

**REPRESENTASI PESAN TENTANG KEWASPADAAN
MEMILIH TRAVEL HAJI MELALUI FILM *MEKAH*
I'M COMING KARYA JEIHAN ANGGA**

SKRIPSI

Oleh :

HARZIAH RANI

NPM 1803110022

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

MEDAN

2022

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

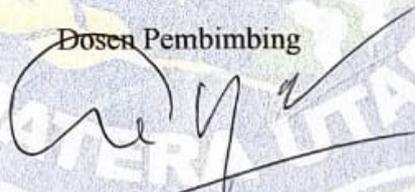
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : **HARZIAH RANI**
NPM : 1803110022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **REPRESENTASI PESAN TENTANG KEWASPADAAN MEMILIH TRAVEL HAJI MELALUI FILM MEKAH I'M COMING KARYA JEIHAN ANGGA**

Medan, 08 April 2022

Dosen Pembimbing



CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



AKHYAR ANSHORI S.Sos., M.I.Kom



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

Unggul | Terpercaya

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 : **HARZIAH RANI**
NPM : 1803110022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Jum'at, 08 April 2022
Waktu : Pukul 08.30 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **AKHYAR ANSHORI S.Sos., M.LKom**

(.....)

PENGUJI II : **Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA**

(.....)

PENGUJI III : **CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.**

(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

ABRAR ADHANI, S.Sos., M.LKom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Harziah Rani, NPM 1803110022, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu 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 dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

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

Medan, 30 Maret 2022
Yang Menyatakan,



Harziah Rani

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakaatuh

Alhamdulillah dengan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya teruma dengan nikmat kesehatan, iman dan Islam sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar S-1 Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW semoga kita tetap konsisten pada Al-Qur'an dan As-sunnah.

Adapun judul dalam penulisan skripsi ini adalah **“REPRESENTASI PESAN TENTANG KEWASPADAAN MEMILIH TRAVEL HAJI MELALUI FILM MEKAH I'M COMING”**. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap bahwa dengan adanya penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian serupa. Dalam mengerjakan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dengan bimbingan dan petunjuk. Untuk itu pada kesempatan ini izinkanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan rasa sayang yang tulus dan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada Ayahanda H.Dani Risandy dan Ibunda Hj.Nurainun yang tercinta, kakak saya Nanda Rahmasari, S.M dan Zainuddin Simangungsong, S.M, yang telah mendo'akan serta memberi dukungan baik itu

berupa materi dan motivasi dari awal sampai akhir kuliah kepada penulis dan keponakan saya Zaina Yasmine Ramadhani Simangungsong yang selalu menghibur saya. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Corry Novrica AP. Sinaga S.Sos.,M.A , selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menuntun serta memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan sejak dari tingkat

persiapan hingga selesainya skripsi ini dan membantu penulis dalam mengurus berkas perkuliahan.

8. Teman seperjuangan Nurainun, Cici Wulan Dari, Qeisha Amaliah Pynasthika, Tasya Kamila Azhar dan khususnya kelas A IKO Pagi 2018 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Terakhir terimakasih kepada diri saya sendiri yang tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca. Apabila dalam penulisan ini terdapat kata-kata yang kurang berkenan penulis mengharap maaf yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai kita semua. Amin ya Robbal ‘Alamin.

Wassalamu’alaikum warahmatullahi wabarakaatuh.

Medan, Maret 2022

HARZIAH RANI
NPM : 1803110022

**REPRESENTASI PESAN TENTANG KEWASPADAAN MEMILIH
TRAVEL HAJI MELALUI FILM *MEKAH I'M COMING*
KARYA JEIHAN ANGGA**

HARZIAH RANI

1803110022

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang dengan Insan kreatif Indonesia mengangkat kasus penipuan travel haji yang marak terjadi dialami masyarakat dalam media massa lewat film berjudul “*Mekah I’m Coming*”. Film ini berfokus pada Eddy yang ingin mendapatkan kuota visa haji resmi namun harus mengantri selama 10 tahun. Eddy memilih mengambil jalur kilat dari agen travel haji yang menjanjikan. Sesampainya Eddy di Jakarta, Eddy menyadari bahwa ternyata ia telah ditipu agen travel haji abal-abal. Film *Mekah I’m Coming* mengedukasi masyarakat tentang haji namun tidak memiliki kesan menggurui. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji melalui film *Mekah I’m Coming* karya Jeihan Angga. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif bersifat deskriptif dengan analisis semiotika *Charles Sanders Peirce*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, yaitu dengan menonton dan mengamati adegan dan dialog dalam film *Mekah I’m Coming* yang merepresentasikan pesan kewaspadaan memilih travel haji dan dokumentasi, yaitu dari beberapa buku, jurnal, internet, dan sumber lainnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika *Charles Sanders Peirce* yaitu tanda, objek, dan interpretasi. Adapun hasil penelitian ini adalah ditemukannya pesan verbal dan non verbal yang menunjukkan representasi pesan kewaspadaan memilih travel haji yaitu cek legalitas penyelenggara travel haji yang ditawarkan terlebih dahulu, jangan mudah percaya kepada orang yang baru ditemui/baru dikenal, teliti ulang dalam melihat detail paket yang ditawarkan, minta cek bukti pembayaran setelah melakukan transaksi, dan tanyakan rekomendasi travel haji pada keluarga atau kerabat yang telah berangkat haji.

Kata Kunci: *Representasi, Semiotika, Pesan Kewaspadaan, Film Mekah I’m Coming*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penelitian	5
BAB II URAIAN TEORITIS	7
2.1 Representasi	7
2.2 Komunikasi.....	8
2.3 Komunikasi Massa	8
2.3.1 Pesan Komunikasi Massa.....	9
2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa	9
2.3.3 Efek Komunikasi Massa	10
2.4 Komunikasi Interpersonal.....	10
2.5 Kewaspadaan	11
2.6 Travel Haji	11
2.7 Film.....	12
2.7.1 Karakteristik Film	13

2.7.2 Jenis-Jenis Film.....	14
2.7.3 Film Sebagai Media Massa.....	15
2.8 Semiotika.....	16
2.9 Semiotika Charles Sanders Pierce.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Kerangka Konsep.....	21
3.3 Definisi Konsep.....	21
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	23
3.5 Informan atau Narasumber.....	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7 Teknik Analisis Data.....	24
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Hasil Penelitian.....	28
4.2 Pembahasan.....	40
BAB V PENUTUP	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kategorisasi Penelitian.....	23
Tabel 3.2	Profil Film <i>Mekah I'm Coming</i>	25
Tabel 4.1	Adegan di Kantor Travel Haji.....	29
Tabel 4.2	Adegan di Tempat Parkir.....	32
Tabel 4.3	Adegan di Restoran.....	33
Tabel 4.4	Adegan di Hotel.....	36
Tabel 4.5	Adegan di Warteg.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tanggapan Media.....	3
Gambar 1.2	Tanggapan Masyarakat	3
Gambar 2.1	Segitiga Semiotika Charles Sanders Pierce.....	18
Gambar 3.1	Kerangka Konsep.....	21
Gambar 3.2	Poster Film <i>Mekah I'm Coming</i>	25
Gambar 4.1	Menit (21:26) Eddy Berada di Kantor Travel Haji	29
Gambar 4.2	Menit (22:20) Agen Travel Haji Menyarankan Buku Tabungan Haji.....	30
Gambar 4.3	Menit (22:26) Agen Travel Haji Menyarankan Tabungan Haji Lewat Aplikasi Mobile.....	30
Gambar 4.4	Menit (23:07) Juru Parkir Memberi Kartu Tanda Pengenal Travel Haji Jalur Kilat.....	32
Gambar 4.5	Menit (23:09) Eddy Menerima Kartu Tersebut.....	32
Gambar 4.6	Menit (23:31) Agen Travel Haji Menawarkan Paket Haji.....	33
Gambar 4.7	Menit (23:58) Agen Travel Haji Menjelaskan Fasilitas Travel Haji Yang Mereka Tawarkan.....	34
Gambar 4.8	Menit (24:27) Agen Travel Haji Memberi Diskon Haji 35	
Gambar 4.9	Menit (34:40) Ekspresi Eddy yang kesal	36
Gambar 4.10	Menit (34:45) Eddy dan Pajrul Bertanya Pada Resepsionis Perihal Kebenaran Travel Haji.....	36
Gambar 4.11	Menit (35:55) Eddy Sadar Dirinya Telah Ditipu....	37
Gambar 4.12	Menit (36:59) Pemilik Warteg Memperlihatkan Seragam Hajinya Yang Telah Menjadi Kain Serbet.....	38

Gambar 4.13 Menit (38:28) Pak Rojak Salah Satu Korban

Penipuan Haji39

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Film merupakan bagian dari media komunikasi massa yang sering digunakan sebagai media yang menggambarkan dan menjelaskan kehidupan sosial dalam masyarakat. Insan kreatif Indonesia mengangkat kasus penipuan travel haji yang marak terjadi dialami masyarakat dalam media massa lewat film berjudul “*Mekah I’m Coming*”. Film *Mekah I’m Coming* bukan hanya sekedar hiburan akan tetapi dapat menjadi sumber informasi dan mengedukasi para penontonnya sehingga pesan kewaspadaan memilih travel haji yang disampaikan dapat mudah diterima dan dipahami.

Film *Mekah I’m Coming* berfokus pada kisah cinta Eddy (Rizky Nazar) dan Eni (Michelle Ziudith) yang terhalang restu, sebab Eni akan dijodohkan dengan seorang lelaki kaya bernama Pietoyo. Pak Soleh yang merupakan Ayah Eni mengatakan kepada Eddy jika ingin dianggap layak menjadi suami Eni, Eddy harus berangkat Haji tahun ini.

Kuota visa Haji resmi yang ingin Eddy dapatkan tersebut diharuskan mengantri selama 10 tahun. Eddy yang tidak sabar memutuskan untuk memilih cara lain yaitu dengan mengambil jalur kilat dari agen travel haji yang menjanjikan. Sesampainya Eddy di Jakarta, Eddy menyadari bahwa ternyata ia

telah ditipu agen travel haji abal-abal karena hotel yang menjadi tempatnya menginap bukanlah asrama haji.

Eddy menyembunyikan hal ini dari siapapun, termasuk keluarga, kerabat, dan seluruh warga desa. Eddy memutuskan menetap di Jakarta dan berpura-pura naik haji. Eddy menunggu waktu yang tepat untuk pulang kampung, agar terlihat seperti orang yang telah naik haji.

Film *Mekah I'm Coming* tayang serentak di bioskop pada 5 maret 2020 bergenre drama komedi yang di produseri oleh Hanung Bramantyo dan di sutradarai oleh Jeihan Angga dengan durasi 93 menit serta digarap oleh rumah produksi MD Pictures dan Dapur Film. Sebelum tayang resmi untuk umum, film *Mekah I'm Coming* terlebih dahulu ditayangkan perdana di Jogja-NETPAC *Asian Film Festival* pada 21 November 2019. Film ini juga dapat ditonton di berbagai aplikasi streaming seperti Viu, Vidio, Disney Hotstar, dan Netflix. Film *Mekah I'm Coming* turut dibintangi oleh Rizky Nazar, Michelle Ziudith, Jennifer Coppen, Ephy Sekuriti, mendiang Ria Irawan, Totos Rasiti, Rasyid Karim, Yusril Fahriza, Dwi Sasono, dan Fanny Fadillah.

Reaksi penonton setelah menonton film *Mekah I'm Coming* di bioskop sangat antusias, terhibur, dan menangkap pesan yang disampaikan lewat film tersebut. Respon mereka pun beragam, ada yang tertawa terbahak-bahak, prihatin dengan karakter pemain, dan paham dengan isu yang diangkat dalam film tersebut. Hal ini membuktikan bahwa film *Mekah I'm Coming* berhasil membawa skenario yang logis, utuh, jelas sebab-akibatnya, dan tidak ada adegan yang sia-sia. Berikut ini

adalah beberapa tanggapan dan reaksi dari media dan masyarakat setelah menyaksikan film *Mekah I'm Coming*.



Gambar 1.1 Tanggapan Media Gambar 1.2 Tanggapan Masyarakat

Sumber: instagram/mdpictures_official

Perbedaan film *Mekah I'm Coming* dengan film-film lainnya adalah jika film-film lainnya banyak mengangkat tema religi, lain halnya dengan film *Mekah I'm Coming* yang menyajikan film tentang seputar agama tetapi bukan film religi melainkan film ini dikemas dengan komedi serta penuh kritik bermakna yang membuat para penonton terhibur dan lebih mudah memahami makna pesan yang terdapat dalam film tersebut. Film *Mekah I'm Coming* juga mengedukasi masyarakat tentang haji namun tidak memiliki kesan menggurui dengan pesan yang disampaikan lewat film ini adalah mengajak masyarakat agar berhati-hati dan waspada dalam memilih travel haji.

Dari uraian-uraian diatas, peneliti berfokus pada objek penelitian yang dianggap menarik yaitu ingin mempresentasikan pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji melalui film *Mekah I'm Coming* karya Jeihan Angga.

1.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang masalah di atas, maka batasan masalah yang akan dibahas dibatasi pada adegan-adegan dalam film *Mekah I'm Coming* karya Jeihan Angga yang memiliki pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji agar mempermudah penulis dalam penyusunan dan lebih fokus dalam penelitian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas serta untuk memperjelas masalah yang akan dibahas, maka peneliti merumuskan masalah yakni bagaimana pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji direpresentasikan melalui film *Mekah I'm Coming* karya Jeihan Angga?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji melalui film *Mekah I'm Coming* karya Jeihan Angga.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian-kajian di bidang ilmu komunikasi khususnya pada bidang ilmu komunikasi yang berfokus pada

analisis semiotika film. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengetahuan tentang kewaspadaan memilih travel haji sehingga masyarakat dapat berhati-hati sebelum mendaftarkan diri pada agen travel haji.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi yang mengambil bidang ilmu komunikasi khususnya yang menaruh minat pada bidang perfilman serta dapat memberikan masukan kepada masyarakat penggemar film agar dapat memahami makna dari apa yang ditonton dan juga dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti maupun bagi yang lainnya.

1.5 Sistematika Penelitian

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan berisi tentang uraian dari Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis yaitu hasil tinjauan kepustakaan terkait menguraikan dan menjelaskan tentang Representasi, Kewaspadaan, Travel Haji, Komunikasi, Komunikasi Massa, Komunikasi Interpersonal, Film, Film Sebagai Media Massa, Semiotika, dan Semiotika Charles Sanders Peirce

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi Penelitian, Informan atau Narasumber, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisa Data, dan Deskripsi Lokasi dan Waktu Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penelitian dan pembahasan yaitu berisikan tentang Hasil Pembahasan Penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini yaitu penutup, menguraikan dan menjelaskan tentang Simpulan dan Saran dari hasil dan pembahasan penelitian.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Representasi

Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Marcel Danesi mendefinisikan representasi sebagai proses merekam pengetahuan, ide, dan pesan dalam beberapa cara fisik. Didefinisikan sebagai kegunaan dari tanda yakni untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu, dimengerti, dirasakan atau diimajinasikan lewat beberapa bentuk fisik. (Wibowo, 2013, hal. 148)

Menurut Stuart Hall (Wibowo, 2013, hal. 148) ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yakni konsep tentang ‘sesuatu’ yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual), representasi mental adalah sesuatu yang abstrak. Kedua, ‘bahasa’, yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada harus diterjemahkan dalam ‘bahasa’ yang lazim, agar kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide tentang suatu hal dengan tanda dari simbol-simbol tertentu.

Menurut David Croteau dan William Hoynes (Wibowo, 2013, hal. 148), representasi merupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang menggaris bawahi hal tertentu dan hal lain yang diabaikan. Dalam representasi media, tanda yang akan digunakan untuk melakukan representasi tentang sesuatu mengalami proses seleksi. Mana yang sesuai dengan kepentingan-kepentingan dan pencapaian tujuan-tujuan komunikasi ideologisnya itu yang digunakan sementara tanda-tanda lain diabaikan.

2.2 Komunikasi

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communication* yang artinya pemberitahuan atau pertukaran. (Wiryanto, 2004, hal. 5)

Beberapa para ahli (Wiryanto, 2004, hal. 6-7) mendefinisikan komunikasi sebagai berikut :

- a. Sarah Trenholm dan Arthur Jensen mendefinisikan komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui berbagai saluran.
- b. Raymond S. Ross mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya dengan yang dimaksudkan oleh komunikator.
- c. Menurut Harold D Lasswell, komunikasi adalah siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek apa?
- d. Bernad Berelson dan Gary A. Steiner mendefinisikan komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dengan menggunakan simbol.

2.3 Komunikasi Massa

Definisi komunikasi massa menurut beberapa ahli (Romli, 2016, hal. 1–3) , yaitu:

- a. Menurut Bittner, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang banyak.
- b. Menurut Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan dengan terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang disebar.
- c. Menurut Freidson, komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi.

2.3.1 Pesan Komunikasi Massa

Pesan terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang (simbol) untuk mengeskpresikannya. Lambang utama pada radio adalah bahasa lisan, pada surat kabar adalah bahasa tulisan, pada film dan televisi adalah gambar. Pesan yang disiarkan media massa bersifat umum, karena untuk kepentingan umum. Definisi komunikasi dari Severin dan Tankard menyatakan bahwa komunikasi massa adalah sebagai ketrampilan, ilmu, dan seni. Karena hal ini media surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film dapat memikat perhatian dan memukau khalayak, yang pada gilirannya mengubah sikap, pandangan dan perilaku. (Ruliana dan Lestari, 2019, hal. 167)

2.3.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa (Effendy, 1984, hal. 31) dapat disederhanakan menjadi empat fungsi , yaitu:

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

2.3.3 Efek Komunikasi Massa

Efek dari yang disebarkan oleh komunikator melalui media massa timbul pada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Oleh sebab itu, efek melekat pada khalayak akibat dari perubahan psikologis. Beberapa efek komunikasi antara lain: efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, bingung merasa jelas.

Efek afektif berkaitan pada perasaan. Akibat dari membaca surat kabar, majalah, mendengarkan radio, menonton televisi dan film, menimbulkan perasaan tertentu pada khalayak. Perasaan akibat terpaan media massa bermacam-macam, mulai dari senang sehingga tertawa terbahak-bahak, sedih sehingga menitikkan air mata, perasaan takut hingga merinding dan perasaan-perasaan lainnya. Efek konatif bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. (Ruliana dan Lestari, 2019, hal. 171)

2.4 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang proses komunikasinya berlangsung dua orang atau lebih dengan tatap muka, yang memungkinkan setiap orang dapat menangkap reaksi dari orang lain secara langsung, baik verbal ataupun non verbal. (Muslimin & Jannah, 2019, hal. 43)

Dari aspek interpersonal, kelompok yang terdiri dari dua orang lebih dianggap sebagai bentuk komunikasi yang melibatkan dua orang disebut *Dyadic communication*. (Afrilia, M; Arifina, 2020, hal. 9)

2.5 Kewaspadaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kewaspadaan adalah suatu keadaan (hal) waspada. Arti lain dari kewaspadaan adalah kesiapsiagaan.

Kewaspadaan adalah suatu keadaan kesiapsiagaan untuk mengetahui dan menanggapi suatu kegiatan yang tak terduga (Parasuraman, 1998). Menurut ahli *neuroscience cognitive*, kewaspadaan adalah sebuah kemampuan dalam mempertahankan perhatian pada suatu tugas dalam jangka waktu tertentu. (Lestari, 2010)

2.6 Travel Haji

Travel haji adalah suatu perusahaan yang menyediakan jasa layanan yang berhubungan dengan perjalanan ibadah haji. Banyaknya agen travel yang melakukan keberangkatan haji, membuat para jamaah haji harus lebih teliti dalam memilih agen travel haji yang dapat dipercaya. Oleh karena itu, banyak perusahaan travel haji yang bersaing ketat untuk mendapatkan kepercayaan dari para calon jamaah haji. Banyaknya kasus penipuan yang dilakukan oleh agen travel haji membuat turunnya tingkat kepercayaan calon jamaah kepada agen-agen penyedia jasa layanan perjalanan haji. (Kifli, 2010)

2.7 Film

Film dalam arti sempit adalah penyajian gambar melalui layar lebar, akan tetapi dalam arti luas bisa juga termasuk yang disiarkan TV. Film dapat diputar berulang kali pada tempat dan khalayak yang berbeda. (Cangara, 2014, hal. 150–151)

Film merupakan salah satu media komunikasi massa yang berperan sebagai sarana atau tempat menyampaikan pesan kepada masyarakat. Film dapat disebut sebagai transformasi kehidupan masyarakat karena sering memotret keadaan masyarakat. Film selalu merekam realitas yang berkembang dalam masyarakat dan kemudian ditampilkan dalam layar.

Film memiliki dualisme, antara lain sebagai media hiburan dan media pendidikan. Sebagai media hiburan, film dijadikan alat untuk melepas penat dan mengisi waktu luang seseorang. Sedangkan sebagai media pendidikan, terdapat adanya unsur-unsur ideologi dan propaganda dalam fenomena topik film. Media pendidikan adalah pesan yang terkandung dalam film, yang memiliki arti penting bagi khalayak untuk membedakan hal baik dan buruknya pesan yang disampaikan melalui film.

Film terdiri dari lambang-lambang komunikasi, yang secara semiotik memiliki makna. Lambang-lambang komunikasi diciptakan untuk menyatakan maksud tertentu kepada penerima (komunikan). Film merupakan sistem tanda, artinya ada pesan-pesan yang terkandung dalam sebuah film. Penerima (penonton) tidak hanya sekedar menyaksikan adegan atau kejadian secara mentah dengan apa

adany, tetapi juga perlu memperhatikan pesan yang terkandung dari beberapa adegan film. Khalayak diharapkan dapat membaca tanda atau lambang serta dapat menginterpretasikannya. (Haryati, 2021, hal. 2-4)

Menurut Marselli Sumarno (Mudjiono, 2011) fungsi film mempunyai nilai pendidikan. Dalam film, nilai pendidikan tidak sama dengan kata pendidikan di bangku sekolah maupun kuliah. Nilai pendidikan dalam film memiliki makna sebagai pesan-pesan moral film yang dibuat halus. Pesan pendidikan dalam film jika dibuat dengan halus akan memunculkan kesan bahwa penonton tidak merasa seperti digurui. Setiap film memberi tahu atau mengajari penonton tentang sesuatu, karena dengan menonton film, penonton mendapatkan pembelajaran bagaimana ketika bergaul, berpenampilan, bertingkah laku, dan sebagainya.

2.7.1 Karakteristik Film

Menurut Effendy (Ardianto, dkk, 2007, hal. 145) mengatakan bahwa faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film adalah layar sebagai berikut :

a. Layar yang luas/lebar

Film dan televisi mempunyai kesamaan yaitu sama-sama menggunakan layar, namun kelebihan media massa berupa film adalah layarnya yang berukuran lebih luas dan lebar. Layar film yang lebih luas dan lebar telah memberikan keleluasaan penonton untuk melihat adegan-adegan yang ditayangkan.

b. Pengambilan gambar

Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau shot dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot*,

dan *paniramic shot*, yakni pengambilan pemandangan secara keseluruhan yang lebih luas.

c. Konsentrasi penuh

Saat menonton film di dalam bioskop, semua pikiran dan perasaan penonton hanya tertuju pada alur cerita film dan mata penonton tertuju pada layar yang disajikan karena di dalam bioskop kedap suara membuat semua penonton bebas dari gangguan suara luar.

d. Identifikasi psikologis

Para penonton dapat merasakan bahwa suasana di dalam bioskop telah membuat semua pikiran dan perasaan penonton ikut larut dalam cerita yang ditayangkan. Penghayatan mendalam yang dirasakan penonton, secara tidak sadar membuat penonton seperti sedang ikut berperan dalam film. Gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut identifikasi psikologis.

2.7.2 Jenis-Jenis Film

Wayan Widharma (Panuju, 2019, hal. 20) menyebutkan 3 jenis film, yaitu: film dokumenter, film fiksi; dan film non dokumenter. Film dokumenter lebih menggambarkan sebuah fakta, tidak menciptakan cerita sendiri, tokoh, kejadian, melainkan merekam peristiwa yang benar-benar terjadi. Sedangkan film fiksi umumnya lebih menggambarkan sesuatu yang berdasarkan ide imajinasi. Namun ada juga film fiksi yang berdasarkan kisah nyata namun tetap dibumbui cerita karangan. Film eksperimental atau non dokumenter dibuat berdasarkan opini-opini di luar industri film yang *mainstream*. (Panuju, 2019, hal. 20–22)

Film dapat dibedakan menurut sifatnya (Effendy, 2017, hal. 210–215) yaitu:

1. Film Cerita
2. Film Berita
3. Film Dokumenter
4. Film Kartun

2.7.3 Film Sebagai Media Massa

Gatot Prakoso (Romli, 2016, hal. 97) mendefinisikan film sebagai gambar hidup, hasil dari seluloid yang diputar dengan menggunakan proyektor dan diarahkan ke layar yang dipertontonkan di bioskop. Film menggunakan banyak tanda, simbol, ikon membuat penonton berusaha mengartikan makna dan hakikat dari film yang disajikan.

Dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman pada Bab 1 pasal 1, dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara yang dapat dipertunjukkan. (Wahyuningsih, 2019, hal. 6)

Pesan-pesan dalam komunikasi massa dapat diterima khalayak dengan jumlah yang banyak memerlukan media dalam prosesnya dan salah satu media tersebut adalah film. Film berfungsi sebagai media massa yang memiliki kapasitas untuk membuat pesan yang sama secara bersamaan menjangkau banyak sasaran. Oleh karena itu diperlukannya komunikasi massa untuk membuat strategi agar

pesan yang disampaikan dapat mengenai sasaran dalam jumlah banyak dengan sekaligus. (Ardianto, dkk, 2007, hal. 101)

2.8 Semiotika

Secara etimologis, semiotika berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Misalnya asap menandakan adanya api. Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasi ilmu yang mempelajari deretan luas objek, peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. (Wibowo, 2013, hal. 7)

Menurut Umberto Eco (Wibowo, 2013, hal. 9), semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi yaitu pengirim, penerima kode atau sistem tanda, pesan, saluran komunikasi dan acuan.

Analisis semiotika seringkali didefinisikan sebagai kajian dari tanda-tanda. Pada dasarnya analisis semiotika adalah sebuah studi terkait kode-kode yaitu sistem apa pun yang memungkinkan seseorang memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sesuatu yang memiliki makna (Lubis, 2017).

Tanda didefinisikan sebagai sesuatu hal yang didasarkan mewakili sesuatu hal lain. Semiotik atau pemeriksaan simbol-simbol menumbuhkan tradisi pemikiran penting dalam teori komunikasi (Lubis, 2017).

Tanda adalah interpretasi manusia dan hanya dapat dipahami di dalam kerangka penggunaan latar belakang orang-orang yang memegang tanda-tanda tersebut (Lubis, 2017).

Konsep dasar semiotika adalah tanda yang diartikan sebagai suatu stimulus yang mengarah pada suatu hal yang bukan diri sendiri. Menurut John Powers (Mudjiyanto & Nur, 2013) ada tiga unsur yang dimiliki pesan yaitu: 1) tanda dan simbol; 2) bahasa; 3) wacana. Tanda adalah dasar dari semua komunikasi. Tanda menunjuk atau mengarah pada suatu hal yang bukan diri sendiri, sedangkan makna adalah hubungan antara ide atau objek dengan tanda.

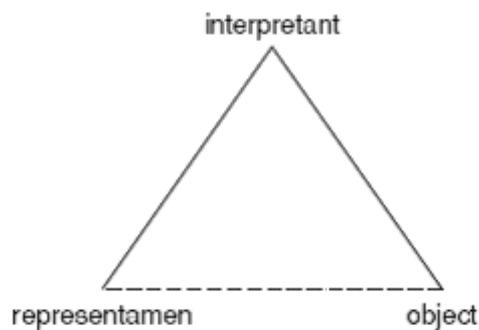
2.9 Semiotika Charles Sanders Pierce

Teori modern pertama yang membahas tentang tanda diutarakan oleh Charles Sanders Pierce sebagai ahli filsafat pada abad kesembilan belas yang diakui sebagai pendiri semiotika modern. Semiotika didefinisikannya sebagai suatu hubungan antara tanda (simbol), objek, dan makna. Tanda diwakili oleh objek (*referent*) yang ada dalam pikiran seseorang yang menginterpretasikannya (*interpreter*). Pierce (Morissan, 2013, hal. 33) mengatakan bahwa representasi dari suatu objek disebut *interpretant*.

Bagi Pierce semiotika didasari pada logika, sebab logika mempelajari bagaimana orang berpikir, sedangkan berpikir dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda memungkinkan seseorang untuk berpikir, berhubungan dengan orang lain dan memberi makna pada apa yang dihadirkan oleh alam semesta. Tanda-tanda berhubungan dengan objek-objek yang menyamai dan mempunyai

hubungan sebab-akibat. Pierce mengharapkan agar teorinya yang bersifat umum dapat diterapkan pada semua macam tanda, dan untuk mencapai tujuannya, ia memerlukan konsep-konsep yang baru. Untuk melengkapi konsep itu, ia membuat kata-kata baru yang dibuatnya sendiri. (Kaelan, 2009, hal. 166)

Pierce (Budiman, 2011, hal. 74) dalam konsepnya menawarkan jenis model yang biasa disebut triadic sebagai berikut:



Gambar 2.1 Segitiga Semiotika Charles Sanders Pierce

Sumber : Budiman, Kris, *Semiotika Visual*

- a. *Representamen*, merupakan sesuatu yang bersifat indrawi atau berfungsi sebagai tanda.
- b. *Interpretant*, yakni suatu tanda lain ekuivalen dalam pikiran seseorang.
- c. *Object*, yakni sesuatu yang mengacu pada tanda.

Cara klasifikasi yang dilakukan Pierce (Budiman, 2011, hal. 19-22) terhadap tanda mempunyai kekhasan meski tidak dikatakan sederhana. Pierce membedakan macam-macam tanda menjadi: Ikon (*icon*), Indeks (*index*), dan Simbol (*symbol*) berdasarkan relasi di antara representamen dan objek.

- a. Ikon merupakan suatu tanda yang menyimpan kesamaan bentuk sehingga tanda itu mudah dikenali oleh penggunanya. Pada ikon, hubungan antara representamen dan objeknya dibentuk sebagai kesamaan dalam beberapa kualitas. Seperti rambu lalu lintas merupakan tanda yang ikonik karena melambangkan bentuk yang mempunyai kesamaan dengan yang aslinya.
- b. Indeks merupakan suatu tanda yang mempunyai keterkaitan fenomenal atau eksistensial di antara representamen dan objeknya. Pada indeks, hubungan antara tanda dengan objeknya bersifat kongkret, aktual dan umumnya melalui suatu cara yang sekuensial atau kausal. Seperti jejak telapak kaki yang berada di atas permukaan tanah, menandakan indeks dari seseorang atau binatang yang telah melewati atau memijak tempat itu.
- c. Simbol merupakan suatu tanda yang bersifat arbiter dan konvensional sesuai kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat. Tanda-tanda kebahasaan pada umumnya merupakan simbol-simbol. Seperti rambu-rambu lalu lintas.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif dengan pendekatan semiotika. Data yang yang diteliti berupa gambar dan kata-kata yang tidak didominasi oleh angka-angka (Idrus, 2009, hal. 25). Penelitian kualitatif lebih mengutamakan proses dan makna. Metode kualitatif merupakan suatu proses penelitian yang menganalisis fenomena sosial. Penelitian kualitatif juga lebih fleksibel dan bermacam-macam (Mulyana, 2013, hal. 19–20).

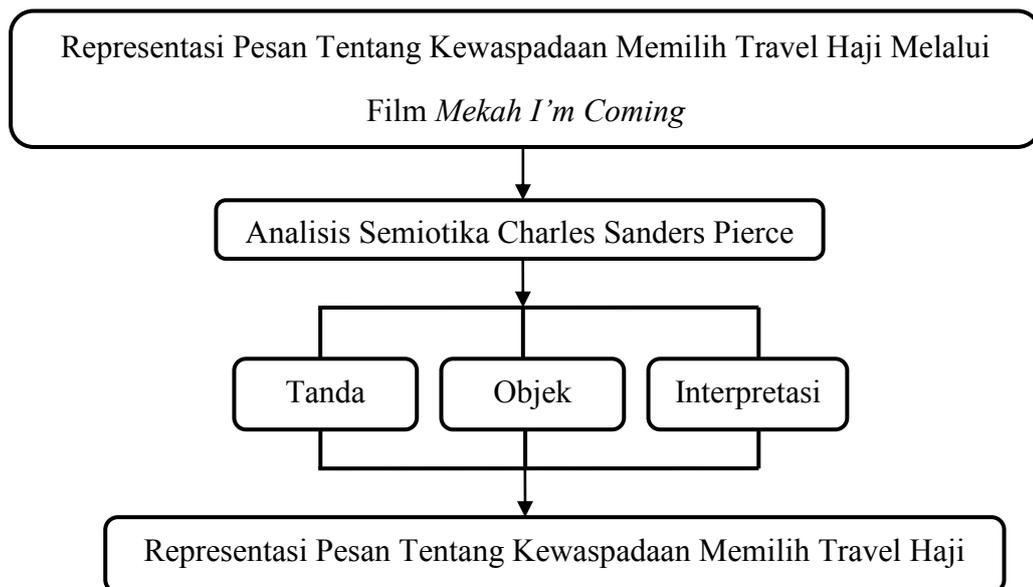
Penelitian bersifat deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu peristiwa, kejadian, dan petunjuk dengan menumpukan kepedulian pada masalah-masalah nyata yang terjadi saat ini. Dengan penelitian deskriptif, penelitian ini akan mendeskripsikan kejadian dan peristiwa yang menjadi fokus kepedulian tanpa membagikan perlakuan khusus pada kejadian tersebut (Hidayat dan Lubis, 2021).

Deskriptif kualitatif adalah sebagai tata cara penelitian yang membentuk data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari individu dan perbuatan yang dapat diamati (Sinaga, 2019).

Penelitian ini berusaha untuk mencari tanda berupa pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji melalui film *Mekah I'm Coming* yang terdapat

dalam dialog dan adegan-adegan dengan menggunakan analisis semiotika model *Charles Sanders Pierce*.

3.2 Kerangka Konsep



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

Sumber: Hasil Peneliti, 2022

3.3 Definisi konsep

3.3 1 Film *Mekah I'm Coming* karya Jeihan Angga

Film *Mekah I'm Coming* merupakan film drama komedi yang tayang di bioskop pada 5 Maret 2020. Sebelum resmi ditayangkan untuk umum, film *Mekah I'm Coming* lebih dulu ditayangkan perdana di Jogja-NETPAC *Asian Film Festival* pada November 2020. Film ini merupakan debut film panjang Jeihan Angga sebagai sutradara dan diproduseri oleh Hanung Bramantyo. Film ini diproduksi hasil kolaborasi antara MD Pictures dengan Dapur Film.

Bercerita tentang Eddy (Rizky Nazar) yang ingin berangkat haji agar dianggap layak menjadi suami Eni (Michelle Ziudith), namun untuk mendapatkan kuota visa Haji resmi, Eddy diharuskan mengantri selama 10 tahun. Lalu Eddy tertarik untuk mengambil jalur kilat dari Agen Travel Haji yang sangat menjanjikan, sesampainya di Jakarta untuk transit, Eddy baru menyadari ternyata ia telah ditipu oleh agen travel Haji abal-abal.

3.3.2 Representasi

Representasi merupakan suatu gambaran atau penggambaran tentang realitas kehidupan yang terjadi dalam media. Representasi bekerja diantara hubungan tanda dan makna (Badara, 2012).

3.3.3 Analisis Semiotika

Analisis semiotika Charles Sanders Peirce (Mudjiyanto & Nur, 2013) berusaha mencari suatu makna tanda terkait hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda, objek, dan interpretasi, yaitu:

- a. Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat dilihat oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang mengarah (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri.
- b. Objek adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda.
- c. Interpretasi adalah proses menempatkan makna dengan sesuatu yang akan diamati.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

KONSEP TEORITIS	INDIKATOR
Film <i>Mekah I'm Coming</i>	<i>Adegan-adegan film yang merepresentasikan pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji</i>
Analisis Semiotika <i>Charles Sanders Pierce</i>	Tanda Objek Interpretasi

Sumber: Hasil Peneliti, 2022

3.5 Informan atau Narasumber

Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah hasil wawancara tentang pendapat dari sutradara dan pemain film *Mekah I'm Coming* tentang pesan kewaspadaan memilih travel haji. Informasi dan hasil wawancara ini didapatkan dari internet untuk membantu menyelesaikan dan memperkuat penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik ataupun cara yang dapat digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

- a. Observasi (pengamatan), yaitu dengan cara menonton langsung dan mengamati adegan, dialog, perilaku yang ada dalam film *Mekah I'm Coming*.

Selanjutnya, peneliti akan meng-capture potongan adegan yang merepresentasikan pesan kewaspadaan memilih travel haji kemudian menganalisisnya menggunakan metode yang telah ditentukan.

- b. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data yang relevan dengan objek penelitian agar dapat dijadikan bahan argumentasi seperti buku-buku, jurnal, internet dan sumber yang lainnya.

3.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Analisis Semotika memiliki arti sebagai suatu kajian tentang tanda dan cara tanda itu bekerja. Analisis data dilakukan dengan cara mengamati dan menonton film *Mekah I'm Coming* melalui aplikasi layanan streaming berdasarkan pada tanda dan subjek yang merepresentasikan pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji serta melakukan tangkapan layar berupa adegan, dialog, perilaku, mimik wajah pada tokoh yang ada dalam film. Selanjutnya, hasil pengamatan yang diteliti akan dikumpulkan sebagai sebuah makna pesan yang nantinya menjadi kesimpulan terhadap kehidupan tokoh dalam film tersebut.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi bersifat fleksibel artinya tidak ada lokasi khusus untuk melakukan penelitian karena objek penelitian adalah film yang ditonton melalui aplikasi layanan streaming. Penelitian dilakukan mulai Desember 2021 s/d Maret 2022.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

3.9.1 Profil Film *Mekah I'm Coming*

Tabel 3.2 Profil Film *Mekah I'm Coming*

Poster Film *Mekah I'm Coming*



Gambar 3.2 Poster Film *Mekah I'm Coming*

Sumber: <https://md.manojpunjabi.com/official-poster-mekah-im-coming/>

Tanggal Rilis	21 November 2019 (Jogja-NETPAC Asian Film Festival) 5 Maret 2020 (bioskop)
Durasi	93 Menit
Negara	Indonesia
Bahasa	Bahasa Indonesia Bahasa Jawa

Genre	Drama Komedi
Sutradara	Jeihan Angga
Produser	Hanung Bramantyo
Penulis	Jeihan Angga
Produksi	MD Pictures Dapur Film
Distributor	Disney+ Hotstar Netflix Vidio Viu
Pemain	Rizky Nazar sebagai Eddy Michelle Ziudith sebagai Eni Ephy Sekuriti sebagai Fajrul Ria Irawan sebagai Bu Ramah Totos Rasiti sebagai Pak Soleh Rasyid Karim sebagai Pak Rojak Cici Tegai sebagai pemilik warteg Deswin Faqih sebagai Amri Fathi sebagai orang Arab Rio Srundeng sebagai tukang parkir Ofix Nurhansyah sebagai bagian pelayanan travel agen

3.9.2 Sinopsis Film *Mekah I'm Coming*

Film *Mekah I'm Coming* mengangkat kasus penipuan travel haji yang marak terjadi dialami masyarakat. Film ini berfokus pada tokoh Eddy yang berasal dari Yogyakarta yang ingin mendapatkan kuota visa haji resmi namun harus mengantri selama 10 tahun. Eddy memilih mengambil jalur kilat dari agen travel haji yang menjanjikan. Sesampainya Eddy di Jakarta, Eddy menyadari bahwa ternyata ia telah ditipu agen travel haji abal-abal karena hotel yang menjadi tempatnya menginap bukanlah asrama haji.

Eddy menyembunyikan hal ini dari siapapun, termasuk keluarga, kerabat, dan seluruh warga desa. Eddy memutuskan menetap di Jakarta dan berpura-pura naik haji. Eddy menunggu waktu yang tepat untuk pulang kampung, agar terlihat seperti orang yang telah naik haji.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika *Charles Sanders Peirce*. Analisis Semotika digunakan untuk mendeskripsikan adegan dan dialog yang merepresentasikan pesan kewaspadaan memilih travel haji yang terdapat dalam film *Mekah I'm Coming*.

Analisis data dilakukan dengan cara mengamati dan menonton film *Mekah I'm Coming* melalui aplikasi layanan streaming berdasarkan pada tanda, objek dan interpretasi yang merepresentasikan pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji serta melakukan tangkapan layar berupa adegan, dialog, perilaku, mimik wajah pada tokoh yang ada dalam film. Selanjutnya, hasil pengamatan yang diteliti akan dikumpulkan sebagai sebuah makna pesan yang nantinya menjadi kesimpulan terhadap kehidupan tokoh dalam film tersebut.

Analisis data dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan dengan menonton dan mengamati film *Mekah I'm Coming* secara berulang-ulang untuk menemukan adegan-adegan yang merepresentasikan pesan kewaspadaan memilih travel haji menggunakan analisis semiotika *Charles Sanders Peirce*.
2. Setelah selesai menyaksikan dan menemukan tanda yang terdapat dalam film *Mekah I'm Coming*, langkah selanjutnya yang peneliti lakukan adalah

mendokumentasikan dengan *screenshot* adegan-adegan film yang mengandung pesan kewaspadaan memilih travel haji.

3. Lalu dilanjutkan dengan menganalisis dengan menggunakan analisis semiotika *Charles Sanders Peirce*.
4. Langkah terakhir peneliti akan menarik hubungan antara adegan dan dialog yang telah disaksikan dengan menjelaskan dan menganalisis tanda sesuai dengan semiotika *Charles Sanders Peirce* yaitu Tanda, Objek, dan Interpretasi.

Berikut ini merupakan representasi pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji yang terdapat dalam film *Mekah I'm Coming* dengan analisis semiotika *Charles Sanders Peirce*.

1. Cek legalitas penyelenggara travel haji yang ditawarkan terlebih dahulu

Tabel 4.1 Adegan di Kantor Travel Haji

Tanda	
-------	--

Gambar 4.1 Menit (21:26) Eddy Berada Di Kantor Travel Haji

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284

Agen travel haji : “Mas... mas... sayang itu boleh tapi kalo
halu itu jangan maksimal, mbok
diminimalisir”

Eddy : “Moso nggak bisa toh mas?”



**Gambar 4.2 Menit (22:20) Agen Travel Haji
Menyarankan Buku Tabungan Haji**

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284



**Gambar 4.3 Menit (22:26) Agen Travel Haji
Menyarankan Tabungan Haji Lewat Aplikasi Mobile**

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284

Eddy	: “Yowis, memang kalo harus ngantri berapa lama?”
Agen travel haji	: “Sebentar kok mas, cuma... 10 tahun” *tertawa*
Eddy	: *Mengahela napas*
Agen travel haji	: “Nah supaya semakin tidak tertunda mendingan sekarang buka tabungan haji disini saja atau bisa lewat aplikasi mobilenya, bisa dimana saja. Gimana?”

Objek	Saat Eddy sedang berada di travel haji dengan berniat mendaftarkan diri untuk haji dan ingin mendapatkan kuota visa haji jalur kilat namun pihak travel haji enggan mengabulkan permintaan tersebut, karena untuk mendapatkan kuota visa haji dan berangkat haji diharuskan mengantri selama 10 tahun. Lalu pihak travel haji pun menawarkan cara lain yaitu dengan membuka buku tabungan haji melalui bank atau bisa juga dengan aplikasi yang ditawarkan oleh jasanya.
-------	--

Interpretasi	Pada adegan ini mengandung makna yaitu jika ingin mendaftar haji sebaiknya cek terlebih dahulu legalitas penyelenggara travel haji yang ditawarkan.
--------------	---

2. Jangan mudah percaya kepada orang yang baru ditemui/ baru dikenal

Tabel 4.2 Adegan di Tempat Parkir

Tanda



Gambar 4.4 Menit (23:07) Juru Parkir Memberikan Kartu Tanda Pengenal Travel Haji Jalur Kilat

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284



Gambar 4.5 Menit (23:09) Eddy Menerima Kartu Tersebut

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284

Juru parkir : “Kalo sampean tanya travel haji seluruh Indonesia jawabannya sama tapi kalo tanya ini *sambil menunjukkan kartu travel haji*

tak jamin, kalo nggak percaya coba aja”

Objek Setelah keluar dari tempat atau kantor travel haji (Alhamdulillah Travel) tersebut, Eddy didatangi oleh juru parkir yang menawarkan kuota visa haji jalur kilat yang menjanjikan untuk Eddy dengan memberi sebuah kartu travel haji tersebut. Eddy pun menimbang dan memikirkan ulang niatnya untuk menggunakan jasa agen travel haji tersebut.

Interpretasi Dalam adegan ini dapat dimaknai dengan jangan mudah percaya kepada orang yang baru ditemui atau baru dikenal bahkan juru parkir sekalipun tidak dapat menjamin travel haji tersebut resmi atau tidak.

Sumber: Hasil Peneliti, 2022

3. Teliti ulang dalam melihat detail paket yang ditawarkan

Tabel 4.3 Adegan di Restoran

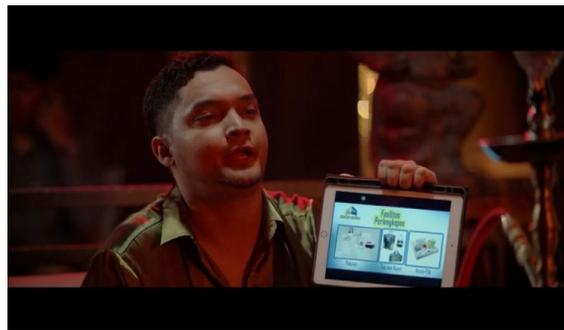
Tanda



Gambar 4.6 Menit (23:47) Agen Travel Haji Menawarkan Paket Haji

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284

Agen travel haji : “Jalur non kuota itu jalur khusus. Jalur yang biasanya dipakai oleh keluarga kerajaan Saudi Arabia, presiden, pejabat negara pakai ini semua lho. Ente paham?”



Gambar 4.7 Menit (23:58) Agen Travel Haji Menjelaskan Fasilitas Travel Haji Yang Mereka Tawarkan

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284

Eddy : “Jadi syarat-syaratnya apa aja?”

Agen travel haji : “Jangan khawatir seluruh administrasi kite yang atur. Passport, visa, tiket, hotel seluruh kelengkapan ibadah ente serahin sama ane. Ente tinggal bawa fulus dan niat yang tulus”



Gambar 4.8 Menit (24:27) Agen Travel Haji Memberi Diskon Haji

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284

Agen travel haji : *menunjukkan harga haji khusus*

Objek Di sebuah restoran, Eddy bertemu dengan agen travel haji yang telah disarankan oleh juru parkir. Agen travel haji ini menjelaskan kepada Eddy bahwa jalur khusus untuk berangkat haji yang mereka tawarkan sudah dilengkapi fasilitas dan semua keperluan haji ditanggung oleh agen travel haji tersebut.

Interpretasi Dalam adegan ini dapat dimaknai dengan jika ingin mendaftarkan diri sebagai calon jamaah haji sebaiknya teliti ulang dalam melihat paket yang ditawarkan oleh agen travel haji.

Sumber: Hasil Peneliti, 2022

4. Minta cek bukti pembayaran haji setelah melakukan transaksi

Tabel 4.4 Adegan di Hotel

Tanda



Gambar 4.9 Menit (34.40) Ekspresi Eddy Yang Kesal

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284



Gambar 4.10 Menit (34:45) Eddy Dan Pajrul Bertanya Pada Resepsionis Perihal Kebenaran Travel Haji

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284



**Gambar 4.11 Menit (35:55) Eddy Sadar Dirinya
Telah Ditipu**

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284

Pajrul : “Eh Eddy kenapa?”

Eddy : “Kita ditipu Jrul”

Objek	Eddy sadar bahwa dirinya telah ditipu oleh agen travel haji, dirinya pun langsung merasa menyesal dan kecewa karena telah memilih travel haji abal-abal.
-------	--

Interpretasi	Dalam adegan ini dapat dimaknai dengan jika telah melakukan transaksi sebaiknya mintalah cek bukti pembayaran haji pada agen travel haji karena jika mengalami kasus penipuan travel haji telah mempunyai bukti yang kuat dan dapat segera melaporkan kepada pihak yang berwenang untuk dimintai keterangan perihal pertanggungjawaban atas
--------------	---

tindak pidana penipuan travel haji.

Sumber: Hasil Peneliti, 2022

Dalam adegan diatas dapat dilihat jika dari mimik wajah Eddy menyadari dirinya telah ditipu, seketika Eddy langsung merasa menyesal dengan membayangkan wajah para penipu dan merasa takut akan mengecewakan kekasihnya Eni, bapaknya Eni, dan ibunya Eddy.

5. Tanyakan rekomendasi travel haji pada keluarga atau kerabat yang telah berangkat haji

Tabel 4.5 Adegan di Warteg

Tanda



**Gambar 4.12 Menit (36:59) Pemilik Warteg
Memperlihatkan Seragam Hajinya Yang Telah
Menjadi Kain Serbet**

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284

Pemilik Warteg : “Pasti habis ketipu travel Mekah
hajikan?” *tertawa*

Eddy : “Lah kok ibu tau?”

Pemilik Warteg : “Itu seragame pada-pada karo inyong, saya juga punya tapi sekarang wes jadi serbet lah hahaha *sambil tertawa dan memperlihatkan seragam yang telah jadi serbet*



Gambar 4.13 Menit (38:28) Pak Rojak Salah Satu Korban Penipuan Haji

Sumber: https://www.viu.com/ott/id/id/all/video-indonesian-drama-movies-mekah_i_m_coming-1165760781?containerId=playlist-22296284

Pak Rojak : “Gue tu pernah ngerasain persis seperti apa yang lu rasain sekarang makanya gue ketawe tapi sekarang gue udah jadi haji beneran. Ini dia nih, dia satu angkatan ama gue ketipunye” *menunjuk pemilik warung*

Objek	Eddy dan Pajrul sedang makan di warung setelah mengalami penipuan yang ternyata pemilik warteg dan salah satu pelanggannya yaitu Pak Rojak juga merupakan
-------	---

korban penipuan haji.

Interpretasi	Pada adegan ini terdapat makna bahwa jika ingin berangkat haji sebaiknya mintalah rekomendasi pada keluarga atau kerabat yang telah berangkat haji sebelumnya agar mencegah dan waspada terjadinya penipuan haji.
--------------	---

Sumber: Hasil Peneliti, 2022

Dalam adegan diatas bukan hanya Eddy dan Pajrul saja yang tertipu agen travel haji tetapi juga pemilik warteg dan Pak Rojak juga mengalami hal tersebut. Ini membuktikan bahwa telah banyak korban yang ditipu travel haji yang tidak bertanggung jawab.

4.2 Pembahasan

Makna pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji yang terdapat dalam film *Mekah I'm Coming* akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Cek legalitas penyelenggara travel haji yang ditawarkan terlebih dahulu.

- a. Berdasarkan tanda dalam adegan ini adalah Eddy yang sedang berada di kantor travel haji memakai baju kaos tiga warna, yaitu: abu-abu, hitam, dan putih sedangkan agen travel haji memakai seragam batik beserta peci yang berwarna hijau. Ditunjukkan juga pada adegan ekspresi wajah agen travel haji yang tersenyum dan serius saat menawarkan tabungan haji

lewat buku tabungan haji dan aplikasi mobile menggambarkan bahwa hal itu bentuk dari legalitas agen travel haji tersebut.

- b. Berdasarkan objek, meskipun Eddy tetap memaksa ingin kuota haji jalur kilat, namun agen travel haji enggan mengabulkan permintaannya. Respon travel haji yang berusaha tetap meyakinkan Eddy untuk menabung haji menunjukkan bahwa hal itu merupakan bentuk dari legalitas travel haji.
- c. Berdasarkan interpretasi terlihat pada baju Eddy dan agen travel haji yang berbeda warna serta terlihat pada reaksi agen travel haji yang enggan mengabulkan permintaan Eddy dan mengalihkannya dengan menabung haji dengan cara buku tabungan haji atau lewat aplikasi mobile. Pesan kewaspadaan dalam memilih travel haji terlihat pada dialog menit (21:26), (22:20), dan (22:26) sebagai berikut:

Agen travel haji : “Mas... mas... sayang itu boleh tapi kalo halu itu jangan maksimal, mbok diminimalisir”

Eddy : “Moso nggak bisa toh mas?”

Eddy : “Yowis, memang kalo harus ngantri berapa lama?”

Agen travel haji : “Sebentar kok mas, cuma... 10 tahun” *tertawa*

Eddy : *Menghela napas*

Agen travel haji : “Nah supaya semakin tidak tertunda mendingan sekarang buka tabungan haji disini saja atau bisa lewat aplikasi mobilenya, bisa dimana saja. Gimana?”

2. Jangan mudah percaya kepada orang yang baru ditemui/ baru dikenal.

- a. Berdasarkan tanda dalam adegan ini adalah diperlihatkan dengan juru parkir yang mendatangi dan menyapa Eddy dengan maksud menawarkan travel haji jalur kilat yang sebenarnya adalah travel haji abal-abal, ini menggambarkan bahwa jangan mudah percaya kepada orang yang baru ditemui/dikenal.
- b. Berdasarkan objek, pada saat juru parkir memberikan Eddy kartu tanda pengenal agen travel haji jalur kilat, lalu Eddy menerima kartu tersebut. Dalam adegan ini menampilkan ekspresi wajah juru parkir yang berusaha meyakinkan Eddy agar mencoba travel haji yang ditawarkannya.
- c. Berdasarkan interpretasi dalam adegan ini ditunjukkan pada dialog antara Eddy yang mudah percaya dengan juru parkir yang baru ia temui dan bahkan sebenarnya juru parkir tersebut tidak bisa dipercayai begitu saja karena justru merugikan dan menyesatkan. Pesan dimaknai dengan jangan mudah percaya terhadap orang baru ditemui atau dikenal. Pesan kewaspadaan dalam memilih travel haji terdapat pada dialog menit ke 23:07 dan 23:09 sebagai berikut:

Juru parkir : “Kalo sampean tanya travel haji seluruh Indonesia jawabannya sama tapi kalo tanya ini *sambil menunjukkan kartu travel haji* tak jamin, kalo nggak percaya coba aja”

3. Teliti ulang dalam melihat detail paket travel haji yang ditawarkan.

- a. Berdasarkan tanda dalam adegan ini ditunjukkan pada Eddy yang sedang berada di restoran bersama agen travel haji jalur kilat.

- b. Berdasarkan objek, ditunjukkan pada saat kata-kata yang diucapkan oleh agen travel haji tersebut membuat tokoh Eddy yakin jika ia bisa langsung naik haji sesegera mungkin dengan memperlihatkan harga dan paket yang mereka tawarkan melalui gadget
- c. Berdasarkan interpretasi dalam adegan ini adalah adegan pada saat agen travel haji menawarkan paket dan diskon haji kepada Eddy, pesan dimaknai dengan teliti ulang dalam melihat detail paket yang ditawarkan. Pesan kewaspadaan memilih travel haji terlihat pada dialog menit ke 23:47, 23:58, dan 24:27 sebagai berikut:

Agen travel haji : “Jalur non kuota itu jalur khusus. Jalur yang biasanya dipakai oleh keluarga kerajaan Saudi Arabia, presiden, pejabat negara pakai ini semua lho. Ente paham?”

Eddy : “Jadi syarat-syaratnya apa aja?”

Agen travel haji : “Jangan khawatir seluruh administrasi kite yang atur. Passport, visa, tiket, hotel seluruh kelengkapan ibadah ente serahin sama ane. Ente tinggal bawa fulus dan niat yang tulus”

Agen travel haji : *menunjukkan harga haji khusus*

4. Minta cek bukti pembayaran haji setelah melakukan transaksi.

- a. Berdasarkan tanda dalam adegan ini Eddy dan Pajrul sedang berada di hotel yang dijadikan asrama haji.
- b. Berdasarkan objek, ikon dalam adegan ini terlihat Eddy dan Pajrul memakai seragam haji yang sama, dalam adegan ini adalah Eddy dan

Pajrul yang sedang meminta kebenaran travel haji pada resepsionis hotel. Terlihat juga pada ekspresi wajah Eddy yang menyesal dan kecewa saat dirinya sadar telah ditipu.

- c. Berdasarkan interpretasi dalam adegan ini adalah terlihat pada raut wajah Eddy yang kesal dan kecewa. Pesan dimaknai dalam adegan ini adalah minta cek bukti pembayaran haji setelah melakukan transaksi. Pesan kewaspadaan dalam memilih haji terlihat pada dialog menit 35:55 sebagai berikut:

Pajrul : “Eh Eddy kenapa?”

Eddy : “Kita ditipu Jrul”

5. Tanyakan rekomendasi travel haji pada keluarga atau kerabat yang telah melaksanakan haji.

- a. Berdasarkan tanda, dalam adegan ini Eddy dan Pajrul berada di warung untuk sarapan pagi.
- b. Berdasarkan objek, adegan ini ditunjukkan pada pemilik warung yang mempunyai seragam yang sama seperti Eddy dan Pajrul yang telah ia jadikan serbet. Dalam adegan ini pemilik warung dan salah satu pembeli bernama Pak Rojak juga merupakan korban penipuan haji di agen travel haji yang sama seperti Eddy dan Pajrul.
- c. Berdasarkan interpretasi, dalam adegan ini sebaiknya Eddy, Pajrul, pemilik warung, dan Pak Rojak menanyakan rekomendasi travel haji kepada keluarga atau kerabat yang telah melaksanakan haji sebelumnya. Pesan

kewaspadaan dalam memilih travel haji terdapat pada dialog menit ke 36:59 dan 38:28 sebagai berikut:

Pemilik Warteg : “Pasti habis ketipu travel Mekah hajikan?” *tertawa*

Eddy : “Lah kok ibu tau?”

Pemilik Warteg : “Itu seragame pada-pada karo inyong, saya juga punya tapi sekarang wes jadi serbet lah hahaha *sambil tertawa dan memperlihatkan seragam yang telah jadi serbet*

Dalam adegan pada menit 38.28, Eddy dan Pajrul mendengarkan pengalaman salah satu korban lainnya yang berada di warung tersebut.

Pak Rojak : “Gue tu pernah ngerasain persis seperti apa yang lu rasain sekarang makanya gue ketawe tapi sekarang gue udah jadi haji beneran. Ini dia nih, dia satu angkatan ama gue ketipunye” *menunjuk pemilik warung*

4.2.1 Semiotika Charles Sanders Pierce

Teori modern pertama yang membahas tentang tanda diutarakan oleh Charles Sandres Pierce sebagai ahli filsafat pada abad kesembilan belas yang diakui sebagai pendiri semiotika modern. Semiotika didefinisikannya sebagai suatu hubungan antara tanda (simbol), objek, dan makna. Tanda diwakili oleh objek (*referent*) yang ada dalam pikiran seseorang yang menginterpretasikannya (*interpreter*). Pierce (Morissan, 2013, hal. 33) mengatakan bahwa representasi dari suatu objek disebut *interpretant*.

Pierce (Budiman, 2011, hal. 74) dalam konsepnya menawarkan jenis model yang biasa disebut triadic sebagai berikut:

- d. *Representamen*, merupakan sesuatu yang bersifat indrawi atau berfungsi sebagai tanda.
- e. *Interpretant*, yakni suatu tanda lain ekuivalen dalam pikiran seseorang.
- f. *Object*, yakni sesuatu yang mengacu pada tanda.

4.2.2 Pendapat Sutradara dan Pemain Film *Mekah I'm Coming*

Untuk memperkuat penelitian, maka penulis mengambil pendapat dari sutradara dan pemain film *Mekah I'm Coming* yang menjelaskan dan menyatakan bahwa pesan dalam film ini adalah pesan kewaspadaan memilih travel haji.

Di lansir dari Youtube *Cinema XXI*, Michelle Ziudith yang berperan sebagai Eny mengatakan niat film ini pada awalnya lebih ke arah situasi dimana masih banyak masyarakat yang belum terjamah oleh informasi. Lewat film ini diharapkan dapat mengedukasi banyak masyarakat luas, untuk memberitahu bahwa naik haji itu tidak bisa cepat dan sembarangan walaupun mempunyai niat dan materi yang cukup tapi juga harus bersabar. (CINEMA 21, 2020)

Dilansir dari tayangan DahSyat, Rizky Nazar yang memerankan tokoh Eddy mengatakan pelajaran yang dapat diambil dalam film *Mekah I'm Coming* adalah agar masyarakat tidak mudah tertipu travel haji dan keuntungan dari penjualan tiket film ini akan didonasikan untuk orang-orang yang gagal haji atau umroh. Jadi bagi yang telah menonton film *Mekah I'm Coming* berarti secara tidak langsung sudah beramal. (DahSyatnya, 2020)

Dilansir dari Youtube kapanlagi.com, Michelle Ziudith yang memerankan tokoh Eni mengungkapkan bahwa film *Mekah I'm coming* mengangkat sebuah isu sosial dimana lagi marak-maraknya penipuan agen travel haji yang telah banyak memakan korban, tidak peduli dari berbagai macam kalangan tetapi memang diluar sana masih terjadi hal yang sedemikian rupa karena masih banyak masyarakat yang mungkin belum terjamah informasi, jadi lewat film ini kita mau mengedukasikan masyarakat luas bahwa jangan sampai sakit atau bahkan yang sudah banyak tertipu travel haji, kalian tidak sendiri. (KapanLagiDotCom, 2020)

Dilansir dari halaman Grid.id, Jeihan Angga selaku sutradara Film *Mekah I'm Coming* mengungkapkan adanya pesan khusus di dalam film buatannya. Dirinya berharap agar penonton tidak semata-mata terfokus dengan kesalahan pelaku penipuan travel haji. Melalui film tersebut Jeihan ingin mengingatkan kepada para penonton terutama bagi mereka yang mempunyai keinginan untuk berangkat haji agar menilik kembali niat utama mereka ketika memutuskan untuk beribadah ke Tanah Suci. (Pawenang, 2020)

Dilansir dari halaman detik.com, Michelle Ziudith yang berperan sebagai Eni mengungkapkan bahwa pesan yang ingin disampaikan film ini kepada masyarakat merupakan harapan agar masyarakat bisa lebih jeli dalam memilih agen perjalanan ibadah ke Tanah Suci. (Maulana, 2019)

Dilansir dari Youtube GenPi co, Michelle Ziudith dalam memerankan tokoh Eni mengatakan jika film *Mekah I'm Coming* menawarkan cerita yang menarik dengan mengangkat isu sosial yang pada saat itu sangat marak terjadi bahkan

sampai sekarang masih terjadi dialami masyarakat soal penipuan travel haji. Film *Mekah I'm Coming* merupakan salah satu bentuk edukasi untuk masyarakat dibalut dengan unsur komedi yang sangat ringan untuk diterima oleh banyak orang. Film ini akan menjadi film yang sangat *life time*, jadi sampai kapanpun film ini ditonton akan tetap menyenangkan dan mengedukasi tidak hanya menghibur. (Genpi co, 2020)

Pesan yang ingin disampaikan melalui film *Mekah I'm Coming* adalah pesan tentang kewaspadaan memilih travel haji. Pesan dalam film ini merupakan representasi keadaan yang sering dialami masyarakat Indonesia. Film *Mekah I'm coming* ditujukan agar masyarakat lebih jeli dalam memilih travel haji saat sedang maraknya terjadi penipuan travel haji. Film *Mekah I'm Coming* dibungkus dengan genre komedi yang ringan sehingga pesan yang disampaikan mudah diterima oleh masyarakat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah peneliti lakukan dengan cara menggunakan analisis data deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika *Charles Sanders Peirce*, pelajaran dan pesan yang dapat diambil dalam film *Mekah I'm Coming* adalah agar masyarakat tidak mudah tertipu dan lebih berhati-hati dalam memilih travel haji, karena dalam film ini digambarkan bagaimana permasalahan tokoh Eddy yang mengalami penipuan travel haji. Maka representasi pesan tentang kewaspadaan dalam memilih travel haji melalui film *Mekah I'm Coming* sebagai berikut:

1. Cek legalitas penyelenggara travel haji yang ditawarkan terlebih dahulu.
Pesan ini terlihat pada saat adegan dan dialog agen travel haji yang menolak dan enggan mengabulkan permintaan Eddy yang meminta kuota haji jalur kilat agar segera berangkat haji, namun pihak travel haji mengalihkan permintaan tersebut dengan menyarankan untuk menabung haji dengan cara buku tabungan haji atau lewat aplikasi mobile.
2. Jangan mudah percaya kepada orang yang baru ditemui/ baru dikenal.
Pesan ini ditunjukkan pada adegan dan dialog Eddy yang mudah percaya terhadap juru parkir yang baru ia temui dan juga terlihat saat Eddy menerima kartu tanda pengenal agen travel haji jalur kilat yang diberikan juru parkir karena Eddy memiliki keinginan naik haji dalam waktu dekat.

3. Teliti ulang dalam melihat detail paket travel haji yang ditawarkan. Pesan ditunjukkan pada saat dialog agen travel haji menawarkan paket dan diskon haji kepada Eddy.
4. Minta cek bukti pembayaran haji setelah melakukan transaksi. Pesan ini terlihat pada raut wajah Eddy yang kesal dan kecewa setelah menyadari bahwa dirinya telah ditipu.
5. Tanyakan rekomendasi travel haji pada keluarga atau kerabat yang telah melaksanakan haji. Pesan terlihat pada dialog yang mengatakan bahwa pemilik warteg dan Pak Rojak juga merupakan korban penipuan haji.

Kelebihan Film *Mekah I'm Coming* adalah naskah yang dibuat luar biasa, bahkan seriap tingkah laku pemain menjadi pemicu gelak tawa. Kekurangan Film *Mekah I'm Coming* adalah terdapat adegan unsur komedi yang tidak tepat sasaran.

5.2 Saran

1. Untuk akademisi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang memiliki keinginan untuk berangkat haji, dengan menonton film *Mekah I'm Coming* terdapat pesan kewaspadaan memilih travel haji yang dapat mengubah pandangan seseorang agar taat dan mematuhi aturan serta tetap waspada dalam memilih travel haji. Jangan mau termakan bujuk rayuan orang-orang yang tidak bertanggung jawab seperti yang telah dilakukan oleh para agen travel haji abal-abal.
2. Untuk mahasiswa/mahasiswi Ilmu Komunikasi yang ingin mengambil penelitian tentang analisis film, penelitian ini dapat dijadikan rujukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, M; Arifina, S. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*. Mungkid: Pustaka Rumah C1nta.
- Ardianto, E. dkk. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Reketama Media.
- Badara, A. (2012). *Analisis Wacana - Teori, Metode dan Penerapannya Pada Wacana Media*. Jakarta: Kencana.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- CINEMA 21. (2020). *Exclusive Interview Film Mekah I'm Coming*. <https://youtu.be/KQLqZFtdHdw>
- DahSyatnya. (2020). *DahSyatnya MEKAH I'M COMING*. RCTI. <https://youtu.be/dpu70cIqA0w>
- Effendy, U. O. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, U. O. (2017). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fadillah, L. (2019). Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen). *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, IV(1), 1–24.
- Genpi co. (2020). *PESAN TERSIRAT DI FILM MEKAH I'M COMING*. <https://youtu.be/FsOf-o0Mzh4>
- Haryati. (2021). *Membaca Film (Memaknai Representasi Etos Krja dari Film Melalui Analisis Semiotika)*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Hidayat, F. P., & Lubis, F. H. (2021). Literasi Media Dalam Menangkal Radikalisme Pada Siswa. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 31–41. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/view/5564>
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Kaelan. (2009). *Filsafat Bahasa Semiotika dan Hermeneutika*. Yogyakarta: Paradigma Indonesia.

- KapanLagiDotCom. (2020). 9 FAKTA MEKAH I'M COMING. *KAPANLAGI.COM*. <https://youtu.be/INftfDr52O4>
- Kifli, D. (2010). *Manajemen Pelayanan Jamaah Haji dan Umroh PT Patuna Tour dan Travel*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/2011>
- Lestari, M. (2010). *Pengaruh Minuman Bersoda Terhadap Ketelitian Dan Kewaspadaan Pada Wanita Dewasa*.
- Lubis, F. H. (2017). Analisis Semiotika Billboard Pasangan Calon Walikota Dan Wakil Walikota Medan 2015. *Interaksi UMSU*, 1 NO 1(3), 17–42. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/interaksi/article/download/877/785>
- Maulana, Y. (2019, November). Michelle Ziudtih Ungkap Pesan Film “Mekah I’m Coming.” *DetikHot*. <https://hot.detik.com/movie/d-4795639/michelle-ziudith-ungkap-pesan-film-mekah-im-coming>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mudjiono, Y. (2011). Kajian Semiotika Dalam Film. *Ilmu Komunikasi*, 1(1), 123.
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Pekommas*, 16(1), 73–82. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2013.1160108>
- Mulyana, D. S. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muslimin, K., & Al Jannah, L. (2019). Studi Analisi Pola Komunikasi Interpersonal dalam Film Surga yang tak Dirindukan Karya Kunts Agus Tahun 2015. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1). <https://doi.org/10.34001/an.v10i1.744>
- Panuju, R. (2019). *Film Sebagai Proses Kreatif*. Malang: PT Cita Intrans Selaras.
- Pawenang, A.C. (2020). Suguhan Drama Cinta Dibalut Konflik Penipuan Travel Haji, Film Mekah I’m Coming Ternyata Punya Pesan Khusus dari Sang Sutradara untuk Para Calon Jamaah. *Grid.ID*, 1–2. <https://www.grid.id/read/042049099/suguhan-drama-cinta-dibalut-konflik-penipuan-travel-haji-film-mekah-im-coming-ternyata-punya-pesan-khusus-dari-sang-sutradara-untuk-para-calon-jamaah?page=all>
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ruliana, P; Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Sinaga, C. N. A. (2019). Peningkatan Pengetahuan Jurnalistik Siswa SMA Kota Medan Melalui Pemanfaatan Smartphone. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu*

Komunikasi, 3(2), 169–179. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i2.3354>

Wahyuningsih, S. (2019). *Film dan Dakwah: Memahami Representasi Pesan-Pesan Dakwah Dalam Film Melalui Analisis Semiotik*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Wibowo, I, S, W. (2013). *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grasindo.



UMSU

Unggul | Cerdas | Berprestasi
DIPERKUKAN DAN DITUNGGU
www.umsumedan.ac.id

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PESAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 09/SK/BAN-PT/Akad/PT.1/2019
Futsal Administrasi Jalan Mulhar Basri No. 3 Medan 20238 Tel: (061) 6622400 85224567 Fax: (0610) 4625474 - 4631003

https://fisip.umsumedan.ac.id | fe.p@umsumedan.ac.id | @umsumedan | #umsumedan | umsumedan | umsumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 14 Desember 2021

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Harziah Rani
N P M : 1803110022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 12,7 sks, IP Kumulatif 3,54

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Representasi Pesan tentang kewaspadaan melihat travel haji melalui film Mekah I'm Coming karya Jehan Anggs	 14 des 2021
2	Representasi sisi lain Amerika Serikat di kota Los Angeles dalam konten Youtube milik M Hidayat	
3	Representasi culture shock kebiasaan orang Bali dalam konten Youtube milik Rachel Goddard	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang disahkan oleh Dekan.

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

Rekomendasi Ketua Program Studi :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing

Medan, tgl. 24 Desember 2021

Ketua,

Anshori Anshori, S. Sos., M. I. Kom
NIDN: 0127048401

Pemohon

(Harziah Rani)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi Ilmu Komunikasi

(Corry Novica AP. Siraga, S. Sos., M. A.)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Site: www.umhsu.ac.id | www.fisip.umhsu.ac.id

MATRIKULASI PENDIDIKAN TINGGI TEKNOLOGI & PENGEMBANGAN KEKAWAHLAN BERKUALITAS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/10/2013

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622600 - 6622488 Fax. (061) 6625474 - 6621003

<https://fisip.umhsu.ac.id> * fisip@umhsu.ac.id [umhsu](https://www.facebook.com/umhsu) [umhsu](https://www.instagram.com/umhsu) [umhsu](https://www.youtube.com/umhsu) [umhsu](https://www.tiktok.com/umhsu)

Sk-1

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
 DAN PEMBIMBING**
Nomor : 1627/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **14 Desember 2021**, dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **HARZIAH RANI**
 N P M : 1803110022
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2021/2022
 Judul Skripsi : **REPRESENTASI PESAN TENTANG KEWASPADAAN MEMILIH TRAVEL HAJI MELALUI FILM MEKAH I'M COMING KARYA JEIHAN ANGGA**
 Pembimbing : **CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.**

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

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan skripsi FISIP UMSU sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 065.18.311 tahun 2021.
3. 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: 14 Desember 2022.

Ditetapkan di Medan,

Pada Tanggal, 20 Jumadil Awal 1443 H
 24 Desember 2021 M

Dekan,



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
 NIDN. 0030017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringatan.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 127/UND/III.3-A/UMSU-03/F/2022



SK-4

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jum'at, 28 Januari 2022
Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB
Tempat : Online/Daring
Penyimpin Seminar : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.IKom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
51	SITI KHOULAH REZA RITONGA	1803110119	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.IKom.	LUTFI BASIT, S.Sos., M.IKom.	ANALISIS SEMIOTIKA PERJUANGAN SEORANG IBU DALAM FILM "THE PREPARATION"
52	TASYA HALIMATUSYAH DIAH	1803110161	Dr. LEVYLA KHARIRAH, M.Si, S.Sos., M.IKom.	FAZAL HANZAH LUBIS, S.Sos., M.IKom.	STRATEGI DAKWAH NISYAH CABANG MEDAN BARAT DALAM MENINGKATKAN PERBERDAYAAN PEREMPUN
53	HARZAH RANI	1803110022	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.IKom.	CORRY NOVIRCA AP SIMAGA, S.Sos., M.A.	REPRESENTASI PESAN TENTANG KEMASPADAAN MENILIH TRAVEL HAJI MELALUI FILM MEKAH IM CONING KARYA JEHAN ANGGA
54	KHARJUNA WINDIKA	1803110199	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.IKom.	Dr. RIBUT PRADI, S.Sos., M.IKom.	ANALISIS PRAMING PEMBERTAAN BANJIR KOTA MEDAN PADA MEDIA ONLINE MEDAN.TRIUNNEWS.COM EDISI 24 NOVEMBER 2021
55	DEFFITTA KANYA PASARIBU	1803110145	H. TENERIMAN, S.Sos., M.IKom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.IKom.	TEKNIK KOMUNIKASI GURU DALAM PROSES PEMBELAJARAN SELAMA PANDEMI COVID-19

Medan, 23 Januari Ahir 1443 H

28 Januari 2022 M


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



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpadu

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 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

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : HARZIAH RANI
NPM : 1003110022
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : REPRESENTASI PESAN TENTANG LEWASPADAAN DALAM MEMILIT TRAVEL HAJI MELALUI FILM MEKKAH !'M COMING

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	16-12-2021	ACC Judul	cf
2	11-01-2022	Perbaikan penulisan	cf
3	20-01-2022	Perbaikan definisi konsep	cf
4	21-01-2022	Perbaikan analisis data	cf
5	24-01-2022	ACC Sempro	cf
6	04-03-2022	Bimbingan bab 4 & 5	cf
7	11-03-2022	Perbaikan format penulisan bab 4	cf
8	18-03-2022	Revisi bab 4	cf
9	23-03-2022	ACC Skripsi	cf

Medan,2022.

Dekan

(Dr. Anifa Saleh, S.Sos, MSP)

Ketua Jurusan,

(Anhar Anshori, S.Sos, M. I. Kom)

Pembimbing,

(Lily Nurca At Sinaga, S.Sos, M. A)



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

Sk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 490/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2022

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Jum'at, 08 April 2022
 Waktu : 08.30 WIB s.d. Selesai
 Tempat : Ruang 208-209 FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJUI I	PENGUJUI II	PENGUJUI III	
6	TASYA HALIMATUSYA DIAH	1803110161	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI DAKWAH 'AISYIYAH CABANG MEDAN BARAT DALAM MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN
7	MUHAMMAD RYZKI ALHAJ	1703110135	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA TAMAN HARAPAN DALAM MEMBINA ANAK-ANAK NAKAL DI KOTA LANGSA
8	DIYANA FARADITA	1703110170	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	POLA KOMUNIKASI PEDAGANG LEMANG DENGAN KONSUMEN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KHAS TEBING TINGGI
9	ISMAIL SALEH SIREGAR	1703110051	Dr. YAN HENDRA, M.Si.	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA	EFEKTIFITAS KOMUNIKASI KEPALA SEKOLAH DALAM MEMBANGUN KUALITAS KINERJA GURU SEKOLAH AL-MASDAR LUBUK PAKAM
10	HARZIAH RANI	1803110022	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA	CORRY NOVRIKA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	REPRESENTASI PESAN TENTANG KEWASPADAAN MEMILIH TRAVEL HAJI MELALUI FILM MEKAH 'I'M COMING KARYA JEIHAN ANGGA

ditulis Sidang :

Medan, 04 Ramadhan 1443 H
06 April 2022 M



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua

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

Panitia Ujian

 Sekretaris
 ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom