

ABSTRAK

Mariesarona Ayu, NIM: 1740210106, dengan judul: “Analisis Pesan Dakwah dalam Film 99 Nama Cinta (Analisis Semiotika)”, Skripsi Program Strata Satu (S-1), Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Penelitian ini fokus pada ruang lingkup perilaku dan aktifitas para tokoh film 99 Nama Cinta, dengan memfokuskan potongan-potongan adegan dalam film 99 Nama Cinta dengan analisis semiotika yang diklasifikasikan dengan potongan potongan adegan yang terkandung dalam pesan dakwah pada film 99 Nama Cinta. Dalam pembahasannya, disusun rumusan masalah, yaitu: 1) Bagaimana lambang-lambang pesan dakwah dalam film “99 Nama Cinta?”. 2) Apa saja pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam film “99 Nama Cinta?”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan teori tersebut terkait dengan ilmu dakwah dan secara spesifik dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), dari tujuan dibahas secara rinci dan spesifik tujuan tersebut dapat dijabarkan untuk mengetahui hal-hal sebagai berikut: 1) Mengetahui lambang-lambang pesan dakwah dalam film “99 Nama Cinta”. 2) Mengetahui pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam film “99 Nama Cinta”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif analisis teks model semiotika. Unit analisis penelitian ini adalah potongan-potongan adegan berupa gambar, teks, suara, atau bunyi-bunyian yang terdapat dalam film. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce yang terkenal dengan teori segitiga maknanya yang terdiri dari tiga unsur, yaitu: *sign* atau *representamen*, *object* dan *interpretant*.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan berupa 1) lambang-lambang atau-tanda-tanda dalam film 99 Nama Cinta mengandung pesan-pesan dakwah yang dapat digunakan untuk mensyiarkan ajaran Islam. 2) Makna pesan dakwah dalam film 99 Nama Cinta dari aspek akidah berupa iman kepada Allah dan iman kepada qadha qadhar, syariat berupa wakaf dan wudhu, akhlak berupa akhlak terhadap sesama manusia dan beribadah terhadap Allah Swt.

Implikasi dari penelitian ini ialah kepada para konsumen film (khalayak) hendaknya tidak hanya menjadikan film sebagai media hiburan belaka, namun bisa mengambil pesan dan makna yang tersirat ataupun tersurat. Sedangkan bagi para produsen film semoga tetap memberikan film-film yang mendidik, bukan hanya mencari keuntungan pribadi dan tidak memikirkan apa pesan yang akan disampaikan dan siapa sasaran yang akan dituju. Sehingga, produsen dan konsumen mendapat pembelajaran yang dapat diambil dan diimplementasikan terhadap kehidupan sehari-hari. Kemudian dalam peneliitian ini diharapkan menjadi referensi bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam khususnya yang melakukan penelitian mengenai film dan semiotika.

Kata Kunci : Pesan Dakwah, Film, Semiotika.