

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Dakwah zaman modern seperti sekarang ini tidak cukup hanya disampaikan dengan lisan saja, yang aktivitas dan lingkungannya dilakukan dari mimbar ke mimbar tanpa bantuan alat-alat modern kecuali toa Mesjid dan mic. Berbeda dengan zaman modern sekarang yang terkenal dengan komunikasi massa, dalam perjalanan mencapai tujuan dakwah perlu suatu media sebagai perantara untuk menyampaikan pesan kepada mad'u yang homogen maupun heterogen.

Pada umumnya, media dakwah adalah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima (Ilaihi 2010:104) jadi media dakwah itu segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Maka cukup jelas bahwa apapun yang ada dimuka bumi ini bisa dijadikan alat atau perantara untuk berdakwah. Menurut Wahdi Bachtiar (1997:35) pengertian media dakwah yaitu sebagai “peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah pada zaman modern misalnya, televisi, surat kabar, majalah, film”. Jadi media dakwah juga bisa disampaikan melalui film, yang berfungsi sebagai media dakwah untuk mengajak kepada kebenaran dan kembali kejalan Allah.

Film juga mempunyai kelebihan tersendiri dibandingkan dengan media-media lainnya dengan kelebihan itulah film menjadi media dakwah yang efektif, dimana pesan-pesannya dapat disampaikan kepada penonton secara halus, mendidik, dan menyentuh hati tanpa merasa digurui. Hal ini sama dengan ajaran Allah SWT. Bahwa untuk mengkomunikasikan pesan hendaknya dilakukan secara *qawlan syadidan* yaitu pesan yang dikomunikasikan dengan benar, menyentuh, dan membekas dalam hati. Menurut Onong Uchiyana Effendi (2000) “film merupakan media komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan”. Jakob Sumardjo dari pusat pendidikan film dan televisi menyatakan bahwa film berperan sebagai pengalaman dan nilai-nilai yang dapat memenuhi kebutuhan yang bersifat spiritual, yaitu keindahan dan trasendental.

Berkaitan dengan karakter film yang dapat menyampaikan pesan dengan cara *qawlan syadidan*, bahwa “film merupakan bayangan yang diangkat dari kenyataan hidup yang dialami dalam kehidupan sehari-hari” Alex shobur (dalam Aep Kusnawan, 2004:95) terlepas dari jenis film itu terdapat film drama, film horor, film religi dan lain-lain.

Film sendiri memiliki kelebihan pada sisi emosional, ia mempunyai pengaruh yang lebih tajam untuk memainkan emosional pemirsa dan penonton cukup berpikir positif, berbeda dengan buku yang memerlukan daya pikir aktif. Hal ini dikarenakan sajian film adalah sajian siap untuk dinikmati dan efek terbesar film biasanya terlihat dari peniruan jalan cerita, karakter yang

dilakukan oleh pemeran mirip dengan kehidupan nyata yang dialami oleh masyarakat luas. Sehingga para penonton yang kebanyakannya remaja mudah terpengaruh dan mencontoh dengan gaya hidup para pemain difilm tersebut.

Belakangan ini banyak sekali film-film bernuansa religi, ternyata ada beberapa film yang menuai pro dan kontra dari berbagai pihak seperti Ayat-ayat cinta pada tahun 2008 dan Perempuan berkalung sorban pada tahun 2009, kedua film ini dinilai tidak sesuai dengan syariat Islam oleh beberapa penggiat dakwah bahkan oleh salah satu penulis novel yang diangkat dalam film tersebut.

Sebuah film dapat dikatakan Islami dan bernilai dakwah tentu perlu dicermati dari banyak sisi, karena pada umumnya dunia film ini banyak dikelola oleh kalangan profesional. Sebagian besar pembuat film menggarap film sebagai sebuah industri atau bisnis murni.

Dalam kondisi edialisme film yang sangat terpuruk sangatlah sulit memikirkan kualitas film, apalagi berbicara film Islami. Namun bukan berarti harus pesimis dengan keadaan ini, karena suatu saat orang-orang akan jenuh menonton film yang memiliki kesamaan tema dan akan dayang masanya memilih tayangan yang lebih bermutu. Para penonton menunggu sebuah tayangan yang menyegarkan hati, mendidik dan yang lebih bermutu. Terbukti pada film Assalamualaikum Beijing dan Surga yang tak dirindukan mendapat respon yang baik dari masyarakat walaupun pada awalnya sempat pro dan kontra tetapi itu hanya diawal saja sebelum tahu kelanjutan ceritanya.

Pada saat itulah seniman muslim dan umat secara keseluruhan dituntut untuk bisa memproduksi tayangan yang punya visi Islam dan dakwah. Kriteria sebuah produk tayangan yang punya visi Islami sangat diperlukan. Baik dari sisi cerita, pemeran, karakter, sitradara maupun proses pembuatannya. Namun, sampai saat ini masih sulit mencari definisi yang paling tepat dari “film dakwah”

Film dakwah ataupun dakwah melalui film tidak selalu harus menonjolkan atribut ataupun simbol-simbol Islam. Namun bisa juga disampaikan melalui kebenaran universal. Film tersebut akan berefek langsung ke dalam relung kesadaran setelah penonton mampu mengambil hikmahnya.

Film-film berkualitas yang bermuatan dakwah tentu tidak bisa lahir dan terwujud dengan sendirinya, namun perlu diupayakan penumbuhannya secara baik dan terencana dalam jangka pendek maupun panjang. Sebuah film bisa menjadi saran amal untuk mendapatkan pahala diakhirat, apabila dilakukan sesuai dengan kaidah dan koridor syari'at. Filma yang bermuatan dakwah tentunya memiliki nilai-nilai ajaran agama, khususnya Islam, hubungan sosial dan budaya, ajaran untuk menyayangi keluarganya, mandiri dan bertanggung jawab.

Film Surga Yang Tak Dirindukan adalah film layar lebar tahun 2015 yang benuansa dakwah yang cukup berbeda dengan yang lainnya, film Surga Yang Tak Dirindukan ini menembus 1,5 juta penonton. Angka ini sukses mengantarkan film ke posisi pertama daftar Film Indonesia terlaris 2015 karena

ceritanya bagus, pemainnya berbakat dan tim kerja yang sangat solid dan profesional. (bintang.com, jakarta)

Sebagai film yang syarat dengan nilai-nilai dakwah dapat dilihat dari tiga indikator menurut Jalaludin Rakhmat (2008:294) yaitu “organisasi pesan dakwah, struktur pesan dakwah dan imbauan pesan dakwah”. Oleh karena itu penelitian ini mengungkap lebih jauh tentang organisasi, struktur dan imbauan pesan dakwah yang terdapat dalam film *Surga Yang Tak Dirindukan*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, permasalahan penelitian ini berfokus pada pesan dakwah dalam film *Surga Yang Tak Dirindukan* maka rumusan penelitian adalah :

1. Bagaimana organisasi pesan dakwah dalam film *Surga Yang Tak Dirindukan*?
2. Bagaimana struktur pesan dakwah dalam film *Surga Yang Tak Dirindukan*?
3. Bagaimana imbauan pesan dakwah dalam film *Surga Yang Tak Dirindukan*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui organisasi pesan dakwah film Surga Yang Tak Dirindukan.
2. Untuk mengetahui struktur pesan dakwah film Surga Yang Tak Dirindukan.
3. Untuk mengetahui imbauan pesan dakwah film Surga Yang Tak Dirindukan.

Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta hasanah pengetahuan bagi segenap civitas akademika jurusan KPI dalam rangka memberikan stimulus atau rangsangan bagi peneliti-peneliti berikutnya dalam upaya mengkaji, menyempurnakan, serta mengembangkan paradigma Perfilman Dakwah Indonesia.
2. Kegunaan Praktisi, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca dan praktisi dakwah bahwa film merupakan salah satu media dakwah yang efektif.

D. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan dengan menempatkan film sebagai media dakwah yang menyampaikan pesan-pesannya kepada penonton. Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Dalam

literatur bahasa arab pesan dakwah disebut maudhu al da'wah. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam bahasa arab menjadi maddah al da'wah. Istilah pesan dakwah dipandang lebih tepat untuk menjelaskan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.

Dalam kegiatan dakwah, pesan menjadi bagian penting yang tidak bisa dan tidak boleh di abaikan oleh para dai atau daiyah. Pesan merupakan salah satu unsur komunikasi. Pesan secara umum adalah sesuatu yang disampaikan sebagai unsur komunikasi. Pesan secara umum adalah sesuatu yang disampaikan sebagai informasi berita yang disampaikan secara efektif agar mencapai tujuan.

Menurut eleveger dan mathews (Fisher, 1978:370) pesan merupakan peristiwa simbolis yang menyatakan suatu penafsiran tentang kejadian fisik baik oleh sumber maupun penerima. Proses penafsiran memberikan pesan stimuli, sementara stimuli yang tidak dapat ditafsirkan bukan termasuk pada pesan.

Sebuah analisis isi pesan pada film Surga Yang Tak Dirindukan bisa dilakukan dengan 3 cara. Terdapat tiga indikator yang menjelaskan tentang organisasi pesan dakwah, struktur pesan dakwah dan imbauan pesan dakwah. Tetapi yang akan diteliti lebih memfokuskan kepada organisasi pesan dan imbauan pesan. Menurut beighley (dalam Jalaludin Rakhmat, 2008:294-295) meninjau berbagai penelitian yang membandingkan efek pesan tersusun

dengan pesan yang tidak terusun, bahwa pesan yang diorganisasikan dengan baik lebih mudah di mengerti daripada pesan yang tidak tersusun baik. Beberapa penelitian menelaah efek organisasi pesan pada pengingatan dan perubahan sikap bahwasannya orang lebih mudah mengingat pesan yang tersusun, walaupun organisasi pesan kelihatan tidak mempengaruhi kadar perubahan sikap akan tetapi pengingatan tampaknya tidak terpengaruh oleh organisasi pesan, tetapi perubahan sikap sangat dipengaruhinya.

Menurut Rakhmat (dalam Jalaludin Rakhmat, 2008:295) retorika mengenal enam macam organisasi pesan: “deduktif, induktif, kronologis, logis, spesial dan topikal”

1. Pola Deduktif

Pada penyimpulan deduktif menjelaskan gagasan utama, kemudian memperjelas dengan keterangan penunjang, penyimpulan, dan bukti. Gagasan utama menulis bab mengawali dengan tema umum, artinya bab terstruktur jelas dengan penyebutan gagasan yang akan diuraikan disertai penyimpulan khusus.

2. Pola Induktif

Pola induktif merupakan kebalikan dari pola deduktif, namun keduanya memiliki kesamaan untuk menghadirkan pesan. Pola induktif merangkai pesan dengan gagasan utama di awal kemudian perincian-perincian tema dan penyimpulan.

3. Pola Kronologis

Dalam pola kronologis, pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa.

4. Pola Logis

Dalam urutan logis, pesan disusun berdasarkan sebab ke akibat atau akibat ke sebab.

5. Pola Spasial

Dalam urutan spasial, pesan disusun berdasarkan tempat

6. Pola Topikal

Dalam urutan topikal, pesan disusun berdasarkan topik pembicaraan.

Klasifikasinya, dari yang penting kepada yang kurang penting, dari yang mudah kepada yang sukar, dan dari yang dikenal kepada yang asing.

Sedangkan dalam imbauan pesan, efektifitas komunikasi tentu ada tujuan yang hendak dicapai oleh komunikator terhadap komunikan. Tujuan itu ialah mempengaruhi oranglain, maka selaku komunikator dituntut untuk menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku komunikan. Apabila pesan itu dimaksud untuk mempengaruhi oranglain maka harus menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku komunike dengan kata lain, secara psikologis menghimbau khalayak untuk menerima dan melaksanakan gagasannya.

Pada penelitian psikologi komunikasi telah meneliti efektifitas imbauan pesan : apakah komunike akan lebih terpengaruh oleh imbauan emosional atau imbauan rasional? Apakah komunike lebih bergerak oleh imbauan ganjaran daripada imbauan takut? Motif-motif apakah yang dapat disentuh

dalam pesan supaya berhasil mengubah sikap dan perilaku komunikate?
(Jalaluddin Rakhmat, 2008:298)

Terkait dengan imbauan pesan secara umum terdiri dari lima indikator yaitu imbauan rasional, imbauan emosional, imbauan takut, imbauan ganjaran dan imbauan motivasional.

a. Imbauan Rasional

Imbauan rasional didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional yang baru bereaksi pada imbauan emosional bila imbauan rasional tidak ada, menggunakan rasional artinya meyakinkan oranglain dengan pendekatan logis atau penyajian bukti-bukti. Imbauan rasional biasanya menggunakan silogisme, yaitu rangkaian pengambilan kesimpulan melewati premis maior dan premis minor.

b. Imbauan Emosional

Imbauan emosional, menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi komunikate. Menurut Lewin dan Stotland (dalam Jalaludin Rakhmat 2008:300) menunjukkan bahwa “pengaruh imbauan emosional sangat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, dengan demikian efek imbauan emosional akan kurang kuat bila topik yang dibicarakan bukan sesuatu yang baru artinya, komunikate bereaksi berdasarkan kerangka rujukan yang sudah mapan.

c. Imbauan Takut

Imbauan takut adalah imbauan yang menggunakan pesan mencemaskan, mengancam, atau meresahkan. Bila komunikate mempunyai kepribadian

yang tidak mudah terlibat secara personal dalam satu pernyataan, maka kurang terpengaruh oleh imbauan pesan yang tinggi. Begitu pula komunikate yang memiliki tingkat kecemasan yang rendah sangat efektif dipengaruhi imbauan takut yang tinggi. Tampaknya imbauan takut harus digunakan secara hati-hati.

d. Imbauan Ganjaran

Imbauan ganjaran menggunakan rujukan yang menjanjikan komunikate sesuatu yang diperlukan atau diinginkan. Sangat sedikit penelitian yang membuktikan dampak penggunaan ganjaran dalam situasi komunikasi yang persuasif.

e. Imbauan Motivasional

Imbauan motivasional menggunakan imbauan motif (motive appeals) yang menyentuh kondisi intern dalam diri manusia. Dengan menggunakan berbagai mazhab psikologi. Motif dapat mengklasifikasikan pada dua kelompok besar; motif biologis dan motif psikologis. Manusia bergerak bukan saja didorong oleh kebutuhan biologis seperti lapar dan dahaga, tetapi juga karena dorongan psikologis seperti rasa ingin tahu, kebutuhan akan kasih sayang dan keinginan untuk memuja.

Sedangkan yang terkait dengan struktur pesan terdapat beberapa persoalan yang membutuhkan perhatian menurut Koehler (1978: 170-171) yaitu:

- 1) Bila pembicara menyajikan dua sisi yang berbeda (yang pro dan kontra) tidak ada keuntungan untuk berbicara yang pertama, karena kondisi (waktu,

khalayak, tempat, dan sebagainya) menentukan pembicara yang paling berpengaruh.

- 2) Bila pendengar secara terbuka memihak satu sisi argumen, sisi yang lain tidak mungkin mengubah posisinya. Sikap nonkompromistis ini mungkin mungkin timbul karena kebutuhan untuk mempertahankan harga diri. Mengubah posisi akan membuat orang kelihatan tidak konsisten, mudah dipengaruhi dan bahkan tidak jujur.
- 3) Jika pembicara menyajikan dua sisi persoalan, biasanya lebih mudah dipengaruhi oleh sisi yang disajikan lebih dulu. Jika pendengar sudah tertarik pada suatu persoalan maka akan mengingatnya baik-baik dan menerapkannya, begitu juga sebaliknya.
- 4) Perubahan sikap lebih sering terjadi jika gagasan yang dikehendaki atau yang disajikan sebelum gagasan yang kurang dikehendaki. Jika pembicara diawal penyajiannya menyampaikan gagasan yang menyenangkan, maka akan cenderung memperhatikan dan menerima pesan-pesan berikutnya.
- 5) Urutan pro-kon lebih efektif daripada kon-pro bila digunakan oleh pembicara yang memiliki otoritas dan dihormati oleh khalayak.
- 6) Argumen yang terakhir didengar akan lebih efektif bila ada jangka waktu cukup lama diantara dua pesan, dan pengujian segera terjadi setelah pesan kedua.

Bahwa penjelasan diatas menjelaskan tentang informasi yang menyampaikan dihadapan khalayak yang tidak sepaham dengan apa yang

disampaikannya ada yang pro dan ada juga yang kontra sehingga komunikator harus menyampaikan informasi argumentasi yang tepat.

Media dakwah melalui film merupakan media yang sangat efektif dalam mencapai sasaran dakwah. Hal ini dikarenakan komunikan (penonton) film adalah khalayak ramai yang heterogen, usia yang berbeda, latar belakang dan tingkat pendidikan yang berbeda pula, dai (film) harus menggunakan teknik gaya bahasa yang baik dan benar harus mampu memilih dan memilah pemeran yang tepat agar banyak disukai oleh banyak orang dari yang muda sampai yang tua dan akan menentukan bentuk awal yang nyentrik namun menarik.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk mempertajam objektifitas dan orisionalitas penelitian, penulis menampilkan beberapa penelitian sejenis yang relevan dengan penelitian dilakukan pada penulis antara lain:

Pertama, skripsi A. Teti Kurniati Fatimah (2008) yang berjudul “Analisis Isi Pesan Tabligh pada Film Titian Serambut Dibelah Tujuh”. Dalam penelitian ini kecenderungan pesan dalam film Titian Serambut Dibelah Tujuh. Kandungan pesan-pesan tablighnya sebagian besar terdiri dari materi akhlaq pergaulan hidup. Hasil penelitian pada kecenderungan himbauan pesan film terdapat dua himbauan yakni: himbauan rasional dan himbauan emosional.

Kedua, skripsi B. Faisal Ahfa (2005) yang berjudul “Pesan-Pesan dakwah dalam Film Rumah Besar Tanpa Jendela (Analisis Wacana Film Rumah Besar Tanpa Jendela)” penelitian ini dilakukan dengan metode

kualitatif dan teknik yang digunakan adalah analisis wacana dengan melakukan interpretasi untuk memperoleh tema dan skema yang terdapat dalam film. Hasil data yang ditemukan dalam penelitian ini, mengetahui tema yang didapat yaitu keluarga bahagia dan harta. Penelitian selanjutnya mengetahui skema dalam film dengan menggunakan struktur cerita yang standar dan buku dalam genre sama. Sedangkan pesan-pesan dakwah yang disampaikan: kesabaran keluarga, etika, perhatian anak pada ayah, anak shaleh, berjilbab, kepala rumahtangga memutuskan keputusan dan nilai-nilai dakwah yang tercermin dalam Al Quran dan hadits.

Ketiga, skripsi C. Noer Laely.R (2008) yang berjudul “Pesan Tabligh Pada Film Rindu Kami Pada-Mu (Analisis Isi Film Garin Nugroho)” Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis wacana dengan teknik yang digunakan adalah content analisis isi. Hasil penelitian yang ditemukan adanya sistematika pesan yang lengkap dan imbauan pesan yang terdapat didalamnya. Pesan tabligh yang terdapat dalam film ini berupa amalan-amalan sholeh dan larangan yang harus dilakukan sebagai muslim. Dan memiliki banyak pesan moral didalamnya, sehingga penyampaiannya mudah dimengerti untuk berbagai kalangan.

Walaupun dalam penelitian ini penulis berkiblat pada skripsi diatas, tetap penelitian yang dilakukan penulis berbeda. Objek penelitian penulis adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan dakwah dan film. Dengan menggunakan analisis isi. Film ini sengaja diambil penulis karena belum ada yang meneliti film ini, sehingga penelitian yang penulis lakukan diharapkan

dapat menambah referensi penelitian film. Film yang akan penulis teliti diangkat dari novel best seller Asma Nadia yang berjudul sama dengan film ini dan langsung diangkat menjadi Film Layar Lebar.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yaitu cara-cara menghimpun data, pengolahan, uji hipotesis (bila menggunakannya), analisis dan penafsiran, pengambilan kesimpulan dan pemecahan atau mencari jalan keluar dari permasalahan yang menjadi pusat perhatian penelitian (Wardi Bachtiar, 1997:3)

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis isi guna memperoleh keterangan dan isi komunikasi yang disampaikan sehingga diketahui kualitas pesan dalam film *Surga Yang Tak Dirindukan*, dengan metode ini mencoba mengkaji data-data berupa kalimat, paragraf, keseluruhan wacana dalam film tersebut. Analisis isi atau analisis konten digunakan untuk dua tujuan yaitu tujuan deskriptif dan isi wacana (Dedi Mulyana, 2005:82-83)

Melalui metode ini dapat diketahui seperti apa pesan dakwah yang hendak disampaikan, serta dapat mendeskripsikan pesan dakwah yang terkandung di dalam film tersebut.

2. Jenis Data

Jenis data yang terdapat pada penelitian ini adalah jenis data kualitatif yaitu data yang tidak berbentuk angka. Data kualitatif tersebut

berupa data-data tentang komunikasi masa, ilmu dakwah, teori tentang film, dan tentang film Surga Yang Tak Dirindukan. Tidak lupa juga dengan data tentang organisasi, struktur dan imbauan isi pesan dakwah dalam film tersebut.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam :

- a. Sumber Primer, sumber data yang menjadi rujukan utama dalam film ini adalah DVD film “Surga Yang Tak Dirindukan” dan MD Pictures yang menayangkan film layar lebar ini.
- b. Sumber Sekunder, data yang dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain untuk melengkapi sumber primer seperti novel, buku-buku yang berhubungan dengan film, artikel dan website yang terkait dengan film Surga Yang Tak Dirindukan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian film Surga Yang Tak Dirindukan adalah sebagai berikut :

- a. Studi Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang berasal dari film yang diteliti dengan cara mengkaji isi pesan dakwahnya melalui DVD playing film tersebut.

- b. Studi Kepustakaan

Teknik kepustakaan dengan cara membaca dan mengkaji buku, novel, artikel, dan website yang berkaitan dengan film yg diteliti. Guna mencari pijakan teoritis terhadap penelitian dan landasan ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.

5. Analisis Data

Berdasarkan uraian diatas yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa sesuai dengan karakteristik analisis isi yang bersifat kualitatif, maka analisis data juga dilakukan secara kualitatif. Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini kemudian dianalisis sesuai dengan teknik analisis isi, yaitu dengan cara :

a. Pemilihan satuan analisis

Pemilihan ini dilakukan untuk mencari satuan analisis yang berupa unsur-unsur dari pesan komunikasi yang diteliti. Sedangkan satuan analisis yang dipilih adalah observasi melalui DVD film yang diteliti. Satuan yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah mengkaji kalimat, adegan dan isi dari film tersebut. Kemudian dianalisis serta disesuaikan untuk mendapatkan klasifikasi yang diharapkan sesuai dengan penelitian.

b. Konstruksi kategori

Konstruksi kategori yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1) Kategori Organisasi Pesan

Dalam kategori ini mengacu pada pola penyusunan kalimat yang digunakan dalam menyampaikan pesan pada komunikasi. Maka

penelitian ini yang akan dianalisis pada sebuah organisasi pesan terdiri dari; deduktif, induktif, kronologis, logis, spasial dan topikal.

2) Kategori Imbauan Pesan

Dalam kategori ini mengacu pada motif yang dapat menggerakkan atau mendorong perilaku komunikasi pada perilaku yang diinginkan komunikator. Maka penelitian yang akan dianalisis pada imbauan pesan terdiri dari; imbauan emosional, imbauan takut, imbauan ganjaran, imbauan rasional, dan imbauan motivasional.

Pada dasarnya data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif. Menurut Imam Prayogo dan Tabroni (2003:192-196) analisis data secara kualitatif dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Mengumpulkan data dan menyusun data yang diperlukan
- b) Mengklasifikasi data yang sudah terkumpul menjadi data primer dan sekunder
- c) Menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian
- d) Interpretasi data dan penafsiran data
- e) Penarikan kesimpulan data