

Analisis Semiotika Nilai-Nilai Dakwah dalam Film Ghibah di Channel Youtube Film Maker Muslim

Kisti Sri Yuningsih, Nia Kurniati, Parihat Kamil
Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
kisti.syh698@gmail.com

Abstract—Film can be defined as a moving image emblazoned by color, sound, and a story. Or a film can be called a live image. Film has become a very influential medium, more than any other media, because it is audio and visually effective in conveying messages, it is easier to remember, because of its attractive format. Films can be a medium for da'wah which is very interesting to use, a means of preaching that is in accordance with the current developments so that the message of da'wah can be well received by the audience or recipient of the message. Rationally, the delivery of da'wah messages has been carried out through media such as radio, television, social media such as Instagram, Facebook and also Youtube. However, the use of social media sometimes puts aside morals for personal enjoyment and exposes fake news (hoaxes), backbiting, slander, hate speech, shows off the beauty of the body (beauty, handsome), or exposes images or videos that are not appropriate and so on. -other. The purpose of this research is to determine the values of da'wah that can be taken from the film Ghibah. And know the values associated with the film da'wah. Data collection was carried out by interview, primary data and secondary data. Interviews were conducted with the screenwriter of the film Ghibah, and primary data was obtained by downloading a film called Ghibah on the Muslim Film Maker Youtube channel. While the secondary data, researchers collect through literature study by reviewing books and journals related to the author's research. This study seeks to find signs of da'wah messages contained in the Ghibah film on the Muslim Film Maker Youtube channel through the dialogues or scenes contained in the film using the Roland Barthes method which proposes a theory of semiosis or the signification process, namely combining markers. and markers so as to produce signs or symbols. The results of this study illustrate that there are da'wah values in the Ghibah film that can be used as learning and applied in everyday life.

Keywords—*Film, Social Media, Da'wah values.*

Abstrak—Film dapat diartikan sebagai gambar bergerak yang diperangkati oleh warna, suara, dan sebuah kisah. Atau film bisa disebut juga gambar hidup. Film menjadi media yang sangat berpengaruh, melebihi media-media yang lain, karena secara audio dan visual media tersebut efektif dalam menyampaikan pesan, lebih mudah diingat, karena formatnya yang menarik. Film dapat menjadi media dakwah yang sangat menarik untuk digunakan, menjadi sarana dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini agar pesan dakwah mampu diterima dengan baik oleh audience atau penerima pesan dakwah tersebut. Secara rasional penyampaian pesan dakwah sudah dilakukan melalui media-media seperti Radio, Televisi, sosial media seperti Instagram, Facebook dan juga Youtube. Namun, penggunaan media sosial terkadang tidak sedikit yang mengesampingkan moral demi kesenangan pribadi

dan mengekspos berita-berita bohong (hoax), ghibah, fitnah, ujaran kebencian, memamerkan keindahan tubuh (kecantikan, kegantengan), atau mengekspos gambar atau video yang tidak layak dan lain-lain. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui nilai-nilai dakwah yang bisa diambil dari film Ghibah. Dan mengetahui nilai-nilai dakwah yang berkaitan dengan film tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, data primer dan data sekunder. Wawancara dilakukan kepada penulis skenario film Ghibah, dan data primer diperoleh dengan cara mengunduh film yang berjudul Ghibah di channel Youtube Film Maker Muslim. Sedangkan data sekunder peneliti mengumpulkannya melalui studi pustaka dengan mengkaji buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian penulis. Penelitian ini berusaha untuk mencari tanda-tanda pesan dakwah yang terdapat dalam film Ghibah di channel Youtube Film Maker Muslim melalui dialog-dialog atau scene-scene yang terdapat dalam film tersebut menggunakan metode Roland Barthes yang mengemukakan sebuah teori semiosis atau proses signifikasi, yaitu memadukan penanda dan petanda sehingga menghasilkan tanda-tanda atau simbol-simbol. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa terdapat nilai-nilai dakwah dalam film Ghibah yang bisa dijadikan pembelajaran dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci—*Film, Media sosial, Nilai-nilai dakwah*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu karya seni yang telah berkembang pesat di dunia pada era saat ini adalah film. Film dapat diartikan sebagai gambar bergerak yang diperangkati oleh warna, suara, dan sebuah kisah. Atau film bisa disebut juga gambar hidup. Para sineas Barat bisa menyebutnya movie. Film secara kolektif juga bisa disebut cinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak. Sejarah panjang industri perfilman di Indonesia menjelaskan setidaknya bagaimana film-film lahir berdasarkan semangat zaman. Hal ini sesuai dengan beberapa teori film yang menyatakan bahwa film adalah arsip sosial yang menangkap jiwa zaman (zeitgeist) masyarakat pada saat itu. Segfried Kraucer (dalam Imanjaya, 2006:30) menyatakan bahwa perkembangan film hanya dapat dipahami dengan baik jika perkembangan itu dilihat dalam hubungannya dengan latar belakang perkembangan sosial budaya bangsa itu. Film menjadi media yang sangat berpengaruh, melebihi media-media 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. Dalam berdakwah film bisa menjadi salah satu media yang sangat menarik untuk digunakan. Sebagai sarana dakwah yang sesuai dengan perkembangan zaman saat ini, film bisa menjadi sarana dakwah agar pesan dakwah mampu diterima dengan baik oleh audience atau penerima pesan dakwah tersebut. Melalui perkembangan teknologi modern, para aktivis dakwah dituntut senantiasa kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi demi kemaslahatan umat manusia.

Dewasa ini, pengertian dan persepsi masyarakat tentang dakwah sudah mengalami perubahan dan perkembangan. Pada mulanya, dan mungkin masih berlaku pada sebagian masyarakat sekarang, dakwah hanya diartikan secara praktis sama dengan tabligh, yakni menyampaikan ajaran Islam secara lisan, seperti yang dilakukan dalam ceramah-ceramah.

Penyampaian pesan dakwah tidak hanya dilakukan di majelis ta'lim atau masjid saja, Saat ini penyampaian pesan dakwah sudah dilakukan melalui media-media seperti Radio, Televisi, sosial media seperti Instagram, Facebook dan juga Youtube.

Aspek etika dalam berbicara sering kali tidak diperhatikan dalam aktivitas remaja saat berkomunikasi dengan sesamanya. Hal tersebut dianggap bukan hal yang perlu dipermasalahkan akan tetapi sebenarnya yang seperti itu banyak menimbulkan hal-hal negatif yang akan diterima oleh sang pendengar ataupun sang pembicara. Dilihat dari fungsi atau dampak yang dihasilkan dari aktivitas komunikasi sangat beragam, seperti melakukan aktivitas pendidikan dan sekaligus menjalin kasih sayang sesama manusia. Namun dengan komunikasi manusia juga dapat mengembangkan perpecahan, melestarikan permusuhan, menanamkan kebencian, dan juga menghambat pemikiran.

Di kalangan masyarakat, ghibah sudah menjadi kebiasaan. Seperti saat berkumpul bersama teman, pasti akan saling bertukar cerita jika mempunyai masalah dengan seseorang. Hal tersebut kemungkinan besar ujung-ujungnya akan menimbulkan ghibah. Sedangkan menebar aib bukanlah hal yang positif, dan merupakan perbuatan yang menyeleweng dari ajaran agama Islam. Sebagaimana dalam hadits, Rasulullah Saw melarang ghibah, diriwayatkan oleh Abu Hurairah:

Artinya: "Tidakkah kalian tahu apa itu ghibah (menggunjing)? Para sahabat menjawab: Allah dan Rasul-Nya yang lebih tahu. Kemudian beliau bersabda: Ghibah adalah engkau membicarakan tentang saudaramu sesuatu yang dia benci. Ada yang bertanya. Wahai Rasulullah bagaimana kalau yang kami katakan betul- betul ada pada dirinya? Beliau menjawab: jika yang kalian katakan itu betul, berarti kalian telah berbuat ghibah. Dan jika apa yang kalian katakan itu tidak betul, berarti kalian telah memfitnah (mengucapkan suatu kedustaan).

Tidak bisa dipungkiri, teknologi komunikasi yang berkembang pesat mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Maka dari itu, teknologi sering berbanding lurus dengan perkembangan masyarakat. Media sosial bisa

digunakan untuk berbagai hal, bisa untuk menyebarkan informasi, alat propaganda, alat promosi, alat kampanye politik, alat pendidikan, menyebarkan isu, saling menghujat dan lain-lain. Pada intinya media sosial bisa digunakan untuk hal dan tujuan apa saja. Penggunaan media sosial, seperti facebook, twitter, instagram, telegram, whatsapp, dan whatsapp, seolah-olah sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Penggunaan media sosial terkadang tidak sedikit yang mengesampingkan moral demi kesenangan pribadi dan golongan. Ajang maksiat seperti mengekpos berita-berita bohong, ghibah, fitnah, ujaran kebencian, memamerkan keindahan tubuh (kecantikan, kegantengan), atau mengekspos gambar dan video yang tidak layak, serta perbuatan-perbuatan maksiat lainnya. Contohnya seperti pada akun *Facebook* CumiCumi.com pada unggahan 27 Mei 2020 pukul 16.02 ada beberapa akun yang ikut mengomentari dengan hujatan dan saling komentar satu sama lain. Setelah ditelusuri akun-akun yang berkomentar tersebut merupakan akun asli.

Dengan problematika yang semakin kompleks, dakwah pada era saat ini dihadapkan dengan banyak tantangan. Film merupakan media yang begitu sesuai dengan keadaan zaman dalam memberikan influence bagi masyarakat umum. Film "Ghibah" di channel youtube Film Maker Muslim menjadi media yang pas untuk berdakwah. Salah satu dari film-film yang dapat diambil nilai-nilai dakwah adalah film Ghibah di channel Youtube Film Maker Muslim. Hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang nilai-nilai dakwah pada film pendek "Ghibah" di channel Youtube Film Maker Muslim dengan mengangkat beberapa permasalahan yang dirangkum dalam judul "ANALISIS SEMIOTIKA NILAI-NILAI DAKWAH DALAM FILM Ghibah DI CHANNEL YOUTUBE FILM MAKER MUSLIM".

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu:

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui apa saja nilai-nilai dakwah yang bisa diambil dari film Ghibah tersebut.

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus pada penelitian ini adalah untuk memperoleh data tentang:

1. Untuk mengetahui apa saja nilai-nilai dakwah dalam Islam.
2. Untuk mengetahui apa saja nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam film Ghibah di channel Youtube Film Maker Muslim.
3. Untuk mengetahui bagaimana analisis semiotika Roland Barthes terhadap nilai-nilai dakwah yang terdapat dalam film Ghibah.

II. LANDASAN TEORI

A. Sejarah dan Perkembangan Film Indonesia

Pemutaran film di Indonesia pertamakali diperkenalkan pada 5 Desember 1900 di Batavia (Jakarta). Pada masa itu film disebut "Gambar Idoep". Pertunjukkan film pertama digelar di Tanah Abang. Film adalah sebuah film dokumenter yang menggambarkan perjalanan Ratu dan Raja Belanda di Den Haag. Film cerita pertama kali dikenal di Indonesia pada tahun 1905 yang diimpor dari Amerika. Film-film impor ini berubah judul ke dalam bahasa Melayu. Film cerita impor ini cukup laku di Indonesia. Jumlah penonton dan bioskop pun meningkat.

B. Klasifikasi dalam Film

Berdasarkan ceritanya, film dapat diklasifikasikan kepada beberapa hal, yaitu:

a. Film Cerita (Fiksi)

Film cerita merupakan film yang dibuat atau diproduksi berdasarkan cerita yang dikarang dan dimainkan oleh aktor dan aktris. Kebanyakan atau pada umumnya film cerita bersifat komersial. Pengertian komersial diartikan bahwa film dipertontonkan di bioskop dengan harga karcis tertentu. Artinya, untuk menonton film itu di gedung bioskop, penonton harus membeli karcis terlebih dulu. Demikian pula bila ditayangkan di televisi, penayangannya didukung dengan sponsor iklan tertentu pula.

b. Film Non Cerita (Non Fiksi)

Film noncerita adalah film yang mengambil kenyataan sebagai subyeknya. Film non cerita ini terbagi atas dua kategori, yaitu:

1. Film Faktual : menampilkan fakta atau kenyataan yang ada, dimana kamera sekedar merekam suatu kejadian. Sekarang, film faktual dikenal sebagai film berita (*news-reel*), yang menekankan pada sisi pemberitaan suatu kejadian aktual.
 2. Film dokumenter : selain fakta, juga mengandung subyektifitas pembuat yang diartikan sebagai sikap atau opini terhadap peristiwa, sehingga persepsi tentang kenyataan akan sangat tergantung pada si pembuat film dokumenter tersebut.
- c. Film Eksperimental
 - d. Film Animasi
 - e. Film Animasi
 - f. Drama
 - g. *Action*
 - h. Komedi
 - i. Tragedi
 - j. Horor

C. Nilai-Nilai Dakwah Dalam Islam

Nilai-nilai dakwah terdiri dari kata "nilai-nilai" dan "dakwah". Pada setiap kata tersebut memiliki arti yang penting untuk diketahui, oleh karena itu sebelum mengetahui nilai-nilai dakwah, terlebih dahulu akan dibahas mengenai nilai-nilai dan dakwah.

1. Nilai-nilai Dakwah Dalam Islam

Nilai-nilai dakwah islam terdiri dari tiga bagian, yaitu:

- a. Akidah
- b. Syariah
- c. Akhlak

2. Dakwah

Ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a-yad'u-dakwatan*, artinya mengajak, menyeru, memanggil. Warson Munawwir, menyebutkan bahwa dakwah artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*).

D. Konsep Semiotika

1. Semiotika

Semiotik menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. "Tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan, dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri" (Littlejohn, 2009: 53). Semiotik bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna tersebut sehingga diketahui bagaimana komunikator mengonstruksi pesan.

2. Konsep Semiotika Roland Barthes

Barthes yang terkenal dengan esainya yaitu 'Myth Today' mampu mengubah pandangan dunia mengenai suatu fenomena. Barker mengatakan, "Dalam 'Myth Today', Barthes memberikan contoh ideologi (2008: 74)". Kemampuan Barthes di ranah semiotik menjadi sebuah fenomena tersendiri yang merubah dunia Walaupun Saussure lebih dahulu mengkaji, mengenai semiotika tetapi sumbangan pemikiran Barthes yang mampu memberikan pengaruh di dunia, khususnya ilmu semiotik.

Bicara mengenai semiotik, maka otomatis kita bicara cultural studies dan ranah interdisipliner-nya. Sebuah perspektif yang mencoba untuk menggiring manusia keluar dari 'kotak-kotak' pemikiran yang selama ini digunakan sebagai pedoman. Ilmu mengenai budaya pemikiran, konstruksi pola pemikiran, pemaknaan serta kajian mengenai ranah suatu disiplin ilmu, membuat cultural studies menjadi sebuah arena pemikiran bagi ahli-ahli filsafat seperti Roland Barthes. Diskursus semiotik ala Barthes merupakan sebuah kajian yang cukup menarik apabila digunakan dalam menganalisis sebuah film. Barthes membagi semiotik menjadi dua aspek, yaitu denotasi dan konotasi.

III. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian pada penelitian ini terdapat nilai-nilai dakwah yang kemudian di analisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yaitu:

Nilai-nilai dakwah Islam meliputi akidah, syariah dan akhlak. Nilai-nilai tersebut yang termasuk kedalam film Ghibah pada channel Youtube Film Maker Muslim adalah nilai akhlak. Yaitu akhlak kepada sesama makhluk (manusia), dengan menjaga ucapan dan segala perbuatan, menjaga tali silaturahmi, saling tolong menolong, tidak

menjelek-jelekkan, dan tidak mencari-cari kesalahan satu sama lain. Pada film ini nilai akhlak terdapat pada scene 16, yaitu meminta maaf ketika melakukan kesalahan, untuk memperbaiki tali silaturahmi.

Film Ghibah yang terdapat pada channel Youtube Film Maker Muslim merupakan salah satu film yang mengandung nilai-nilai dakwah yang bisa diambil oleh penontonnya. Pada film tersebut dibagi menjadi beberapa scene yang alur ceritanya terdapat nilai-nilai dakwah. Nilai-nilai tersebut terdapat pada scene 4 menit ke 01:13, scene 6 menit ke 01:32, scene 8 menit ke 01:46, scene 15 pada menit ke 05:47, scene 16 pada menit ke 06:47.

Pada film ini terdapat 5 scene yang mengandung nilai-nilai dakwah. Nilai-nilai Setiap scene tersebut dianalisis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mendapatkan makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif dan konotatif tersebut dihasilkan dari nilai-nilai dakwah yang terdapat pada scene 4 menit ke 01:13, scene 6 menit ke 01:32, scene 8 menit ke 01:46, scene 15 menit ke 05:47, scene 16 menit ke 06:47. Dari scene-scene tersebut terdapat makna-makna denotatif sehingga memunculkan makna konotatif yang berhubungan dengan al-Qur'an dan hadits.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alamsyah Alamsyah. "Perspektif Dakwah Melalui Film" dalam Jurnal Dakwah Tabligh. No 02. Vol 13. Tahun 2012
- [2] Amin Samsul Munir. 2009, Ilmu Dakwah, Jakarta: Amzah.
- [3] Bahas Film Bareng. <http://bahasfilmbareng.blogspot.com/2008/04/pengertian-film.html>. Diakses: 09 April 2019. Pukul 11.04.
- [4] <http://e-journal.uajy.ac.id/>. Pusat Apresiasi Film.
- [5] Imanjaya. 2006, A to Z About Indonesian Film, Bandung: Mizan,
- [6] Jalaludin Rakhmat. 1991, Psikologi Komunikasi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [7] Juminem, "Adab Bermedia Sosial Dalam Islam" dalam Jurnal Pendidikan Agama Islam, No. 1, Vol 6, Tahun 2019, hlm. 25.
- [8] Nia Kurniati Syam, "Dakwah dalam Perspektif Modernisme Antisipasi Menuju Postmodernisme" dalam Jurnal MEDIATOR, No. 1, Vol 6, Tahun 2005, hlm 1
- [9] Nurudin, "Media Sosial Baru Dan Munculnya Braggadocian Behavior Di Masyarakat", dalam Jurnal Komuniti, 30 Komuniti, No. 1, Vol 10, Tahun 2018, hlm. 30.
- [10] Sri Wahyuningsih. 2019, Film dan Dakwah, Sahabat Cendekia.
- [11] Sumarno Marseli. 1996, Dasar-dasar Apresiasi Film, Jakarta: PT.Grasindo, Jakarta.