

Nilai-Nilai Islami dalam Film Cinta Subuh

¹Henry Pradana, ²Nova Yuliaty

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
e-mail: ¹Henrypradana07@gmail.com*

Abstract: Because it is supported by a combination of audio visual, and supported by an interesting story line, makes the film more interesting than radio and newspapers. Not one said the film as a medium of communication to convey the message effectively. As in the movie *Cinta Subuh*, the director in this film wishes to adopt Islamic values in different sides. This study used a qualitative method and semiotic approach John Fiske namely *Television Codes*. The first level of reality through the code looks and costumes, environment, behavior, dialogue, movement, expression. And then code level representation through the camera, lighting, music. Furthermore, at the level of ideology, through a code of individualism and grading. All the signs in the level shows that Islamic values are not only set in the case of ritual, but also how people socialize which describe himself as a Muslim.

Keywords: Film, Islamic Value, Mass Communication, Reality, Representation, Ideology

Abstrak. Didukung oleh perpaduan antara audio, visual, dan alur cerita yang menarik, membuat film lebih menarik ketimbang radio dan surat kabar. Tidak salah film dikatakan sebagai medium komunikasi untuk menyampaikan pesan yang efektif. Seperti dalam film *Cinta Subuh*, sutradara dalam film ini ingin mengangkat nilai-nilai Islami dalam berbagai sisi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika John Fiske yaitu *Television Codes*, Pertama level realitas melalui kode penampilan dan kostum, lingkungan, kelakuan, dialog, gerakan, ekspresi. Kemudian level Representasi melalui kode kamera, pencahayaan, musik. Selanjutnya pada level ideologi, melalui kode individualisme dan pengkelasan. Semua tanda-tanda dalam level tersebut memperlihatkan bahwa nilai Islami tidak hanya mengatur dalam hal ritual namun juga bagaimana manusia bersosialisasi yang mencitrakan dirinya sebagai seorang muslim.

Kata Kunci : Film, Nilai-Nilai Islami, Komunikasi Massa, Realitas, Representasi, Ideologi

A. Pendahuluan

Perpaduan antara audio dan visualnya film menjadi medium komunikasi yang mudah diterima khalayak. Dengan menampilkan *gesture*, cara pakaian, sampai penyampaian ideologi baik ataupun buruk. Sesuai dengan apa yang ingin penulis teliti terkait film pendek *Cinta Subuh* karya sutradara Amrul M Ummami. Penulis tertarik untuk meneliti nilai-nilai atau ideologi yang bernafaskan Islami yang ada di dalam film ini. Film yang mengambil latar tahun 2014 ini menceritakan mengenai jalan perjuangan Angga sebagai pemeran utama di dalam film untuk serius dalam menjalankan perintah agama Islam di dalam kesehariannya. Hal ini dimulai dari masalah yang timbul dan datang secara berurutan. Dimulai dari pacarnya yang memintanya untuk mengakhiri hubungan pacarannya karena Angga selalu telat sholat subuh. Setelahnya orang tua Angga berencana untuk tidak memberikan Angga uang jajan, parahnya lagi setelah beberapa bulan lulus dari perkuliahan ia belum mendapatkan pekerjaan.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segemen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki banyak potensi untuk mempengaruhi khalayaknya (Sobur, 2013).

Oey Hong Lee (dalam Sobur, 2013) menyebutkan: “film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke-19, dengan perkataan lain pada waktu unsur-unsur yang merintangai perkembangan surat kabar sudah dibikin lenyap. Ini berarti bahwa dari permulaan sejarahnya film dengan lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati, karena ia tidak memiliki unsur-unsur teknik, politik ekonomi, sosial dan demografi yang merintangai kemajuan surat kabar pada masa pertumbuhannya dalam abad ke-18 dan permulaan abad ke-19.

Beberapa Argumen inilah yang menguatkan bahwa film adalah sarana komunikasi terbaik dalam penyampaian pesan atau ideologi kepada masyarakat. Dalam penyampaian ideologi ini yang perlu digaris bawahi. Ideologi yang disampaikan pasti sesuai dengan latar belakang atau keinginan produser yang membuat film tersebut, namun jika disesuaikan dengan salah satu tujuan film dalam Undang-Undang nomor 33 tahun 2009 tentang perfilman ialah film dijadikan sebagai media komunikasi massa yang merupakan sarana pencerdasan dan pembinaan akhlak mulia. Jadi sudah sepantasnya ideologi yang disampaikan dalam film adalah ideologi yang positif yang bisa membangun akhlak yang mulia, dan untuk membangunnya ada dalam nilai-nilai ajaran agama. Salah satu ideologi yang bisa disalurkan di dalam film adalah ideologi mengenai nilai-nilai Islami. Sebagai Negara yang mayoritas memeluk agama islam, dirasakan perlu adanya penyampaian lewat metode yang kreatif, yang tidak bersumber dari ceramah atau buku saja. Butuh alat komunikasi yang memanjakan lewat visual dan audionya, dan itu adalah film. Dengan begitu film menyampaikan bagaimana nilai-nilai Islami agar generasi ke generasi tidak semakin jauh dengan agamanya sendiri dan menciptakan generasi dengan berakhlak mulia. Dengan mudah pun film dapat mengguncang perasaan manusia lewat adegan-adegan yang mengharukan, kualitas pengambilan gambar, *gesture* yang ditandai oleh verbal ataupun non verbal dari pemeran dalam film tersebut dan efek suara yang pas mengikuti adegan. Dan disaat sudah mengguncang perasaan manusia disitulah celah untuk memberikan ideologi atau pesan yang dimaksud oleh pembuat film. Penyampaian pesan yang berbentuk nilai-nilai Islami di dalam film sangat menarik untuk dianalisis. Dimulai dari bagaimana produser mengemas nilai-nilainya Islaminya agar terlihat menarik dan tidak kaku sehingga yang menonton bisa mengerti pesan yang disampaikan di dalam film. Bisa juga menganalisis mengenai apa saja nilai-nilai islami yang ingin disampaikan dalam film. Karena walaupun bertema sama yakni film Islami namun bisa jadi nilai yang disampaikan berbeda antara satu film dengan film lain. Karena Islam mempunyai nilai yang luas, tidak mungkin semua disampaikan dalam satu film.

B. Landasan Teori

1. Komunikasi

Menurut Effendy (2003:9) istilah komunikasi (*communication*) berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna atau informasi yang diterima oleh orang yang menerima pesan tersebut. Untuk mencapai proses penyamaan makna tersebut, dimulai dari penyampaian pesan yang mempunyai beberapa teknik agar pesan bisa seluruhnya di serap dan tidak multi tafsir, setelah itu mendiskusikan makna tersebut dan akhirnya

melihat efek yang muncul, jika efeknya adalah kesamaan makna, maka komunikasi bisa dikatakan berhasil.

Kalau dilihat proses ini cukup mudah namun berbeda dengan praktek di lapangan. Ada saja yang membuat penyampaian pesan tidak sempurna, seperti adanya gangguan-gangguan, latar belakang orang yang menerima pesan dan banyak lagi. Tidak jarang banyak sekali keributan atau konflik yang disebabkan dari komunikasi yang berjalan tidak mulus ini. Komunikasi pun di dalamnya terdapat beberapa tingkatan, mulai dari komunikasi intrapersonal sampai komunikasi yang menyangkut dengan kepentingan khalayak banyak yakni komunikasi massa. Penelitian ini akan membahas khusus langsung kepada komunikasi massa karena akan meneliti media dalam bentuk film, yang akarnya berada di komunikasi massa.

2. Komunikasi Massa

Menurut Mulyana (2011: 83) komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (majalah, surat kabar) atau elektronik (radio, televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khusus media elektronik).

Dalam konteks komunikasi massa, suatu pesan yang akan disampaikan membutuhkan suatu media atau wadah. Media yang termasuk dalam hal tersebut ialah media cetak seperti surat kabar dan majalah, dan media elektronik seperti siaran radio dan televisi. Hal ini dilakukan karena pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa harus tersebar kepada khalayak yang berbeda latar belakang dan pesan tersebut harus diterima dengan serempak serta cepat. Yang pada akhirnya bisa menginformasikan atau mempengaruhi orang lain dengan menggunakan media yang ada.

3. Semiotika

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain (Eco, dalam Sobur 2012: 95). Batasan lebih jelas dikemukakan Preminger (dalam Sobur 2012: 96). Dikatakan, “Semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti.” Semiotik sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan ‘tanda’. Dengan demikian semiotik mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda (Sobur, 2012: 87). Menurut John Fiske, semiotika adalah studi tentang pertanda dan makna dari sistem tanda; ilmu tentang tanda, tentang bagaimana makna dibangun dalam “teks” media; atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apa pun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna (Nawiroh, 2014:4).

Sekurang-kurangnya terdapat sembilan macam semiotik yang kita kenal sekarang, yaitu (Pateda dalam Sobur, 2012: 100):

1) *Semiotik analitik*, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. Peirce

menyatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.

2) *Semiotik deskriptif*, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang, misalnya, langit yang mendung menandakan bahwa hujan tidak lama lagi akan turun, dari dahulu hingga sekarang tetap saja seperti itu. Demikian pula ombak memutih di tengah laut, itu menandakan bahwa laut berombak besar. Namun, dengan majunya ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni telah banyak tanda yang diciptakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya.

3) *Semiotik faunal (zoosemiotic)*, yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Hewan biasanya menghasilkan tanda untuk berkomunikasi antara sesamanya, tetapi juga sering menghasilkan tanda yang dapat ditafsirkan oleh manusia. misalnya seekor ayam betina yang berkotek menandakan ayam itu telah bertelur atau ada sesuatu yang ia takuti. Induk ayam yang membunyikan krek ... krek ... krek ... memberikan tanda kepada anak-anaknya untuk segera mendekat, sebab ada makanan yang ditemukan. Juga, seorang yang akan berangkat terpaksa mengurungkan waktu keberangkatannya beberapa saat, sebab mendengar bunyi cecak yang ada di hadapannya. Tanda-tanda yang dihasilkan oleh hewan seperti ini, menjadi perhatian orang yang bergerak dalam bidang semiotik faunal.

4) *Semiotik kultural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Telah diketahui bahwa masyarakat sebagai makhluk sosial memiliki sistem budaya tertentu yang telah turun temurun dipertahankan dan dihormati. Budaya yang terdapat dalam masyarakat yang juga merupakan sistem itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakannya dengan masyarakat yang lain.

5) *Semiotik naratif*, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*folklore*). Telah diketahui bahwa mitos dan cerita lisan, ada diantaranya memiliki nilai kultural tinggi. Itu sebabnya Greimas (1987) memulai pembahasannya tentang nilai-nilai kultural ketika ia membahas persoalan semiotik naratif.

6) *Semiotik natural*, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Air-sungai keruh menandakan di hulu telah turun hujan, dan daun pohon-pohonan yang menguning lalu gugur. Alam yang tidak bersahabat dengan manusia, misalnya banjir atau tanah longsor, sebenarnya memberikan tanda kepada manusia bahwa manusia telah merusak alam.

7) *Semiotik normatif*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu-lintas. Di ruang kereta api sering dijumpai tanda yang bermakna dilarang merokok.

8) *Semiotik sosial*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang berwujud kata maupun lambang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat. Buku Halliday (1978) itu sendiri berjudul *Language Social Semiotic*. Dengan kata lain, semiotic sosial menelaah sistem tanda yang terdapat dalam bahasa.

9) *Semiotik Struktural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

4. Semiotika John Fiske

Menurut Fiske, kode-kode yang muncul atau yang digunakan dalam acara televisi saling berhubungan sehingga terbentuk sebuah makna. Menurut teori ini pula, sebuah realitas tidak muncul begitu saja melalui kode-kode yang timbul, namun juga diolah melalui penginderaan sesuai referensi yang telah dimiliki oleh pemirsa televisi, sehingga sebuah kode akan dipersepsi secara berbeda oleh orang yang berbeda juga. Pada perkembangannya, model dari John Fiske tidak hanya digunakan untuk menganalisis teks media yang lain, seperti film, iklan, dan lain-lain. Dalam pendekatan semiotikanya, John Fiske mengeluarkan teori mengenai Television Codes atau yang biasa disebut kode-kode dalam televisi. Walaupun yang penulis teliti bukanlah film yang ada di televisi, namun kalau dilihat dari fungsinya sama saja, yaitu menampilkan cerita dengan perpaduan visual dan audio. Tiga level code tersebut ialah :

1. Level pertama adalah realitas (reality)

Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah appearance (penampilan), dress (kostum), make-up (riasan), environment (lingkungan), behavior (kelakuan), speech (dialog), gesture (gerakan), expression (ekspresi), dan sound (suara).

2. Level kedua adalah representasi (representation)

Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah *camera* (kamera), *lighting* (pencahayaan), *editing* (perekaman), *music* (musik), dan *sound* (suara).

3. Level ketiga adalah ideologi (ideology)

Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah individualisme (*individualism*), patriarki (*patriarchy*), ras (*race*), kelas (*class*), materialisme (*materialism*), kapitalisme (*capitalism*).

John Fiske menjelaskan bagaimana sebuah peristiwa menjadi “peristiwa televisi” apabila telah diekode oleh kode-kode sosial, yang dikonstruksi dalam tiga tahapan berikut. Pada tahap pertama adalah realitas (reality), yakni peristiwa yang ditandakan (encoded) sebagai realitas – tampilan, pakaian, lingkungan, perilaku, percakapan, gestur, ekspresi, suara, dan sebagainya. Dalam bahasa tulis berupa, misalnya, dokumen, transkrip wawancara, dan sebagainya. Misalnya, jika peristiwa Bom Bali dianggap realitas, maka harus ada tanda-tanda peristiwa pemboman itu: kubangan bekas bom, saksi mata, dan sebagainya.

Pada tahap kedua disebut representasi (representation). Realitas yang terencode dalam encoded electronically harus ditampakkan pada technical codes, seperti kamera, lighting, editing, musik, suara. Dalam bahasa tulis ada kata, kalimat, proposisi, foto, grafik, dan sebagainya. Sedangkan dalam bahasa gambar atau televisi ada kamera, tata cahaya, editing, musik, dan sebagainya. Elemen-elemen ini kemudian ditransmisikan ke dalam kode representasional yang dapat mengaktualisasikan, antara lain karakter, narasi, action, dialog, setting, dan sebagainya. Ini sudah tampak sebagai realitas televisi.

Tahap ketiga adalah ideologi (ideology). Semua elemen diorganisasikan dan dikategorikan dalam kode-kode ideologis, seperti patriarki, individualism, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya. Ketika kita melakukan representasi atas suatu realita, menurut Fiske, tidak dapat dihindari adanya kemungkinan memasukkan ideologi dalam konstruksi realitas (Mursito, dalam Nawiroh 2014:36).

5. Film

Definisi Film Menurut UU nomer 33 tahun 2009, film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.

6. Nilai

Menurut Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Antarbudaya* Nilai-nilai adalah aspek evaluatif dari sistem-sistem kepercayaan, nilai dan sikap. Dimensi-dimensi evaluatif ini meliputi kualitas-kualitas seperti kemanfaatan, kebaikan, estetika, kemampuan memuaskan kebutuhan dan kesenangan. Meskipun setiap orang mempunyai suatu tatanan nilai yang unik, terdapat pula nilai-nilai yang cenderung menyerap budaya (Mulyana, Rakhmat, 1990:29).

7. Nilai-Nilai Islami

Menurut Toto Suryana dalam Hakim (2012) nilai-nilai agama Islam memuat aturan-aturan Allah yang antara lain meliputi aturan yang mengatur tentang hubungan manusia dengan Allah, hubungan manusia dengan manusia, dan hubungan manusia dengan alam secara keseluruhan.

C. Hasil Penelitian

Maka didapatkan beberapa pengelompokan nilai-nilai Islami lewat kedua level tersebut, yaitu :

1. Level Realitas

Penampilan, kostum dan *make up* : Dari poin ini penulis mengamati nilai-nilai Islami yang dicerminkan adalah berpakaian, berdandan sopan, menutup aurat dan tidak berlebihan. Khusus untuk perempuan dicerminkan dengan pakaian tidak membentuk tubuh dan mengenakan jilbab.

Perilaku : Dalam hal berperilaku dengan sesama manusia, ada beberapa perilaku di dalam film ini yang mencerminkan nilai Islami, yang sedikit berbeda cara namun tetap dalam maksud yang sama misalnya saat pemeran laki-laki bertemu dengan perempuan, di dalam kaidah seperti biasa kita akan berjabat tangan, namun di dalam film ini saat bertemu lalu mengucapkan salam *Assalamualaikum*, dan hanya menjulurkan tangan tanpa tersentuh, lalu pada gesture wajah memperlihatkan senyum yang biasa dan agak menundukkan kepala. Hal ini berhubungan dengan perilaku yang sudah ada di dalam Islam, yang memang menjaga hubungan antara lain dengan maksud agar mencegah segala sesuatu yang tidak diinginkan dan merusak kehidupan masing-masing pihak. Hal lain mencerminkan nilai Islami di dalam film ini, yakni seseorang harus usaha sebaik mungkin untuk mendapatkan sesuatu. Hal ini ada pada adegan dimana Angga sebagai pemeran utama laki-laki setelah dari masa depresinya karena mengalami banyak masalah, ia bangkit lalu berusaha untuk memperbaiki dirinya, dibantu oleh temannya, sedikit demi sedikit akhirnya ia bisa memperbaiki dirinya sendiri. Dalam hal ini ada unsur perilaku yang baik terhadap sesama yakni saling tolong menolong kepada sesama dan saling membantu dalam kebaikan dan amal *sholeh*.

Ekspresi: . Ekspresi yang sesuai dengan nilai Islam dalam film ini ialah ekspresi pemeran perempuan saat bertemu pemeran laki-laki. Pemeran perempuan terlihat selalu menundukkan kepala, tidak lama menatap wajah laki-laki. Ada lagi ekspresi muka yang mengantuk saat pemeran laki-laki (Angga) baru memulai solat subuh tepat waktunya. Mengkiaskan bahwa beratnya bangun di subuh hari untuk melakukan solat. Tetapi saat sudah merasakan perubahan, Angga sangat khusyuk dalam solatnya, tercerminkan dalam adegan dimana ia sudah mulai semangat melakukan solat subuh di masjid. Hal lain adalah ekspresi muka Angga saat banyak ujian menimpanya, ekspresi mukanya sangat memperlihatkan kekecewaan dan

kekesalan, didukung oleh geraman dan sikap Angga yang mengacak-acak kamarnya. Di saat ia sudah mulai berubah, ekspresi mukanya pun berubah, ia menjadi lebih fresh, banyak senyum dan mencerminkan hidup yang positif pada dirinya.

2. Level Ideologi

Konflik : Konflik yang ada pada film ini berpusat pada ketidakserasian Angga terhadap harapan yang ia inginkan dengan kenyataan. Ia menginginkan semuanya baik-baik saja, baik dari segi hubungan dengan pacarnya ataupun masalah finansialnya. Tetapi semua berjalan berbeda, dua harapannya pupus setelah pacarnya memutuskan untuk tidak bersamanya dan orang tuanya tidak memberikan uang untuk kesehariannya yang menjadikan ia mesti mandiri. Di dalam film ditampilkan bahwa Angga sebenarnya sudah sering berusaha untuk mencari pekerjaan, tetapi selalu gagal dan ditolak. Akhirnya Angga mengalami depresi dan kekesalan yang tidak jelas dan menentu. Tidak jelas arah pikiran dan ingin berbuat apa.

Perilaku seorang Muslim

Perilaku berpakaian : Islam mempunyai perilaku juga dalam berpakaian yang maksudnya agar menutupi aurat, menjaga kehormatan dan menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang yang menganut agama Islam. Nilai-nilai berpakaian sebagai seorang ini coba disisipi dalam film *Cinta Subuh*, terlihat dari pemeran perempuan yakni Ratih yang selalu memakai busana yang tidak ketat dan memakai jilbab yang panjangnya sampai menutupi dada sebagai simbol dari perilaku berpakaian dalam Islam. Pemeran Laki-lakinya pun juga begitu adanya, direpresentasikan selalu memakai pakaian sopan, dan tidak mengumbar aurat sesuai dengan yang ditetapkan dalam agama. Dan etika berpakaian ketika ke Masjid pun diperlihatkan, karena menurut perilakuyang diatur di dalam Islam, disarankan ketika ke Masjid kita memakai pakaian yang bagus dan rapih.

Perilaku kepada sesama manusia : Yang Pertama, memberikan nasihat dan berbuat baik kepada tetangga. Hal ini dimasukkan dalam Adegan dimana Angga meminta tolong untuk dibangunkan solat subuh kepada temannya yang menjadi tetangga di dalam lingkungan kosnya. Temannya menyetujuinya dan ia berusaha membangunkan Angga, beberapa kali usaha akhirnya usahanya berhasil, dan menularkan hawa positif kepada Angga, dimana di akhir adegan ia mulai mengajak teman yang lain untuk solat berjamaah di masjid. Hal kedua, yakni memberikan senyuman dan perkataan yang halus kepada semua orang yang bertemu dengan kita. Hal ini direpresentasikan dalam film, dimana Angga dan Ratih selalu berbicara sopan, dan menebar salam dan senyum yang tidak berlebihan. Hal ini tentunya baik dalam memelihara komunikasi dan kehidupan sosial di dalam bergaul. Selain itu adalah pemberian ucapan salam yang menjadi perilaku yang baik kepada sesama muslim.

Nilai Islami anjuran Shalat : Nilai Islami ini disampaikan di dalam film dimana para pemeran merepresentasikannya dengan rutin melakukan shalat, dan salah satu elemen dari konflik yang dibangun ialah bagaimana kegalauan Angga karena ia selalu telat untuk bangun shalat subuh. Sehingga membuat anggapan bahwa shalat itu memang hal yang wajib dan penting.

Nilai Islami *Ikhtiar* (berusaha) : Nilai Islami selanjutnya di dalam film ini ialah ikhtiar. Ikhtiar menurut KBBI adalah alat, syarat untuk mencapai maksud; daya upaya. Ikhtiar pun disyariatkan dalam kitab suci umat Muslim yang disebut Al-Quran. Ada ayat-ayat yang intinya memotivasi untuk berusaha dalam mencapai sesuatu dan tidak menyerah.

Untuk menjawab bagaimana nilai-nilai Islami dikemas di dalam film ini, peneliti menemukan jawabannya dengan menganalisis film dilihat dari unsur-unsur film tersebut. dalam film dibagi menjadi dua unsure yakni bahan materi yang akan diolah, dan unsur semantik adalah cara (gaya) untuk mengolahnya.

Materi di dalam film *Cinta Subuh* jelas pembuat film ingin membuat film dengan bernafaskan atau bertemakan nilai-nilai Islami. Penulis menganalisis pembuat film berusaha memasukkan konflik yang sesuai dengan realita yang terjadi sekarang, yakni pacaran. Perlu olahan yang baik agar film Islami tidak selalu dilihat sebagai film yang kaku dan bahkan tidak menarik, hal ini akan masuk ke ranah Semantik. Jadi nilai-nilai Islami yang akan diangkat mengenai hal-hal yang melekat di anak muda saat ini, seperti perilaku terhadap sesama, berusaha untuk melakukan sesuatu, menjalankan shalat, dalam film ini difokuskan untuk memotivasi shalat subuh, karena realitanya berat sekali untuk bangun subuh dan melaksanakan shalat pada waktu itu, dan untuk menimbulkan nilai-nilai tersebut dibuatlah konflik di dalam film. Konflik yang diangkat pun adalah konflik yang menarik bagi anak muda, yakni cinta dan kegalauan. Pembuat film mencoba mengangkat realita yang memang sekarang terjadi di dalam kehidupan sehari-hari dan karena konflik inilah yang membuat proses perubahan perilaku pada Angga di dalam film ini.

D. Kesimpulan

1. Terdapat nilai-nilai Islami di dalam film cinta subuh yang sesuai dengan level realitas semiotika John Fiske
2. Terdapat nilai-nilai Islami di dalam film cinta subuh yang sesuai dengan level ideologi semiotika John Fiske
3. Pembuat film mencoba memasukkan nilai-nilai Islami di dalam film lewat konflik yang berkenaan dengan masalah-masalah remaja zaman sekarang, agar lebih mengena terhadap anak muda.

Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cetakan kesembilanbelas. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Hakim, Lukman. 2012. "Internalisasi Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Pembentukan Sikap Dan Perilaku Siswa Sekolah Dasar Islam Terpadu Al-Muttaqin Kota Tasikmalaya". *Jurnal*. Tasikmalaya: STHG Tasikmalaya.
- Mulyana, Deddy dan Jalaluddin Rakhmat. 1990. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2012. *Analisis Teks Media*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- "Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman", <http://www.lsf.go.id/film.php?module=peraturan&sub=detail&id=9>. Tanggal Akses 24 Maret 2015 pukul 15.00 WIB.