

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam tradisi komunikasi Islam, pesan dakwah berfungsi tidak hanya sebagai saluran penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai sarana membentuk kesadaran dan transformasi sosial. Dakwah tidak bersifat satu arah dan normatif semata, melainkan merupakan proses dialogis yang harus memperhatikan konteks sosial-budaya *mad'u* (audiens).¹ Oleh karena itu, efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh media dan pendekatan yang digunakan. Seiring berkembangnya masyarakat dan teknologi, dakwah perlu menjangkau ruang-ruang komunikasi baru, termasuk media populer seperti film, yang memiliki daya jangkauan luas dan potensi naratif yang kuat dalam menyampaikan nilai secara implisit.

Misi dakwah pada dasarnya mengandung dimensi transformasi moral dan spiritual,² namun keberhasilannya bergantung pada bagaimana pesan itu dikomunikasikan. Dalam masyarakat yang heterogen dan dinamis, pendekatan dakwah konvensional seringkali menemui tantangan karena ketidaksesuaian gaya komunikasi dengan karakteristik audiens modern, khususnya generasi muda. Oleh sebab itu, eksplorasi terhadap medium dakwah alternatif seperti film menjadi penting. Film, sebagai produk budaya populer, tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga dapat mengandung narasi etis dan representasi nilai sosial yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam meskipun film tersebut tidak secara eksplisit bersifat

¹ M. Quraish Shihab, *Aqidah Islam: Sebuah Pengantar* (Jakarta: Lentera Hati, 2019), h. 23

² Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Surabaya: Penerbit Qiara Media, 2019), h. 29

religius. Namun potensi ini memerlukan kajian kritis agar tidak terjadi generalisasi atau interpretasi berlebihan terhadap simbol-simbol yang muncul di layar.

Agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau secara luas, di era modern, penyampaian dakwah membutuhkan dukungan media massa. Menurut Effendy,³ media massa berfungsi sebagai sarana untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas dengan jangkauan dan kecepatan yang tinggi. Pesan dakwah melalui media ini dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat tanpa terbatas ruang dan waktu. Oleh karena itu, media dakwah berperan membantu para pendakwah dalam menyampaikan materi keagamaan kepada *mad'u* secara tepat dan efisien. Media dakwah sendiri terbagi menjadi tradisional, seperti mimbar masjid, dan modern seperti radio, televisi, internet, film, serta media sosial. Dari sini dapat disimpulkan bahwa media dakwah merupakan sarana yang dapat mendukung penyampaian pesan-pesan keislaman dengan cara yang kontekstual, menarik dan relatif mudah dimengerti oleh audiens yang beragam.⁴

Dari berbagai media yang telah disebutkan, film merupakan salah satu sarana modern yang bisa dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan dakwah. Film, sebagai media komunikasi kontemporer, dapat menyampaikan pesan dengan cara yang halus dan menyentuh sisi emosional penontonnya.⁵ Hal ini sejalan dengan ajaran Islam, di mana Allah SWT memerintahkan umat-Nya untuk menyampaikan pesan dengan cara yang tepat dan menyentuh, sesuai prinsip *qaulan syadidan*.

³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), h. 43

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi : Teori dan Filsafat* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), h. 21

⁵ M.B Mustofa, Wuryan, & S Rahmayeni, S, "Telaah Pesan Dakwah dalam Film Tilik (Studi Analisis Semiotika)", *Komunike*, 13 (2), Tahun. 2021 h. 223–234.

Dengan karakteristiknya yang menarik dan mudah dipahami, film dinilai efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam. Media ini juga mampu mengajak audiens untuk memahami serta mengamalkan ajaran-ajaran Islam. Turner menyatakan bahwa film memiliki kekuatan dalam menyampaikan pesan secara mendalam (*qaulan baligha*), karena mampu membentuk dan merepresentasikan realitas melalui simbol, norma, serta ideologi dari budaya masyarakatnya.⁶

Pemanfaatan film sebagai media dakwah kini semakin mendapat perhatian dalam wacana keagamaan modern. Dengan perkembangan teknologi dan perubahan budaya, film tidak lagi hanya dianggap sebagai media hiburan, melainkan juga sebagai alat yang kuat untuk menyampaikan pesan-pesan moral dan religius kepada audiens yang lebih luas. Salah satu keunggulan utama film sebagai media dakwah adalah kemampuannya dalam menyentuh emosi dan menginspirasi penonton secara mendalam. Film memiliki kekuatan naratif untuk mengemas pesan-pesan yang kompleks dalam alur cerita yang menarik. Lewat tokoh, konflik, dan visualisasi yang disajikan, film mampu menciptakan pengalaman yang memungkinkan audiens memahami makna dakwah secara emosional. Selain itu, film memiliki kelebihan visual yang mampu menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang lebih kreatif dan memikat imajinasi.

Dengan pemanfaatan teknik sinematik seperti lanskap indah, efek visual, dan desain produksi yang menarik, film dapat menciptakan pengalaman yang menggugah secara sensorik. Ini menjadikan pesan keagamaan lebih kuat dibandingkan penyampaian konvensional melalui teks atau ceramah, film juga memiliki jangkauan yang lebih luas, bahkan dapat meraih perhatian mereka yang

⁶ A. Kusnawan, *Dimensi Ilmu Dakwah*. (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), h. 67

tidak secara aktif mencari informasi keagamaan. Melalui distribusi di bioskop, televisi, hingga platform daring, film mampu menjangkau kalangan yang tidak terlibat dalam kegiatan keagamaan secara langsung, pesan-pesan dakwah bisa tersampaikan kepada mereka yang tidak atau belum tersentuh oleh media dakwah tradisional. Dengan demikian film sebagai salah satu bentuk media dakwah memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, termasuk pesan-pesan moral dan dakwah.

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya nilai-nilai spiritual dalam kehidupan, industri perfilman Indonesia mulai menyambutnya dengan menghadirkan berbagai karya yang mengangkat tema-tema Islami. Film dengan tema keagamaan ini tidak hanya berfokus pada aspek ritual dan ibadah, tetapi juga menyoroti nilai-nilai moral, etika, dan sosial yang sejalan dengan ajaran Islam. Hal ini mencerminkan usaha untuk menyampaikan pesan dakwah secara lebih luas dan adaptif, dengan mengemasnya dalam bentuk yang lebih mudah diterima oleh masyarakat, khususnya generasi muda.

Perkembangan film bernuansa Islami di Indonesia mengalami pasang surut sejak era awal perfilman nasional hingga kini. Pada dekade 1980-an, film *Nada dan Dakwah* (1991) menjadi salah satu tonggak penting karena memadukan pesan dakwah dengan hiburan populer.⁷ Memasuki awal 2000-an, tren film Islami kembali menguat ditandai dengan kesuksesan *Ayat-Ayat Cinta* (2008) yang membuka pasar luas bagi film bernuansa Islami dengan pendekatan romantis dan

⁷ David Hanan, *Cultural specificity in Indonesian film: Diversity in unity* (Melbourne: Palgrave Macmillan, 2017), h. 67

humanis.⁸ Kesuksesan ini kemudian diikuti oleh film *Ketika Cinta Bertasbih* (2009) yang menegaskan bahwa nilai-nilai religius dapat dihadirkan dalam narasi sinema yang menyentuh sisi emosional penonton.⁹ Film *Ayat-Ayat Cinta* berhasil menggambarkan kisah cinta yang tak hanya romantis, tetapi juga penuh dengan pengajaran tentang kesabaran, ketulusan, dan pengorbanan dalam menjalani hidup sesuai dengan ajaran Islam. Begitu juga dengan *Ketika Cinta Bertasbih*, yang menyampaikan pesan dakwah tentang pentingnya ikhtiar, doa, dan keikhlasan dalam mengejar cita-cita.

Pada dekade berikutnya, film Islami berkembang ke arah tema-tema yang lebih kompleks dan kontekstual, misalnya *99 Cahaya di Langit Eropa* (2013) yang mengangkat identitas Muslim di ranah global, serta *Surga yang Tak Dirindukan* (2015) yang menyinggung dinamika rumah tangga dalam bingkai nilai religius.¹⁰

Selain itu film-film dengan tema Islami yang mendapat perhatian luas dari publik, baik secara kritis maupun komersial adalah *Haji Backpacker* (2014), dan *Sang Pencerah* (2010) merupakan contoh film yang mengangkat nilai-nilai keislaman dalam narasi yang menarik dan mudah dipahami oleh penonton, sementara *Sang Pencerah* mengangkat kisah hidup Ki Hadjar Dewantara sebagai tokoh penting dalam sejarah pendidikan di Indonesia dengan nilai-nilai keislaman yang mendalam.

⁸ Ariel Heryanto, *Identities and pleasure: A study of Indonesian popular culture* (Singapore: NUS Press, 2015)

⁹ Barendregt, B., & van Zanten, W. (2002). Popular music in Indonesia since 1998, in particular fusion, indie and Islamic music on video compact discs and the internet. *Yearbook for Traditional Music*, h. 34, 67–113. <https://doi.org/10.2307/4149349>

¹⁰ Hidayat, R., Dakwah melalui film religi: Studi representasi nilai Islam dalam film *Surga Yang Tak Dirindukan*. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6 (2) tahun 2016, h. 223–240,

Tidak hanya terbatas pada film drama, tema Islami juga mulai merambah ke berbagai genre lainnya, seperti film komedi dan drama keluarga. *Keluarga Cemara* (2018) misalnya, meskipun tidak sepenuhnya berfokus pada tema agama, secara implisit menyampaikan nilai-nilai Islami dalam cara keluarga saling mendukung dan menghargai, serta bagaimana mengatasi tantangan hidup dengan kesabaran dan ketabahan. Selain itu, film *Dilan 1983* meskipun lebih dikenal sebagai film remaja romantis, menyisipkan nilai-nilai yang mengedepankan kasih sayang, pengertian, dan penghormatan terhadap orang lain, yang cenderung selaras dengan prinsip-prinsip dakwah humanis dalam Islam. Film *Dilan 1983: Wo Ai Ni* (2023) menunjukkan bahwa pesan kebaikan tidak melulu harus hadir dalam balutan tema keagamaan secara eksplisit, tetapi dapat ditampilkan melalui narasi cinta, persahabatan, dan nilai kemanusiaan yang universal.

Review oleh Anto Karibo dalam *Fimela.com*¹¹ menyebut bahwa film ini “menunjukkan bagaimana menghargai perbedaan suku, ras, dan agama. Film ini seperti dakwah tanpa menggurui”. Pernyataan ini menemukan relevansinya dalam sejumlah adegan yang merepresentasikan nilai keagamaan melalui interaksi personal dan simbolik. Salah satu contohnya adalah fragmen dialog khas Pidi Baiq ketika Dilan bertanya kepada Mei Lien, “Siapa yang paling kamu cintai?”, yang dijawab “Tuhan”, lalu Dilan merespons, “Sainganku berat”. Adegan ini tidak menyampaikan ajaran agama secara normatif atau instruktif, melainkan membangun pengalaman spiritual melalui percakapan intim yang menyentuh dimensi afektif penonton.

¹¹ Anto Karibo, Review Film *Dilan 1983: Wo Ai Ni*, Tak Hanya Kisahkan Masa Kecil Dilan yang Ceria tapi Sarat Pesan Moral - Entertainment Fimela.com

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa representasi tema Islami dalam film Indonesia mengalami perkembangan, baik dari segi bentuk maupun pendekatan komunikatif. Film tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium komunikasi nilai yang mengartikulasikan pesan-pesan keagamaan melalui narasi, relasi antartokoh, dan simbol keseharian. Oleh karena itu, analisis terhadap representasi dakwah dalam film *Dilan 1983: Wo Ai Ni* menjadi relevan, karena film ini memperlihatkan bagaimana pesan moral dan keagamaan disampaikan tidak melalui ceramah atau retorika eksplisit, melainkan melalui pengalaman naratif yang memungkinkan penonton memahami nilai-nilai spiritual sebagai bagian dari relasi manusiawi dan kehidupan sehari-hari.

Meskipun film memiliki potensi signifikan sebagai medium dakwah, peran ini tidak selalu hadir secara utuh atau eksplisit. Film, sebagai produk budaya populer, cenderung diciptakan dengan orientasi hiburan dan komersial, sehingga penyisipan nilai-nilai dakwah — terutama dakwah humanis — bisa bersifat implisit dan kontekstual. Dalam konteks ini, klaim bahwa film mengandung pesan dakwah humanis perlu dibuktikan secara cermat melalui analisis teks, bukan diasumsikan. Sebab, tidak semua representasi kebaikan, empati, atau toleransi dalam film otomatis dapat diidentifikasi sebagai bentuk dakwah dalam pengertian keislaman. Oleh karena itu, penting untuk menelaah secara kritis bagaimana nilai-nilai moral dalam film dikonstruksi, melalui pendekatan semiotika dan teori representasi, untuk menghindari reduksi makna atau overgeneralisasi bahwa semua film bermuatan etis adalah sarana dakwah.

Selain itu film juga merupakan representasi dari makna dan nilai hidup yang dianut oleh cineas-nya (penulis, sutradara, produser). Film sebagai karya audio-

visual bukan hanya produk seni dan hiburan, tetapi juga merupakan ekspresi ideologi, nilai-nilai, dan makna hidup yang dianut oleh sineas atau pembuatnya.

Dalam perspektif teori representasi budaya, Stuart Hall¹² menyatakan bahwa media, termasuk film, tidak mencerminkan realitas secara netral, melainkan merepresentasikan realitas melalui konstruksi sosial, bahasa, dan simbol yang sarat ideologi. Representasi dalam film adalah hasil dari pilihan-pilihan kreatif dan ideologis pembuat film, yang secara sadar maupun tidak sadar menyisipkan pandangan dunianya ke dalam narasi, karakter, dan visualisasi yang ditampilkan.

Selaras dengan itu, Teori Auteur¹³ dalam kajian film menyebut bahwa seorang sineas memiliki gaya dan visi khas yang membentuk ciri dalam setiap karya sinematiknya. Maka, film dapat dilihat sebagai refleksi pemikiran, keyakinan, dan pengalaman hidup pembuatnya. Nilai-nilai yang diangkat dalam film, seperti cinta, keadilan, spiritualitas, maupun kemanusiaan, sering kali mencerminkan apa yang dianggap penting dan bermakna oleh sang sineas. Oleh karena itu, film menjadi medium yang kuat untuk menyampaikan pesan-pesan eksistensial dan nilai-nilai hidup kepada publik, sekaligus menjadi dokumen budaya yang mencerminkan *zeitgeist* atau semangat zaman di mana film itu diproduksi.

Representasi media adalah hasil seleksi dan dikemas. Ia berbeda dari dunia yang dicerminkan media. Oleh karena itu, model sirkular tentang representasi dan

¹² Moch. Fakhruroji, *Islam Digital: Ekspresi Islam di Internet* (Bandung: Sajjad Publishing, 2011), h. 102

¹³ Teori Auteur dalam kajian film berasal dari pemikiran para kritikus film Prancis yang tergabung dalam majalah *Cahiers du Cinéma* pada tahun 1950-an, terutama François Truffaut, dan kemudian dikembangkan secara sistematis oleh Andrew Sarris di Amerika Serikat. Teori auteur memandang sutradara sebagai pencipta utama (author) dalam karya film, yang mengekspresikan visi pribadi, nilai-nilai ideologis, dan gaya artistiknya secara konsisten di seluruh karya. Film, dalam kerangka ini, dianggap sebagai refleksi dari pandangan hidup sang sineas. Lihat John Caughie, (Ed.), *Theories of Authorship: A Reader*. London: Routledge & Kegan Paul, 1981). Buku ini merupakan referensi penting yang memuat kumpulan tulisan mengenai teori auteur dari berbagai perspektif.

pengaruh media bisa menjadi titik pijak untuk memahami proses terus menerus berlangsungnya representasi media secara selektif dan bagaimana hal tersebut dipengaruhi oleh kemasan dan karakter manusia.¹⁴

Melalui representasi, suatu makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota masyarakat. Jadi dapat dikatakan bahwa representasi secara singkat adalah salah satu cara untuk memproduksi makna. Proses memproduksi pesan dan pemaknaan didalamnya tidak bisa lepas dari upaya konstruksi terhadap realita sosial yang dilakukan individu atau kelompok masyarakat.

Dalam konteks inilah peneliti memilih Film *Dilan 1983: Wo Ai Ni -yang* walaupun bukan film bertema dakwah- yang ditulis dan disutradarai oleh Pidi Baiq serta Fajar Bustomi, justru menawarkan jalinan narasi nilai-nilai kehidupan yang secara implisit merepresentasikan makna-makna kemanusiaan. Pidi Baiq sebagai penulis novel, yang kemudian ikut menyutradarai film ini bersama Fajar Bustomi, mendesain alur dan karakter yang merefleksikan pandangan dunia, nilai, dan pengalaman batinnya. Dengan pendekatan teori representasi, karya ini dapat dibaca sebagai wadah bagi ideologi dan nilai personal sang sineas, yang tersusup dalam kisah masa kecil Dilan—terutama dalam interaksinya dengan teman beragam suku dan budaya seperti Mei Lien, serta latar historis tahun 1983—dimana simbol-simbol islam belum semeriah sekarang ditampilkan dalam realitas kehidupan dan di ruang simulakra.

Lebih lanjut, menggunakan teori semiotika Roland Barthes, film ini menyediakan lapisan tanda yang kaya untuk dianalisis, visual, simbol, dialog, dan

¹⁴ Idy Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), h. 6.

konteks budaya membentuk makna denotatif dan konotatif dari setiap adegan. Misalnya, interaksi Dilan yang belajar bahasa Mandarin demi mendekati Mei Lien melampaui cinta monyet biasa, ia menjadi simbol penghargaan terhadap multikulturalisme sekaligus refleksi nilai humanis yang ditanamkan sineas. Mitos kultural yang terbentuk tentang keberagaman, solidaritas, dan spiritualitas, bisa diurai melalui tanda-tanda yang tampak (denotatif) dan makna yang dijadikan alami oleh audiens (konotatif). Oleh karena itu, film ini sangat layak dikaji sebagai representasi nilai-nilai eksistensial yang dibawa sineas, sekaligus sebagai objek semiotik yang mengandung pesan moral kebaikan yang mirip prinsip dakwah humanis meskipun tidak eksplisit disebut demikian. Dengan alasan ini, *Dilan 1983: Wo Ai Ni* menjadi pilihan yang penting untuk dianalisis, ia bukan hanya refleksi identitas pencipta, namun juga sarat potensi makna dakwah humanis yang tersembunyi dalam simbol, narasi, dan representasi budaya penonton Indonesia kontemporer.

Pemilihan *Dilan 1983: Wo Ai Ni* sebagai objek kajian tidak semata-mata didasarkan pada popularitas film ini, tetapi pada keberadaannya sebagai teks budaya yang secara implisit membawa nilai-nilai yang kerap diklaim sebagai “humanis” tanpa pernah diuji secara kritis dalam konteks dakwah. Film ini menampilkan sejumlah gestur moral—empati, solidaritas, penghargaan terhadap perbedaan, dan kepedulian emosional—yang sekilas tampak sejalan dengan prinsip dakwah humanis. Namun, justru karena aspek-aspek tersebut hadir dalam bentuk yang sangat halus dan tidak dikaitkan dengan struktur sosial yang lebih luas, film ini menjadi medan yang ideal untuk menilai sejauh mana representasi humanisme dalam budaya populer dapat mendukung atau justru mereduksi esensi dakwah

humanis. Prinsip humanisme dalam dakwah Islam menekankan pembebasan, pemuliaan martabat manusia, serta keberpihakan pada kelompok yang dilemahkan. Dalam film ini, nilai-nilai tersebut hadir dalam bentuk individual, romantik, dan emosional—sehingga menimbulkan pertanyaan kritis apakah yang ditampilkan benar-benar mendekati humanisme pembebasan, atau hanya sebatas humanisme estetis yang kompatibel dengan logika industri budaya.

Lebih jauh, *Dilan 1983* dipilih karena menyediakan ruang untuk menguji bagaimana nilai humanis dinegosiasikan dalam representasi-relasi kuasa yang berlangsung dalam film. Representasi etnisitas Mei Lien, misalnya, dapat dibaca sebagai upaya menghadirkan toleransi dan penghargaan antarbudaya. Akan tetapi, toleransi tersebut diwujudkan melalui romansa personal alih-alih melalui pengakuan terhadap pengalaman historis kelompok minoritas Tionghoa. Ini menimbulkan kritik penting, apakah film benar-benar mendorong humanisme yang berpihak pada keadilan, atau hanya merayakan keberagaman dalam bentuk yang aman dan tidak mengganggu struktur dominan? Demikian pula gambaran maskulinitas Dilan yang tampak lembut tetapi tetap dominan secara emosional menguji sejauh mana representasi tersebut mendukung nilai kesetaraan yang menjadi fondasi dakwah humanis. Dengan demikian, *Dilan 1983* merupakan objek yang strategis untuk mengkaji bagaimana nilai-nilai dakwah humanis direduksi, dinegosiasikan, atau dinormalisasi dalam teks budaya populer Indonesia.

1.2 Fokus Penelitian

Pembatasan objek penelitian hanya pada film *Dilan 1983: Wo Ai Ni* didasarkan pada relevansi konten film tersebut dengan nilai-nilai kemanusiaan yang menjadi esensi dari dakwah humanis. Meskipun secara lahiriah film ini tidak

berlabel religius dan tidak secara eksplisit mengusung tema dakwah, namun secara naratif film ini mengandung representasi yang mencerminkan nilai-nilai moral dan spiritual yang dapat dikaji sebagai bentuk dakwah kultural yang lebih halus dan kontekstual. Dalam konteks komunikasi dakwah masa kini, pendekatan humanis menjadi penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih tertarik pada pesan-pesan moral yang tersampaikan melalui media populer dan narasi emosional ketimbang ceramah konvensional.¹⁵

Pemilihan satu film sebagai fokus kajian juga didasarkan pada prinsip penelitian kualitatif yang menekankan pendalaman makna, bukan pada generalisasi luas.¹⁶ Film *Dilan 1983: Wo Ai Ni*, yang merupakan bagian dari semesta *Dilan*¹⁷ karya Pidi Baiq, menawarkan kompleksitas simbolik dan kedalaman relasi antar tokohnya, yang jika dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes dapat mengungkap lapisan-lapisan makna konotatif, mitos sosial, hingga representasi nilai-nilai hidup yang dianut oleh sineasnya.¹⁸ Di tengah kecenderungan masyarakat kontemporer yang lebih akrab dengan budaya populer, film semacam ini menjadi lahan yang potensial untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk dakwah yang tersembunyi namun berdampak, terutama dalam menyampaikan nilai-nilai cinta, pengorbanan, keluarga, dan kematian sebagai bagian dari spiritualitas

¹⁵ Azyumardi Azra, *Dakwah Kultural: Islam dan Tantangan Modernitas*. (Jakarta: Kompas, 2013), h. 54

¹⁶ Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

¹⁷ Film karya Pidi Baiq yang lain adalah : 1) Dilan 1990, 2) Dilan 1991 3) Milea : Suara dari Dilan dan 4) Ancika.

¹⁸ Roland Barthes, *Image-Music-Text*, trans. S. Heath (Hill and Wang, 1977)

insani.¹⁹

Dengan demikian, fokus kajian hanya pada film *Dilan 1983: Wo Ai Ni* bukan semata karena kepraktisan, melainkan didasarkan pada pertimbangan teoritis dan metodologis untuk mengangkat film populer sebagai medium dakwah alternatif, sesuai dengan dinamika sosial-budaya dan kecenderungan komunikasi generasi kekinian.²⁰

Dari pembatasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan bahwa penyampaian pesan-pesan moral atau agama secara konvensional di mimbar atau media konvensional lainnya sudah banyak dilakukan. Film yang pada umumnya bernuansa seni dan hiburan mulai dilirik untuk dijadikan media penyampaian pesan moral, agama atau pesan dakwah. Di Indonesia sudah mulai banyak film-film yang spesifik bertema Islami atau dakwah yang menyampaikan pesan-pesan keagamaan, moral dan lainnya, namun masih ada film-film yang menampilkan citra Islam hanya aspek mistis dan kesalehan pribadi saja. Film *Dilan 1983 Wo Ai Ni* yang notabene bukanlah film berlabel Islami atau dakwah, justru tampil merepresentasikan nilai-nilai kebaikan yang cenderung sesuai dengan nilai-nilai Islam yang bukan hanya pada aspek kesalehan ritual saja, melainkan juga menampilkan kesalehan sosial dan nilai-nilai humanis. Maka mengkaji nilai-nilai dakwah humanis dalam film yang meskipun bukan bertema dakwah menjadi signifikan dalam konteks Dakwah Islam di kebhinekaan Indonesia.

¹⁹ Kraidy, M. M. *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalization*. (Temple University Press, 2005)

²⁰ Stuart Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. (SAGE Publications, 1997)

Berdasarkan latar belakang dan focus penelitian ini maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana representasi nilai-nilai dakwah humanis dalam film *Dilan 1983: Wo Ai Ni* dalam struktur naratif, visual, dan dialog film?
2. Bagaimana nilai-nilai kemanusiaan direpresentasikan dan dikonstruksi dalam film *Dilan 1983: Wo Ai Ni* pada level denotatif, konotatif dan mitos?
3. Bagaimana ideologi dan nilai-nilai humanis tertentu direpresentasikan dan dinormalisasi melalui teks film *Dilan 1983: Wo Ai Ni* dalam konteks dakwah humanis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini Adalah untuk :

1. Menganalisis representasi nilai-nilai dakwah humanis dalam film *Dilan 1983: Wo Ai Ni*, melalui analisis terhadap elemen naratif, visual, dan dialog film.
2. Menganalisis makna denotatif, konotatif, dan mitos dari tanda-tanda yang terdapat dalam film tersebut menggunakan semiotika Roland Barthes.
3. Mengungkap ideologi dan nilai-nilai personal sineas (Pidi Baiq) dalam merepresentasikan nilai-nilai kebaikan dan humanis dalam film *Dilan 1983: Wo Ai Ni*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian dakwah dan komunikasi Islam dengan menempatkan dakwah humanis bukan sebagai konsep yang tunggal dan normatif, melainkan sebagai konstruksi makna

yang diproduksi, dinegosiasikan, dan dinormalisasi dalam teks budaya populer. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan bahwa makna tidak pernah bersifat final, tetapi selalu terbentuk melalui sistem tanda dan konteks sosial-budaya yang melingkupinya.²¹

Melalui semiotika Roland Barthes, penelitian ini memperkuat kerangka konseptual untuk membaca bagaimana nilai-nilai dakwah humanis bekerja pada level denotatif, konotatif, dan mitologis, sekaligus menunjukkan potensi terjadinya reduksi makna dakwah menjadi sekadar humanisme estetis yang terlepas dari dimensi transformasi sosial.²²

1.4.2 Manfaat Metodologis

Secara metodologis, penelitian ini memberikan contoh penerapan semiotika Roland Barthes secara kritis dalam kajian film dakwah dengan menjadikan film populer non-dakwah sebagai objek analisis. Langkah ini penting untuk menggeser kecenderungan penelitian dakwah yang selama ini dominan bersifat deskriptif dan normatif menuju pendekatan analitis-kritis yang menaruh perhatian pada ideologi dan mitos budaya.²³ Dengan demikian, penelitian ini memperkaya metodologi penelitian komunikasi Islam melalui pembacaan film sebagai sistem tanda yang kompleks, bukan semata sebagai media penyampai pesan moral yang bersifat eksplisit.²⁴

²¹ Roland Barthes, *Mythologies*, terj. Annette Lavers (New York: Hill and Wang, 1972), h. 109–112

²² Roland Barthes, *Elements of Semiology*, terj. Annette Lavers dan Colin Smith (New York: Hill and Wang, 1967), h. 41–44

²³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), h. 88–92

²⁴ John Fiske, *Television Culture* (London: Routledge, 1987), h. 14–18

1.4.3 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi kritis bagi akademisi, praktisi dakwah, dan pelaku industri kreatif dalam memahami keterbatasan sekaligus potensi film populer sebagai medium representasi dakwah humanis. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk merumuskan pedoman normatif, melainkan untuk mendorong kesadaran bahwa nilai-nilai kemanusiaan dalam budaya populer selalu terikat pada logika industri, estetika naratif, dan kepentingan ideologis tertentu.²⁵

Dengan kesadaran tersebut, diharapkan para pemangku kepentingan dapat lebih berhati-hati dalam mengklaim film sebagai media dakwah, serta lebih kritis dalam membaca relasi antara humanisme populer dan konsep dakwah humanis dalam perspektif komunikasi Islam.²⁶

1.5 Landasan Pemikiran

Penelitian ini berpijak pada asumsi bahwa film sebagai medium komunikasi dan produk budaya tidak bersifat netral, melainkan merupakan hasil konstruksi makna oleh sineas melalui simbol, narasi, dan visual yang bekerja dalam kerangka sosial, kultural, dan ideologis tertentu. Karena itu, film tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai arena produksi makna, representasi nilai, dan normalisasi wacana dominan melalui “bahasa sinematik”.²⁷

²⁵ Theodor W. Adorno dan Max Horkheimer, “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception,” dalam *Dialectic of Enlightenment*, terj. John Cumming (New York: Continuum, 2002), h. 94–96.

²⁶ M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur’an: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Bandung: Mizan, 2007), h. 379–382

²⁷ Stuart Hall, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (London: Sage Publications, 1997), h. 15–17

Dalam kerangka tersebut, *Dilan 1983: Wo Ai Ni* diposisikan sebagai teks budaya yang terbuka terhadap pembacaan kritis. Penelitian ini tidak berangkat dari asumsi bahwa film tersebut dimaksudkan sebagai media dakwah, melainkan menguji bagaimana kemungkinan representasi nilai-nilai kemanusiaan yang sering diasosiasikan dengan dakwah humanis diproduksi melalui struktur tanda dan narasi film. Untuk itu, semiotika Roland Barthes digunakan sebagai kerangka analisis utama karena memungkinkan pembacaan makna pada tiga tingkat, yakni denotasi, konotasi, dan mitos. Pendekatan ini memandang tanda bukan hanya sebagai pembawa makna literal, tetapi juga sebagai mekanisme ideologis yang menaturalisasi nilai tertentu sehingga tampak wajar, alamiah, dan tidak problematis.²⁸

1.5.1 Film sebagai Representasi dan Konstruksi Makna

Teori representasi mengkaji bagaimana media—termasuk film—tidak hanya mencerminkan kenyataan, tetapi secara aktif mengonstruksi realitas. Stuart Hall²⁹ menyatakan bahwa representasi adalah cara di mana makna dihasilkan dan disebarkan melalui bahasa, simbol, dan tanda dalam media. Dalam kajian budaya, representasi tidak dipahami sebagai cermin realitas, melainkan sebagai proses aktif produksi makna. Dengan demikian, apa yang tampil dalam film selalu merupakan hasil seleksi, penekanan, dan penghilangan aspek tertentu dari realitas sesuai dengan kepentingan naratif dan ideologis yang bekerja di balik teks.

Stuart Hall menjelaskan dua proses atau sistem representasi. Pertama, sistem mengenai objek, orang-orang atau peristiwa yang dihubungkan dengan serangkaian

²⁸ Roland Barthes, *Mythologies*, terj. Annette Lavers (New York: Hill and Wang, 1972), h. 109–111

²⁹ Stuart Hall, *Representation*, h. 16–18

konsep atau “*mental representation*” yang ada dalam pikiran kita yang tanpanya kita tidak dapat menginterpretasikan sesuatu secara benar. Dalam sistem ini, makna tergantung pada sistem konsep dan citra atau gambaran yang kita miliki dalam pikiran kita yang dapat digunakan untuk merepresentasikan dunia, sehingga memungkinkan kita untuk merujuk pada sesuatu yang berada di dalam dan di luar pikiran kita.³⁰

Menurut Marcel Danesi, representasi dapat didefinisikan lebih jelasnya sebagai penggunaan tanda (gambar, bunyi, dan lain-lain) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret, atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu.³¹ Representasi juga merupakan proses di mana sebuah objek ditangkap oleh indra seseorang, lalu masuk ke akal untuk diproses yang hasilnya adalah sebuah konsep atau ide yang dengan bahasa akan disampaikan atau diungkapkan kembali.

Croteau dan Hoynes menambahkan bahwa representasi media merupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang menggarisbawahi hal-hal tertentu dan hal lain diabaikan. Dalam representasi media, tanda yang akan digunakan untuk melakukan representasi tentang sesuatu mengalami proses seleksi. Mana yang sesuai dengan kepentingan-kepentingan dan pencapaian- pencapaian tujuan komunikasi ideologisnya itu yang digunakan sementara tanda-tanda lain diabaikan.³²

³⁰ Moch. Fakhruroji, *Islam Digital: Ekspresi Islam di Internet*, (Bandung: Sajjad Publishing, 2011), h. 102

³¹ Marcel Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), h. 20.

³² David Croteau dan William Hoynes, *Media/Society: Industries, Images, and Audiences* (Thousand Oaks: Sage Publications, 2014), h. 181–184

Dalam penelitian ini, konsep representasi digunakan untuk membaca bagaimana film *Dilan 1983: Wo Ai Ni* mengonstruksi nilai-nilai kemanusiaan melalui adegan, dialog, karakter, dan struktur naratif. Representasi tidak dipahami sebagai refleksi langsung ajaran Islam, melainkan sebagai proses simbolik yang memungkinkan nilai tertentu dimunculkan, dinegosiasikan, atau direduksi.

1.5.2 Pesan Dakwah sebagai Muatan Nilai dalam Teks Budaya

Pesan dakwah dalam penelitian ini tidak dipahami secara sempit sebagai penyampaian ajaran normatif atau instruksi ritual semata, melainkan sebagai segala bentuk isi atau materi dakwah yang disampaikan melalui medium tertentu, baik berupa kata, simbol, maupun tindakan, dengan tujuan menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat. Pesan dakwah tidak hanya terbatas pada aspek ritual ibadah, melainkan juga mencakup ajaran akhlak, sosial, dan kemanusiaan. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, pesan dakwah dipahami sebagai muatan nilai Islam yang dapat diidentifikasi dalam film *Dilan 1983: Wo Ai Ni*, baik melalui narasi, dialog, maupun representasi visual. Samsul Munir Amin mendefinisikan dakwah sebagai aktivitas ajakan dan bimbingan agar manusia menerima dan mengamalkan ajaran Islam secara sadar, tanpa paksaan.³³ Sejalan dengan itu, Toha Yahya Umar menegaskan bahwa dakwah harus dilakukan secara bijaksana dan persuasif demi keselamatan manusia di dunia dan akhirat.³⁴

Pesan dakwah pada dasarnya dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu akidah, syariah, dan akhlak. Namun, dalam perkembangan kajian dakwah kontemporer, pesan dakwah juga dapat dikaitkan dengan isu-isu sosial,

³³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), h. 3–6

³⁴ Toha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Wijaya, 1983), h. 38–40

budaya, hingga kemanusiaan, selama tetap bersandar pada nilai-nilai universal Islam. Dengan demikian, pesan dakwah tidak sekadar dipahami sebagai instruksi normatif, tetapi juga sebagai representasi nilai yang mampu membangun kehidupan yang penuh kasih sayang, toleransi, keadilan, dan penghormatan terhadap martabat manusia³⁵.

Dalam penelitian ini, pesan dakwah dipahami secara operasional sebagai nilai-nilai Islam yang direpresentasikan dalam film melalui tanda-tanda semiotik, baik verbal maupun nonverbal. Artinya, peneliti akan mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menganalisis pesan dakwah yang muncul dalam film dengan menggunakan semiotika Roland Barthes (denotasi, konotasi, mitos). Fokus analisis diarahkan pada bagaimana film merepresentasikan pesan dakwah humanis yang relevan dengan kehidupan masyarakat modern. Dengan cara ini, pesan dakwah dalam film tidak hanya menjadi komunikasi religius, tetapi juga media pendidikan sosial dan kemanusiaan.³⁶ Dalam konteks media modern, pesan dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar atau khutbah, tetapi juga hadir dalam teks budaya populer, termasuk film.

Dengan demikian, pesan dakwah dalam penelitian ini diposisikan sebagai objek interpretasi semiotik, bukan sebagai klaim normatif. Pesan dakwah hanya dapat diidentifikasi sejauh ia termanifestasi dalam struktur tanda film dan dapat dibaca secara analitis melalui pendekatan semiotika Barthes.

³⁵ Muhammad Azhar, *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016)

³⁶ Wahyudi, J., *Dakwah Humanis: Paradigma dan Praktik di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017)

1.5.3 Dakwah Humanis

1) Definisi Dakwah

Sebelum menjelaskan apa itu dakwah humanis, maka perlu diketahui terlebih dahulu mengenai konsep dasar ataupun pengertian dakwah. Samsul Munir Amin menyebutkan bahwa dakwah merupakan bagian yang sangat esensial dalam kehidupan seorang muslim, dimana esensinya berada pada ajakan dorongan (motivasi), rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama Islam dengan penuh kesadaran demi keuntungan dirinya dan bukan untuk kepentingan pengajaknya.³⁷

Toha Yahya Umar mendefinisikan dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahasiaan mereka di dunia dan akhirat.³⁸ Sedangkan Prof. H.M. Arifin M.Ed, mendefinisikan dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.

Asmuni Syukir dalam bukunya Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam mendefinisikan istilah dakwah dari dua segi yakni pengertian dakwah yang bersifat pembinaan dan bersifat pengembangan. Pengertian dakwah yang bersifat pembinaan adalah suatu usaha mempertahankan syari'at sehingga menjadi

³⁷ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Hamzah, 2009), h. 6

³⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu*, h. 3

manusia yang mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat, sedangkan pengertian dakwah yang bersifat pengembangan adalah usaha untuk mengajak manusia yang belum beriman kepada Allah untuk mentaati syari'at Islam supaya (memeluk agama Islam) supaya hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat.³⁹

Menurut M. Quraish Shihab dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekedar usaha peningkatan pemahaman dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Apalagi pada masa sekarang ini, ia harus berperan menuju pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek.⁴⁰

Demikianlah pengertian dakwah menurut para ahli. Dari pendapat tersebut tentulah dapat dipahami bahwa dakwah adalah kegiatan mengajak kepada kebaikan dan kebenaran dengan cara-cara yang baik dan benar. Kegiatan mengajak untuk menjalankan agama Allah ini tentunya bisa teraplikasikan jika diterapkan dengan cara humanis dan menyentuh nilai-nilai kemanusiaan. Sebaliknya jika dakwah ini disampaikan dengan keras dan kasar, maka sudah dipastikan dakwah Islam yang disampaikan tidak akan menyentuh orang yang di dakwahkan. Sesuai dengan firman Allah pada surah Ali Imran ayat 159, artinya :

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila

³⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), h.

⁴⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah.*, h. 5

kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Ayat diatas sangat menggambarkan bagaimana Allah Swt memberikan pendidikan kepada Nabi Muhammad Saw dan tentunya umat nya agar berlaku lemah lembut dalam berdakwah dan tidak kasar apalagi memaksakan kehendak. Karena Allah Swt sendiri yang berfirman pada surah Al-Baqarah ayat 256 bahwa : *“Tidak ada paksaan dalam memeluk agama Islam”*

2) Definisi Humanis

Adapun Kata humanis secara etimologis, istilah tersebut erat kaitannya dengan bahasa Latin klasik, yakni *humus*, yang berarti tanah atau bumi. Dari istilah tersebut muncul kata *homo* yang berarti manusia (makhluk bumi) dan *humanus* yang lebih menunjukkan sifat “membumi” dan “manusiawi”.⁴¹ Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, humanisme diartikan sebagai aliran yang bertujuan menghidupkan rasa perikemanusiaan dan mencita-citakan pergaulan hidup yang lebih baik.⁴²

Franzs Magnis Suseno mengemukakan bahwa humanisme berarti martabat (*dignity*) dan nilai (*value*) dari setiap manusia, dan semua upaya untuk meningkatkan kemampuan-kemampuan alamiahnya (fisik atau non fisik) secara penuh; suatu sikap spiritual yang diarahkan kepada *humanitarianisme* (Brockhaus).⁴³

⁴¹ Bartolomeus Samho, “Humanisme Yunani Klasik dan Abad Pertengahan” dalam *Humanisme dan Humaniora: Relevansinya bagi Pendidikan* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), h. 2

⁴² Tim penyusun kamus pusat bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ketiga (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 412

⁴³ Frans Magnis Suseno, “Humanisme Religius VS Humanisme Sekuler dalam *Islam dan Humanisme, Aktualisasi Humanisme Islam Di Tengah Krisis Humanisme Spiritual* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 209-210

Humanisme⁴⁴ adalah suatu doktrin yang menekankan kepentingan-kepentingan kemanusiaan dan ideal (humanisme pada zaman Renaisans didasarkan atas peradaban Yunani Purba sedangkan humanisme modern menekankan manusia secara eksklusif).⁴⁵

Sedangkan Mangun Harjana mengatakan humanisme adalah pandangan yang menekankan martabat manusia dan kemampuannya. Menurut pandangan ini manusia bermartabat luhur, mampu menentukan nasib sendiri dan dengan kekuatan sendiri mampu mengembangkan diri dan memenuhi kepatuhan sendiri mampu mengembangkan diri dan memenuhi kepenuhan eksistensinya menjadi paripurna. Pada awalnya humanisme adalah gerakan yang visi dan misinya adalah mempromosikan harkat dan martabat manusia. Sebagai pemikiran etis yang menjunjung tinggi manusia, humanisme menekankan harkat, peran dan tanggungjawab menurut manusia. Menurut humanisme, manusia mempunyai kedudukan yang istimewa dan berkemampuan lebih dari makhluk lain karena mempunyai rohani.⁴⁶

⁴⁴ Humanisme lahir di Eropa sebagai kritik atas hegemoni agama pada abad ke-14. Humanisme tersebut merupakan reaksi atas peradaban *dehumanis*. Pada saat itu, kekuasaan didominasi oleh otoritas gereja. Agama (gereja) dan negara dipersatukan yang di dalam persatuan tersebut manusia harus tunduk kepada doktrin gereja atas nama Tuhan. Konsep-konsep doktrin dan akhlak ditentukan gereja dan negara sehingga tidak ada kebebasan manusia dalam merumuskan diri dan dunia. Situasi ini dianggap bersifat anti humanis karena tidak memberi kesempatan pada manusia untuk menggunakan potensi terbesarnya, akal budi, untuk mengatur kehidupannya sendiri. Pada akhirnya, agama, gereja dan Tuhan menjadi *common enemy* dari kaum humanis yang meniscayakan runtuhnya agama demi tegaknya kemanusiaan. Pada awalnya, humanisme sebatas berkembang di Italia, tetapi lama kelamaan gerakan ini berkembang ke Jerman, Prancis dan negara-negara Eropa lainnya. Lihat, Syaiful Arif, *Humanisme Gus Dur: Pergumulan Islam dan Kemanusiaan* (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2013), h. 39-40

⁴⁵ Pius A Partanto dan M. Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Penerbit Arkola, 2001), h. 240.

⁴⁶ Mangun Harjana, *Isme-Isme dari A sampai Z* (Yogyakarta: Kanisius, 1997), h. 93.

Menurut Ali Shari'ati, humanisme adalah aliran filsafat yang menyatakan bahwa tujuan pokok yang dimilikinya adalah untuk keselamatan dan kesempurnaan manusia. Manusia sebagai makhluk mulia, dan prinsip-prinsip yang disarankannya didasarkan atas pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok yang bisa membentuk spesies manusia.⁴⁷ Humanisme merupakan paham yang menempatkan manusia sebagai pusat realitas yang memiliki fungsi ganda, yakni sebagai subjek pengolah alam sekaligus objek tujuan dari pengolahan alam tersebut. Hal ini karena manusia merupakan makhluk bumi termulia yang memiliki kecakapan, baik bersifat teknis maupun normatif.⁴⁸

Jaquet Maritain mengklasifikasikan humanisme menjadi dua kelompok, yakni humanisme antroposentris (*anthropocentris humanism*) dan humanisme teosentris (*theocentris humanis*). Humanisme antroposentris menjadikan diri manusia sebagai pusat dan segala sesuatunya berpusat kepada manusia sendiri serta tidak meyakini kekuatan lain diri manusia sendiri. Sedangkan humanisme teosentris menurut Kuntowijoyo adalah menjadikan Tuhan sebagai pusat manusia dengan pandangan dasar manusia mendapat keistimewaan dari Tuhan berupa akal pikiran sehingga manusia diberi keleluasaan untuk mengatur dan mengelola alam ini. Dalam hal ini manusia diangkat Tuhan sebagai khalifah-Nya di muka bumi. Humanisme ini didasarkan atas pengakuan Allah sebagai pusat orientasi hidup manusia yang dilakukan sejak awal kehidupannya.⁴⁹

⁴⁷ Ali Shari'ati, *Humanisme Antara Islam dan Mazhab Barat*, terj. Afif Muhammad (Bandung: Pustaka Hidayah, 1996), h. 36.

⁴⁸ Syaiful Arif, *Humanisme Gus Dur.*, h. 39

⁴⁹ Bahtiar Asep Purnama. *The Power of Religion: Agama untuk Kemanusiaan dan Peradaban* (Yogyakarta: Pondok Edukasi, 2005), h. 54.

3) Definisi Dakwah Humanis

Dakwah dalam Islam tidak hanya sebatas penyampaian ajaran secara tekstual, tetapi juga merupakan proses komunikasi yang memanusiakan manusia. Dalam konteks ini, serta penjelasan diatas, dakwah humanis merujuk pada pendekatan dakwah yang menekankan nilai-nilai kemanusiaan dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan serta karakteristik *mad'u* (objek dakwah). Konsep dakwah humanis berpijak pada beberapa prinsip kunci.⁵⁰

- a. Tauhid sebagai prinsip pembebasan. Manusia diseru untuk mengesakan Tuhan sekaligus melepaskan diri dari belenggu tirani, ketidakadilan, dan penindasan.
- b. *Rahmatan lil 'alamin*. Dakwah membawa misi kasih sayang, toleransi, dan keadilan sosial, sesuai dengan karakter Islam sebagai agama yang membebaskan dan memuliakan manusia.
- c. *Dakwah bil hikmah*. Menggunakan pendekatan yang bijaksana, dialogis, komunikatif, dan mengedepankan nilai-nilai lokal serta realitas sosial.
- d. Humanisasi dan kontekstualisasi. Menjadikan kebutuhan manusia sebagai dasar pendekatan, dengan menyesuaikan cara berdakwah menurut konteks budaya, usia, dan lingkungan sosial.

Dakwah dalam Islam adalah proses menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia melalui cara-cara yang bijak, santun, dan relevan dengan konteks sosial. Salah satu pendekatan yang berkembang dalam studi dakwah kontemporer adalah pendekatan dakwah humanis, yaitu pendekatan dakwah yang berorientasi

⁵⁰ Ahmad Jainuri, *Komunikasi Dakwah Humanis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019), h. 23–45.

pada nilai-nilai kemanusiaan seperti kasih sayang, keadilan, toleransi, empati, dan penghargaan terhadap martabat manusia.⁵¹

Dakwah humanis mengutamakan pendekatan dialogis, komunikatif, dan kontekstual, sehingga pesan Islam dapat diterima secara inklusif oleh masyarakat modern tanpa kehilangan substansi ajarannya.⁵² Pendekatan ini juga relevan dalam konteks budaya populer, termasuk film, karena memungkinkan nilai-nilai Islam disampaikan dengan narasi yang menyentuh emosi dan kemanusiaan khalayak.

Menurut Hasan Hanafi, dakwah harus menjadi bagian dari proyek humanisasi, yakni upaya membumikan nilai-nilai tauhid dalam kehidupan sosial yang adil dan beradab.⁵³ Dalam konteks ini, media seperti film dapat menjadi wahana dakwah kultural yang efektif, terutama bagi audiens muda yang lebih terhubung secara emosional dengan bentuk komunikasi visual. Konsep ini juga didukung oleh banyak pemikir Islam misalnya Kuntowijoyo menyebut “Islam kultural” sebagai jalan dakwah yang menyatu dengan budaya lokal dan tidak berseberangan dengan nilai-nilai kemanusiaan universal.⁵⁴

Dalam ranah komunikasi, dakwah humanis juga dapat dimaknai sebagai komunikasi interpersonal yang asertif, empatik, dan menghindari konfrontasi. Jalaluddin Rakhmat menyebut bahwa dakwah harus mengutamakan pendekatan persuasif dan memperhatikan psikologi khalayak.⁵⁵ Film, dalam hal ini, menjadi medium strategis dalam menyampaikan dakwah secara kultural dan humanis. Ia

⁵¹ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), h. 242

⁵² Ahmad Jainuri, *Komunikasi Dakwah Humanis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019), h. 55

⁵³ Hasan Hanafi, *Religion, Ideology and Development* (Cairo: Dar al-Fikr al-‘Arabi, 1990), h. 87

⁵⁴ Kuntowijoyo, *Islam Sebagai Ilmu* (Bandung: Mizan, 2006), h. 109–115.

⁵⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi*, h. 245–247

memiliki kekuatan visual dan naratif yang mampu menyentuh sisi emosional dan kesadaran sosial penontonnya.

Dalam penelitian ini, dakwah humanis dipahami sebagai penyampaian ajaran Islam yang menekankan nilai-nilai kemanusiaan universal, seperti kasih sayang (*rahmah*), keadilan, toleransi, serta penghargaan terhadap martabat manusia. Dakwah tidak dipahami sekadar sebagai aktivitas mengajak pada kebaikan secara normatif, melainkan sebagai komunikasi persuasif yang mengedepankan pendekatan dialogis, damai, dan penuh empati terhadap kondisi sosial masyarakat.

Dakwah humanis hadir sebagai jawaban atas kebutuhan dakwah yang lebih kontekstual di tengah masyarakat modern. Paradigma ini menolak cara-cara dakwah yang keras, menghakimi, atau penuh konflik, dan sebaliknya menawarkan pendekatan yang ramah, akomodatif, serta berorientasi pada pembangunan peradaban. Dalam perspektif ini, dakwah dipandang sebagai upaya memanusiakan manusia dengan menekankan aspek akhlak, kemaslahatan sosial, dan harmoni antarumat⁵⁶.

Secara operasional, dalam penelitian ini, Dakwah humanis dimaknai sebagai penyebaran nilai-nilai agama dengan menekankan dimensi kemanusiaan, bertujuan menciptakan manusia yang damai, penuh kasih sayang, dan sejahtera di dunia dan akhirat. Pendekatan ini berlandaskan pada penghormatan terhadap martabat manusia, mengedepankan kebaikan dan kasih sayang, serta menyesuaikan cara penyampaian dakwah dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat. Dengan

⁵⁶ Muhammad Dawam Rahardjo, *Islam dan Humanisme: Aktualisasi Humanisme Islam di Tengah Krisis Humanisme Universal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011)

demikian Pesan Dakwah Humanis dalam penelitian ini diartikan sebagai nilai-nilai kemanusiaan yang direpresentasikan dalam film *Dilan 1983: Wo Ai Ni*. Nilai tersebut dianalisis melalui semiotika Roland Barthes, sehingga dapat dilihat bagaimana film menghadirkan pesan dakwah humanis dalam bentuk narasi, dialog, mimic dan simbol tertentu yang kemudian ditafsirkan pada level denotasi, konotasi dan mitos. Dengan demikian, dakwah humanis dalam penelitian ini menjadi kerangka konseptual yang menghubungkan pesan dakwah dengan representasi media film. Konsep dakwah humanis digunakan sebagai kerangka normatif-analitis, bukan sebagai asumsi awal.

4) Dakwah Humanis Sebagai Kerangka Heuristik

Dalam penelitian ini, pembacaan terhadap pesan dakwah humanis tidak dilakukan melalui penilaian normatif atas benar atau salahnya representasi film, melainkan melalui kerangka heuristik yang berfungsi sebagai alat bantu analisis. Kerangka heuristik⁵⁷ dipahami sebagai seperangkat kategori analitis yang membantu peneliti menelusuri bagaimana nilai-nilai kemanusiaan dikonstruksi, direpresentasikan, dan dinormalisasi dalam teks film. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan semiotika Roland Barthes yang menempatkan makna sebagai hasil konstruksi tanda dan relasi ideologis, bukan sebagai pesan moral yang hadir secara langsung dan transparan.⁵⁸ Oleh karena itu, indikator dakwah humanis dalam penelitian ini tidak diposisikan sebagai standar penilaian normatif, melainkan

⁵⁷ Kerangka heuristik dalam penelitian ini dipahami sebagai seperangkat kategori analitis yang bersifat terbuka dan reflektif, yang digunakan untuk membantu pembacaan dan penafsiran makna dakwah humanis dalam teks film, tanpa berfungsi sebagai indikator normatif penilaian. Denzin dan Lincoln mengatakan “*Heuristics are strategies that guide the search for meaning rather than determine outcomes in advance*”. Lihat Norman K. Denzin and Yvonna S. Lincoln, *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, 5th ed. (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2018), 13–14

⁵⁸ Roland Barthes, *Mythologies*, trans. Annette Lavers (New York: Hill and Wang, 1972), 109–117

sebagai lensa konseptual untuk membaca makna konotatif dan mitologis dalam film.

Kerangka heuristik dakwah humanis dalam penelitian ini disusun melalui sintesis pemikiran Amin Abdullah, Jalaluddin Rakhmat, dan Hasan Hanafi, yang sama-sama menekankan pentingnya dimensi kemanusiaan, dialog, dan keadilan dalam praksis keagamaan. Amin Abdullah⁵⁹ menekankan perlunya pendekatan keagamaan yang bersifat dialogis dan kontekstual dalam masyarakat plural. Sementara Jalaluddin Rakhmat⁶⁰ menggarisbawahi pentingnya empati dan kesantunan sebagai fondasi komunikasi keagamaan. Hasan Hanafi,⁶¹ di sisi lain, menempatkan agama sebagai praksis pembebasan yang tidak dapat dilepaskan dari isu keadilan sosial dan relasi kuasa. Sintesis ini digunakan bukan untuk membakukan konsep dakwah humanis, melainkan untuk menyediakan horizon konseptual dalam membaca representasi kemanusiaan dalam film.

Berdasarkan sintesis tersebut, penelitian ini merumuskan enam kategori analitis dakwah humanis, yaitu: (1) humanisasi, yang merujuk pada pengakuan terhadap martabat manusia; (2) empati dan kesantunan, yang mencakup representasi kepekaan emosional dan etika relasi interpersonal; (3) dialog dan pengakuan perbedaan, yang berkaitan dengan cara film merepresentasikan relasi lintas identitas; (4) pengendalian diri dan anti-kekerasan, yang merujuk pada penolakan terhadap dominasi simbolik maupun fisik; (5) keteladanan, yang tampak melalui figur atau tindakan yang dinormalisasi sebagai rujukan moral; serta (6)

⁵⁹ M. Amin Abdullah, *Studi Agama: Normativitas atau Historisitas?* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996), 45–52

⁶⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 77–85

⁶¹ Hasan Hanafi, *Islamologi 1: Dari Teologi Statis ke Anarkisme* (Yogyakarta: LKiS, 2003), 39–47

keadilan sosial, yang berkaitan dengan sensitivitas film terhadap relasi kuasa dan ketimpangan struktural. Kategori-kategori ini bersifat terbuka dan tidak harus seluruhnya muncul dalam setiap adegan yang dianalisis.

Penting untuk ditegaskan bahwa keenam kategori tersebut bersifat heuristik, bukan normatif. Artinya, kategori ini tidak digunakan untuk memastikan apakah suatu adegan “memenuhi” kriteria dakwah humanis, melainkan untuk membantu peneliti membaca bagaimana nilai-nilai kemanusiaan tersebut dikonstruksi dan dimaknai dalam konteks budaya populer. Dalam kerangka semiotika Barthes, nilai-nilai tersebut justru menjadi signifikan ketika ia tampil sebagai sesuatu yang tampak wajar, alamiah, dan tidak problematis.⁶² Dengan demikian, kerangka heuristik ini berfungsi sebagai jembatan antara analisis tanda (denotasi, konotasi, dan mitos) dengan diskursus dakwah humanis dalam perspektif komunikasi Islam, tanpa mereduksi analisis menjadi penilaian moral yang simplistik

1.5.4 Semiotika Roland Barthes sebagai Kerangka Analisis

Semiotik adalah metode yang dipakai untuk menganalisis tanda-tanda (signs). Pendekatan semiotik memberikan perangkat analisis kepada peneliti yang terlihat tidak asing dengan objek yang diamati dan ide-ide.⁶³ Studi tentang tanda, lebih dikenal semiotik ini pertama kali dikenalkan oleh ahli linguistik Ferdinand de Saussure di Swiss dan Charles Pierce di Amerika. Mereka menamakan teori-teori yang mereka hasilkan dengan sebutan “semiology” dan “semiotics” kata yang berakar dari bahasa Yunani, “semeion” yang berarti tanda.⁶⁴

⁶² Roland Barthes, *Mythologies*, 142–148

⁶³ Rachmah Ida, *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*, (Jakarta: Prenada Media Group, September 2014), h. 75.

⁶⁴ Winfred Noth, *Handbook of Semiotics* (bloomington dan indianapolis:indiana university press, 1990) h. 59; lihat juga Rachmah Ida, *Metode*, h. 75

Kata dasar semiotik diambil dari kata *seme* (Yunani) yang berarti “penafsir tanda.”⁶⁵ Semiotika sering diartikan sebagai ilmu signifikasi, dipelopori oleh dua orang, yaitu ahli linguistik Swiss, Ferdinand De Saussure (1857-1913) dan seorang filosof pragmatisme Amerika, yaitu Charles Sanders Peirce (1839-1914).⁶⁶ Semiotik mempelajari studi tentang bahasa dan bagaimana bahasa menjadi pengaruh dominan yang membentuk persepsi manusia dan pikiran manusia tentang dunia. Semiotik juga merupakan alat untuk menganalisis gambar-gambar (images) yang luar biasa. Semiotik adalah disiplin yang penting dalam studi tentang bahasa media.

Manusia hidup dipenuhi dengan tanda-tanda, baik tanda-tanda alam maupun tanda-tanda buatan. Dalam komunikasi manusia dihujani oleh tanda-tanda. Dalam setiap profesi selalu dipenuhi dengan tanda-tanda, disinilah semiotika menjadi daya tarik utama untuk mempelajari dengan semiotika yang dapat mengungkapkan makna-makna, baik yang tersirat maupun yang tersurat

a. Teori Semiotika Roland Barthes

Semiotika merupakan ilmu atau studi tentang tanda-tanda, yang berupaya mengkaji bagaimana makna dibentuk dan dikomunikasikan melalui simbol, bahasa, maupun visual. Roland Barthes (1915–1980), seorang filsuf dan semiolog asal Prancis, mengembangkan teori semiotika yang berfokus pada hubungan antara tanda dan ideologi dalam teks budaya. Menurut Barthes, tanda (sign) terdiri dari dua elemen: penanda (signifier) dan petanda (signified), yang dalam kombinasi

⁶⁵ Dadan Rusmana, *Filsafat Semiotika*, (Bandung: Penerbit Pustaka Setia Bandung, 2014), h. 20

⁶⁶ Nawiroh Vera, *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, Mei 2014), h. 3.

membentuk makna denotatif (makna literal) dan makna konotatif (makna kultural atau ideologis).⁶⁷

Barthes mengembangkan pendekatan dua level makna:

- 1) Tingkat Denotasi: makna literal dari tanda, apa yang secara langsung terlihat atau terdengar.
- 2) Tingkat Konotasi: makna ideologis, nilai-nilai budaya, emosi, dan makna tersirat yang diasosiasikan dengan tanda tersebut.⁶⁸

Roland Barthes menambahkan perangkat semiotik dengan definisi dan eksplorasinya tentang *myths* (mitos). Barthes peduli pada bagaimana tanda-tanda mengambil nilai-nilai dari sistem nilai dominan atau ideologi dari masyarakat tertentu dan membuat nilai-nilai ini seolah natural atau alamiah.⁶⁹

Dalam tulisannya itu, Barthes membuat formula model semiologi (ilmu tentang tanda) untuk membaca budaya populer. Barthes mengambil skema Saussure “Signifier/signified=sign”.⁷⁰ Barthes membagi tingkatan signifikasi makna dalam dua level. Pertama, yang disebut dengan *primary signification* yang didalamnya terdiri dari *signifier* dan *signified*, dan sign (Denotasi). Kedua, disebut dengan *Secondary signification*, terdiri dari *signifier*, *signified* dan *sign* (Konotasi).⁷¹ Dari sinilah, Barthes menjelaskan apa yang telah dilakukan oleh

⁶⁷ Roland Barthes, *Mythologies*, trans. Annette Lavers (New York: Hill and Wang, 1972), h. 114.

⁶⁸ Daniel Chandler, *Semiotics: The Basics* (New York: Routledge, 2002), h. 140

⁶⁹ Roland Barthes, *Mythologies*, h. 115

⁷⁰ Ahmad Zaki Mubarak, *Strukturalisme Linguistik dalam Kajian Tafsir al-Qur'an Kontemporer 'ala' M. Syahrur* (Yogyakarta: TH Press & Elsaq, 2007), h. 117

⁷¹ Rachmah Ida, *Metode*, h. 82

Saussure bahwa signifier yang awalnya hanya merupakan makna denotatif, mampu menjadi makna konotasi yang bermakna.⁷²

Semiotika struktural Roland Barthes bertujuan untuk memahami dunia (manusia dan budaya) dengan mendasarkannya pada struktur ideologi yang tidak teramati, akan tetapi struktur ini dianggap sebagai dasar fenomena dunia yang teramati.⁷³

Barthes menjelaskan bahwa kunci dari analisis makna ada pada denotasi dan konotasi, atau yang biasa disebut *two order of signification* (signifikasi dua tahap atau dua tatanan penandaan). Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* (ekspresi) dan *signified* (isi) di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Itulah yang kemudian disebut oleh Barthes sebagai denotasi, yang mana merupakan makna paling nyata dari tanda (sign).⁷⁴

Sedangkan konotasi, Barthes menunjukkan konotasi merupakan tahap yang kedua, yaitu tahap yang menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu. Dengan kata lain, denotasi merupakan apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana cara menggambarannya.⁷⁵

⁷² *Ibid*

⁷³ Dr. Akhyar Yusuf Lubis, *Teori dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Sosial Budaya Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 41

⁷⁴ Indiwani Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 16

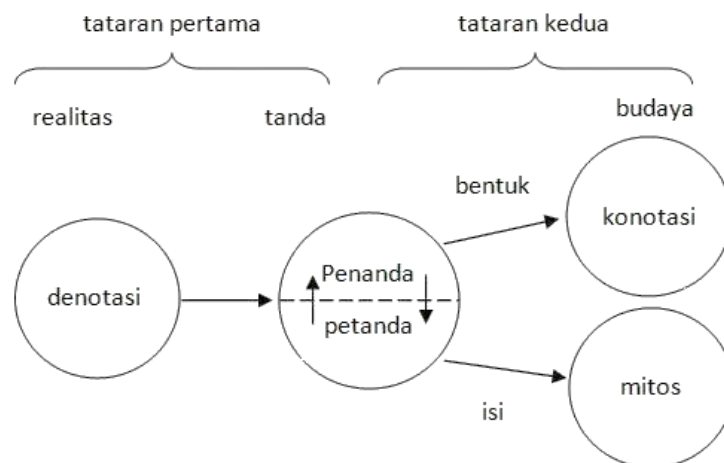
⁷⁵ *Ibid.*, h. 17

Tabel 1
Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
4. Conotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Conotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Conotative Sign (Tanda Konotatif)	

Dari peta Barthes di atas, terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika Anda mengenal tanda “sign” baru konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin.⁷⁶

Diagram 1
Elemen Semiotika Roland Barthes



⁷⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), h. 69

Dalam konteks film, tanda-tanda yang dianalisis mencakup unsur visual (adegan, ekspresi, pakaian, warna, simbol), verbal (dialog), serta naratif (alur cerita). Barthes juga memperkenalkan konsep “myth” (mitos), yaitu konotasi yang dilembagakan dan dianggap wajar oleh masyarakat, yang mencerminkan nilai ideologis tertentu.⁷⁷

Dengan demikian, teori semiotika Barthes menjadi relevan untuk mengidentifikasi dan menafsirkan pesan-pesan dakwah humanis yang mungkin tidak disampaikan secara eksplisit, melainkan tersirat dalam simbol, adegan, dan narasi film *Dilan 1983: Wo Ai Ni*. Semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengurai bagaimana makna bekerja dalam dua tatanan signifikasi, yakni denotasi dan konotasi, serta bagaimana konotasi tertentu dilembagakan menjadi mitos. Barthes memandang mitos sebagai sistem semiotik tingkat kedua yang berfungsi menaturalisasi ideologi sehingga tampak wajar dan tidak dipertanyakan.⁷⁸

Selain itu ada beberapa tema konseptual dan terminologi yang digunakan Roland Barthes;

1. *Langue dan parole*: Distingsi yang dicetuskan oleh Saussure ini tidak hanya dapat dipakai dalam fenomena linguistik tetapi juga dalam konteks semiotik.
2. *Signifier dan signified*: Distingsi Saussurian tentang benda atau konsep yang dihadirkan melalui “yang ditandakan” dan tanda yang menghadirkan bagi Barthes merupakan sesuatu yang esensial dalam sistem penandaan.

⁷⁷ John Fiske, *Introduction to Communication Studies* (London: Routledge, 1990), h. 85

⁷⁸ Roland Barthes, *Elements of Semiology*, terj. Annette Lavers dan Colin Smith (New York: Hill and Wang, 1967), h. 89–91

3. *Syntagm dan system*: yang pertama mengacu pada cara bagaimana tanda-tanda disusun melintasi waktu dalam satu susunan. Oleh karena itu, setiap bagian dalam hal ini mengambil nilai terhadap lawannya, sementara yang kedua yakni sistem mengacu pada perlawanannya yang diganti dengan paradigma.
4. Denotasi dan Konotasi: Keduanya mengacu pada tatanan makna kata (*orders of significations*) yang pertama kata makna kata lugas atau *literal*, dalam arti menjelaskan sesuatu sebagaimana adanya (denotasi).

Dengan menggunakan semiotika Roland Barthes, peneliti mengidentifikasi tanda-tanda yang muncul dalam film baik secara visual maupun verbal, kemudian menafsirkan makna denotatif, konotatif dan mitos dari tanda-tanda tersebut. Selanjutnya, makna-makna tersebut dianalisis dalam bingkai konsep dakwah humanis untuk menilai sejauh mana film ini menyampaikan nilai-nilai Islam humanis kepada audiens.

1.5.5 Teori Auteur sebagai Pembacaan Ideologis Teks

Teori auteur memandang sineas (penulis dan sutradara) sebagai sosok sentral dalam proses produksi film, yang memiliki otoritas kreatif penuh sehingga hasil karyanya mencerminkan visi, nilai, dan gaya personal sang sineas. Gagasan awal teori ini dicetuskan oleh François Truffaut (1954) melalui tulisannya *Une certaine tendance du cinéma français* di majalah *Cahiers du Cinéma*, yang menegaskan bahwa sutradara layak dipandang sebagai “pengarang” film, sebagaimana penulis dalam karya sastra. Teori ini kemudian disistematisasi oleh Andrew Sarris (1968) di Amerika Serikat, yang menyatakan bahwa seorang auteur

harus memenuhi tiga kriteria, yaitu memiliki kompetensi teknis, gaya khas yang konsisten, dan tema-tema berulang yang mencerminkan pandangan hidupnya.

Dengan demikian, film tidak hanya dianggap sebagai produk kolektif industri, tetapi juga sebagai medium ekspresi personal sutradara dalam menyampaikan gagasan, nilai, dan perspektifnya tentang realitas. Nilai-nilai moral, religius, kemanusiaan, hingga pesan-pesan dakwah pun dapat direpresentasikan melalui gaya visual, narasi, dan simbol-simbol yang dipilih oleh sineas. Oleh karena itu, film menjadi wadah penting bagi seorang auteur untuk mengekspresikan makna hidup yang diyakininya, sekaligus menghadirkan representasi nilai budaya tertentu di hadapan audiens. Sebagaimana ditegaskan oleh Truffaut, kualitas film sangat ditentukan oleh visi pribadi sutradaranya sebagai *auteur*, bukan semata oleh cerita atau genre film yang diangkat.⁷⁹

Andrew Sarris kemudian mengembangkan teori ini secara lebih sistematis, menyatakan bahwa sutradara yang layak disebut *auteur* harus memiliki gaya teknis yang khas, tema yang konsisten, dan ekspresi personal dalam setiap karyanya.⁸⁰ Dalam perspektif John Caughie, keautoritasan seorang sineas hadir saat intensi kreatif dan bentuk sinematik bertemu dalam narasi film.⁸¹

Teori auteur digunakan secara terbatas dan kritis, bukan untuk menelusuri niat personal sineas, melainkan untuk membaca kecenderungan ideologis yang termanifestasi secara konsisten dalam konstruksi teks film. François Truffaut dan

⁷⁹ François Truffaut, "Une certaine tendance du cinéma français," *Cahiers du Cinéma*, no. 31 (1954), dikutip dalam John Caughie, *Theories of Authorship: A Reader* (London: Routledge & Kegan Paul, 1981), h. 17.

⁸⁰ Andrew Sarris, *The American Cinema: Directors and Directions 1929–1968* (New York: Dutton, 1968), h. 33.

⁸¹ John Caughie, *Theories of Authorship: A Reader* (London: Routledge & Kegan Paul, 1981), h. 9

Andrew Sarris menempatkan sutradara sebagai figur kreatif sentral yang visinya tercermin melalui gaya visual, tema berulang, dan struktur naratif.⁸² Dalam penelitian ini, auteur dipahami sebagai fungsi tekstual, bukan subjek psikologis. Sutradara diposisikan sebagai produsen wacana yang secara sadar atau tidak sadar merepresentasikan nilai dan pandangan dunia tertentu melalui teks film.⁸³

Dalam film, representasi hadir melalui karakter, alur cerita, latar, dan dialog yang mencerminkan nilai, ideologi, dan pandangan dunia sineas. Oleh karena itu, film *Dilan 1983: Wo Ai Ni* meskipun secara eksplisit tidak berlabel “dakwah”, tetap dapat dianalisis sebagai representasi nilai-nilai Islam yang bersifat humanis.

Tabel di atas memperlihatkan batasan operasional dari konsep-konsep utama penelitian ini, yaitu *pesan dakwah*, *representasi*, dan *dakwah humanis*. Dengan adanya tabel tersebut, peneliti dapat lebih mudah mengarahkan analisis sesuai indikator yang telah ditetapkan.

Pesan dakwah dalam penelitian ini dipahami sebagai nilai ajaran Islam yang termanifestasi dalam narasi, dialog, maupun simbol-simbol dalam film *Dilan 1983: Wo Ai Ni*. Representasi dimaknai sebagai cara film menampilkan dan membingkai pesan dan nilai dakwah islami, sehingga makna yang muncul dapat diidentifikasi melalui analisis semiotika Roland Barthes, baik pada level denotasi, konotasi, maupun mitos.

Sementara itu, dakwah humanis dijadikan kerangka nilai yang digunakan untuk menafsirkan hasil analisis. Nilai-nilai seperti kasih sayang, keadilan,

⁸² François Truffaut, “A Certain Tendency of the French Cinema,” dalam *Movies and Methods*, ed. Bill Nichols (Berkeley: University of California Press, 1976), h. 224–227

⁸³ Andrew Sarris, “Notes on the Auteur Theory in 1962,” dalam *Film Theory and Criticism*, ed. Leo Braudy dan Marshall Cohen (New York: Oxford University Press, 2009), h. 451–454

toleransi, dan penghormatan terhadap martabat manusia menjadi fokus utama dalam mengungkap bagaimana film merepresentasikan pesan dakwah tersebut. Dengan demikian, ketiga konsep ini saling melengkapi dan memberikan arah yang jelas dalam proses analisis data.

1.5.6 Sintesis Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian tersebut, kerangka pemikiran penelitian ini menempatkan film sebagai teks budaya yang dianalisis melalui semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna denotatif, konotatif, dan mitos. Representasi nilai-nilai kemanusiaan kemudian dibaca dalam bingkai dakwah humanis sebagai kerangka evaluatif. Sementara itu, teori auteur digunakan untuk memahami kecenderungan ideologis yang termanifestasi dalam konstruksi narasi dan karakter film.

Dengan demikian, film tidak diposisikan sebagai medium dakwah yang netral, melainkan sebagai medan ideologis tempat nilai kemanusiaan dan wacana dakwah humanis diproduksi, dinegosiasikan, dan dinormalisasi melalui sistem tanda.

Diagram 2

Peta Konsep Landasan Pemikiran