

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada Pada era globalisasi sekarang ini banyak kemajuan teknologi yang terjadi. Berbagai informasi dapat diakses dengan mudah oleh pengguna media (Morphology, n.d.). Di era inilah dalam penyebaran ajaran agama Islam tidak lagi menjadi otoritas para ulama. Karena sekarang siapapun, dimanapun berada, kapanpun dan dengan berbagai cara orang dapat belajar mengenai agama Islam. Masyarakat tidak lagi mengandalkan para ulama untuk mendapatkan pengetahuan tentang agama, namun dapat memanfaatkan media teknologi (Budiantoro, 2018).

Begitupun dengan media dakwah kini tidak cukup jika sekedar mengandalkan media tradisional seperti ceramah dan pengajian-pengajian secara tatap muka atau langsung. Kegiatan dakwah memiliki pengertian yakni suatu aktivitas dalam mengajak manusia untuk dapat menjalankan ajaran agama Islam tanpa adanya unsur paksaan. Kegiatan dakwah yang dilakukan tentu tidak boleh menyimpang dari ajaran agama Islam yakni menyimpang dari Al-Qur'an dan Hadist. Pada intinya dakwah itu mengajak manusia untuk menuju kebaikan dan menjahui kemungkaran. Dakwah sendiri merupakan suatu kegiatan komunikasi, yang mana komponen dalam dakwah dapat menunjang keberhasilan dakwah itu sendiri. Komponen dakwah diantaranya adalah komunikator, komunikan, pesan, dan media dakwah (Morphology, n.d.). Keberhasilan suatu dakwah ditentukan oleh peran dari semua komponen dalam dakwah. Salah satu yang sangat menunjang dari kegiatan dakwah yakni media dakwah.

Media yang dapat digunakan sebagai media dakwah yang cukup efisien di era globalisasi ini adalah media komunikasi massa (media massa). Komunikasi massa

merupakan proses antara komunikator dalam menggunakan media untuk menyebarkan pesan kepada khalayak banyak. Sedangkan media massa berarti media yang dipakai oleh masyarakat dalam berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari, diantaranya yaitu film, radio, surat kabar dan lainnya. Dalam menyebarkan sebuah informasi atau pesan kepada penggunanya, media massa cukup efektif dalam mempengaruhi penggunanya, mengubah sikap, dan perilaku pelaku komunikasi.

Salah satu dari media massa yang dapat digunakan sebagai media dakwah adalah film. Film menjadi salah satu media massa yang cukup digemari oleh masyarakat, karena film sendiri merupakan salah satu jenis hiburan yang dapat diterima oleh berbagai kalangan dari kalangan kecil hingga dewasa. Film merupakan media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan suatu gagasan ataupun pesan dalam bentuk audio visual (Riki Chandra, Ilham Firdaus, Ernita Arif, 2021). Di dalam film tidak hanya menjadi sebuah hiburan saja bagi penontonnya, namun di dalam film biasanya terkandung pesan-pesan yang dapat diambil kebermanfaatannya (Zayyana, 2021). Pada masa kini, banyak film yang digunakan sebagai media dakwah, karena film kini dapat dijadikan sebagai media dalam penyampaian sebuah pesan atau tabligh (Maudina, 2021).

Di Indonesia sendiri data penonton film secara global pada tahun 2019 yakni menunjukkan 48% menonton film secara digital, 42% menonton film di bioskop, dan 10% menonton film melalui *digital video disc* (DVD). Dari data AC Nielsen 2017 menunjukkan bahwasannya penonton film Indonesia didominasi oleh penonton pada usia 20-34 tahun sejumlah 51%, dan penonton anak atau remaja pada usia 10-19 tahun sejumlah 33% (Iswahyuningtyas & Hidayat, 2021).

Berdasarkan data tersebut yakni banyaknya masyarakat dengan tingkat menonton film yang tinggi, dan dengan diikuti perkembangan teknologi yang pesat, film kini menyuguhkan berbagai warna yang sesuai dengan fenomena yang ada atau sedang terjadi

pada masyarakat. Diantara banyaknya keanekaragaman film yang ada, film yang mengandung pesan dakwah sangat sesuai dengan kejadian pada masyarakat dan tentunya pesan tersebut dapat membangun dan dapat diambil manfaatnya bagi kehidupan (Supiandi, 2020).

Salah satu film yang mengandung pesan dakwah adalah film Layla Majnun. Film Layla Majnun ini merupakan film religi yang dapat dijadikan contoh oleh para penontonnya ataupun pendakwah. Selain itu, dalam film Layla Majnun terdapat pesan dakwah yang didalamnya memberi gambaran mengenai ajaran agama Islam dan kisah perjalanan hidup yang sederhana. Sesuai dengan fungsinya, bahwa film merupakan salah satu dari komunikasi massa, maka dapat dilihat dari bagaimana film Layla Majnun ini memeberikan informasi kepada para penontonnya tentang keadaan zaman dahulu di negeri Azerbaijan.

Berdasarkan pemaparan diatas, dalam film tersebut tentu terdapat *scene* yang didalamnya mengandung pesan dakwah yang menarik untuk dapat dijadikan sebagai penelitian oleh peneliti karena film tersebut mengandung pesan dakwah yang akan dikemukakan dengan makna dan pertanda dari pesan didalamnya. Sehingga pesan dakwah yang terkandung dalam film Layla Majnun dapat lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Menariknya, didalam film Layla Majnun terdapat adegan yang mengisahkan seorang laki-laki yang berasal dari negeri Azerbaijan yang mengajarkan sejarah agama Islam di Indonesia, tepatnya kepada anak-anak pesantren. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis pesan dakwah yang terdapat dalam film Layla Majnun dengan menggunakan Analisis Semiotika pada model Charles Sanders Peirce.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Apa pesan dakwah yang terkandung dalam film Layla Majnun?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah untuk mengetahui apa saja pesan dakwah yang terkandung dalam film Layla Majnun.

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat dari manfaat penelitian ini yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan teori semiotika dan mengembangkan wawasan mengenai bidang perfilman serta analisis pesan dakwah pada sebuah karya seni yakni film.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah dapat menambah pengetahuan untuk memahami makna pesan dakwah yang terkandung pada sebuah film.