

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan proses produksi film pendek “Anin” dan “Ashar” karya UKM-F Teropong Community ini melalui tahapan-tahapan strategi dakwah dan unsur-unsur dakwah sebagai berikut:

1. Perumusan strategi sebagai tahapan pertama pemetaan ide naskah film yang akan digarap dalam hal ini pada tahapan pra produksi yang dilakukan secara komprehensif yang memuat unsur-unsur dakwah seperti juru dakwah (*da'i*) yaitu penetapan kru film sesuai kemampuan yang bertindak sebagai penyampai pesan dakwah dalam kegiatan dakwah melalui media film, selanjutnya penetapan sasaran dakwah (*mad'u*) target dari suatu film yaitu, pada film Anin target dakwah nya ialah orangtua, anak, dan lingkungan sekitar, sedangkan film Ashar target dakwah nya ialah orang-orang yang tidak khusyu dalam melaksanakn sholat. Selanjutnya menentukan materi dakwah (*maddah*) yang digunakan dalam produksi suatu film dan menganalisa kembali apakah materi dakwah dan sasaran dakwah sudah berkesinambungan, dalam film Anin dan Ashar materi dakwah yang diangkat adalah bab akidah, ahlak, *syar'iyah*.

2. Implementasi strategi dakwah pada tahapan pra produksi kemudian dikembangkan melalui media dakwah (*Washilah*) atau perantara alat-alat yang

diperlukan dari *Master breakdown department* film serta *treatment* sutradara bagaimana mengaplikasikan naskah kedalam sebuah *frame* dengan teknik penyampaian tertentu (*Thariqah*). Teknik penyampaian dakwah yang digunakan dalam produksi film pendek dari dua sampel film diantaranya:

a) Film Pendek Anin (2022) Menggunakan gambaran realita kehidupan (*Slice of Life*) seorang anak MAN yang sedang berusaha mengejar mimpi sesuai minat dan bakat yang ia punya. Ditengah perjalanannya Anin selalu mendapatkan tekanan dan cacian dari berbagai pihak bahkan termasuk keluarga Anin sendiri. Penyampaian inti pesan dakwah berada di akhir cerita disaat Anin mendapat kabar ia mendapat kesempatan terpilih menjadi peserta MTQ Internasional hasil dari kerja kerasnya sendiri. Teknik penyampaian dakwah yang diterapkan dalam film Anin (2022) ialah metode yang diterima melalui contoh (*al-qudwah*), penyampaian pesan melalui alur cerita yang menjadi contoh bagi *mad'u*.

a) Film Pendek Ashar (2023) strategi dan materi dakwah yang digunakan pada film pendek Ashar secara umum digambarkan realita kehidupan sehari-hari (*Slice Of life*) seorang remaja sekolah yang masih diambang kelabilan remaja pada umunya yang masih suka lalai dalam melaksanakan perintah sholat. Ditengah pemunculan konflik awal dalam film Ashar gangguan luar dari diri Anas muncul untuk mengganggu fokus dari Anas yang kemudian ragu terhadap diterima atau tidak sholat yang ia lakukan dan konflik ini menjadi bahasan materi dakwah bab *syar'iiyyah*. Scene Penggunaan sketsa (*Comedy*) dalam penyampaian inti pesan dakwah yang dimuat dari umpatan pocong yang iri terhadap Anas yang masih bisa sholat sedangkan dia sudah tidak bisa. Hal ini menjadi *satir* bagi manusia betapa

merugi nya mereka jika tidak bersungguh-sungguh dan khusyuk dalam melaksanakan sholat. Teknik penyampaian dakwah yang diterapkan dalam film Ashar (2023) lebih cenderung arahnya kepada metode upaya pertukaran informasi yang bertujuan menguatkan argumentasi (*al-jidal*), penguatan dan penjatuhan pendapat melalui *validasi* dialog per-karakter.

3. Evaluasi strategi dakwah sebagai tahapan terakhir untuk menilai apakah strategi yang dilakukan telah berhasil dengan memperhatikan proses dari tahapan pasca produksi dan pendistribusian kepada mad'u untuk dijadikan sampel apakah strategi yang dilakukan sudah tepat untuk menyampaikan pesan dakwah. Kualifikasi berhasil tidaknya suatu proses penyampaian bergantung kepada perubahan efek dakwah (*atsar*) yang diterima mad'u seperti aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikapnya (*attitude*), dan aspek perilakunya (*behavioral*). Pengelolaan Feedback penerima pesan-pesan dakwah dari strategi yang digunakan dari kedua sampel film yang sudah diteliti mengangkat tema yang *slice of life* ini akan lebih bisa diterima masyarakat dengan menyisipkan pesan dakwah dalam film yang mana keresahan sosial yang dialami pemeran akan diceritakan semirip mungkin dengan kehidupan sehari-hari manusia dan hal ini ditanggapi dengan baik oleh penonton dengan pemahaman mereka terhadap pesan dakwah yang ingin disampaikan dari kedua film tersebut.

B. Rekomendasi

1. Untuk Pengurus UKM – F Teropong Community, hendaknya membuat pola strategi dakwah yang lebih berbeda dan memakai bahasa Indonesia untuk produksi pembuatan film film terbaru untuk menarik minat

penonton dari luar Kalimantan Selatan untuk memperlebar target dakwah.

2. Untuk para akademisi, agar kiranya dapat membuat teori baru tentang strategi dakwah yang dilakukan dalam film pendek lokal lainnya khususnya film wilayah Kalimantan.
3. Mengingat penelitian ini masih mempunyai banyak keterbatasan dan kekurangan, maka perlu kiranya untuk diadakan tinjauan penelitian sejenis dengan karakteristik yang berbeda agar permasalahan ini lebih jelas dan komprehensif.