

## **BAB I**

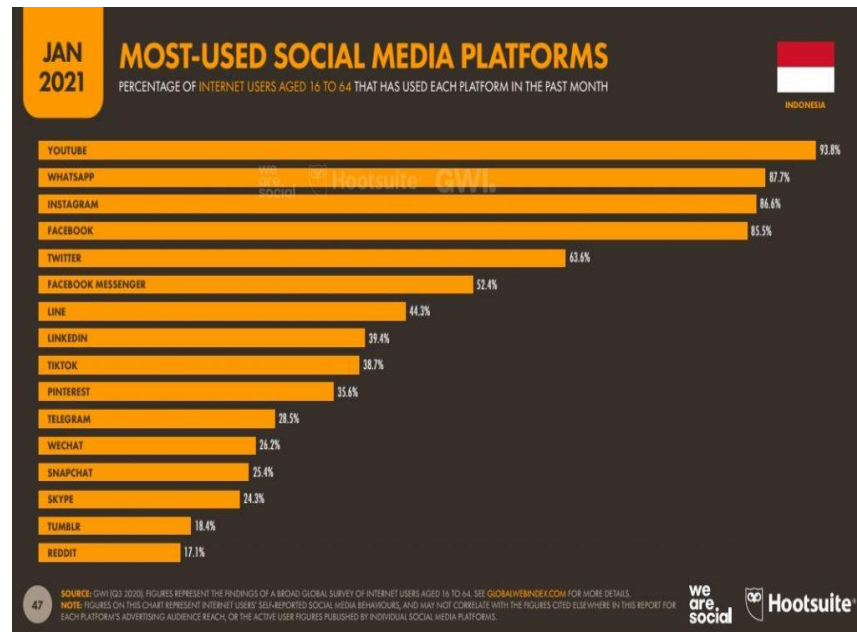
### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dakwah adalah suatu kegiatan yang menghimbau kepada orang-orang dengan hikmah dan pelajaran yang baik dengan harapan objek yang dituju beriman kepada Allah SWT dan menolak *thogut* (semua yang disembah selain Allah SWT) sehingga mereka keluar dari kegelapan kebodohan menuju cahaya Islam. Seperti dalam penyampaian dakwah yang diajarkan dalam QS. An-Nahl ayat 125 yang artinya : “ Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.

Seiring waktu berjalan, dakwah dilakukan tidak hanya dari mimbar ke mimbar saja, tetapi dengan tersedianya banyak kecanggihan teknologi informasi kita dapat menyebarkan dakwah lebih mudah dan cepat untuk sampai kepada khalayak yang lebih luas lagi. Maka dari itu kemajuan zaman juga menuntut para da'i untuk lebih inovatif dan terus mengerahkan kreativitasnya dalam menyampaikan pesan dakwah dengan menggunakan media sosial. Demikian menurut laporan survei dari *Hootsuite (We are Social)* tahun 2021 platform media sosial seperti YouTube (93,8%), WhatsApp (87,7%), Instagram (86,6%), dan

Facebook (85,5%) merupakan media sosial yang banyak dan sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

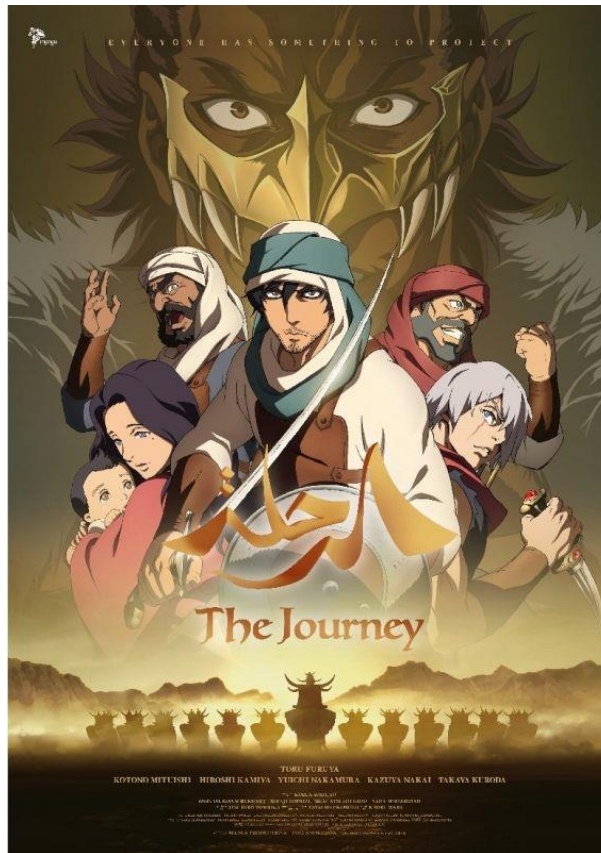


**Figure 1.1 Diagram Survei Pengguna Media Sosial di Indonesia**

Perkembangan teknologi saat ini secara tidak langsung telah mengakibatkan perubahan tatanan nilai budaya manusia kearah tatanan yang bersifat rasional dan fungsional. Penggunaan media dalam menyampaikan pesan kebajikan atau dakwah merupakan sebuah langkah yang strategis untuk dilakukan para da'i masa kini, salah satunya dakwah melalui film. Film yang merupakan bentuk media komunikasi yang sering disajikan oleh stasiun televisi untuk dijadikan hiburan bagi penontonnya. Tidak banyak dari mereka (penonton) sering terpengaruh dan terbawa suasana ketika menonton sebuah film karena melihat alur cerita dan melihat aktor yang berakting begitu meyakinkan. Maka dari

itu, film menjadi salah satu peluang untuk menyampaikan pesan dakwah melalui sebuah karya yang bisa dinikmati setiap saat, dan secara tidak langsung menyajikan pesan dakwah baik melalui karakter atau alur cerita pada film.

Pada industri film di Indonesia maupun di luar negeri, dari masa kemasa selalu mencoba terobosan baru pada alur cerita maupun proses produksi yang memberikan kesan memukau bagi para penontonnya nanti. Dilansir dari IDNTimes, Indonesia merupakan negara yang menduduki peringkat ketiga penggemar anime terbesar di dunia. Tahun 2021 ini telah dirilis sebuah film anime berjudul *The Journey* yang di sutradarai oleh Shizuno Kobun menceritakan tentang seorang pemuda pembuat tembikar yang berpartisipasi dalam pertempuran melindungi kota tercinta. Film anime ini berlatarkan kota Mekkah, di produksi oleh dua perusahaan besar yaitu Toei Animation Jepang dan Manga Productions Arab Saudi, sehingga film yang diberi judul *The Journey* ini merupakan sebuah kolaborasi antara Jepang dan Arab Saudi.



**Figure 1.2 Poster Film The Journey (kompasiana.com)**

Seperti dilansir dari Kompas.com, bahwa CEO perusahaan yang juga produser eksekutif untuk film *The Journey* Essam Bukhary mengatakan proyek tersebut sebagai hasil produksi konten kreatif Saudi yang bekerjasama dengan mitra internasional. Menurut pernyataan Bader Al-Asaker di akun twitternya yaitu @Badermasaker, bahwa film *The Journey* merupakan film anime Jepang-Saudi pertama. Dilansir juga dari Kumparan.com, bahwasanya film anime satu ini menampilkan cerita yang super unik, dengan mengangkat tema peradaban Islam Arab Saudi.

Oleh karena itu setelah melihat pernyataan dari beberapa sumber yang membahas tentang film *The Journey*, peneliti melakukan penelitian

untuk mengetahui sekaligus mengkaji pesan dakwah yang ada dalam film *The Journey* penulis memilih menggunakan analisis wacana kritis yang diciptakan oleh Teun A. Van Dijk untuk dapat lebih leluasa dalam menuangkan pikiran penulis tanpa terpaku pada sajian data yang didapatkan. Analisis wacana kritis Van Dijk ini difokuskan pada 3 elemen, yaitu: analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang ada dalam film *The Journey*. Van Dijk juga melakukan kajian empiris tentang hubungan antara wacana dan perkembangan sosial budaya, karena menurutnya dalam analisis wacana tidak hanya menganalisis teks tetapi juga mengamati bagaimana teks tersebut diproduksi.

#### **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan, dapat dikemukakan suatu perumusan masalah yaitu : Bagaimana pesan dakwah dalam film “*The Journey*” menurut teori Teun A. Van Dijk ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui tentang pesan-pesan dakwah pada film “*The Journey*” menurut teori Teun A. Van Dijk.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini peneliti berharap nantinya dapat memberikan manfaat secara luas, yakni bagi :

## **1. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi studi Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam, terutama bidang dakwah melalui film.

## **2. Manfaat Praktis**

Sebagai sarana masukan dalam pengembangan media dakwah untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan metode yang menarik, kreatif, dan efektif.