

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Dalam ajaran Islam, berdakwah kepada sesama muslim merupakan sebuah kewajiban bagi setiap manusia. Kalau saja kewajiban itu diabaikan, maka tidak menutup kemungkinan kehidupan umat akan hancur, yang akan berakibat pada merajalelanya kejahatan dan rusaknya pergaulan dalam masyarakat.

Arifin (1990:06) menyatakan bahwa dakwah sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku maupun dengan cara yang lainnya. Dakwah harus dilakukan dengan cara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap pengahayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan (*message*) yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.

Dermawan (2002: 27-37) menyatakan bahwa dakwah pada esensinya merupakan proses penyebarluasan nilai-nilai ajaran Islam ditengah kehidupan masyarakat dengan menggunakan metode tertentu. Dakwah dapat dijelaskan sebagai kegiatan mengomunikasikan ajaran islam, menyebarkan rahmat, menjadikan hidup manusia menjadi lebih baik, membebaskan manusia dari belenggu, kebekuan berpikir, kemiskinan dan sikap malas menyelamatkan manusia dari tindakan-tindakan kejahatan, tidak jujur, kejam, balas dendam, serta upaya membangun peradaban, mengantarkan manusia menjadi sosok yang mampu berkarya, dan berkreasi.

Interaksi agama dengan media massa meningkat dari waktu ke waktu. Bukan saja media massa yang mengkhususkan diri sebagai media dakwah, melainkan penyebab penting meningkatnya interaksi tersebut adalah kemajuan media massa yang berakar pada kemajuan telekomunikasi sejak tahun 70-an.

Masalah yang memerlukan pemahaman adalah sejauh mana kualitas komunikasi dakwah itu sendiri mengalami kemajuan, dan dengan ini kita harus berhadapan dengan masalah kebebasan dan etika komunikasi, yang dimaksud dengan etika disini tentulah “rem” yang bertujuan membatasi atau mengontrol kebebasan media. Disini makna kebebasan selalu berjalan bersama-sama dengan etika komunikasi tadi termasuk norma-norma agama. Karena itu interaksi antara agama dan media massa sifatnya kompleks.

Keterlibatan media massa dalam “menyemarakkan” syiar agama tidak dapat berlangsung sesuai dengan tuntutan agama karena ada kepentingan yang lain yang harus dilakukan oleh media. Di pihak lain sebenarnya peraturan perundang-undangan dan kode etik telah menentukan bagaimana seharusnya media massa melaksanakan atau mengakomodasikan norma-norma agama melalui sejumlah fungsi yang dimilikinya. Tetapi di dalam praktek sering mengalami kesulitan bagi media massa dalam mengakomodasikan kehendak lembaga-lembaga agama. Itulah yang terjadi ketika dalam beberapa tahun terakhir ini sering muncul protes masyarakat terhadap tayangan-tayangan dan pertunjukkan-pertunjukkan film di TV dan di bioskop.

Perkembangan tersebut menghadirkan keperluan baru dalam bidang Dakwah Islam. Kompleksitas hubungan antara agama dengan media massa sukar dihindari. Sebab di satu pihak agama ingin lebih banyak berperan untuk mengendalikan nilai-nilai dan gaya hidup masyarakat yang sedang berubah itu agar tidak membahayakan sistem nilai umat Islam yang sudah lama mapan, dan juga tidak membahayakan tatanan hidup beragama (Ketuhanan Yang Maha Esa) itu sendiri.

Suryawati (1:2011) menyatakan bahwa media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikan/penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, radio, televisi dan internet.

Media massa sebagai sarana komunikasi massa yang mulai dan berkembang sangat pesat, merupakan salah satu bentuk komunikasi sosial yang bersifat khusus, yaitu antara komunikator dan komunikan tidak saling mengenal. Komunikan merupakan khalayak yang luas, heterogen dan anonim. Komunikasi merupakan kebutuhan yang penting bagi kelangsungan hidup manusia. Dikatakan demikian karena dalam kehidupan manusia, komunikasi menjadi alat yang membantu dalam segala kegiatan yang ada. Begitu cepatnya perkembangan teknologi komunikasi sehingga tanpa disadari dapat membawa perubahan sosial yang sangat besar terhadap kehidupan umat manusia.

Media massa mempunyai fungsi yang sangat relevan dalam upaya agama mengendalikan moral masyarakat karena media bisa menjangkau jumlah khalayak

(audience) yang relatif tak terbatas dan dengan waktu yang cepat. Akan tetapi media massa sendiri memerlukan kontrol dalam hal etika menurut pandangan agama, sehingga lahirnya sebuah film yang dapat mengakomodasikan kaidah-kaidah agama dengan serius dalam mensyiarkan pesan-pesan atau ajaran-ajaran agama kepada masyarakat dengan bertujuan meningkatkan akhlak dan moralitas masyarakat dalam kehidupan.

Film adalah media massa yang masuk dalam kategori elektronik (seluloid). film telah hadir semenjak abad 19, kehadiran film mendapatkan antusias masyarakat baik sebagai media artistic ataupun media entertainment. Film memberikan pengaruh yang besar pada jiwa manusia. Dalam satu proses menonton film, terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu jiwa sosial sebagai identifikasi psikologis. Ketika proses *decoding* terjadi, para penonton kerap menyamakan atau meniru seluruh pribadinya dengan salah satu peran film. Penonton bukan hanya dapat memahami atau merasakan seperti yang dialami oleh salah satu pemeran, lebih dari itu, mereka juga seolah-olah mengalami sendiri adegan-adegan dalam film.

Pengaruh film tidak hanya sampai disitu, pesan-pesan yang termuat dalam adegan-adegan film akan membekas pada jiwa penonton, termasuk pesan-pesan keagamaan yang lazimnya disebut dakwah Islam. Pesan-pesan dalam film dapat disampaikan kepada penonton secara halus tanpa merasa digurui, seperti dalam film *Cinta Laki-laki Biasa* Film ini menceritakan drama romantis tentang kesederhanaan akan cinta yang menawarkan unsur kedamaian yang disampaikan

Islam melalui Cinta laki-Laki Biasa Rafli (Deva Mahendra) pada Nania (Velve Vexia).

Hal ini lah yang dilakukan oleh sutradara Guntur Soeharjanto dan Alim Sudio sebagai penulis scenario dalam Film Cinta Laki-laki Biasa. Film ini diangkat dari novel fenomenal “Cinta Laki-laki Biasa” karangan Asma Nadia. Novel ini merupakan salah satu novel terlaris (Best Seller) di Indonesia. Film Cinta Laki Laki Bisa adalah Film yang ditulis dengan pesan yang memberikan makna Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam film ini pun mengajarkan kepada penonton untuk membangun cinta melalui proses ta'aruf. Banyak remaja yang mengartikan bahwa ta'aruf adalah pacaran yang islami, ta'aruf dan pacaran jelas sangatlah berbeda bahkan bukan untuk di bandingkan. Ta'aruf adalah proses mengenal antara laki-laki dan wanita yang berniat akan menikah dalam waktu dekat dan tidak terlalu lama. Biasanya perkenalan dalam ta'aruf hanya memastikan apakah kriteria ada pada calon pasangannya.

Pacaran adalah bercintaan atau berkasih sayang dengan sang pacar. Lebih jelasnya pacaran dapat menyebabkan ikhtilat (bercampur laki-laki dan perempuan). Padahal laki-laki tidak boleh menyentuh perempuan yang bukan mahramnya. Rasulullah Saw bersabda "lebih baik memegang besi panas daripada memegang atau meraba wanita yang bukan istrinya (kalau ia tahu akan berat siksaannya).

Dalam film ini juga terdapat aspek keagamaan, misalnya bagaimana kita membangun cinta bukan jatuh cinta. Kasus seperti itu mampu mendorong pemahaman bagi kalangan remaja bahwa tentang persepsi dalam berpacaran, dalam kehidupan sehari-hari sering kali kita temukan kasus-kasus pergaulan yang ada di kalangan remaja tentang masalah hubungan sex bebas berdasarkan kasus tersebut dalam pesan moral yang terkandung dalam film ini berupaya untuk menjadikan kalangan remaja tentang persepsi pacaran yang berlandaskan dengan ajaran Islam merupakan hal yang harus diterapkan agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.

Film Cinta Laki-Laki Biasa ini menceritakan seorang wanita cantik bernama Nania yang kehidupannya adalah orang yang kaya. Pada suatu hari dia bertemu dengan Rafli dia adalah laki-laki yang sederhana namun kehidupan dengan agama yang kuat. Rafli mengajak Nania untuk ta'aruf dan Nania menerimanya tidak lama kemudian mereka berduapun menikah.

Masalah mulai muncul ketika orang tua Nania mereka tidak menganggap laki-laki itu istimewa bahkan mengira lelaki itu biasa-biasa saja. Namun cinta Nania tidak goyah dan Nania merasa bahagia hidup sederhana dengan suami dan dia selalu mensyukuri apa yang diberikan suaminya. Ujian berat seakan tidak ada habisnya Nania mengalami kecelakaan dan membuat memori lama Nania hilang bahkan Nania tidak ingat dengan keluarganya. Kejadian ini membuat Rafli harus membuktikan walaupun Rafli hanya laki-laki biasa namun dia mempunyai cinta yang luar biasa. Rafli merawat Nania dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dan Rafli yakin suatu saat nanti ingatan istrinya akan kembali.

Film Cinta Laki-laki Biasa merupakan film yang diangkat dari kisah nyata yang ditulis oleh Asma Nadia dalam cerita pendeknya dirilis pada 1 Desember 2016. Film yang bedurasi 170 menit ini berhasil memainkan emosi penonton dan film ini juga mempunyai rating yang tinggi serta para actornya mendapatkan penghargaan Indonesia Movie Actors Awards (IMAA).

Berdasarkan asumsi tersebut, merasa tertarik untuk dijadikan bahan penelitian terhadap nilai dakwah dalam film Cinta Laki-laki Biasa sebagai objek penelitiannya dengan menggunakan teori Harold Lasswell ada tiga komponen pesan yaitu makna, digunakan untuk menyampaikan pesan dan organisasi pesan

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

1. Bagaimana pesan dakwah dalam film cinta laki-laki biasa?
2. Bagaimana imbauan pesan dakwah dalam film Cinta Laki-laki Biasa?
3. Bagaimana organisasi pesan dakwah dalam film Cinta Laki-laki Biasa?

#### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

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

1. Untuk mengetahui pesan dakwah dalam Film Cinta Laki-laki Biasa.
2. Untuk mengetahui organisasi pesan dakwah dalam film Cinta Laki-laki Biasa.
3. Untuk mengetahui imbauan pesan dakwah dalam film Cinta Laki-laki Biasa

Adapun Kegunaan Penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap khazanah pengetahuan Ilmu Dakwah, khususnya mengenai pengembangan khazanah pengetahuan Komunikasi Penyiaran Islam (*tabligh*) dalam bentuk *khithabah ta'tsiriyyah* (ceramah keagamaan) yang disiarkan (tayangan) melalui media elektronik (televisi).

2. Secara Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara positif terhadap para pelaku *khithabah ta'tsiriyyah* (ceramah keagamaan) yang dilakukan oleh para *mubaligh* dan *mubalighah* yang berkembang tengah masyarakat muslim. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi bagi para pemerhati dan akademisi, peneliti, dan praktisi dakwah yang mengembangkan dakwah melalui media televisi.

#### **D. Kerangka Pemikiran**

Pesan merupakan bagian terpenting dalam proses dakwah untuk menyampaikan ajaran agama Islam kepada seluruh umat. Pesan yang baik dan tersusun akan mendapatkan hasil yang baik. Pesan dakwah atau dakwah dalam internet pada dasarnya sama dengan apa yang disampaikan melalui media cetak lain, seperti tabloid, majalah atau koran.

Pesan dakwah diartikan sebagai arti dakwah yang disampaikan dalam proses berdakwah yang mengandung seluruh ajaran Islam secara *kaffah*, tidak di penggal-penggal atau sepotong-sepotong. Dengan demikian yang dimaksud



dengan pesan dakwah adalah semua pernyataan yang bersumber dari Alquran dan As-Sunah, baik tertulis maupun lisan (Tasmara,2007:43). Pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipresepsi atau diterima oleh seseorang.

Lasswell mendefinisikan bahwa pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tersebut. Pesan mempunyai tiga komponen yaitu makna, digunakan untuk menyampaikan pesan dan bentuk atau organisasi pesan (Riswandi, 2013:2).

Menurut Rahmat (2009: 298) bila pesan-pesan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi orang lain maka kita harus menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku komunikate. hal ini dikenalkan dengan *massage appeals* (imbauan pesan) yang terdiri dari imbauan rasional, imbaun emosional, imbauan takut, umbauan ganjaran, dan imbauan motivasional.

#### 1. Imbauan Rasional

Imbauan rasional di dasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya adalah makhluk rasional yang baru bereaksi pada imbauan emosional bila imbauan rasional tidak ada, menggunakan rasional artinya menyakinkan orang lain dengan pendekatan logis atau bukti-bukti. Imbauan rasional biasanya menggunakan silogisme, yaitu rangkaian pengambilan kesimpulan melewati premis maior dan premis minor.

#### 2. Imbauan Emosional

Imbauan emosional, menggunakan pernyataan-pernyataan atau bahasa yang menyentuh emosi komunikate. Menurut lewan dan stotland dalam buku

(Jalaludin Rahmat 2009:294) menunjukkan bahwa ‘’pengaruh imbauan emosional sangat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, dengan demikian efek imbauan emosional akan kurang kuat bila topic yang dibicarakan bukan sesuatu yang baru artinya, komunikate bereaksi berdasarkan kerangka rujukan yang mapan.

### 3. Imbauan Takut

Imbauan takut adalah imbauan yang menggunakan pesan mencemaskan, mengancam, atau meresahkan. Bila komite mempunyai kepribadian yang tidak mudah terlibat secara personal dalam suatu pernyataan, maka kurang terpengaruh oleh imbauan pesan yang tinggi. Begitu pula komunikate yang memiliki tingkat kecemasan yang rendah, sangat efektif di pengaruhi imbauan takut yang tinggi. Maka dari itu imbauan takut harus digunakan secara hati-hati.

### 4. Imbauan Ganjaran

Imbauan ganjaran menggunakan rujukan yang menjanjikan komunikate sesuatu yang diperlukan

### 5. Imbauan Motivasional

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

Menurut Rahmat ( 2009:291) retorika mengenal enam macam organisasi pesan: deduktif, induktif, kronologis, logis, special dan topikal.

### 1. Pola Deduktif

Pola deduktif menjelaskan gagasan utama, kemudian memperjelasnya dengan keterangan penunjang, penyimpulan, dan bukti.

### 2. Pola Induktif

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

### 3. Pola Kronologis

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

### 4. Pola Logis

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

### 5. Pola Spasial

Dalam pola spasial, pesan disusun berdasarkan tempat.

### 6. Pola Topikal

Dalam pola topikal, pesan disusun berdasarkan topic pembicaraan. Klasifikasinya, dari yang penting kepada yang kurang penting, dari yang mudah kepada yang sukar, dan dari yang dikenal kepada yang asing.

Dakwah berasal dari bahasa arab da'a. Yad'u da'watan, yang berarti memanggil, menyeru, mengundang atau mengajak. Dalam perkembangannya dakwah juga di artikan sebagai kegiatan mengajak atau mengundang umat



manusia kearah kebaikan menuju Tuhan secara bersama-sama, dengan jalan yang bijaksana untuk mencapai kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat (Andy Darmawan 35-36:2005).

Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran agama dan menegakkan syariat islam dengan tujuan berusaha mengubah suatu keadaan umat yang tidak baik menuju kebaikan dengan menggunakan Al-Qur'an dan Al-Hadist sebagai pedoman utama. Melalui proses tersebut diharapkan perubahan di tengah masyarakat dapat berjalan secara bertahap sesuai tipologi dan kondisi sosialnya. esensi dakwah terletak pada ajaran yang di sampaikan sebagai motivasi dan rangsangan serta bimbingan terhadap diri dan orang lain untuk bisa menerima ajaran dengan kesadaran penuh agar tumbuh dalam diri suatu pengetahuan tentang kebenaran ajaran Allah SWT.

Dakwah menurut Aly Shalih al-Mursyid, memberikan pengertian dakwah sebagai cara untuk melakukan kebenaran yang hakiki dan kebaikan serta hidayah serta melenyapkan kebathilan dengan berbagai pendekatan, metode dan media (Aep Kusnawan: 2009:15).

Dari dua suku kata tersebut maka dapat dijelaskan bahwa pesan dakwah merupakan tuntunan yang dibawa para da'i untuk mengajak umat menegakan kebenaran yang hakiki dan kebaikan serta hidayah, menyuruh kepada yang ma'rup dan mencegah yang mungkar dengan berbagai pendekatan, metode dan media.

Film merupakan salah satu bukti ketinggian akal manusia dalam hiburan namun oleh karena dikonsumsi secara terus menerus pada akhirnya menjadi seperti sebuah kebutuhan primer bagi manusia. Di setiap film pasti terdapat sebuah adegan atau karakter perilaku tokoh yang sering dijadikan referensi bagi para penontonnya. Insan perfilman harus mampu menciptakan film yang mempunyai pesan-pesan dakwah agar film itu mampu mendidik kepada penonton, bukan yang hanya ingin “meraup” keuntungan dan terbebas dari nilai-nilai moral. Sikap dan pendirian dasar yang dimiliki para tokoh dalam film mengandung nilai-nilai yang akan ditiru oleh para penontonnya.

#### **E. Langkah- langkah Penelitian**

##### **1. Objek Penelitian**

Yang menjadi objek penelitian, dalam penelitian ini adalah pesan dakwah, organisasi pesan dakwah, bentuk-bentuk pesan dakwah dan imbauan pesan dakwah dalam film *Cinta Laki-laki Biasa*.

##### **2. Jenis Data**

Data yang dihimpun dalam penelitian meliputi data kualitatif yang berhubungan baik langsung maupun tidak langsung dengan masalah yang sedang diteliti yaitu data yang digambarkan melalui kata-kata atau kalimat untuk memperoleh sumber data dalam film *Cinta Laki-laki Biasa* data tersebut sesuai dengan rumusan masalah. Adapun jenis datanya adalah imbauan pesan dakwah, bentuk-bentuk pesan dakwah dan organisasi pesan dakwah dalam film *Cinta Laki-laki Biasa*.

### 3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan penelitian kualitatif penulis berusaha untuk memahami pesan yang terdapat dalam film *Cinta Laki-laki Biasa*. Pendekatan yang penulis gunakan untuk mengetahui pesan dakwah dalam film *Cinta Laki-laki Biasa* dengan pendekatan analisis isi (*Content Analysis*).

Analisis isi (*Content Analysis*) yaitu suatu teknik penelitian untuk membuat rumusan kesimpulan-kesimpulan dengan mengidentifikasi karakteristik spesifik secara sistematis dan objektif dari suatu teks (Asep S.M. dan Agus A,S., 2003:112). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis isi (*Content Analysis*) untuk memperoleh keterangan dan isi komunikasi yang disampaikan sehingga diketahui kualitas pesan dalam film *Cinta Laki-laki Biasa*, dalam metode ini mencoba mengkaji data-data berupa kalimat, paragraph, keseluruhan wacana dalam film tersebut.

Film *Cinta Laki-laki Biasa* di analisis dengan teori Harold Lasswell, yang memelopori teknik symbol coding, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi. Lasswell secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi yaitu; siapa, mengatakan apa, kepada siapa, melalui saluran apa dan dengan akibat/hasil apa.

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

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam film Cinta Laki-laki Biasa adalah sebagai berikut:

- a. Studi dokumentasi, teknik dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berasal dari film Cinta Laki-laki Biasa dengan cara mengkaji isi pesan dakwahnya melalui DVD Playing film tersebut.
- b. Studi kepustakaan, teknik kepustakaan dengan cara membaca, mengkaji buku, novel, dan website yang berkaitan dengan film yang diteliti. Untuk mencari pijakan teoritis terhadap penelitian dan landasan ilmiah yang berkaitan dengan penelitian.
- c. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data melalui proses Tanya jawab yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.

#### 5. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

##### a. Teknik Pengolahan Data

Setelah data diperoleh, kemudian penulis mengolah dan memprosesnya dengan menggunakan teknik :

- 1) Seleksi data, yaitu meneliti kembali data yang sudah terkumpul apakah sudah sesuai dengan yang akan diteliti.
- 2) Editing yaitu dengan melakukan Seleksi terhadap data yang diperoleh sehingga diketahui apakah data atau bahan bisa digunakan atau tidak pada tahap selanjutnya.

## 6. Analisis Data

Analisis data merupakan suatu usaha untuk menentukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah yang telah disusun. Analisis juga dilakukan untuk menemukan makna data-data dan diperoleh dalam penelitian lalu di analisis sesuai dengan analisis isi, dengan cara:

### a. Pemilihan satuan analisis

Pemilihan ini untuk mencari satuan analisis yang berupa unsur-unsur dari pesan komunikasi yang diteliti. Sedangkan analisis yang dipilih adalah observasi melalui DVD film *Cinta Laki-laki Biasa*. Satuan yang di analisis dalam penelitian ini adalah mengkaji kalimat, adegan dan isi dari film tersebut. Di analisis dan di sesuaikan untuk mendapatkan klafisikasi yang sesuai dengan penelitian.

### b. Konstruk kategori; konstruk kategori yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kategori pesan dakwah, dalam kategori ini mengacu pada pesan yang di sampaikan dalam film dan pesan dakwah berkaitan dengan makna yang di presepsi atau diterima oleh



seseorang. Maka yang akan diteliti adalah pesan dakwah yang terdaat dalam film Cinta Laki-laki Biasa.

- 2) Kategori Organisasi Pesan, dalam kategori ini mengacu pada kalimat yang digunakan dalam menyampaikan pesan ada komunikasi. Maka penelitian ini yang akan di analisis pada sebuah organisasi pesan terdiri dari deduktif, induktif, kronologis, logis, special, dan topikal.
- 3) Kategori imbauan Pesan, dalam kategori ini mengacu pada motif yang dapat digerakan atau mendorong perilaku komunikasi pada perilaku yang di inginkan komunikator. Maka yang akan diteliti adalah: imbauan emosional, imbauan takut, imbauan ganjaran, imbauan rasional, imbauan ganjaran, imbauan rasional dan imbauan motivasional.

