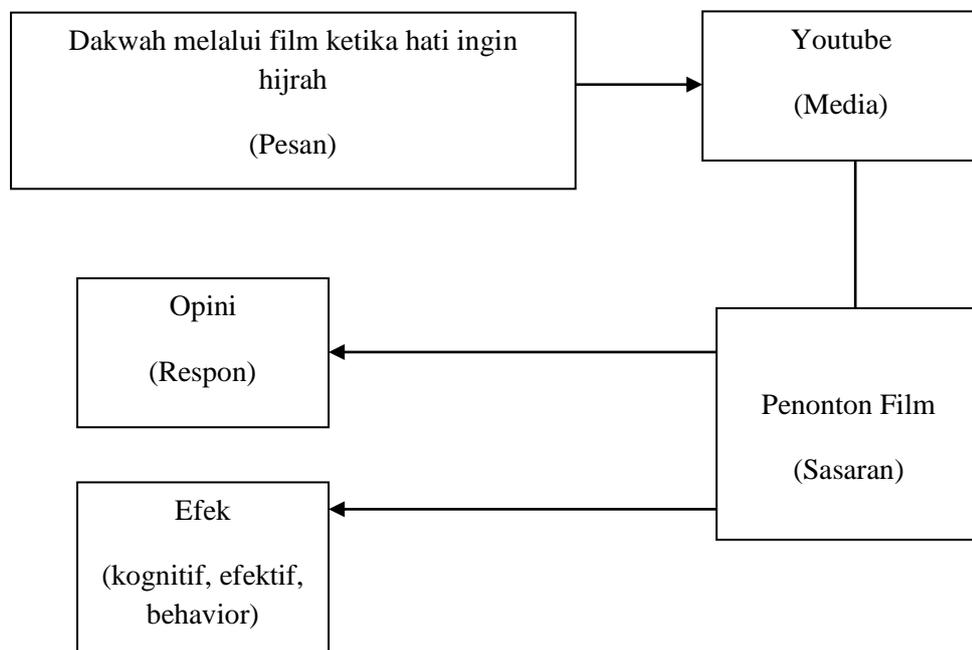
Video dan film sebagai media komunikasi massa memiliki peranan yang sangat besar dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Dengan kelebihan gambar dan suara, video dapat dengan baik menyampaikan pesan kepada komunikan. Video sebagai sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan yang sudah menjadi kebiasaan, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak dan sajian lainnya kepada masyarakat umum. Metode yang paling mudah dan sering digunakan untuk mengklasifikasi film.

### 3.4 Kerangka konsep

Kerangka konsep dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau batasan-batasan tentang teori-teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka konsep penelitian pada dasarnya adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan.

Berikut inilah sebuah gambaran kerangka konsep.

**Bagan 3.1**



### 3.5 Informan atau Narasumber

Informan dalam penelitian adalah orang yang benar-benar tahu tentang dakwah dan film tersebut, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, informan penelitian ini yaitu Sutradara Dakwah Movie, kru Dakwah Movie dan penonton film Ketika hati ingin hijrah.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan 3 teknik dalam pengumpulan data yaitu:

#### **3.6.1 Dokumentasi:** Penggunaan data dokumentasi dalam penelitian ini adalah

untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan data-data tentang berbagai hal yang berhubungan dengan produksi film, aktor-aktor film, tim produksi film, kemudian ditampilkan juga foto-foto saat pra produksi, produksi dan pasca produksi. Teknik dokumentasi digunakan untuk memperkuat bukti dalam penelitian ini.

#### **3.6.2 Wawancara:** Sedangkan penggunaan wawancara mendalam (*dept*

*interview*) dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan data primer dari subyek penelitian dengan cara wawancara mendalam yang tidak berstruktur, dengan pertimbangan supaya dapat berkembang sesuai dengan kepentingan penelitian.

#### **3.6.3 Observasi :** Metode ini menggunakan pengamatan atau penginderaan

langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku. Pengumpulan data dengan menggunakan alat indera dan diikuti dengan pencatatan secara sistematis

terhadap gejala-gejala/fenomena yang diteliti. Observasi dilakukan bila belum banyak keterangan yang dimiliki tentang masalah yang diselidiki. Dari hasil observasi, dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang masalahnya dan mungkin petunjuk-petunjuk tentang cara memecahkan.

Penggunaan metode observasi dalam penelitian ini, sesuai yang di kemukakan oleh Blak dan Champion (1999: 286-287), antara lain: pertama, untuk mengamati fenomena sosial-keagamaan sebagai peristiwa aktual yang memungkinkan peneliti memandang fenomena tersebut sebagai proses; kedua, untuk menyajikan kembali gambaran dari fenomena sosial-keagamaan dalam laporan penelitian dan penyajiannya; dan ketiga, untuk melakukan eksplorasi atas setting sosial di mana fenomena itu terjadi. Sementara H.B. Sutopo (1997:10-11), mengemukakan bahwa teknik observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat, lokasi dan benda serta rekaman gambar.

Observasi dapat dilakukan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi langsung dapat mengambil peran maupun tidak berperan. Spradley (1980), menjelaskan bahwa peran peneliti dalam metode observasi dapat dibagi menjadi:

(1). Tak berperan sama sekali, (2). Berperan aktif, (3). Berperan pasif, dan (4). Berperan penuh, dalam arti peneliti benar-benar menjadi warga atau anggota kelompok yang sedang diamati.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Menurut Lexy J. Moleong (2002), analisis data adalah proses mengorganisasikan dari mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Dari pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa, analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademik dan ilmiah.

Analisis data penelitian bersifat berkelanjutan dan dikembangkan sepanjang program. Analisis data dilaksanakan mulai penetapan masalah, pengumpulan data dan setelah data terkumpulkan. Dengan menetapkan masalah penelitian, peneliti sudah melakukan analisis terhadap permasalahan tersebut dalam berbagai perspektif teori dan metode yang digunakan yakni metode alir. Analisis dalam penelitian ini terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan (Matthew B.Miles dan A Michael Huberman,1992: 16-17). Tahap analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum di mulai sejak pengumpulan data 1) reduksi data,yang diartikan sebagai proses pemilihan,

pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan – catatan tertulis di lapangan; 2) penyajian data (display data) dilakukan dengan menggunakan bentuk teks naratif dan 3) penarikan kesimpulan serta verifikasi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini, dilakukan setelah data-data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam dan observasi. Kemudian data-data tersebut, di analisis secara saling berhubungan untuk mendapatkan dugaan sementara, yang dipakai dasar untuk mengumpulkan data berikutnya, lalu dikonfirmasi dengan informan secara terus menerus secara triangulasi.

### **3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di kota Medan, melibatkan penonton film Ketika hati ingin hijrah. Nantinya dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil sampel 3 orang yang menonton film ketika hati ingin hijrah di channel youtube Dakwah Movie.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Struktur Film**

Struktur-struktur dalam produksi film Ketika hati ingin hijrah

Pembina	: Surianda Lubis
Produser	: Bukhori Adly
Sutradara	: Deni Afriyansyah
Penulis Naskah	: Siti Aisyah Hanim
Produser Eksekutif	: Agung Santoso
Penata Kamera	: Deni Afriyansyah
Penata Artistik	: Rizky Alvin
Penyunting Adegan	: Agung Santoso
Rumah Produksi	: <i>Islamic Youth Association Ar-Ridho (HIRMA)</i>
Durasi	: 40 menit

### **4.1.2 Profil Film**

Film "Ketika hati ingin hijrah" Merupakan sebuah film Karya Anak-Anak muda yang berhimpun di Remaja Masjid Ar-Ridho Medan (HIRMA). yang tidak memiliki basic sama sekali di bidang perfilman, Dengan *Ghirah* yang besar akhirnya mereka berhasil menciptakan film pertama mereka di youtube.

Film Ketika hati ingin hijrah pertama kali digarap mulai di bulan Februari 2017 dimana Remaja masjid Ar-Ridho bersepakat ingin membuat film untuk hiburan di acara *Isra' Mi'raj* Nabi Muhammad SAW 1438H , 1 Bulan proses yang di jalani untuk membuat film dan akhirnya selesai. Film Ketika hati ingin hijrah ditayangkan perdana pada tanggal 13 Mei 2017 di Acara *Isra' Mi'raj* Nabi Muhammad SAW 1438H lingkungan masjid Ar-Ridho Gang Sepakat Jl. Arief Rahman Hakim, Tegal Sari III, Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara 20216 dan mulai tayang di Youtube tanggal 17 mei 2017. Dan kini pada tanggal pengetikan saat ini 10 Januari 2019 jumlah penayangan di youtube pada film Ketika hati ingin hijrah telah mencapai 450.000 kali di tonton.

### 4.1.3 Profil Narasumber

Narasumber atau informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar. Dalam proses ini penulis mengumpulkan data berupa hasil penelitian dari wawancara langsung kepada narasumber yang telah ditentukan. Adapun narasumber yang telah peneliti tentukan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Narasumber**

No.	Nama	Status dalam penelitian	Keterangan
1	Muhammad Handoko	Penonton	Informan 1
2	Habib Anshory Asri	Penonton	Informan 2
3	Asti Febriani, S. Ikom	Penonton	Informan 3
4	Deni Afriyansyah	Sutradara film	Key Informan 1
5	Bukhori Adly	Produser	Key Informan 2

*Sumber: Hasil Observasi Penelitian*

Berikut adalah profil singkat mengenai narasumber atau informan yang diwawancarai peneliti:

Muhammad Handoko

Informan pertama yang diteliti oleh penulis ialah Muhammad Handoko. Beliau ialah seorang presiden didalam sebuah komunitas hijrah yaitu Go Hijrah. Muhammad Handoko juga aktif menjalankan website dan blognya yang kini sudah bisa menghasilkan uang melalui internet. Pria kelahiran Medan 1997 ini pun sedang menimba ilmu di Universitas Harapan mengambil jurusan Sistem informasi dan kini beliau sudah berkuliah selama 8 semester.

Nama : Muhammad Handoko

Umur : 21 tahun

Agama : Islam

Pekerjaan : Internet Marketer

Alamat : Jl. SM Raja Bajak 4 Gang Baru No. 51F

Habib Anshory Asri, S.Ikom

Informan kedua yang akan diteliti oleh penulis ialah Habib Anshory Asry. Pria bersuku campuran Padang dan Karo ini sedang menimba ilmu di universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan mengambil jurusan ilmu komunikasi di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik.

Nama : Habib anshory asry

Umur : 24 tahun

Agama : Islam

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Jalan Bromo, lorong karya no. 09, Tegal sari II, Medan Area, kota  
Medan, Sumatera utara

Asti Febriani, S. Ikom

Informan ketiga yang akan diteliti oleh penulis ialah Asti Febriani atau biasa disapa Asti. Beliau adalah seorang pendiri komunitas seni di kota Medan yang bernama Medan Menulis. Selain ikut komunitas Medan Menulis, Asti juga ikut komunitas keagamaan di kota Medan yang bernama Go Hijrah, dan dirinya menjabat sebagai gubernur di komunitas hijrah tersebut. Saat ini Asti telah selesai menjalankan ujian skripsinya dan sebentar lagi beliau resmi mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Nama : Asti Febriani

Umur : 22 tahun

Agama : Islam

Pekerjaan : Seniman tipografi

Alamat : Jl. Klambir V Al Badar, gang Al Badar 1, no. 11, Medan  
Helvetia, kota Medan, Sumatera utara

Deni Afriyansyah

Key informan pertama yang akan diteliti oleh penulis ialah seorang pemuda bersuku minang kelahiran tahun 1997 yang kini menjadi pendiri komunitas Dakwah Movie Medan. Deni akrab disapa oleh teman-temannya, bercita-cita ingin membangun peradaban islam melalui media perfilman. Beliau kini sedang menggeluti dunia perfilman dan animasi.

Nama : Deni Afriyansyah

Umur : 22 tahun

Agama : Islam

Pekerjaan : Videograper

Alamat : Jl. Arief Rahman Hakim gang Selop, Medan Area, Kota Medan,  
Sumatera utara

Bukhori Adly, SP, S.Pd

Key informan kedua yang akan diteliti oleh penulis ialah seorang Ustadz atau ayah pembina bagi anak-anak Islamic Youth Association Ar-Ridho (HIRMA). Ustadz Bukhori Adly juga pernah menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

strata 1 dan strata 2 program studi Pendidikan Agama Islam dan pernah belajar juga di Mahad Abu Ubaidah Bin Al Jarrah Medan.

Nama : Bukhori Adly

Umur : 40 tahun

Agama : Islam

Pekerjaan : Kepala sekolah

Alamat : Jl. Datuk Kabu Tembung Pasar 3 gang Keluarga, Percut Sei  
Tuan, Deli Serdang, Sumatera utara

#### 4.1.4 Hasil Wawancara

**Tabel 4.2 Wawancara Informan**

No.	Pertanyaan	Nama	Jawaban
1	Apakah kamu suka menonton film ?	Muhammad Handoko (18 Maret 2019)	Suka
		Habib Anshory Asry, S.Ikom (18 Maret 2019)	Saya sangat suka menonton film, namun tergantung genrenya
		Asti Febriani, S.Ikom (19 Maret 2019)	Iya saya suka nonton film

2	Film apa yang biasanya kamu tonton ?	<p>Muhammad Handoko (18 Maret 2019)</p> <p>Habib Anshory Asry, S.Ikom (18 Maret 2019)</p> <p>Asti Febriani, S.Ikom (19 Maret 2019)</p>	<p>Suka nonton film pendek, seperti film muslim maker</p> <p>Saya suka drama dan serial yang mempunyai dampak positif bagi saya</p> <p>Biasa saya nonton film kartun, film indonesia, misal film raditya dika, horor</p>
3	Apakah kamu tahu platform youtube ?	<p>Muhammad Handoko (18 Maret 2019)</p> <p>Habib Anshory Asry, S.Ikom (18 Maret 2019)</p> <p>Asti Febriani, S.Ikom (19 Maret 2019)</p>	<p>Tahu</p> <p>Sangat tahu</p> <p>Iya saya tau</p>
4	Apa yang biasa dilihat jika membuka youtube ?	<p>Muhammad Handoko (18 Maret 2019)</p> <p>Habib Anshory Asry, S.Ikom</p>	<p>Kajian atau ceramah Ustadz</p> <p>Saya sering melihat video game mobile legend dan ceramah ustadz Abdul</p>

(18 Maret 2019)

somad

Asti Febriani, S.Ikom

(19 Maret 2019)

Youtube itu kan, media sosial juga, yang lebih ke konten video. Youtube itu karna bisa di akses oleh semua kalangan, dari anak anak hingga dewasa, jadi saya sering melihat video vloged para artis di indonesia.

Dan juga, di youtube saya sering mencari informasi mengenai berita, politik, dll. Terkadang juga saya menonton film yang bisa diakses oleh youtube, misalkan karya film anak indonesia. Film pendek. Film kartun, dan banyak lainnya.

---

5	Apakah kamu tahu film Ketika hati ingin hijrah yang ada di	Muhammad Handoko (18 Maret 2019) Habib Anshory Asry, S.Ikom (18 Maret 2019)	Baru tahu  Tahu
---	--	---	-----------------------

---

	youtube ?	Asti Febriani, S.Ikom (19 Maret 2019)	Iya saya tau film Ketika hati ingin hijrah
6	Sudah berapa kali menontonnya ?	Muhammad Handoko (18 Maret 2019) Habib Anshory Asry, S.Ikom (18 Maret 2019) Asti Febriani, S.Ikom (19 Maret 2019)	Baru 1 kali Saya menonton sudah 2 kali Sudah 2 kali
7	Apakah kamu suka dengan film itu ? Jika ya atau tidak, kenapa ?	Muhammad Handoko (18 Maret 2019) Habib Anshory Asry, S.Ikom (18 Maret 2019) Asti Febriani, S.Ikom (19 Maret 2019)	Suka, karena ada edukasinya dan cinematografinya sangat menjual Saya suka menonton film itu karena ada pesan positif bagi penonton Iya saya suka. Pertama saya suka, karna film ini merupakan karya anak Indonesia, khususnya di Medan. Jadi ketika saya menonton, saya merasa bangga terhadap karya anak Medan.

Ternyata, ada karya film sekeren ini.

Kalau dari jalan ceritanya, saya juga suka. Disini mengajari bahwa, hidup kita harus bisa merubah jadi yang lebih baik. Yang dulunya msih membantah perintah kedua orang tua, kedepannya tidk boleh begitu. Karna, dari orang tua lah kita dilahirkan di dunia ini. Jangan sampai sekalipun membantah. Ini juga sebagai pengingat diri saya sendiri.

Dan di dalam film ini, terdapat pesan, walaupun dulu kita bandal atau nakal, tapi kesempatan untuk bertaubat itu masih ada diberikan Allah *Subhanahu wa ta'ala* ke umatnya. Jadi pengingat diri saya juga agar tetap terus memperbaiki diri. Dan juga, selain merubah diri sendiri, alangkah baiknya juga membantu teman teman sekitar untuk berubah. Sesuai di scene terakhir di film ini, si pemeran utama memberikan hadia ke teman temannya al quran, agar semuanya sama sama

---

berubah

---

8	Apakah kamu merasakan adanya komunikasi dakwah di film tersebut?	Muhammad Handoko (18 Maret 2019)  Habib Anshory Asry, S.Ikom (18 Maret 2019)  Asti Febriani, S.Ikom (19 Maret 2019)	Ada, yaitu berapa poin tentang ajaran islami  Ya saya merasakan film Ketika hati ingin hijrah banyak menggunakan komunikasi dakwah  Iya saya merasakannya
9	Apa ajaran islam yang kamu dapati setelah menonton film tersebut?	Muhammad Handoko (18 Maret 2019)  Habib Anshory Asry, S.Ikom (18 Maret 2019)  Asti Febriani, S.Ikom (19 Maret 2019)	Hidayah pasti selalu ada untuk kita, namun tetapi bagaimana kita harus sangat peka dalam menerima hidayah dari allah itu sebelum semuanya terlambat  Yaitu dilarangnya berpacaran, tidak melawan orang tua dan tidak mengerjakan yang dilarang agama islam  Di film ini mengajari bahwa, tetap terus menghormati kedua orang tua. Kedua, kesempatan bertaubat itu terbuka bagi siapa aja yang mau berubah. Ketiga, tetap terus mengajak orang sekitar berbuat kebaikan lainnya

---

---

10	Apakah kamu sudah menerapkan ajaran islam dari komunikasi dakwah tersebut?	Muhammad Handoko (18 Maret 2019)	Insyallah lagi berproses dan lagi belajar
		Habib Anshory Asry, S.Ikom (18 Maret 2019)	Sudah, seperti menjauhi narkoba, berjudi, menghormati orang tua dan tidak bergaul dengan orang-orang yang melakukan maksiat
		Asti Febriani, S.Ikom (19 Maret 2019)	Iya insya allah saya sudah menerapkannya

---

**Tabel 4.3 Wawancara Key Informan 1**

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Nama</b>	<b>Jawaban</b>
1	Apa visi tim produksi dalam membuat film Ketika hati ingin hijrah?	Deni Afriyansyah (27 maret 2019)	Menjadikan gerakan dakwah anak muda lebih luas dalam menyebarkan ajaran-ajaran agama Islam dalam bentuk Film, Desain Grafis, Komik dan lainnya.  Kemudan saling belajar demi mewujudkan syiar dakwah yang lebih baik. Lalu yang terakhir, menjadi

---

			platform media dakwah yang berkolaborasi dengan komunitas-komunitas hijrah di kota Medan.
2	Apa misi tim produksi dalam pembuatan film Ketika hati ingin hijrah?	Deni Afriyansyah	Merangkul anak-anak muda untuk sama-sama berdakwah lewat karya visual dan mengedukasi anak-anak muda untuk mahir dalam membuat kreativitas dakwah yang bisa dinikmati semua kalangan.
3	Apa tujuan tim produksi dalam pembuatan film Ketika hati ingin hijrah?	Deni Afriyansyah	Menghibur orang-orang melalui sebuah film di acara keagamaan seperti Isra' Miraj atau semacamnya dibungkus dengan menarik demi membuat orang-orang lebih tertarik mengikuti acara keagamaan dari pada acara yang tidak bermanfaat.
4	Apakah ada kesulitan selama proses pembuatan film	Deni Afriyansyah	Kekurangan alat-alat produksi film sehingga produksi film ini dilakukan seadanya saja .

	Ketika Hati		
	Ingin Hijrah ini?		
5	Adegan cerita mana yang berkesan untuk anda sendiri?	Deni Afriyansyah	Ketika Fikri didatangi abang iparnya untuk mengabari bahwasanya Ibu dari Fikri telah meninggal saat hendak berangkat umroh ke tanah suci. Dan Fikri sedih tidak sempat membahagiakan ibunya dan juga berperilaku buruk terhadap ibunya. Akhirnya Fikri menyesal dan memutuskan untuk berubah lebih baik atau kini lebih dikenal dengan kata Hijrah.

**Tabel 4.3 Wawancara Key Informan 2**

No.	Pertanyaan	Nama	Jawaban
1	Apa tujuan anda sebagai produser dalam membuat film ketika hati ingin hijrah?	Bukhori Adly, SP, S.Pd	Ada 2 tujuan yaituyang pertama ingin mencari ridho Allah <i>Subhanahu wa ta'ala</i> sebagai film dakwah.  Dan yang kedua yaitu kita ingin menyampaikan pesan-pesan dakwah

---

pada film agar masyarakat khususnya pengguna youtube agar memahami ajaran-ajaran islam.

- 
- 2 Apa pesan dakwah yang ada di dalam film Ketika hati ingin hijrah? Bukhori Adly, SP, S.Pd Berawal dari sebuah kekhilafan dan kesalahan yang dilakukan oleh seorang pemuda. Kemudian pemuda tersebut hijrah bertaubat kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala*. Dan dengan hijrahnya tersebut dirinya selalu melakukan kebaikan-kebaikan. Dan dirinya mempunyai keyakinan bahwasanya sebuah kebaikan akan dibalas oleh Allah *Subhanahu wa ta'ala*. Bukankah Allah juga telah berkata didalam Al-Quran surah Ar-Rahman ayat 60.

“هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَانِ إِلَّا الْإِحْسَانُ”

“Allah akan balas kebaikan tersebut dengan kebaikan pula.”

Dan ketika hijrahnya pemuda tersebut maka nyaris keinginan-keinginan yang ia inginkan di ijabah oleh Allah

---

---

*Subhanahu wa ta'ala.*

---

- |   |   |                        |  |
|---|---|------------------------|--|
| 3 | Kenapa situs youtube menjadi media sasaran dalam film ini?    | Bukhori Adly, SP, S.Pd | Situs Youtube memang merupakan sarana utama dalam menyampaikan nilai-nilai dari film ini. Karena menurut kami secara penggunaan dan publikasi tidak ribet. Lalu kemudian, pengguna Youtube itu cukup luas sehingga film ini bisa dinikmati dan dipahami oleh semua orang terkhusus anak muda.  |
| 4 | Adegan film yang paling berkesan menurut anda selaku produser | Bukhori Adly, SP, S.Pd | Scene berkesan bagi saya ialah waktu bagian visualisasi narkoba dan penangkapan aktor. Kemudian pada lokasi rumah tahanan KAPOLSEK Medan Area disitu karena kita masih pemula dalam membuat sebuah film kami harus bersentuhan dengan narapidana dan izin dengan pihak Polsek untuk mengambil gambar disana. Tapi dengan mekanisme yang ada sehingga alhamdulillah berjalan dengan lancar. |
-

## **4.2 Pembahasan**

### **Komunikasi Dakwah Melalui Film Ketika Hati Ingin Hijrah Di Channel**

#### **Youtube**

Dari hasil penelitian yang diteliti penulis pada bulan Maret 2019, Maka dari tiap scene film Ketika hati ingin hijrah diatas bahwa terlihat dalam film ini terdapat pesan-pesan dakwah ajaran agama islam. Walaupun penulis mengalami sedikit kesulitan mencari narasumber yang menonton film Ketika hati ingin hijrah dikarenakan penonton film Ketika hati ingin hijrah banyak ditonton oleh warganet yang didomisili pulau Jawa & sekitarnya. Namun terbukti lewat jawaban para narasumber-narasumber di dalam penelitian ini yang didominasi oleh anak-anak remaja komunitas Go Hijrah Medan bahwasanya mereka telah mendapatkan suatu pembelajaran seputar agama islam lewati film Ketika hati ingin hijrah dengan memperhatikan naskah dan gerakan verbal yang dipraktekan oleh aktor-aktor di scene film tersebut, terutama pada pemeran bernama Fikri yang mempunyai kisah kehidupan hijrah yang menarik. Adapun pesan dakwah yang terbentuk disetiap scene film Ketika hati ingin hijrah untuk memberi gambaran kepada para penontonya.

1. Berbaktilah kepada orang tua sebelum terlambat

Setelah melakukan penilitian dengan teknik wawancara dan observasi kepada para narasumber bahwasanya penonton mendapatkan pembelajaran agama islam di film Ketiia hati ingin hijrah yang menceritakan bahwa ibu kandung Fikri tetap tulus menyayangi dan selalu mengajak Fikri untuk mengerjakan ibadah

sholat. Fikri selalu membantah perintah ibunya namun ibunya tak pernah henti untuk terus menasehati fikri.

Dan akhirnya atas qadarullah ibu kandung fikri meninggal saat hendak pergi ke tanah suci untuk menjalankan ibadah umroh. Dan disitulah Fikri sangat menyesal karena dahulunya Fikri tidak mau mendengarkan nasehat ibunya. Ajakan berbakti kepada Allah sebelum terlambat ialah komunikasi dakwah paling menonjol dalam film Ketika hati ingin hijrah ini. Para penonton yang telah saya teliti kebanyakan membahas tentang penyesalan anak bernama Fikri dahulunya suka melawan orang tua. Dan itu mampu membuat film Ketika hati ingin hijrah mempunyai cerita yang membuat penontonnya sedih dan mulai tersugesti oleh cerita film Ketika hati ingin hijrah.

Berbakti kepada kedua orang tua merupakan salah satu amal sholih yang mulia bahkan disebutkan berkali-kali dalam Al Quran tentang keutamaan berbakti pada orang tua. Allah Ta'ala berfirman: "*Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapak.*" (An Nisa: 36). Di dalam ayat ini perintah berbakti kepada dua orang tua disandingkan dengan amal yang paling utama yaitu tauhid, maka ini menunjukkan bahwa amal ini pun sangat utama di sisi Allah 'Azza wa Jalla. Begitu besarnya martabat mereka dipandang dari kacamata syari'at. Nabi mengutamakan bakti mereka atas *jihād fi sabilillah*, Ibnu Mas'ud berkata: "*Aku pernah bertanya kepada Rosulullah, 'Amalan apakah yang paling dicintai Allah?' Beliau menjawab, 'mendirikan sholat pada waktunya,' Aku bertanya kembali, 'Kemudian apa?' Jawab Beliau, 'berbakti*

*kepada orang tua,' lanjut Beliau. Aku bertanya lagi, 'Kemudian?' Beliau menjawab, 'Jihad di jalan Allah.'"* (HR. Al Bukhori no. 5970). Demikian agungnya kedudukan berbakti pada orang tua, bahkan di atas *jihad fi sabilillah*, padahal jihad memiliki keutamaan yang sangat besar pula.

## 2. Menjauhi narkoba dan obat-obatan terlarang

Peneliti juga mendapat hasil dari setelah melakukan penelitian dan wawancara dari beberapa narasumber, dan yang paling peneliti ingat ialah ketika narasumber bernama Habib Anshory Asry yang mendapat pembelajaran setelah menonton film Ketika hati ingin hijrah ia sadar bahwa mengkonsumsi narkoba dan obat-obat terlarang ialah perbuatan yang merugikan dan juga dilarang oleh agama islam.

Kita sebagai pemuda muslim harus melalui masa-masa remaja dengan segudang prestasi bukan dengan kehancuran yang sia-sia salah satunya seperti menggunakan narkoba atau obat-obatan terlarang. Narkoba sudah kita ketahui bersama bagaimana dampak bahayanya. Narkoba dapat merusak jiwa dan akal seseorang. Berbagai efek berbahaya sudah banyak dijelaskan oleh pakar kesehatan. Begitu pula mengenai hukum penggunaan narkoba telah dijelaskan oleh para ulama *madzhab* sejak masa silam. Narkoba adalah singkatan dari narkotika, psikotropika dan bahan adiktif lainnya. Istilah lainnya adalah *Napza* [narkotika, psikotropika dan zat adiktif]. Istilah ini banyak dipakai oleh para praktisi kesehatan dan rehabilitasi.

Narkotika adalah zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintetis maupun semi sintetis yang dapat menyebabkan penurunan atau perubahan kesadaran, hilangnya rasa, mengurangi sampai menghilangkan rasa nyeri, dan dapat menimbulkan ketergantungan. Psikotropika adalah zat atau obat, baik alamiah maupun sintetis bukan narkotika, yang berkhasiat psikoaktif melalui pengaruh selektif pada susunan saraf pusat yang menyebabkan perubahan khas pada aktivitas mental dan perilaku. Lebih sering digunakan oleh dokter untuk mengobati gangguan jiwa.

### 3. Dilarang bersentuhan antara lawan jenis

Termasuk hubungan yang diharamkan dalam Islam karena besarnya kerusakan yang ditimbulkannya adalah apa yang disebut sebagai “pergaulan bebas” antara laki-laki dan perempuan tanpa ada ikatan yang dibenarkan dalam syariat. Perbuatan ini akan menimbulkan banyak keburukan dan kerusakan besar, seperti bertemunya laki-laki dan perempuan yang bukan mahram, berkenalan, berjabat tangan, berteman dekat dan berpacaran. Dan tentu saja semua hubungan yang tidak halal ini bisa mengantarkan kepada perbuatan *zina* dan penyimpangan akhlak lainnya, *na'dzu billahi min dzaalik*. Oleh karena itulah, para ulama Ahlus sunnah melarang dan memperingatkan dengan keras tentang besarnya fitnah/kerusakan perbuatan ini, bahkan mereka menegaskan bahwa perbuatan ini merupakan biang segala keburukan dan kerusakan yang terjadi di masyarakat.

#### 4. Mengajak orang-orang untuk saling berbuat amal kebaikan

Peneliti juga mendapat informasi dari narasumber bahwasanya dari beberapa narasumber yang di wawancarai sudah menerapkan komunikasi dakwah dari film Ketika hati ingin hijrah di kehidupan mereka pribadi.

Nabi Muhammad *shallallaahu 'alaihi wa sallam* memerintahkan untuk menyampaikan perkara agama dari beliau, karena Allah *subhanahu wa ta'ala* telah menjadikan agama ini sebagai satu-satunya agama bagi manusia dan jin (yang artinya), "*Pada hari ini telah kusempurnakan bagimu agamamu dan telah kusempurnakan bagimu nikmat-Ku dan telah aku ridhai Islam sebagai agama bagimu*" (QS. Al Maidah : 3). Tentang sabda beliau, "*Sampaikan dariku walau hanya satu ayat*", Al Ma'afi An Nahrawani mengatakan, "Hal ini agar setiap orang yang mendengar suatu perkara dari Nabi *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersegera untuk menyampaikannya, meskipun hanya sedikit. Tujuannya agar nukilan dari Nabi *shallallaahu 'alaihi wa sallam* dapat segera tersambung dan tersampaikan seluruhnya." Hal ini sebagaimana sabda beliau *shallallaahu 'alaihi wa sallam*, "*Hendaklah yang hadir menyampaikan pada yang tidak hadir*". Bentuk perintah dalam hadits ini menunjukkan hukum *fardhu kifayah*.

#### 5. Meminta pertolongan hanya kepada Allah

Kita telah mengetahui, Allah-lah satu-satunya Dzat yang mampu memberikan manfaat dan menghilangkan mudharat dari diri kita. Jika demikian, maka hanya Allah lah tempat kita memohon pertolongan dan meminta perlindungan. Barangsiapa yang bergantung kepada selain Allah, niscaya dia

akan ditelantarkan, sebab hanya Dia satu-satunya tempat meminta perlindungan, meminta keselamatan, dan tumpuan harapan. Segala manfaat dan madharat berada di tangan-Nya.

Salah satu bentuk perbuatan bergantung kepada selain Allah adalah dengan meminta perlindungan dan keselamatan hidup kepada selain-Nya, baik itu jin, penghuni kubur, ataupun yang lainnya. Sungguh aneh, ketika ada orang yang mengakui bahwa hanya Allah yang menciptakannya dan mengatur segala urusannya, tetapi meminta perlindungan (*isti'adzah*) kepada selain Allah. Padahal hanya Allah yang mampu memberikan perlindungan kepada kita. *Isti'adzah* artinya meminta perlindungan dan penjagaan dari hal yang tidak disukai. *Isti'adzah* adalah termasuk dari doa mas-alah (doa permintaan).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Film Ketika hati ingin hijrah ini merupakan film islami yang dibuat di kota Medan, Sumatera utara. Film yang dibuat menggunakan peralatan-peralatan yang sederhana ini mampu membuat penonton-penonton youtube menjadi tertarik dan mempengaruhi kerohanian mereka secara pribadi. Dan juga mampu membuat penontonnya untuk melakukan dakwah di sosial media sebagai mana yang dilakukan oleh *Islamic Youth Association Ar-Ridho (HIRMA)*.

Pesan yang diterapkan dari film ini adalah memperkenalkan bahwasanya hidayah itu datang kapan aja namun bagaimana seseorang tersebut bisa menjemput hidayahnya dengan sendirinya.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa metode berdakwah dengan sarana film di situs youtube sangat berpengaruh dan mampu dalam meningkatkan pengetahuan dan minat para penonton untuk semangat dalam belajar agama islam dan berdakwah. Dari metode yang telah diterapkan di penelitian film dapat memahami perubahan akhlak, sikap, dan keimanan penontonnya.

## **5.2 Saran**

Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan seputar komunikasi dakwah terhadap pembaca nantinya. Dan menjadikan dakwah sebagai alat komunikasi untuk menyiarkan agama Allah *Subhana wa ta'ala* agar lebih kreatif dan tidak membosankan. Peneliti juga mengharapkan agar pembaca yang belum menonton film Ketika hati ingin hijrah agar bisa menonton filmya segera di channel youtube Dakwah movie.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anas, Ahmad. 2010. *Paradigma Dakwah Kontemporer*. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra.
- Arifin, Anwar. 1988. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Aziz, Ali. 2009. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Depag RI. 2005. *Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta.
- Effendy, Heru. 2006. *Mari Membuat Film, Panduan*. Yogyakarta: PT. Erlangga.
- Harits, Busyairi. 2006. *Dakwah Konstektual*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Katie, Jamaluddin. 1993. *Psikologi Dakwah*. Surabaya: Offset Indah.
- L. Rivers, William.; Jay W. Jensen.; & Theodore Peterson. 2003. *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, M.A. 2010. *Teory Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Murti, Krisna. 2009. *Titik Temu Seni Video Dan Seni Film : Esai Tentang Seni Video dan Media Baru*. Yogyakarta: Indonesia Visual Art Archive.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Peransi, D.A. 2005. *Film, Media Seni, FFTV*. Jakarta: IKJ Press.
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode & Terpaan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tajibu Kamaluddin. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi*. Makassar: Alauddin University Press.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

**Website :**

Youtube. <https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/> . Diakses pada 13 Januari 2019

**Skripsi Online:**

Hanafi, Mochamad. 2018. *Model Komunikasi Dakwah Dalam Video Klip Salam'alaikum - Haris Jung*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya. 1 Februari 2018.  
[http://digilib.uinsby.ac.id/23429/6/Mochammad%20Hanafi\\_B71213055](http://digilib.uinsby.ac.id/23429/6/Mochammad%20Hanafi_B71213055)  
Diakses pada 17 Januari 2019.









MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

*Unggul, Cerdas & Terpercaya*  
 menjawab surat ini agar disebutkan  
 nomor dan tanggalnya

Sk-1

PERMOHONAN-PERSETUJUAN  
 JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu Ketua Jurusan ILMU KOMUNIKASI  
 FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

Medan, 6 DESEMBER 2018

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : SUWANDA FITRA RIZKY  
 NPM : 1503 1101 50  
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
 Tabungan sks : 128 sks, IP Kumulatif 3,47

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI FILM "KETIKA HATI INGIN HIJRAH" DI CHANNEL YOUTUBE.	✓ 13/12 - 2018
2	KOMUNIKASI MASSA PADA KOMUNITAS MATAPONSEL MEDAN	
3	KOMUNIKASI ANTAR-PRIBADI DALAM PEMASARAN PRODUK KEJU KESU.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;\*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Jurusan :  
 Diteruskan kepada Dekan untuk  
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon,

SUWANDA F. RIZKY

(.....)

Medan, tgl. 13 Desember 2018

Nurhasanah NST, S.Sos, M.I.kom

Ketua



*Unggul, Cerdas & Terpercaya*

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474

Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**  
**Nomor : 11.134/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2018**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 975/SK/IL.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **13 Desember 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **SUWANDA FITRA RIZKY**  
N P M : 1503110158  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun 2018/2019  
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI FILM "KETIKA HATI  
INGIN HIJRAH" DI CHANNEL YOUTUBE**

Pembimbing : JUNAEDI, S.PdI., M.Si

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor Nomor 975/SK/IL.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa kadaluarsa tanggal 13 Desember 2019**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 05 Rabiul Akhir 1440 H  
13 Desember 2018 M



**Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP**

**Tembusan :**

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

*Unggul, Cerdas & Terpercaya*  
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-3

**PERMOHONAN  
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 17 FEBRUARI 2019

**Bapak Dekan FISIP UMSU**

di

Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : SUWANDA FITRA RIZKY  
 N P M : 1503 1101 58  
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Skripsi** yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. .... /SK/II.3/UMSU-03/F/20..... tanggal ..... dengan judul sebagai berikut :

KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI FILM KETIKA HATI  
 INGIN HIJRAH DI CHANNEL YOUTUBE

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 5)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

Pemohon,

(.....)

(.....)

**UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**  
**Nomor : 041/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019**

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Sabtu, 19 Januari 2019  
 Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai  
 Tempat : Ruang Lab FISIP UMSU  
 Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
16	SUWANDA FITRA RIZKY	1503110158	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom., H.	JUNADI., S.Pdi., M.Si.	KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI FILM "KETIKA HATI INGIN HIJRAH" DI CHANNEL YOUTUBE
17	WIRI ARIANA	1503110177	Dr. LEYLIA KHAIRANI.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	OPINI MASYARAKAT ASAHAN TERHADAP PELAKSANAAN PEMILIHAN UMUM SERENTAK TAHUN 2019
18	DENAYU FATHANAH	1503110035	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI PEREMPUAN ACEH TENTANG TRADISI MAYAM DALAM ADAT PERKAWINAN (STUDI PADA PEREMPUAN ACEH DI KOTA MEDAN)
19					
20					

Medan, 11 Jumadil Awwal 1440 H  
 17 Januari 2019 M





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

*Unggul, Cerdas & Terpercaya*  
 Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama lengkap : SUWANDA FITRA RIZKY  
 NPM : 1503 1101 50  
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
 Judul Skripsi : KOMUNIKASI DA'WAH MELALUI FILM KETIKA HATI INGIN HIDRAH DI CHANNEL YOUTUBE

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	6-12-2018	Bimbingan Proposal	
2	16-2-2019	ACC PROPOSAL	
3	2-3-2019	Bimbingan draf wawancara	
4.	5-3-2019	ACC Draf wawancara	
5	27-3-2019	Bimbingan Skripsi I	
6	29-3-2019	Bimbingan Skripsi II	
7.	19-6-2019	Bimbingan Skripsi III	
8	20-7-2019	Bimbingan Skripsi IV	
9.	22-7-2019	Bimbingan Skripsi V	
10	21-8-2019	ACC Skripsi	

Medan, 21 AGUSTUS 2019

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke : .....

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



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

SK-6

PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 26 Agustus 2019

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : SUWANDA FITRA Rizky  
N P M : 1503 1101 58  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Alamat rumah : JALAN ARIEF RAHMAN HAKIM NO. 53 MEDAN

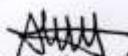
Telp : .....

dengan ini mengajukan permohonan mengikuti Ujian Skripsi. Bersama ini Saya lampirkan persyaratan:

1. Transkrip Nilai Kumulatif dari Dekan, rangkap - 2;
2. Tanda Bukti Lunas SPP tahap berjalan, rangkap - 2;
3. Tanda Bukti Lunas Biaya Ujian Skripsi, rangkap - 2;
4. Foto Copy Ijazah Terakhir Dilegalisir, rangkap - 3;
5. Konvensi Nilai (bagi Mahasiswa pindahan), rangkap - 2;
6. Surat Keterangan Bebas Pinjaman Buku dari Perpustakaan UMSU, rangkap - 2;
7. Foto Copy Cover Skripsi, rangkap - 2;
8. Foto Copy Surat Penetapan Pembimbing (SK-2), rangkap - 2;
9. Foto Copy Kartu Hasil Studi, rangkap - 2; dan Melampirkan yang **Aslinya**.
10. Foto Copy Sertifikat Lulus Ujian Kompri, rangkap - 2; dan Melampirkan yang **Aslinya**.
11. Permohonan Ujian Skripsi, rangkap - 2;
12. Pas Photo Terbaru Hitam Putih Ukuran 3 x 4 cm = 5 lembar dan 4 x 6 = 8 lembar
13. Skripsi yang telah Disahkan lengkap diperbanyak = 3 eksemplar dan dijilid (Pembimbing - 1).
14. Terlampir Photocopy KTP ukuran A4 sebanyak = 2 lembar

Demikianlah permohonan Saya, untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak Saya ucapkan terima kasih, *Wassalam*.

Pemohon,

  
(SUWANDA FITRA RIZKY)

Disetujui oleh :

Medan, 26 Agustus 2019

Medan, 2019

Medan,

a.n.Rektor,  
Wakil Rektor - I

(Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos.,MSP)

(Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH.,M.Hum)



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

SK-7

SURAT PERNYATAAN

*Bismillahirrohmanirrohiem.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :

Nama lengkap : SUWANDA FITRA RIZKY  
 Tempat, tgl. lahir : MEDAN, 02 FEBRUARI 1998  
 Agama : Islam/Kristen/Katolik/Hindu/Budha\*  
 Status Perkawinan : Kawin/Belum Kawin/Duda/Janda\*  
 N P M : 1503 1101 58  
 Alamat Rumah : JALAN ARIEF KAHMAN HAKIM NO. 53 MEDAN  
 ..... Telp/HP. 0823 6773 6496  
 Pekerjaan/Instansi : .....  
 Alamat Kantor : .....  
 ..... Telp/HP. ....

melalui surat permohonan tertanggal ..... telah mengajukan permohonan menempuh Ujian Skripsi. Untuk ujian skripsi yang akan saya tempuh, menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Bahwa saya dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.
2. Bahwa saya siap secara optimal dan berada dalam kondisi baik untuk memberikan jawaban atas pertanyaan dari Penguji.
3. Bahwa saya bersedia menerima keputusan yang ditetapkan oleh Panitia Penguji Skripsi dengan ikhlas tanpa mengadakan gugatan apapun juga.
4. Saya menyadari bahwa keputusan Panitia Penguji ini bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran tanpa paksaan atau tekanan dalam bentuk apa pun dan dari siapa pun, untuk dipergunakan bilamana dipandang perlu. Semoga Allah SWT. meridhoi saya. Amien.-

Saya yang menyatakan,



*[Handwritten Signature]*

SUWANDA FITRA RIZKY



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)



**BORANG DATA ALUMNI**

I. DATA PRIBADI	
NAMA LENGKAP	SUWANDA FITRA RIZKY
TEMPAT DAN TGL. LAHIR	MEDAN, 02 FEBRUARI 1998
AGAMA	ISLAM
SUKU BANGSA	MINANGKABAU
II. KEMAHASISWAAN	
TAHUN MASUK UMSU	
N P M	1503 1101 58
JURUSAN	ILMU KOMUNIKASI
ASAL SEKOLAH	SMK SWASTA MULTI KARYA
ALAMAT SEKOLAH	JALAN STM NO.10 MEDAN AMPLAS
MENDAPAT BEASISWA (Selama di UMSU)	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
III. KETERANGAN PENYELESAIAN STUDI	
JADWAL UJIAN SKRIPSI	HARI TANGGAL
NILAI/IPK/PREDIKAT	NILAI : IPK : PREDIKAT :
JUDUL SKRIPSI	KOMUNIKASI DAKWAH MELAWI FILM KETIKA HATI INGIN HIJRAH DI CHANNEL YOUTUBE
IV. KETERANGAN KELUARGA	
STATUS SIPIL	KAWIN/BELUM KAWIN/JANDA/DUDA*
NAMA SUAMI/ISTRI*	WAFAT TAHUN
PEKERJAAN TERAKHIR	
JUMLAH ANAK KANDUNG	PRIA ..... ORANG, WANITA ..... ORANG = .....ORANG
ALAMAT RUMAH & KODE POS	
TELEPON/HP	0831 6633 0777
NAMA AYAH	SULAIMAN TANJUNG
NAMA IBU	DELVA YENNI
PEKERJAAN ORANG TUA	WIRASWASTA
ALAMAT RUMAH & KODE POS	JALAN ARIF RAHMAN HAKIM NO. 53 MEDAN
TELEPON/HP	0813 7074 2066
V. KETERANGAN PEKERJAAN	
PEKERJAAN	
JABATAN DI INSTANSI	
NAMA INSTANSI	
ALAMAT INSTANSI	
TELEPON/FAX INSTANSI	

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 657/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Jum'at, 30 Agustus 2019  
Waktu : 08.00 Wib s.d. selesai  
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGGUJI I	PENGGUJI II	PEMBIMBING	
	AZMI NUARI RAMADHAN	1503110131	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KOTA DUMAI DALAM PENATAAN RUANG PUBLIK (ANALISIS DEKRIPTIF KUALITATIF PASCA RELOKASI PASA DOCK DUMAI)
	DIAN ADI MULYA DAULAY	1403110285	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	ETIKA FOTO JURNALISTIK DALAM RUANG DAN GAMBAR DI HARIAN TRIBUN MEDAN (ANALISIS DESKRIPTIF FOTO HEAD LINE DI HARIAN TRIBUN MEDAN)
	PANJI WAHYUDI	1303110145	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	JUNAIDI, S.PdI, M.Si	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M. I.Kom	DAYA TARIK PEMBALAP IMOTO GP VALENTINO ROSSY DALAM IKLAN YAMAHA ALL NEW R-15 UNTUK MENINGKATKAN DAYA PENJUALAN
	WARDIANA PUTRI	1503110229	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP	STRATEGI HUMAS DALAM KEGIATAN CSR DI BIDANG SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUSAHAAN PT PERTAMINA (PERSERO) MEDAN
	SUWANDA FITRA RIZKY	1503110158	Dr. ARIFIN SALEH, M.SP	CORRY NOVIRICA SINAGA, S.Sos., M.A.	JUNAIDI, S.PdI, M.Si	KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI FILM "KETIKA HATI INGIN HIJRAH" DI CHANNEL YOUTUBE

Isi Sidang :

Medan, 26 Dzulhijjah 1440 H  
27 Agustus 2019 M

Ditetapkan oleh :

Muhammad Arifin, SH, M.Hum  
Rektor



Dr. MUSAHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. DATA PRIBADI**

Nama : **SUWANDA FITRA RIZKY**  
Tempat/ Tgl. Lahir : Medan, 02 Februari 1998  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Jl. Arief Rahman Hakim No.53 Medan  
Telp/HP. : 083166330777

### **B. PENDIDIKAN**

- SD Nurul Islam Indonesia (2009) Berijazah
- SMP Negeri 6 Medan (2012) Berijazah
- SMK Swasta Multi Karya (2015) Berijazah

### **C. KEMAMPUAN**

- Mengoperasikan komputer berupa software multimedia
- Mampu menggunakan kamera untuk mendokumentasikan baik foto dan video

Demikian daftar riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 04 November 2019  
Hormat saya

**SUWANDA FITRA RIZKY**