

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dinamika kehidupan masyarakat modern di era digital telah melahirkan berbagai persoalan moral yang cukup pelik, salah satunya adalah menguatnya perilaku *hasad* atau iri dengki. Maraknya penggunaan platform media sosial saat ini sering kali memicu budaya membandingkan nasib yang berujung pada munculnya rasa tidak puas secara kolektif di kalangan masyarakat. Kedengkian tersebut kini tidak lagi sekadar menjadi penyakit hati yang terpendam, melainkan sering kali termanifestasi dalam tindakan-tindakan nyata yang destruktif, seperti penyebaran fitnah, perilaku kebencian, persaingan yang tidak sehat, hingga praktik klenik karena rasa dengki yang tidak mampu dibendung. Realitas sosiologis yang memprihatinkan ini menuntut kehadiran media edukasi atau sarana *tadzkiarah* (peringat) yang relevan dan mampu menyentuh persoalan tersebut secara mendalam tanpa harus terkesan menggurui.

Fenomena tersebut terekam dengan jelas melalui karya budaya populer, sebagaimana dipotret dalam film *Almarhum*. Karya sinema bergenre horor supranatural yang dirilis pada 9 Januari 2025 ini merupakan hasil garapan sutradara Adhe Dharmastria dan produser Oswin Bonifanz. Sejalan dengan pergeseran pola konsumsi media di masa kini, film tersebut didistribusikan secara digital dan dapat dijangkau oleh publik melalui kanal YouTube

movie\_plus. Kemudahan akses melalui platform daring ini menjadi indikator pergeseran cara masyarakat dalam mengonsumsi konten, di mana film tidak lagi hanya sekadar hiburan, melainkan telah menjadi konsumsi media yang aksesibel kapan saja dan di mana saja, yang pada akhirnya memperluas jangkauan pesan di dalamnya.

Melalui kemasan atmosfer mistis dan simbol-simbol kental budaya Jawa, seperti kepercayaan terhadap mitos Selasa Kliwon, film ini secara naratif membongkar bahwa musibah yang menimpa keluarga Pak Mulwanto bukanlah murni karena gangguan gaib. Sebaliknya, hal itu merupakan dampak dari sifat *hasad* yang telah mengakar pada diri saudara iparnya. Kedengkian yang lepas kendali hingga mendorong pelaku untuk melakukan praktik santet menjadi bukti nyata bahwa penyakit hati mampu meruntuhkan sendi-sendi kekeluargaan sekaligus merusak spiritualitas seseorang. Kisah ini menjadi cermin bagi penonton mengenai betapa destruktifnya dampak kedengkian dalam hubungan antarmanusia.

Pesan moral yang diangkat dalam film *Almarhum* ini sejalan dengan peringatan para ulama terdahulu perihal bahaya iri dengki bagi kesehatan iman. Imam al-Ghazali dalam kitab *Ihya' Ulumuddin* menegaskan bahwa *hasad* adalah sebuah hasrat agar kenikmatan yang dianugerahkan kepada orang lain dapat hilang, baik dengan berpindah ke dirinya maupun lenyap sama sekali (Al Ghazali, 2020). Individu yang dihinggapinya sifat ini cenderung kehilangan kemampuan untuk mengapresiasi kelebihan orang lain karena tertutup rasa cemburu. Dengan memanfaatkan kekuatan visual dan simbolisasi, film

*Almarhum* berhasil membawa isu *hasad* ke ruang publik agar dapat direnungkan dampaknya bagi kesehatan mental serta keharmonisan sosial.

Pentingnya peran film dalam mengangkat isu-isu moral semacam ini menunjukkan kapasitas media sebagai sarana pendidikan karakter. Media massa, termasuk film, memiliki fungsi krusial dalam menyebarkan informasi serta membumikan nilai-nilai keagamaan. Sebagaimana dikemukakan oleh Sobur (2009), film dapat bertransformasi menjadi “mimbar” alternatif yang efektif untuk mendakwahkan nilai budaya dan agama. Melalui film, abstraksi konsep teologis yang rumit dapat diterjemahkan ke dalam simbol-simbol visual yang lebih manusiawi, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya masuk secara kognitif, melainkan juga menyentuh sisi afektif penontonnya.

Implementasi pesan moral dalam film *Almarhum* merupakan representasi nyata dari evolusi metode dakwah di masa kontemporer. Jika pada masa lalu dakwah lebih dominan melalui metode lisan di majelis tradisional, saat ini dakwah telah berkembang ke format audio-visual digital. Abdul Munir Mulkan dalam buku *Ilmu Dakwah* karya Tata Sukayat (2015) menyatakan bahwa esensi dakwah adalah upaya mentransformasi cara pandang umat menuju kondisi yang lebih baik dengan tujuan menerapkan nilai-nilai Islam dalam segala aspek kehidupan. Transformasi metode dakwah ke dalam format sinema ini menjadi bukti bahwa dakwah harus bersifat adaptif agar mampu menjawab tantangan zaman.

Fleksibilitas dalam menyampaikan seruan kebajikan ini merujuk pada prinsip yang terkandung dalam Al-Qur'an, Q.S Ali-Imran ayat 104, yang

mengamanatkan umat Islam untuk senantiasa mengajak kepada kebaikan.

Sebagaimana firman-Nya:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung."* (Q.S Ali-Imran: 104).

Kontekstualisasi ayat tersebut di era digital menandakan bahwa setiap media, termasuk film, dapat menjadi sarana untuk berdakwah sepanjang tujuannya adalah mencegah kemungkaran dan mengajak kepada kebaikan. Oleh karena itu, penelitian mengenai wacana dakwah dalam film merupakan studi yang penting untuk memetakan bagaimana nilai-nilai ketuhanan diintegrasikan melalui medium populer.

Penelitian ini berangkat dari urgensi untuk membedah bagaimana konten yang diproduksi secara komersial dapat memberikan nilai tambah sebagai media tuntunan yang mencerahkan. Untuk mengekstraksi wacana dakwah tentang *hasad* secara lebih tajam, maka **Analisis Semiotika Roland Barthes** diaplikasikan untuk membedah makna tersirat melalui tingkatan denotasi, konotasi, dan mitos yang tidak terlihat langsung pada narasi verbal (Barthes, 2010). Dengan demikian, studi ini bertujuan untuk menganalisis secara kritis bagaimana simbol-simbol visual dalam film *Almarhum* mampu mengkonstruksi kesadaran audiens mengenai bahaya *hasad*, sekaligus membuktikan relevansi film sebagai sarana dakwah yang kreatif dan inovatif di era sekarang.

## 1.2 Fokus Penelitian

- 1.2.1 Bagaimana wacana dakwah tentang *hasad* direpresentasikan dalam film *Almarhum* melalui makna denotasi dalam perspektif semiotika Roland Barthes?
- 1.2.2 Bagaimana wacana dakwah tentang *hasad* dalam film *Almarhum* dipahami dari makna konotasi dalam perspektif semiotika Roland Barthes?
- 1.2.3 Bagaimana konsep *hasad* dalam dakwah Islam dimitoskan atau dikonstruksi dalam film *Almarhum* menurut analisis semiotika Roland Barthes?

## 1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui wacana dakwah tentang *hasad* direpresentasikan dalam film *Almarhum* melalui makna denotasi berdasarkan perspektif semiotika Roland Barthes.
- 1.3.2 Untuk mengetahui pesan dakwah tentang *hasad* dalam film *Almarhum* dipahami melalui makna konotasi dalam analisis semiotika Roland Barthes.
- 1.3.3 Untuk mengetahui konsep *hasad* dalam dakwah Islam dimitoskan atau dikonstruksi dalam film *Almarhum* melalui perspektif semiotika Roland Barthes.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai dampak hasad melalui film. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis ini di masa yang akan datang.

### 1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pembaca khususnya bagi mahasiswa dan akademisi yang secara khusus mempelajari sifat buruk salah satunya hasad yang disampaikan dalam sebuah film.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Landasan Teoritis

Dakwah dalam Islam merupakan proses fundamental penyebaran ajaran, nilai-nilai keimanan, dan hukum syariat melalui berbagai media serta metode. Tujuannya adalah untuk memperkuat keimanan (akidah), meningkatkan moralitas (akhlak) individu, dan secara kolektif memperbaiki hubungan sosial (ukhuwah) dalam masyarakat. Secara etimologis, kata "dakwah" berasal dari kata Arab "*da'a*" yang bermakna mengajak, menyeru, atau memanggil. Sementara itu, dalam terminologi Islam, dakwah didefinisikan sebagai usaha sistematis dan terencana untuk menyampaikan pesan-pesan agama kepada khalayak agar mereka memahami, menghayati,

dan mengamalkan ajaran Islam secara *kaffah* atau menyeluruh (Hasyim, 2018). Dalam firman Allah dalam Q.S Ali-Imran ayat 104:

وَأَتَىٰكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung."* (Ali-Imran: 104)

Fungsi utama dakwah pada dasarnya adalah menciptakan masyarakat yang beriman, bertakwa, beretika, serta mampu mengatasi berbagai isu sosial dan moral yang terus berkembang. Salah satu isu moral yang memerlukan perhatian serius adalah fenomena hasad (iri hati atau dengki), yang menjadi fokus dalam analisis film *Almarhum*.

Untuk menjawab tantangan isu-isu kontemporer dan menjangkau masyarakat yang semakin majemuk, media dakwah telah mengalami transformasi signifikan. Dari metode tradisional yang bersifat linear dan tatap muka seperti ceramah, khotbah, dan penyebaran kitab suci, dakwah kini telah merambah ke media digital, audiovisual, dan media massa yang memungkinkan komunikasi yang jauh lebih luas, cepat, dan efektif (Susanto et al., 2019).

Di antara berbagai media dakwah, yang paling strategis di era ini dan dapat diterima oleh kalangan anak kecil hingga dewasa adalah film. Media film ini populer karena kemampuannya menyampaikan pesan secara simbolik, visual, dan emosional sekaligus. Hal ini memungkinkannya

mempengaruhi persepsi penonton baik secara subliminal (tersirat) maupun eksplisit, menjadikannya alat yang kuat untuk rekayasa sosial dan edukasi moral (Fahmi, 2020).

Film merupakan salah satu media komunikasi massa yang memiliki daya tarik estetika dan naratif tinggi. Karakteristik utamanya yang visual, audio-visual, dan naratif memungkinkan pesan moral dan keagamaan disampaikan secara menyeluruh dan memikat perhatian.

Menurut Susanto (2019), film dapat digunakan secara efektif sebagai media dakwah karena sifatnya yang mampu menyentuh hati, memfasilitasi pemahaman konsep yang kompleks, serta mentransfer nilai-nilai keagamaan secara menarik dan tidak menggurui (Susanto et al., 2019). Oleh karena itu, film dapat menjadi sarana strategis dan inovatif untuk memperkuat nilai-nilai moral dan spiritual di tengah disrupsi teknologi. Dalam konteks ini, film *Almarhum* menjadi relevan untuk diteliti karena mengangkat kisah yang merepresentasi penyakit hati, khususnya sifat hasad.

Hasad merupakan salah satu penyakit hati paling mematikan dalam ajaran Islam, yang membuat seseorang tak sanggup menerima nikmat atau kelebihan pada orang lain, bahkan secara aktif menghendaki agar nikmat tersebut lenyap sepenuhnya. Penyakit ini bukan sekadar emosi sesaat, melainkan racun yang merusak jiwa secara perlahan. Imam Al-Ghazali dalam karyanya *Ihya' Ulumuddin* mendefinisikannya sebagai bentuk kebencian intens terhadap pemberian Allah kepada orang lain, disertai

keinginan destruktif agar karunia itu hilang total, tanpa harapan memilikinya sendiri (Ghazali, 2020).

Ciri utama hasad terlihat dari ketidakmampuan melihat kebaikan orang lain tanpa cemburu, yang berujung pada harapan negatif agar keunggulan itu sirna. Menurut Al-Ghazali, penderita hasad akan bergembira saat orang lain ditimpa musibah atau kehilangan nikmat, tetapi merasa tersiksa ketika mereka memperoleh kemajuan atau kebahagiaan (Ghazali, 2020). Reaksi ini mencerminkan penolakan mendalam terhadap ketentuan Allah SWT dalam membagi rezeki.

Al-Qur'an secara eksplisit memperingatkan umat Islam untuk berlindung dari hasad, sejalan dengan QS. Al-Falaq (113): 5 yang menjadi salah satu muawwidzat:

وَمِنْ شَرِّ حَاسِدٍ إِذَا حَسَدَ

*“Dan dari kejahatan pendengki ketika ia dengki.”* (Al-Falaq: 5).

Ayat tersebut menggaris bawahi bahwa hasad bukan hanya dosa pribadi, tapi sumber kejahatan yang bisa menimpa siapa saja, sebagaimana dijelaskan dalam Tafsir Ibnu Katsir yang menyebutnya sebagai perlindungan dari *"panah hasad"* yang melukai hati (Kathir. 1998).

Peringatan ini dilengkapi dengan larangan langsung untuk tidak menumbuhkan rasa iri dalam hati, sebagaimana tertuang dalam QS. An-Nisa' (4):32:

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ

*“Dan janganlah kamu iri hati terhadap apa yang dikaruniakan Allah kepada sebagian kamu lebih banyak dari sebagian yang lain.”* (QS. An-Nisa: 32).

Ayat tersebut menegaskan bahwa pembagian nikmat adalah hak prerogatif Allah, dan hasad berarti mempertanyakan hikmah-Nya, seperti yang ditegaskan dalam Tafsir al-Jalalain bahwa iri hati ini melarang *"hasad terhadap karunia orang lain"* (Mahalli et al., 2004).

Kritik terhadap hasad semakin tajam ketika dikaitkan dengan sikap dengki terhadap nikmat kenabian, sejalan dalam QS. An-Nisa' (4):54:

أَمْ يَحْسُدُونَ النَّاسَ عَلَى مَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ قَدْ آتَيْنَا آلَ إِبْرَاهِيمَ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَآتَيْنَاهُمْ مُلْكًا عَظِيمًا

*“Ataukah mereka dengki kepada manusia karena karunia yang telah Allah berikan kepadanya? Sesungguhnya Kami telah memberikan kepada keluarga Ibrahim Kitab dan hikmah, dan Kami telah memberikan kepada mereka kerajaan yang agung.”* (QS. An-Nisa: 54).

Lebih lanjut, hasad tidak hanya meracuni hati individu tapi juga memicu tindakan destruktif seperti kemunafikan, sebagaimana tergambar dalam QS. Al-Baqarah (2):109:

وَدَّتْ طَائِفَةٌ مِّنْ أَهْلِ الْكِتَابِ لَوْ يُرَدُّوكُمْ مِّنْ بَعْدِ إِيمَانِكُمْ كُفَّارًا حَسَدًا مِّنْ عِندِ أَنْفُسِهِمْ

*“Banyak di antara Ahli Kitab menginginkan sekiranya mereka dapat mengembalikan kamu kepada kekafiran setelah kamu beriman, karena kedengkian yang ada dalam diri mereka.”* (QS. Al-Baqarah: 109). Ayat tersebut menunjukkan bagaimana hasad bisa menggerakkan tindakan jahat,

sebagaimana Tafsir al-Jalalain menyatakan bahwa "hasad dari jiwa mereka" mendorong upaya pengembalian ke kekafiran (Mahalli et al., 2004).

Pola emosional hasad ini semakin jelas terlihat dalam respons musuh terhadap nasib orang beriman, sebagaimana QS. Al-Imran (3):120:

إِنْ تَمَسَسَكُمْ حَسَنَةٌ تَسُوهُمْ وَإِنْ تُصِيبْكُمْ سَيِّئَةٌ يَفْرَحُوا بِهَا

*“Jika kamu memperoleh kebaikan, mereka bersedih hati; tetapi jika kamu ditimpa bencana, mereka bergembira karenanya.”* (QS. Al-Imran: 120). Ayat tersebut menggambarkan kegembiraan musuh atas penderitaan orang beriman (Kathir, 1998).

Untuk melindungi diri dari racun hasad tersebut, Al-Qur'an mengajarkan doa khusus dalam QS. Al-Hasyr (59):10:

وَلَا تَجْعَلْ فِي قُلُوبِنَا غِلًّا لِلَّذِينَ آمَنُوا

*“...Dan janganlah Engkau membiarkan kedengkian dalam hati kami terhadap orang-orang yang beriman.”* (QS. Al-Hasyr: 10). Doa tersebut memohon agar hati terjaga dari dengki antar sesama mukmin, sebagaimana dijelaskan dalam Tafsir al-Jalalain bahwa "*ghill*" merujuk pada sisa hasad yang merusak ukhuwah (Mahalli, 2004).

Rasulullah SAW juga memperingatkan keras dalam hadis riwayat Muslim (no. 4642): *“Janganlah kalian saling iri-mengiri, janganlah saling dengki, dan janganlah saling membenci,”* hadis tersebut menekankan bahwa hasad merusak persaudaraan umat (Muslim, *Ṣaḥīḥ Muslim*, hadis 4642).

Hadis lain dalam riwayat Ibnu Majah semakin gamblang yakni *“Hati-hatilah dengan hasad, karena hasad memakan kebaikan amal sebagaimana api memakan kayu bakar”* (Zuadah, 2023). Ini metafora kuat tentang kehancuran spiritual total.

Contoh konkret dari Al-Qur'an adalah kisah saudara-saudara Nabi Yusuf AS dalam QS. Yusuf (12):8-9, yang iri karena Yusuf lebih dicintai ayahnya, sehingga mereka berkonspirasi membuangnya ke sumur. Kisah ini menjadi pelajaran abadi tentang hasad antar saudara (Kathir, 1998).

Dampak negatif hasad sangat luas, mulai dari merusak hubungan sosial, melemahkan iman, hingga mendorong pelaku melakukan kekerasan atau dosa seperti ghibah. Secara spiritual, hasad membatalkan amal shaleh dan menutup pintu rahmat Allah (Zuadah, 2023).

Islam memberikan pengobatan yang komprehensif terhadap hasad. Di antaranya, memperbanyak shalat, istighfar, dan dzikir; melatih qana'ah (kepuasan hati terhadap nikmat yang telah dimiliki); serta mendoakan kebaikan bagi orang lain. Uswah hasanah Nabi Muhammad SAW pun menjadi teladan utama dalam mengusir racun dengki dari hati (Ghazali, 2020).

Dengan memahami konsep hasad secara mendalam, penelitian ini memiliki landasan kuat untuk mengkaji representasi hasad dalam film "Almarhum" dan perilaku hasad tersebut dikomunikasikan. Untuk menelaah bagaimana simbol dan makna visual dalam film mampu

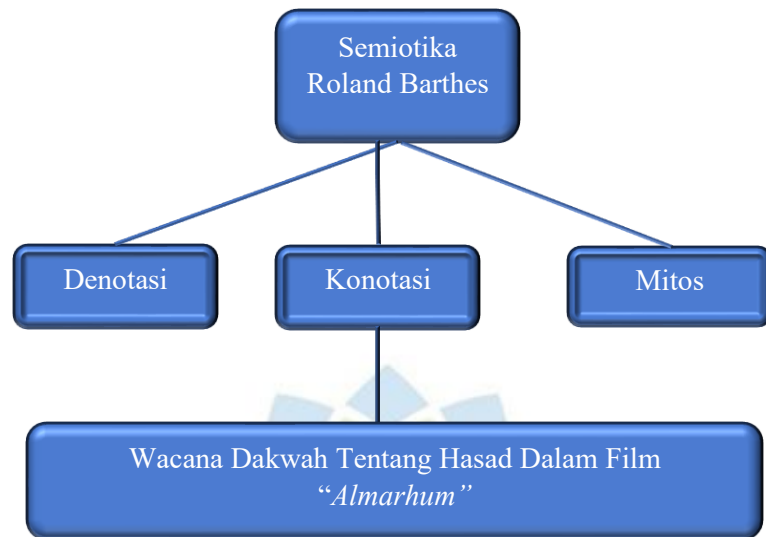
menyampaikan pesan dakwah ini, digunakanlah pendekatan semiotik Roland Barthes.

Semiotika Roland Barthes merupakan pendekatan metodologis yang krusial dalam menganalisis pesan tersembunyi (tersirat) yang terkandung dalam media visual maupun verbal, termasuk film dan wacana dakwah kontemporer. Barthes menyatakan bahwa setiap "teks" mengandung lapisan-lapisan tanda yang secara aktif memunculkan makna tertentu, yang dapat diungkap melalui analisis terhadap simbol, ikon, dan tanda-tanda linguistik (Sobur, 2020).

Dalam pandangan ini, semiotika tidak hanya fokus pada makna permukaan, tetapi juga pada kedalaman makna yang tersembunyi di balik teks. Oleh karena itu, semiotika Barthes sangat relevan digunakan untuk menganalisis pesan dakwah tentang hasad yang seringkali disampaikan secara tidak langsung (implisit) melalui medium film.

Dengan demikian, semiotika Barthes menjadi alat analisis yang esensial untuk memahami bagaimana pesan-pesan komunikasi dan budaya termasuk nilai-nilai anti hasad terbentuk, disampaikan, dan diinterpretasikan melalui simbol-simbol yang dinamis dalam media modern.

### 1.5.2 Kerangka Konseptual



## 1.6 Langkah-Langkah Penelitian

### 1.6.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma kontrutivistik. Kontrutivistik adalah paradigma yang menafsir suatu peristiwa dengan analisis yang logis dan argumentative secara rinci (Sugiyono, 2023). Paradigma ini nantinya akan mengupas bagaimana symbol hasad dalam film Almarhum yang berasal dari pada kontruksi perilaku yang ada di Masyarakat.

Lalu pendekatan yang digunakan adalah kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial, budaya, atau perilaku manusia (Nartin & Faturrahman, 2024). Pendekatan ini lebih menekankan pada eksplorasi

makna, pengalaman, dan perspektif individu atau kelompok dalam konteks tertentu.

### **1.6.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Roland Barthes. Semiotika Roland Barthes berfokus pada bagaimana tanda dalam teks atau media memiliki makna yang lebih dalam melalui konsep denotasi (makna literal), konotasi (makna tambahan yang dipengaruhi budaya dan ideologi), serta mitos (sistem makna luas yang membentuk cara masyarakat memahami dunia) (Barthes, 2010).

Dalam analisis ini, Barthes menunjukkan bahwa media sering kali membangun makna yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga sarat dengan ideologi yang mempengaruhi persepsi publik. Pendekatan ini sering digunakan dalam kajian media, iklan, film, dan sastra untuk mengungkap makna tersembunyi yang membentuk narasi budaya.

Dengan menggunakan metode ini peneliti akan mengupas makna dari setiap shot yang masuk dalam kategori penelitian yaitu tentang Hasad, makna konotasi, makna denotasi dan mitosnya.

### **1.6.3 Jenis Data dan Sumber Data**

#### **1) Jenis Data**

Jenis data yang digunakan adalah kualitatif.

#### **2) Sumber Data**

##### **1) Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini adalah film *Almarhum* (2025), sebuah karya sinematografi yang disutradarai oleh Adhe Dharmastria, diproduksi oleh Oswin Bonifanz, dengan naskah oleh Evelyn Afnilia. Film berdurasi 1 jam 42 menit 59 detik ini diakses melalui kanal YouTube *movie\_plus*. Film ini dipilih karena relevansinya sebagai media dakwah kontemporer yang sukses menjangkau 726.121 penonton.

Objek analisis penelitian mencakup elemen audio-visual dalam setiap *shot*, meliputi dialog, penataan sinematografi (*angle*, *shot size*, dan *mise-en-scène*), hingga elemen suara. Fokus utama analisis adalah membedah tanda-tanda visual dan verbal yang merepresentasikan sifat *hasad*, untuk kemudian dianalisis menggunakan pisau semiotika Roland Barthes guna mengungkap wacana dakwah yang terkandung di dalamnya.

## 2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain (bukan peneliti). Dalam penelitian ini, data sekunder berfungsi sebagai landasan teoretis dan kerangka kontekstual untuk memperkuat analisis data primer. Sumber data sekunder tersebut meliputi literatur ilmiah berupa buku, jurnal, dan karya penelitian terdahulu yang relevan dengan Semiotika Roland Barthes, konsep dakwah dalam Islam, dan analisis film sebagai media komunikasi.

### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 1) Studi Pustaka (Library Research)

Penelitian ini menggunakan teknik studi pustaka untuk mendapatkan data yang mendalam mengenai objek penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan cara menonton secara berulang (*repeated viewing*) terhadap film *Almarhum* guna memahami alur, konteks, dan simbol-simbol yang muncul. Pengamatan difokuskan pada elemen audio-visual seperti simbol, ekspresi tokoh, *mise-en-scène*, serta narasi yang berkaitan dengan pesan dakwah dan perilaku *hasad*. Pendekatan ini bertujuan untuk membedah makna denotatif dan konotatif dalam setiap *shot*, sehingga interpretasi terhadap pesan yang disampaikan dapat ditarik secara akurat berdasarkan teks film tersebut.

## 2) Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan data berupa tangkapan layar (screenshot) dari adegan-adegan penting dalam film *Almarhum*. Data visual tersebut akan dianalisis secara simbolik untuk mendukung interpretasi terhadap pesan dakwah yang terkandung dalam film. Selain itu, dokumentasi juga mencakup pencatatan informasi yang bersifat non-visual, seperti dialog, narasi suara, serta deskripsi adegan yang relevan dengan fokus penelitian (Pratista, 2008).

### 1.6.5 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik Triangulasi menjadi metode primer untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini. Menurut Susanto (2023) Triangulasi adalah suatu pendekatan analisa data yang mensintesa data dari berbagai sumber (Susanto et al., 2023). Langkah ini dilakukan dengan memverifikasi hasil interpretasi semiotika Roland Barthes yakni pembongkaran wacana dakwah

tentang hasad dalam Film *Almarhum* melalui komparasi ketat dengan sumber rujukan keagamaan primer. Keselarasan antara makna hasad yang terekam dalam tanda-tanda film dengan konsep hasad yang terdapat dalam ajaran Islam akan memberikan landasan yang kokoh dan dapat dipercaya bagi seluruh temuan.

#### 1.6.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes sebagai metode utama untuk membedah tanda-tanda yang terkandung dalam film *Almarhum* dengan melakukan pengkajian sistematis pada tataran denotasi, konotasi, hingga mitos. Pada tahapan denotasi, analisis operasional dilakukan dengan menguraikan aspek visual yang meliputi penataan sinematografi (*shot size* dan *camera angle*), elemen *mise-en-scène* (*lighting*, properti, latar, kostum, dan gestur), serta elemen audio (*dialog*, *sound effect*, dan *background music*) secara objektif pada setiap *shot*. Selanjutnya, temuan denotatif tersebut dieksplorasi secara mendalam pada tataran konotasi dan mitos guna mengupas konstruksi sifat hasad dan pesan moral di balik teks secara komprehensif.