



STRATEGI PENGEMASAN PESAN DAKWAH MELALUI BAHASA VERBAL DAN NON VERBAL DALAM FILM “KURANG DUA ONS”¹

Meta Ratih²

Email: kangrifairasyid@gmail.com

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak, Indonesia

Nurmy A. R.³

Email: kangrifairasyid@gmail.com

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak, Indonesia

SamsulHidayat⁴

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak, Indonesia

Email: djauhari679@gmail.com

Diterima Tanggal: 19 November 2019

Selesai Tanggal 29 November 2019

ABSTRACT

Film is a universal media which can be used for various purposes, one of them is as a propaganda media as presented in the Film "Kurang Dua Ons". This article applied descriptive method through a qualitative approach with primary data sources in the form of interviews with film directors, film observation and audio-visual, as well as documentation. While secondary data sources include document records, interviews with other relevant parts of this film, books, journals and supporting documents. Then the data analyzed by collecting, reducing, classifying and displaying data. The results showed that the strategy of determining the message of da'wah and the selection of ideas through several ways namely observation, theme adjustment, determining the purpose of filmmaking, main characters analysis, segmentation and re-observation, the strategy of packaging the message of da'wah into the film scenario were by characterizing the characters, determining the sequence of scenes and the purpose of communication and the packaging strategy of da'wah messages to audio visual or verbal and non-verbal forms through angles, lighting, shooting techniques and settings according to direct from the director.

Keywords: *Strategy, Da'wah Message, Verbal and Non-Verbal Languages, Kurang Dua Ons Film.*

Film adalah sebuah media universal yang dapat digunakan dalam berbagai tujuan, salah satunya sebagai media propaganda seperti yang ditunjukkan dalam Film “Kurang Dua Ons”.

¹ Hasil penelitian mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Pontianak yang dijadikan skripsi pada tahun 2019 dan dijadikan sebuah artikel.

² Alumnus Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Pontianak.

³ Dosen IAIN Pontianak sekaligus menjadi pembimbing dalam penulisan skripsi dan artikel ini.

⁴ Dosen IAIN Pontianak sekaligus menjadi pembimbing dalam penulisan skripsi.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji strategi menentukan pesan dakwah dan ide cerita, strategi pengemasan pesan dakwah ke dalam skenario film dan pengemasan audio visual (bahasa verbal dan non-verbal) dalam Film “Kurang Dua Ons”. Artikel ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan data primer berupa hasil interview dengan Sutradara, observasi terhadap film dan audio visualnya, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder berupa dokumen rekaman, wawancara dengan pihak terkait lainnya dalam film ini, buku, jurnal dan dokumen pendukung. Data tersebut kemudian dianalisis dengan melakukan *data collection, reducing, classification, dan display*. Pada kesimpulan terlihat bahwa strategi pengemasan dakwah dan penentuan ide cerita dilakukan melalui observasi, penentuan tema, penentuan tujuan pembuatan film, analisis tokoh utama, penentuan segmentasi, dan observasi lebih mendalam. Strategi pengemasan pesan dakwah ke dalam skenario film dilakukan dengan karakterisasi tokoh, penentuan *scene* dan tujuan komunikasi serta strategi pengemasan pesan dakwahnya ke dalam audio visual bahasa verbal dan non verbal menggunakan *angle*, pencahayaan, teknik pengambilan gambar dan setting sesuai arahan Sutradara.

Kata kunci: Strategi, Pesan Dakwah, Bahasa Verbal dan Non-Verbal, Film Kurang Dua Ons.

PENDAHULUAN

Film adalah sebuah media universal yang dapat digunakan untuk berbagai kepentingan, salah satunya sebagai media dakwah. Tren yang terjadi dewasa ini adalah pemanfaatan media audio visual sebagai anak panah yang tajam dan hampir selalu mengenai sasaran yang dibidiknya. Dengan memberikan efek-efek dan kemasan yang menarik di dalamnya, film dapat dikatakan sangat efektif sebagai salah satu media propaganda, terlebih dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat ahli yang mengatakan bahwa dakwah sebagai suatu kegiatan komunikasi dihadapkan pada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, sehingga memerlukan

suatu adaptasi terhadap kemajuan.⁵ Artinya dakwah dituntut untuk dikemas melalui media komunikasi dengan aneka *mad'u* yang dihadapi. Seperti yang kita ketahui, berdakwah tidak hanya dilakukan melalui verbal (*bil-lisan*) atau melalui non-verbal (*bil-hal*), melainkan juga bisa menggunakan media sebagai perantara dalam menyampaikan pesan dakwah. Oleh sebab itu, dakwah tidak hanya dilakukan dari mimbar ke mimbar. Dengan memanfaatkan media diharapkan mampu menyukseskan perjuangan dakwah para da'i kepada *mad'u* dengan jangkauan yang lebih luas.

Dakwah melalui media film saat ini sudah sangat awam, baik itu dalam bentuk

⁵Alamsyah, “*Perspektif Dakwah Melalui Film*”, Jurnal Dakwah Tabligh, Volume 13 (2012) Volume: 197-210.

tayangan sinetron ataupun dalam bentuk sebuah film yang ditayangkan di bioskop, ataupun film pendek (*short movie*) yang diikuti pada festival film nasional maupun diunggah ke *youtube*. Jadi, di era perkembangan teknologi seperti ini, film dijadikan sebagai salah satu media yang paling banyak dipilih untuk menyukseskan tujuan dakwah karena kemampuan film yang melukiskan gambar hidup dan suara memberinya daya tarik sendiri.

Sebagian orang menganggap film sebagai tontonan atau hiburan saja, padahal sebuah film tidak sesederhana itu. Film dengan kemampuan daya visualnya yang didukung audio yang khas, selain media hiburan juga sangat efektif sebagai media pendidikan dan penyuluhan.⁶ Dalam sebuah film terdapat nilai-nilai positif yang bisa dipetik dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi, film juga bisa sebagai penghancur moral bagi penontonnya. Film mengandung pesan yang dapat membangun dan mengubah kehidupan menjadi lebih baik dan juga dapat memutarbalikkan kehidupan ke dalam keterpurukan tergantung bagaimana kita menyikapinya.

Film yang difungsikan sebagai media dakwah bagi para da'i dalam

menyampaikan pesan dakwahnya dapat diperankan oleh seorang tokoh pemain dalam film. Sehingga pesan-pesan yang disampaikan kepada penonton lebih mudah diterima sebab penyampaiannya yang bersifat tidak menggurui. Pesan-pesan tersebut mengalir secara lugas dalam dialog dan adegan sehingga penonton dapat menerima pesan tersebut tanpa paksaan. Pesan dakwah dalam film juga lebih mudah diterima masyarakat sebab pesan verbal diimbangi dengan pesan visual memiliki efek yang sangat kuat terhadap pendapat dan perilaku mad'u (penonton). Hal ini terjadi karena dalam film, selain pikiran, penglihatan dan pendengaran, penonton juga melibatkan perasaan. Sehingga film dapat dijadikan media yang cukup efektif untuk menyukseskan kegiatan dakwah. Selain itu, film yang tersebar ke penjuru khalayak diterima sebagai pro dan kontra, maka penting bagi pembuat film untuk menyiratkan pesan dakwah di dalamnya. Oleh sebab itu, di era perkembangan teknologi saat ini antara dakwah dan film sama-sama saling membutuhkan dan berkaitan.

Salah satu film yang mengandung pesan tersirat di dalamnya yaitu "Kurang Dua Ons".⁷ Secara karakteristik, film ini

⁶Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), hlm. 137.

⁷Film tersebut diproduksi oleh Gertak Film dari subsektor rumah produksi Gertak Indonesia. Film

mampu menyajikan pesan-pesan yang jelas kepada penonton tentang hal-hal yang pantas untuk ditiru dan hal-hal yang harus ditinggalkan, tidak bertentangan dengan nilai adat istiadat, norma serta tujuan dan sasarannya mampu menjangkau semua kalangan. Oleh sebab itu, film ini bisa dikategorikan sebagai film dakwah karena mengandung pesan-pesan yang mengajak kepada kebaikan (*amar ma'ruf*) dan larangan kepada keburukan atau hal-hal yang bertentangan dengan Al-Qur'an dan sunnah (*nahi mungkar*).

Dari pemaparan mengenai pentingnya film untuk kesuksesan dakwah dan juga pentingnya pesan dakwah dalam film tersebut, serta keunikan dari penetapan pesan dakwah, pemilihan ide, dan audio visual serta keberhasilannya memenangkan festival film nasional pada "ACFFEST" (Anti-Corruption Film Festival) 2018, maka film ini menarik untuk diteliti. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penentuan pesan dakwah dan pemilihan

"Kurang Dua Ons" adalah *short movie* (film pendek) yang menggambarkan pentingnya pendidikan kejujuran dalam lingkungan keluarga. Dengan mengangkat hal-hal kecil yang sering terjadi di masyarakat serta pesan-pesan sederhana yang disiratkan dengan kemasan menarik, film ini berhasil lolos pada festival film nasional yakni "ACFFEST" (Anti-Corruption Film Festival) tahun 2018 melalui seleksi proposal film. Setelah itu, proposal yang berisi ide, *story treatment*, *director's treatment* dan gambaran umum ceritanya ini didanai oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) Republik Indonesia untuk diproduksi menjadi sebuah film.

ide cerita, strategi pengemasan pesan dakwah ke dalam skenario dan bagaimana strategi pengemasan pesan dakwah ke dalam audio visual maupun verbal dan non-verbal pada film "Kurang Dua Ons".

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yakni suatu mekanisme kerja penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif kata atau kalimat yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data hingga menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian,⁸ dimana metode deskriptif tersebut digunakan untuk memaparkan strategi "Gertak Film"⁹ dalam pengemasan pesan dakwah dalam produksinya, mulai dari strategi penetapan pesan dakwah dan pemilihan ide, pengemasan pesan dakwah ke dalam skenario serta ke bentuk audio visualnya secara baik, utuh dan sesuai fakta yang tampak (dilihat dan didengar).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer berupa dokumentasi (catatan dan rekaman) hasil wawancara dengan sutradara, analisis naskah dan *full video* dari film "Kurang Dua Ons". Sedangkan, sumber data sekunder yakni catatan-catatan dokumen,

⁸Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015), hlm. 55.

⁹ Nama *Production House* yang memproduksi film Kurang Satu Ons.

hasil wawancara dengan produser film “Kurang Dua Ons” dan Pimpinan Rumah Produksi Gertak Indonesia, *Company Profile* Gertak Indonesia, desain produksi (proposal film “Kurang Dua Ons”) dan juga sumber dari kepustakaan yakni buku, jurnal dan website sebagai rujukan dan penguat data. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan cara melakukan pengumpulan data, yakni menghimpun data sebanyak mungkin mengenai strategi pengemasan pesan dakwah dalam film “Kurang Dua Ons” oleh Gertak Film, lalu mereduksi data, yakni menyusun data lapangan, membuat rangkuman atau ringkasan, memasukkannya ke dalam klasifikasi penentuan pesan dakwah dan pemilihan ide cerita, pengemasan pesan dakwah ke dalam skenario dan audio visual, serta kategorisasi pesan dakwah, akidah, akhlak dan syari’ah. Data-data sesuai dan terkait disusun dengan sistematis, sementara data-data yang dipandang tidak sesuai dan tak terkait dipisahkan, mendisplay data yaitu menyajikan data yang diperoleh melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang disusun secara sistematis sehingga tersusun gambaran yang jelas tentang data yang dihasilkan dari penelitian yang dilakukan, dan menarik kesimpulan secara komprehensif. Selain itu, data yang didapatkan dicek

keabsahannya dengan cara triangulasi data, memperpanjang masa keikutsertaan, dan pengecekan anggota.

Strategi Penentuan Pesan Dakwah dan Pemilihan Ide Cerita

Tahapan strategi penentuan pesan dakwah dan pemilihan ide dalam Film Kurang satu Ons ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Sebelum perumusan ide film ini, sang sutradara, Haris Supiandi melakukan observasi secara umum selama setahun lebih. Dalam risetnya tersebut, ia menemukan suatu masalah yang sudah sangat lama terjadi terus-menerus di sekitar kita, yakni mengenai kecurangan dalam perdagangan seperti mengurangi timbangan pesanan pembeli atau menjual sayur lama (sisa dagangan hari sebelumnya) namun dikatakan sayur baru. Hal ini berdasarkan pengalaman Sutradara sendiri ketika berbelanja di sebuah pasar yang kemudian menjadi setting lokasi film ini, dimana sayur yang ia beli timbangannya kurang satu ons dari timbangan yang dia bayarkan. Dengan mengangkat permasalahan yang banyak terjadi di sekitar serta memantau langsung realita di lingkungan terdekat, Haris Supiandi berusaha membuat film ini dekat dan berdampak kepada

penontonnya. Memang dari hasil observasi yang ia lakukan ternyata pelaku kecurangan tersebut hanyalah segelintir orang saja, tetapi Haris Supiandi menganggap hal kecil yang disepelekan ini akan terus tumbuh dan dapat membesar dan semakin berdampak buruk terhadap pedagang lainnya maupun pembeli. Haris Supiandi juga khawatir kecurangan yang dilakukan segelintir orang tersebut dapat membuat koruptor-koruptor kecil terus tumbuh dan berkembang. Sehingga film ini akan dibuat dengan maksud untuk menyadarkan khalayak untuk tidak menyepelekan kesalahan kecil dan pentingnya kebaikan sekecil apapun.

b. Menyesuaikan Tema

Tema dalam film “Kurang Dua Ons” menyesuaikan tema yang ditetapkan dalam ACFEST 2018, yakni dengan tema besar Anti-korupsi, atau mengandung muatan nilai-nilai antikorupsi, antara lain: kejujuran, kepedulian, kemandirian, keadilan, tanggung jawab, kerja sama, sederhana, keberanian dan kedisiplinan. Berdasarkan hasil riset yang telah didapatkan selama setahun lebih, suatu masalah sudah terpikirkan oleh Haris Supiandi untuk menyusun sebuah proposal ide cerita film. Ide cerita yang

hendak dibangun olehnya selaku penulis naskah dan sutradara film ini disesuaikan dengan tema yang sudah ditetapkan tersebut. Fokus film ini utamanya memuat nilai kejujuran. Namun, nilai-nilai lainnya seperti kepedulian dan tanggung jawab juga dimuat dalam film ini sebagai pewarna mengiringi plot film ini.

c. Tujuan Pembuatan Film

Tujuan pembuatan film ini berdasarkan masalah yang hendak diangkat oleh Haris Supiandi dari risetnya tersebut serta untuk menyukkseskan kesadaran anti-korupsi melalui ACFEST yang diselenggarakan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi Republik Indonesia dengan menyesuaikan tema yang telah ditentukan. Selain itu film ini juga untuk membangun kesadaran masyarakat tentang tanggung jawab orang tua dalam penanaman kejujuran pada anaknya. Selain itu, film ini juga bermaksud untuk menyadarkan penontonnya agar tidak lagi berlaku curang dalam berdagang.

d. Analisis Karakter Tokoh Utama

Setelah menemukan pokok permasalahan kemudian disesuaikan dengan tema dan memetakan tujuan pembuatan film, maka setelah itu sang pembuat film menganalisis karakter

tokoh utama. Tokoh utama merupakan jantung cerita atau ruh cerita. Analisis karakter tokoh utama bertujuan untuk menciptakan ide spesifik sebuah film berdasarkan ide umum yang berangkat dari permasalahan dan pemetaan tujuan pembuatan filmnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Haris Supiandi pada 20 Juni 2019, ia menjelaskan bahwa ide umum film ini yakni mengenai kecurangan yang terjadi di pasar. Agar film tersebut menjadi lebih menarik, maka dibuatlah karakter tokoh utama untuk memilih ide film ini secara lebih spesifik. Pemilihan karakter utama ini seiring penentuan tujuan pembuat film yakni untuk menyadarkan kepada masyarakat mengenai tanggung jawab orang tua dalam penanaman kejujuran kepada anaknya. Sehingga karakter anak kecil dipilih sebagai tokoh utama. Dengan ditampilkannya sosok anak kecil yang polos akan membangun cerita film ini. Ide film ini juga terinspirasi dari sang sutradara yang melihat beberapa anak kecil yang mengikuti orang tuanya berdagang di pasar. Bagi sang sutradara keberadaan anak kecil tersebut secara langsung atau tidak langsung berusaha memahami kehidupan di pasar. Jadi, berdasarkan riset dan analisa karakter

tokoh utama maka dapat ditarik sebuah ide Film “Kurang Dua Ons”¹⁰.

e. Segmentasi

Film ini¹¹ dibuat dengan menggunakan bahasa Melayu Pontianak. Pemilihan bahasa tersebut merupakan cara pendekatan verbal dalam film ini. Dengan begitu, pesan yang akan disampaikan akan lebih mudah diterima khalayak sasaran. Tapi bagi masyarakat yang tidak memahami bahasa tersebut, editor film ini telah menyiapkan *substitle* yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Sehingga film ini dapat dinikmati bagi seluruh

¹⁰Haris Supiandi (wawancara, 20 Juni 2019) memaparkan bahwa ide film ini yakni tentang kepolosan anak kecil yang akan selalu menyerap dan melakukan apa yang didapat dari panca inderanya. Ide film ini berusaha menggambarkan seorang anak kecil yang belajar kehidupan di lingkungan pasar. Anak kecil tersebut ikut berdagang bersama ayahnya di pasar dan memahami kehidupan di sana. Ia melihat langsung kebiasaan buruk yang dilakukan ayahnya, yakni tidak memperlihatkan arah timbangan ke pembeli dan mengurangi timbangan pesanan pembeli. Sehingga sang anak tersebut mengaplikasikan tindakan negatif ayahnya walau ia tidak tahu bahwa sebenarnya tindakan tersebut salah. Oleh sebab itu, film ini bermaksud menyadarkan penontonnya mengenai pentingnya peran orang tua dalam pembangunan karakter dan sikap anak.

¹¹Haris Supiandi (wawancara, 26 Juni 2019) menjelaskan bahwa film ini dapat dinikmati semua kalangan, baik semua kelas ekonomi masyarakat, semua usia serta semua lapisan pendidikan. Walau sebetulnya film ini berusaha menyadarkan masyarakat lokal tempat masalah film ini ditemukan dalam obervasinya, yakni masyarakat Pontianak. Namun baginya, tidak menutup kemungkinan bahwa masalah tersebut juga terjadi pada masyarakat di luar sana. Pesan dalam film ini juga baik dan mengena ke seluruh lapisan sehingga cocok tanpa batasan.

rakyat Indonesia hingga orang asing agar timbul kesadaran dalam dirinya dan mengamalkan pesan-pesan pada film ini walaupun sasaran utamanya itu masyarakat tempat masalah ide film ditemukan.

f. Observasi Kembali (Spesifik)

Observasi kembali dilakukan setelah mendapatkan pokok permasalahan yang hendak diangkat, dengan menyesuaikan tema dan menentukan tujuan pembuatan film dan analisis karakter tokoh utama serta segmentasi. Hal ini bertujuan untuk menentukan lokasi shooting yang akan dimuat dalam proposal ide serta memantau kembali realita yang terjadi di lokasi tersebut.

Observasi kembali dilakukan sang sutradara dan produser film ini di Pasar Flamboyan Pontianak di jalan Gajahmada, kota Pontianak. Lokasi inilah yang akan menjadi setting tempat produksi film “Kurang Dua Ons”. Pemantauan dan pemotretan di lokasi tujuan sebagai bahan untuk kelengkapan proposal ide yang dilakukan di lapak sayur dan lapak ikan. Sebab dalam proposal ide film yang hendak dikirim ke ACFEST wajib menyertakan gambaran lokasi syuting.

Observasi ini dilakukan satu bulan sebelum pengumpulan proposal

ide film. Realita-realita yang diamati yaitu cara berinteraksi pedagang dan pembeli, aktivitas-aktivitas lain di pasar seperti anak-anak yang senang berlarian di sekitar lapak, pengamen, serta isi perbincangan di pasar. Dengan memantau realita yang terjadi di pasar Flamboyan, Haris Supiandi dan Pawadi Jihad mendapatkan beberapa data dan mendiskusikan penyusunan proposal ide cerita untuk dikirim ke ACFEST 2018.

Strategi Pengemasan Pesan Dakwah ke dalam Skenario (Verbal dan Non-Verbal)

Tahapan strategi pengemasan pesan dakwah dalam skenario film “Kurang Dua Ons” yang dapat peneliti simpulkan dari analisis yang telah dilakukan sebagai berikut:

a. Karakterisasi Para Tokoh

Karakterisasi para tokoh berpatokan dari ide utama dan sinopsis. Menentukan karakter para tokoh pada skenario yang dibuat Haris Supiandi bertujuan untuk mengembangkan alur dengan selipan pesan yang mengalir. Ini dibutuhkan sebab para tokoh pemeran lah yang akan membawa alur cerita dan menggiring pesan dakwah di setiap karakternya. Hal ini senada dengan pendapat Biran yakni tokoh yang kemudian diperinci menjadi

karakter-karakter dalam film merupakan kunci penting penyampaian isi dan pesan dari sebuah film¹². Seorang penulis naskah dan sutradara akan bahu-membahu membangun karakter melalui penokohan dalam sebuah film, hal ini bertujuan untuk membangun kedekatan dan rasa percaya penonton terhadap cerita yang dibuat. Hal ini jugalah yang menjadi patokan bagi sutradara sekaligus penulis skenario film “Kurang Dua Ons” dalam menulis skenario film.

Adapun karakter para pemeran beserta pesan dakwah yang akan digiringnya sebagai berikut:

- 1) Dimas: seorang anak kecil laki-laki berusia 6 tahun, masih polos dan menyayangi kucing (Pesan dakwah yang akan digiring Dimas yaitu seorang anak harus diajarkan kejujuran sejak dini terutama dari orang tuanya. Selain itu sosok Dimas yang menyayangi kucing mengajarkan harmonisasi kehidupan dalam hal menyayangi makhluk lain dan tidak menyakiti binatang).
- 2) Ayah Dimas: seorang pria dewasa 40 tahun, pedagang sayur, berambut panjang, ramah terhadap orang lain, namun curang dalam berdagang (Pesan dakwah yang akan digiring
- ayah Dimas yaitu pesan akhlak untuk bersikap ramah dan sopan kepada orang lain. Selain itu, dari skenario dimaksudkan pelajaran agar orang tua harus mengajarkan kejujuran kepada anaknya sejak dini. Pesan dakwah lain yang hendak disampaikan melalui sosok ayah Dimas yakni tetaplah sholat walau kita asebagai manusia masih melakukan dosa. Sebab amalan yang akan pertama kali dihisab yaitu sholat. Selain itu, sholat dapat mencegah perbuatan keji dan mungkar. Jadi walaupun masih melakukan dosa namun tetap berusaha melaksanakan sholat niscaya sholat tersebut yang akan menyadarkan diri untuk mencegah dari perbuatan keji dan mungkar).
- 3) Pembeli yang marah: Wanita dewasa, 50 tahun, cepat emosi (Pesan dakwah yang digiring oleh ibu ini yaitu janganlah berbuat curang dalam perdagangan serta janganlah membentak anak kecil akan tetapi nasehatilah ia dengan lembut).
- 4) Budi: teman ayah Dimas, 30 tahun, bertubuh gendut, ramah, dan ringan tangan (Pesan dakwah yang akan digiring Budi yaitu bersikap ramahlah kepada orang lain dan

¹²Lihat Nugroho et.al. dan Adji, 2017, Hal.7. (Proses Kreatif Eddie Cahyono dalam Penciptaan Film Siti. 22 Juni 2019).

- ringankanlah tangan untuk membantu siapa pun).
- 5) Ko Apin: Wanita dewasa 50 tahun, penjual kopi, keturunan Tionghoa, ramah, dermawan dan penyayang kucing (Pesan Dakwah yang akan digiring kepada penonton yaitu tentang harmonisasi kehidupan dan toleransi dari perbedaan suku, ras dan agama. Pesan lainnya dari sosok Ko Apin yaitu pesan sosial untuk bersikap ramah, dermawan dan menyayangi makhluk lain).
- 6) Bapak Tionghoa dan Bapak Melayu: pria dewasa, 50 tahunan, pelanggan kopi di warung Ko Apin, senang bercakap saat di warung tersebut (Walaupun satu *scene*, keberadaan dua pemeran ini, bapak Tionghoa dan bapak Melayu menggiring pesan dakwah dalam percakapannya dengan Ko Apin yaitu keikhlasan dan tanggung jawab. Maka pesannya yaitu berbuat baiklah dengan ikhlas tanpa maksud terselubung atau mengharapkan imbalan. Pesan tanggung jawab yaitu hendaklah seorang pemimpin menjabat demi keperluan rakyat, bukan demi menyejahterakan perutnya/ hidupnya apalagi korupsi).
- 7) Penjual Ikan: Pria dewasa, 30 tahun, bertato, tampang menyeramkan namun jujur (Pesan dakwah yang digiring oleh sosok ini yaitu bersikap jujur dalam berdagang dan janganlah menilai orang lain dari penampilan luarnya).
- 8) Pembeli Ikan: Wanita dewasa, 30 tahun.
- 9) Cece dan Ibu Bercadar: wanita dewasa, 30-35 tahun, (Cece: keturunan Tionghoa), (Ibu bercadar: muslim), pembeli sayur di lapak ayah Dimas (Pesan dakwah di sini yaitu harmonisasi dalam kehidupan dan toleransi dalam kehidupan sosial. Walaupun berdampingan dengan ibu bercadar, berbeda penampilan, beda etnis dan beda agama, namun toleransi terlihat di sini).
- 10) Penjual Ramah : Wanita dewasa, 52 tahun, suku Melayu Sambas, pedagang bahan pokok, penyayang dan baik hati (Pesan dakwah yang digiring karakter ibu penjual ramah dengan percakapannya yang menggunakan bahasa Melayu Sambas yaitu berbuat baiklah kepada siapapun tanpa membedakan etnis dan sayangilah yang lebih muda).
- 11) Pembeli Terakhir: Wanita dewasa, 40 tahun, ramah (Pesan yang digiring oleh karakter ini yaitu bersikap ramah kepada siapa pun).

b. Menentukan Urutan Adegan

Menentukan urutan adegan merupakan salah satu strategi pengemasan pesan dakwah ke dalam skenario film “Kurang Dua Ons” oleh Haris Supiandi sebab pesan dakwah mengalir dalam adegan dan digiring oleh tokoh dalam skenario ini. Karakter para tokoh yang sudah ditentukan sebelumnya yang menggiring pesan dakwah kemudian dimasukkan ke suasana dalam *scene* atau adegan sehingga adegan tersebut akan mengalir pesan dakwah di dalamnya.

Adegan film ini menunjukkan bahwa Dimas sebagai tokoh utama sudah terbiasa dengan lingkungan pasar. Adegan dalam film ini ditampilkan dalam jangka waktu satu hari, yakni dari subuh hingga siang. Dalam skenario, diceritakan Dimas yang belajar memahami kehidupan di pasar menerima berbagai pelajaran terutama nilai kejujuran dan kepedulian dari apa yang didengar, dilihat dan dirasakannya sejak *scene* awal hingga akhir.

Pesan dakwah dalam skenario mengalir dari awal hingga akhir sebab kecurangan diceritakan sejak *scene* kedua dengan memperlihatkan kecurangan yang dilakukan ayah Dimas dan diikuti Dimas kemudian kejujuran ditunjukkan Dimas pada *scene* terakhir.

Klimaks diperlihatkan saat ibu tua membeli sayur dan berusaha melihat timbangan. Antiklimaks saat ibu tua marah kemudian mendekati Dimas dan memegang bahunya dengan lembut. Pada *scene* terakhir Dimas mengaplikasikan nilai kejujuran yang telah didapatkannya dari *scene* sebelumnya terutama dari kejadian yang dialaminya dengan ibu-ibu yang sempat memarahinya, dari situlah Dimas sadar bahwa tindakannya yang dicontohnya dari ayahnya itu salah. Di *scene* terakhir Dimas mengaplikasikan nilai kejujuran dengan menambahkan tomat yang dipesan pembeli hingga timbangan menjadi pas ketika sebelumnya ayahnya mengurangi timbangan tersebut.

c. Menentukan Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan komunikasi verbal dan nonverbal dalam skenario film “Kurang Dua Ons” beserta pesan dakwah yang terkandung pada skenario dalam tabel berikut ini.

Tabel 1

Tujuan Komunikasi Verbal dan Nonverbal dalam Skenario

N o.	Scene	Pesan Dakwah	Komunikasi Verbal	Komunikasi Nonverbal
1	SC. 2 INT. LAPAK AYAH DIMAS – SUBU H	Ahlak terhadap orang tua dengan berbakti kepada orang tua.	-	Dimas membantu mengelap meja di lapak dagangan ayahnya.
2	SC. 4 INT.	Ahlak terhadap	-	Dimas menunggu

	WARUNG KOPI – SUBUH	lingkungan seperti menyayangi binatang.		di sudut warung, sambil bermain dengan kucing yang sedang makan.
3	SC. 4 INT. WARUNG KOPI – SUBUH	Berbuat baiklah dengan ikhlas tanpa mengharap maksud tersembunyi atau imbalan. Dan jadilah pemimpin bertanggung jawab atas hak rakyat serta tidak korupsi.	Bapak Cina : “Itulah wak di kampung aku ni banyak dah orang-orang yang nak naek tibetibe baik. Ngasi kite beras lah, gule lah, ade stiker mukenye same nomor urut pulak tuh di bunngkosan nye.” Bapak Melayu: “Bukan name, tempat aku lebeh parah agek. Ngasik kite baju muslim, bagos sih bajunye. Tapi itulah, merek bajunye tuh jadi name die pulak.” Ko Apin: “Itu lah pak ye, tinggal mane baeknye agek lah. Nak nyarek wakel rakyat yang jujur ni susah, satu banding seribu rasenye. Tapi saye sih cebok, maseh ade orang-orang baik dan jujur yang naek betol-	(<i>parenthetical</i> dilakukan pemeran secara spontan dan <i>real</i> saat mengucapkan dialog)

			betol untuk rakyat bukan buat perot.”	
4	SC. 4 INT. WARUNG KOPI – SUBUH	Toleransi dan berbagi kepada sesama tanpa pandang, etnis, suku/ras.	Ko Apin: “Niah, buat Dimas sarapan ye.”	Ko Apin memberi Dimas roti.
5	SC. 5 INT. LAPAK AYAH DIMAS – SUBUH	Bersikap ramah dan sopan kepada siapapun. Pesan lainnya yaitu harmonisasi sosial dan toleransi dalam kehidupan berbangsa dan bersuku.	(Dialog ayah Dimas dan pembeli: ibu bercadar dan Cece)	Ayah Dimas melayani para pembeli dengan ramah dan sopan. Ada seorang ibu yang memakai cadar membeli sayur. Begitu juga dengan Cece yang juga ingin membeli sayur.
6	SC. 6 INT. LAPAK IKAN – SUBUH	Jadilah pedagang yang jujur. Pesan lainnya yaitu jangan melihat orang dari penampilan/ fisiknya.	Penjual Ikan: “Bu, yang ini nih ikan semalam mangke murah. Ah kalau yang ini ikan baru, mangke hargenye mahal sikit. Cobelah ibu pileh-pileh timbang sorang ikannye.”	Dimas bermain di lapak ikan. Di situ ada seorang penjual ikan yang hanya memakai kaos singlet, terlihat tato di sekujur lengannya, sedang melayani seorang ibu. Penjual ikan: (menunjuk ke arah ikan yang sudah tidak segar).

7	SC. 10 INT. LAPAK SAYUR IBU - SIANG	Berbagi dan kasih sayang dari yang tua kepada yang muda.	Ibu lapak: “Yo Mas, oto. Itok mainan bekas anak ibu dolok beh. Dah daan dipakai agek dah. Ambek lah tok.”	Ibu lapak: (memberikan mainan kepada Dimas)
8	SC. 11 INT. LAPAK AYAH DIMAS - SIANG	Jangan melupakan kewajiban utama sebagai muslim yakni sholat fardhu.	Ayah Dimas: “Bang, Bang Dimas jage lok ye, bapak nak sholat dzuhor bentar.”	(<i>parenthetical</i> dilakukan pemeran secara spontan dan <i>real</i> saat mengucapkan dialog)
9	SC. 13 INT. LAPAK AYAH DIMAS - SIANG	Jangan berbuat curang dalam berdagang . Pesan lain yaitu jadilah orang jujur sejak dini. Pesan lainnya yaitu jangan membentak anak kecil, akan tetapi nasehatilah ia dengan lembut.	Ibu Tua: “Ya Allah ngape pulak kurang semue timbangann ye ni. Siapa yang ngajarkan kau butakkan orang tue ni. Nong.. nong... maseh kecik jak kau dah pandai bohong, ape agek besak, nak jadi ape kau ni.	Dimas: (menimbang satu persatu pesanan ibu tua) Seperti biasa, mengikuti yang biasa dilakukan ayahnya, Dimas menimbang dengan takaran kurang dua ons. Dimas tertunduk, terdiam, matanya berkaca menahan tangis. Ibu tua kasihan melihat Dimas, ia mencoba menenangkan Dimas dan menasehati Dimas. Ibu tua masuk ke lapak mendekati Dimas, memegang dua bahu Dimas,

				perlahan memutar badan Dimas agar mereka berhadapan.
10	SC. 15 INT. LAPAK AYAH DIMAS - SIANG	Berani bersikap jujur. Laksanakan niat baik saat itu juga dan jangan menundanya.	(Dialog pembeli dan ayah Dimas)	Seperti biasa, ayah Dimas mengurangi timbangan ons tomat. Dimas berdiri mengambil dan menambahkan beberapa tomat ke dalam timbangan, kemudian memutar arah timbangan ke hadapan pembeli. Timbangan yang semula kurang 2 ons menjadi pas.

Strategi Pengemasan Pesan Dakwah ke dalam Audio Visual (Verbal dan Non-Verbal)

Bentuk audio visual merupakan hasil terjemahan dari sebuah skenario yang telah dibuat sebelumnya. Bentuk audio dilihat dari dialog yang diucapkan pemeran, *sound effect* atau musik instrumen. Film yang berdurasi 13 menit 29 detik ini secara keseluruhan mengambil suara asli kondisi di pasar sehingga

filmnya benar-benar tampak *real* dan ditambah musik instrumen sebagai *intro* dan *ending* film saat editing. Dari segi audio, pengemasan pesan tersebut dapat dilihat dari apa yang diucapkan pemeran sesuai *direct* dari sutradara yang berpedoman pada skenario. Sedangkan bentuk visualnya terlihat dari setting dan adegan yang diperankan tokoh. Dalam film “Kurang Dua Ons”, baik audio maupun visualnya mengandung pesan dakwah yang tersirat. Pengemasan pesan dakwah ke bentuk audio visual tak terlepas dari *angle*, *lighting*, teknik pengambilan gambar serta *setting* lokasi dan waktu.

Adapun strategi visual pada film “Kurang Dua Ons” sebagai berikut:

a. *Angle*

Sudut pengambilan gambar (*angle*) yang digunakan untuk visualisasi film “Kurang Dua Ons” tiga jenis yaitu *straight angle*, *low angle* dan *high angle*. Sebagian besar menggunakan *straight angle* yaitu sudut pengambilan normal, khususnya pada *scene* yang memvisualkan pesan-pesan dakwah. *Low angle* digunakan saat penyorotan tikus yang berlarian serta *high angle* digunakan pada penyorotan kucing dan anaknya. Selebihnya sudut pengambilan gambar yang digunakan yaitu *straight angle*.

b. *Lighting*

Visualisasi film juga tak terlepas dari *lighting* atau pencahayaan. *Lighting* yang digunakan dalam film ini keseluruhan menggunakan *artificial lighting* yaitu cahaya buatan. Ini digunakan sebagai penerangan bantu sebab cahaya lampu pasar dan sinar matahari yang kurang memungkinkan saat terlihat di kamera. Adapun jenis pencahayaan yang digunakan yaitu *front lighting*. *Front lighting* ialah pencahayaan dari depan yang menghasilkan pancaran yang merata dan tampak natural.

c. *Setting*

Setting lokasi adegan yang digunakan dan tertulis dalam skenario hanya enam tempat yaitu, pasar sayur, lapak ayah Dimas, warung kopi, lapak ikan, lapak ibu Melayu Sambas, dan lorong lapak. Serta *setting* waktu adegan hanya sehari dengan dua waktu yakni ba'da subuh (pagi) dan siang hari. *Setting* lokasi yang mengandung pesan dakwah hanya pada empat tempat, yakni lapak ayah Dimas, lapak ikan, lapak ibu Melayu Sambas.

d. *Teknik Pengambilan Gambar*

Teknik pengambilan gambar yang digunakan pada film ini hanya lima jenis *shot* yakni *extreme long shot*, *full shot*, *medium shot*, *medium close*

updan *close up*. *Extreme long shot* hanya digunakan pada intro untuk memperlihatkan keseluruhan kondisi pasar. Adegan-adegan yang mengandung pesan dakwah menggunakan empat jenis *shot* lainnya. Hal ini bertujuan agar gambar lebih fokus ke ekspresi dan aktivitas pemeran.

Adapun pengemasan pesan dakwah ke bentuk audio dan visual dalam film “Kurang Dua Ons” yang telah peneliti analisis sebagai berikut:

1) SC. 2 INT. LAPAK AYAH DIMAS - SUBUH

Tabel 2

Pengemasan Pesan Dakwah Scene 2

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Akhlik terhadap orang tua dengan berbakti kepada orang tua.	Musik Instrumen: <i>Intro</i> dengan bunyi drum	Gambar 1 <i>Shot</i> pada Scene 2  Teknik pengambilan gambar <i>Close Up</i> .

Hal ini banyak disebutkan dalam al-Qur'an salah satunya surah An-Nisa ayat 36 yang salah satunya memerintahkan kepada manusia untuk berbuat baik kepada kedua orang tua dengan memuliakan dan berbakti kepada keduanya.:

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ...

Artinya: “Dan sembah Allah serta tidak menyekutukan-Nya dengan sesuatu, lalu berbuat baik kepada orang tua ...” (QS. An-Nisa/4: 36).

2) SC. 4 INT. WARUNG KOPI – SUBUH

Tabel 3

Pengemasan Pesan Dakwah Scene 4 Pesan 1

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Akhlik terhadap lingkungan seperti menyayangi/ tidak menyakiti binatang.	Suara asli kondisi di pasar. (Keributan dan nyanyian dangdut pengamen buta di pasar).	Gambar 2 <i>Shot</i> 1 pada Scene 4  Teknik pengambilan gambar <i>Medium Close Up</i> .

Hal ini disebutkan oleh Quraish Shihab (2001: 267) bahwa akhlak terhadap lingkungan yaitu terhadap segala sesuatu yang berada di sekitar manusia, baik binatang, tumbuhan maupun benda-benda yang bernyawa.

Tabel 4

Pengemasan Pesan Dakwah Scene 4 Pesan 2

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Berbuat baiklah dengan ikhlas tanpa mengharapkan maksud tersembunyi atau imbalan. Dan jadilah pemimpin yang bertanggung jawab atas hak rakyat serta tidak korupsi.	Dialog Bapak Cina : “Itulah wak di kampong aku ni banyak dah orang-orang yang nak naek tibe-tibe baik. Ngasi kite beras lah, gula lah, ade stiker mukenye same nomor urut pulak tuh di bunngkosannye.” Bapak Melayu: “Bukan name,	Gambar 3 <i>Shot</i> 2 pada Scene 4  Teknik pengambilan gambar <i>Medium Shot</i> . Gambar 4 <i>Shot</i> 3 pada Scene 4

	<p>tempat aku lebeh parah agek. Ngasik kite baju muslim, bagos sih bajunye. Tapi itulah, merek bajunye tuh jadi name die pulak.” Ko Apin: “Itulah pak ye, tinggal mane baeknye agek lah. Nak nyarek wakel rakyat yang jujur ni susah, satu banding seribu rasenye. Tapi saye sih cebok, maseh ade orang-orang baek dan jujur yang naek betol-betol untuk rakyat bukan buat perot.”</p>	 <p>Teknik pengambilan gambar <i>Medium Shot</i>.</p>
--	---	--

Tabel 5

Pengemasan Pesan Dakwah *Scene 4* Pesan 3

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Toleransi dan berbagi kepada sesama tanpa pandang etnis, suku atau ras.	Dialog Ko Apin: “Niah, buat Dimas sarapan ye.”	<p>Gambar 5 Shot 4 pada <i>Scene 4</i></p>  <p>Teknik pengambilan gambar <i>Medium Shot</i>.</p>

Motif pengambilan gambar *Medium Shot* pada gambar di atas untuk memperlihatkan para tokoh dan interaksinya sekaligus. Adegan Ko Apin yang memberikan roti kepada Dimas mengandung pesan dakwah untuk toleransi

dan berbagi kepada sesama tanpa pandang etnis, suku atau ras. Fenomena keragaman tersebut disebutkan dalam Al-Qur’an salah satunya sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ
 وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ...

Artinya: “Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal...” (QS. Al-Hujurat/49: 13).

3) SC. 5 INT. LAPAK AYAH DIMAS – SUBUH

Tabel 6

Pengemasan Pesan Dakwah *Scene 5*

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Bersikap ramah dan sopan kepada siapa pun.	(suara asli dari pasar) (dialog pembeli dan ayah Dimas)	<p>Gambar 6 Shot 1 pada <i>Scene 5</i></p>  <p>Teknik pengambilan gambar <i>Full Shot</i>.</p>
Pesan lainnya yaitu harmonisasi dan toleransi dalam kehidupan berbangsa, bersuku, dan beragama.		<p>Gambar 7 Shot 2 pada <i>Scene 5</i></p>  <p>Teknik pengambilan gambar <i>Full Shot</i>.</p>

Hal ini disesuaikan sabda Rasul yang artinya:

“Allah mengasihi seseorang yang ramah ketika ia berjualan, ketika membeli dan ketika berkehendak.” (HR. Bukhari).

Pesan dakwah lain pada audio visual *scene* ini yaitu perintah untuk hidup bertoleransi antar suku, dan bangsa. Hal ini dijelaskan dalam Al-qur'an surah Al-Hujurat ayat 13.

4). SC. 6 INT. LAPAK IKAN – SUBUH

Tabel 7

Pengemasan Pesan Dakwah *Scene* 6

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Jadilah pedagang yang jujur. Pesan lainnya yaitu jangan melihat orang dari penampilan/fisiknya.	Dialog Penjual Ikan: “Bu, yang ini nih ikan semalam mangke murah. Ah kalau yang ini ikan baru, mangke hargenye mahal sikit. Cobelah ibu pileh-pileh timbang sorang ikannye.”	Gambar 8 Shot pada <i>Scene</i> 6  Teknik pengambilan gambar <i>Medium Shot</i> .

Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an salah satunya sebagai berikut:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
 الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.” (QS. Al-Isra ayat/17: 35).

5). SC. 10 INT. LAPAK SAYUR IBU – SIANG

Tabel 8

Pengemasan Pesan Dakwah *Scene* 10

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Berbagi dan	Dialog Ibu	Gambar 9 Shot pada <i>Scene</i> 10

kasih sayang dari yang tua kepada yang muda.	lapak: “Yo Mas, oto. Itok mainan bekas anak ibu dolok beh. Dah daan dipakai agek dah. Ambek lah tok.”	 Teknik pengambilan gambar <i>Medium Shot</i> .
--	---	--

Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda:

أَيُّسَ مِنَّا مَنْ لَمْ يَرْحَمْ صَغِيرَنَا وَيُوَقِّرْ كَبِيرَنَا

Artinya: “Bukanlah termasuk golongan kami (Islam), orang yang tidak menyayangi yang muda dan tidak menghormati yang tua.” (HR. Daud dan Tirmidzi).

6). SC. 11 INT. LAPAK AYAH DIMAS – SIANG

Tabel 9

Pengemasan Pesan Dakwah *Scene* 11

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Jangan melupakan kewajiban utama sebagai muslim yakni sholat fardhu.	Dialog Ayah Dimas: “Bang, Bang Dimas jage lok ye, bapak nak sholat dzuhor bentar.”	Gambar 10 Shot pada <i>Scene</i> 11  Teknik pengambilan gambar <i>Medium Shot</i> .

Hal ini disebutkan dalam Al-Qur'an salah satunya:

فِي بُيُوتٍ أُذِنَ لِلَّهِ أَنْ تَرْفَعَ وَيُذَكَّرَ فِيهَا اسْمُهُ
 يُسَبِّحُ لَهُ فِيهَا بِالْغُدُوِّ وَالْآصَالِ.

رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ
 اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ لَا يَخَافُونَ يَوْمًا
 تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ.

Artinya: “Dan disebut namanya di dalamnya, pada waktu pagi dan waktu petang, laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan mendirikan sholat dan membayar zakat.” (QS. An-Nur/24: 36-37).

7). SC. 13 INT. LAPAK AYAH DIMAS – SIANG

Tabel 10

Pengemasan Pesan Dakwah Scene 13 Pesan 1

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Jangan berbuat curang dalam berdagang .	Dialog Ibu Tua: “Ya Allah ngape pulak kurang semue timbanganny e ni. Siapa yang ngajarkan kau butakkan orang tue ni. Nong.. nong... maseh kecil jak kau dah pandai bohong, ape agek besak, nak jadi ape kau ni.	Gambar 11 Shot 1 pada Scene 13  Teknik pengambilan gambar Medium Shot.

Hal ini disebutkan dalam Al-Qur’an sebagai berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ۝ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ۝ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidakkah orang-orang itu yakin, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Rabb semesta alam.” (QS. Al-Muthaffifin/83: 1-6).

Tabel 11

Pengemasan Pesan Dakwah Scene 13 Pesan 2

Pesan Dakwah	Audi o	Visual
Pesan lainnya yaitu jangan membentak anak kecil, akan tetapi nasehatilah ia dengan lembut.		Gambar 12 Shot 2 pada Scene 13  Teknik pengambilan gambar Medium Close Up. Gambar 13 Shot 3 pada Scene 13  Teknik pengambilan gambar Medium Close Up.

Adegan di atas mengandung pesan dakwah dalam aspek akhlak yakni pesan untuk

menasehati dalam berucap dengan lembut dan penuh kasih sayang. Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

فَإِنَّ الرَّفْقَ لَمْ يَكُنْ فِي شَيْءٍ قَطُّ إِلَّا زَانَهُ وَلَا نُزْعَ مِنْ شَيْءٍ قَطُّ إِلَّا شَانَهُ

Artinya: “Setiap sikap kelembutan yang ada pada sesuatu, pasti akan menghiasinya. Dan tidaklah ia dicabut dari sesuatu, kecuali akan memperburuknya.” (HR. Muslim).

Pesan lainnya yaitu adab ketika marah yakni menahan dan meredam amarah jika telah muncul. Sebab seseorang yang menahan dan meredam amarahnya yang telah muncul disukai oleh Allah. Hal ini disebutkan dalam Al-Qur’an surah Ali-Imron/3:134 yang artinya:

“... Dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memberi maaf orang lain, dan Allah mencintai orang-orang yang berbuat kebaikan.” (QS. Ali Imran: 134).

8). SC. 15 INT. LAPAK AYAH DIMAS – SIANG

Tabel 12
 Pengemasan Pesan Dakwah Scene 15

Pesan Dakwah	Audio	Visual
Berani bersikap jujur. Laksanakan niat baik saat itu juga dan jangan menundanya.	Suara asli dari pasar kemudian musik instrumen ending	Gambar 14 Shot 1 pada Scene 15  Teknik pengambilan gambar Medium Close Up Gambar 15



Hal ini ditegaskan dalam atsar Abdullah Ibnu Abbas ra, yang mengatakan:

“Tidak sempurna kebaikan kecuali dengan menyegerkannya karena jika disegerakan, hal itu akan lebih menyenangkan pihak yang berkepentingan.” (Ranydepe, 2018: 40).

Adegan Dimas menyempurnakan takaran juga termasuk pesan dakwah syariah bidang mua’amalah yakni pesan untuk jujur dalam berdagang dengan menyempurnakan takaran. Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur’an surah sebagai berikut:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ. وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ. وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ.

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan: timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.” (Asy Syu’ara/26: 181-183)

Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah peneliti paparkan dan yang telah dibahas maka

dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah dalam film “Kurang Dua Ons” meliputi tiga aspek yakni syari’ah, akhlak dan aqidah. Adapun strategi pengemasan pesan dakwah dalam film “Kurang Dua Ons” dapat disimpulkan sebagai berikut:

Strategi penentuan pesan dakwah dan pemilihan ide film “Kurang Dua Ons” melalui beberapa cara yakni observasi, penyesuaian tema, menentukan tujuan pembuatan film, analisis karakter tokoh utama, segmentasi dan observasi kembali.

Strategi pengemasan pesan dakwah ke dalam skenario baik verbal maupun non-verbal dalam film “Kurang Dua Ons” yakni dengan karakterisasi para tokoh, penentuan urutan adegan dan menentukan tujuan komunikasi.

Strategi pengemasan pesan dakwah ke bentuk audio visual ataupun verbal dan non-verbal dalam film “Kurang Dua Ons” dapat dilihat dari dialog yang diucapkan pemeran dan adegan dalam gambar yang dikemas dengan *angle*, *lighting*, teknik pengambilan gambar dan setting sesuai *direct* dari sutradara. Sudut pengambilan gambar (*Angle*) yang digunakan pada keseluruhan gambar yang memvisualkan pesan dakwah menggunakan *straight angle* (pengambilan gambar lurus/normal). *Lighting* yang digunakan pada film ini keseluruhan menggunakan *artificial lighting* (cahaya buatan). Jenis *artificial*

lighting yang dipakai yaitu *front lighting* (cahaya depan) sehingga pencahayaan tampak natural. Teknik pengambilan gambar yang memvisualkan pesan dakwah ada 4 jenis yaitu *Close Up*, *Medium Close Up*, *Medium Shot* dan *Full Shot*. Setting lokasi tempat yang mengandung pesan dakwah lima tempat yaitu, lapak ayah Dimas, warung kopi, lapak ikan, lapak ibu Melayu Sambas, dan lorong lapak. Serta setting waktu adegan hanya sehari yakni mulai *ba'da* subuh (pagi) hingga siang hari.

Daftar Pustaka

- Al Adawi, Muhammad Ahmad. 2002. *Pedoman Juru Dakwah*. Penerjemah Ahmad Sunarto. Jakarta: Pustaka Amani.
- Alamsyah. 2012. Perspektif Dakwah Melalui Film. *Jurnal Dakwah Tabligh*. Volume 13 (1): 197-210.
- Amin, Samsul Munir. 2008. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Amura. 1989. *Perfilman Indonesia dalam Era Baru*. Jakarta: Penerbit Lembaga Komunikasi.
- Anisti. 2017. Komunikasi Media Film Wonderful Life. *Jurnal Komunikasi*. Volume 8 (1) : 33-39.
- Anshari. 1993. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas.
- Anwar, Arifin. 2011. *Dakwah Kontemporer (Sebuah Studi Komunikasi)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bahri, Fathul. 2008. *Meneliti Jalan Dakwah*. Jakarta: AMZAH.

- Biran, Misbach Yusa. 2006. *Teknik Menulis Skenario Film Cerita*. Jakarta: PT Dunia Pustaka Jaya.
- Cangara, Hafied. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dennis, Fitryan. G. 2008. *Bekerja Sebagai Sutradara*. Jakarta: Erlangga.
- Diantha, I Made Pasek. 2016. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Effendy, Heru. 2002. *Mari Membuat Film, Panduan Menjadi Produser*. Jakarta: Yayasan Kofiden.
- Farahdisa, Ayu. 2011. Pengemasan Pesan Moral Analisis Framing Film “Emak Ingin Naik Haji”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hamidi. 2010. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press.
- Hefni, Harjani. 2015. *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hermawan, Asep. 2009. *Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo.
- H.M, Arifin. 2000. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Imanto, Teguh. 2007. Film Sebagai Proses Kreatif dalam Bahasa Gambar. *Jurnal Komunikologi*. Volume 4 (1): 22-34.
- Lutters, Elizabeth. 2006. *Kunci Sukses Menulis Skenario*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ma’arif, Bambang Saiful. 2010. *Komunikasi Dakwah (Paradigma Untuk Aksi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mamduh, Naufal. 2018. KPK Gelar Festival Film untuk Sampaikan Pesan Anti-Korupsi. Diakses 29 Juli 2019 dari: <http://tirto.id/kpk-gelar-festival-film-untuk-sampaikan-pesan-anti-korupsi-cNat>
- Mubasyaroh. 2014. Film Sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media Dakwah Kontemporer). *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Volume 2 (2): 1-16.
- Mudjiono, Yoyon. 2011. Kajian Semiotika dalam Film. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Volume 1 (1): 125-138.
- Muhtadi, Asep Saeful dan Agus Ahmad Safei. 2003. *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Munir, M. dan Wahyu Ilahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Munir, Samsul. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: AMZAH.
- Muriah, Siti. 2000. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Nugroho, Widhi dan Titus Soepono Adji. 2017. Proses Kreatif Eddie Cahyono dalam Penciptaan Film Siti. 22 Juni 2019.
- Nurjamilah, Cucu. 2013. *Ilmu Dakwah*. Pontianak: STAIN Pontianak Press.
- Oktavianus, Handi. 2015. Penerimaan Penonton Terhadap Praktek Eksorsis di Dalam Film Conjuring. *Jurnal E-Komunikasi*. Volume 3 (2): 1-12.

- Pimay, Awaludin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis*. Semarang: RaSAIL.
- Pimay, Awaludin. 2006. *Metodologi Dakwah*. Semarang: RaSAIL.
- Puteh, M. Jakfar. 2006. *Dakwah di Era Globalisasi*. Yogyakarta: AK Group Yogyakarta.
- Ranydepe. 2018. *Jangan Bersedih Ukhty*. Jakarta: WahyuQolbu.
- Raqith, Hamad Hasan. 2001. *Meraih Sukses Perjuangan Da'i*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Set, Sonny dan Sita Sidharta. 2003. *Menjadi Penulis Skenario Profesional*. Jakarta: PT Grasindo.
- Shihab, Quraish. 2002a. *Tafsir Misbah*. Jakarta: Lentera Hati.
- _____. 2001b. *Membumikan Al-Qur'an, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan.
- Supiandi, Haris. 2016. *Dakwah Melalui Film (Analisis Semiotika Pesan Dakwah dalam Film "Sang Kiai" Karya Rako Prijanto)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak.
- Tambara, Ardi. 2010. *Karya Sinematografi (Proses Kreatif Pembuatan Film Pendek Berjudul "Ceris")*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Trianton, Teguh. 2013. *Film Sebagai Media Belajar*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Waseu, Ibnu. 2016. *Teknik Penyampaian Pesan Dakwah dalam Film "Air Mata Ibuku"*. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.
- Yaqin, Rizqi Taufikul. 2018. *Pesan Toleransi Antar Umat Beragama dalam Film "Satu Dalam Kita"*. Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.
- Yuyud. 2013. *Teknik Penulisan Skenario Film*. Diakses 9 Juli 2019 dari <http://cingraphy.blogspot.com/2013/03/teknik-penulisan-skenario-film.html?m=1/>.