

**ANALISIS KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA FILM “SERIAL
RAMADHAN KELUARGA MORE” PADA AKUN YOUTUBE
MORE TV
SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Setara Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

AMAR SEPTIAWAN

NIM: 3419012

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**ANALISIS KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA FILM “SERIAL
RAMADHAN KELUARGA MORE” PADA AKUN YOUTUBE**

MORE TV

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Setara Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

AMAR SEPTIAWAN

NIM: 3419012

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amar Septiawan

NIM : 3419012

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA FILM “SERIAL RAMADHAN KELUARGA MORE” PADA AKUN YOUTUBE MORE TV”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 31 Oktober 2023

Penulis,



Amar Septiawan

NIM. 3419012

NOTA PEMBIMBING

Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A
Perum. GTA Jl. Bugenfile 1, RT. 01/RW. 04
Tanjung, Tirto, Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Amar Septiawan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Amar Septiawan
NIM : 3419012
Judul : **ANALISIS KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA FILM “SERIAL
RAMADHAN KELUARGA MORE” PADA AKUN YOUTUBE
MORE TV**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 24 Oktober 2023

Pembimbing,


Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A

NIP. 19780105200312100



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: www.fuad.uinpusdur.ac.id email: fuad@uinpusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : AMAR SEPTIAWAN
NIM : 3419012
Judul Skripsi : ANALISIS KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA FILM
"SERIAL RAMADHAN KELUARGA MORE" PADA
AKUN YOUTUBE MORE TV

yang telah diujikan pada hari Rabu, 15 November 2023 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) dalam ilmu Bimbingan Penyuluhan Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Mukovimah, M.Sos
NIP. 199206202019032016

Penguji II

Dimas Prasetya, M.A
NIP. 199206202019032016

Pekalongan, 15 November 2023

Disahkan Oleh

Dekan,



Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab-latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	b	-
ت	Tā	t	-
ث	Śā	s	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā	h	h (dengan titik di bawahnya)
خ	Khā	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Žal	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Şād	ş	s (dengan titik di bawahnya)

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliyā'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*,

masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + yā tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + wāwu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annaś*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberi kekuatan, kesehatan dan kesabaran serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan untukku dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan dalam meraih cita-cita. Aku persembahkan cinta dan sayangku kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kesempatan hidup sampai sekarang Alhamdulillah. Terima kasih atas segala nikmat yang Engkau berikan dan atas ridho-Mu, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Kedua Orang Tua Tercinta Terbaik yakni Bapak Waluyo Pujo Semedi dan Ibu Aljanatin terimakasih untuk jimat dunia akhirat yang selalu ada dihati, yang senantiasa memberikan limpahan kasih sayang serta semangat yang terus mengalir dan doa yang tiada henti.
3. Teruntuk Kakakku Adam Yuliawan, terimakasih atas dukungan yang selalu membantu, dan selalu memberi semangat dalam perjalanan skripsiku ini.
4. Teruntuk Kekasihku Lilis Diana, terimakasih atas dukungan yang selalu membantu, dan selalu memberi semangat dalam perjalanan skripsiku ini.
5. Teruntuk keluarga besar Bani Moekri dan Bani Ambali, terimakasih karena senantiasa memberikan do'a, dukungan dari awal sampai akhir.
6. Teruntuk Dosen Pembimbing skripsi dan Dosen Wali Studi yakni Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc.,M.A dan Ibu Esti Zaduqisti, M.Si. Terimakasih untuk setiap masukan, saran dan kritiknya yang luar biasa dalam penyusunan dan

penyajian skripsi tercinta ini dengan penuh kesabaran. Semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.

7. Teruntuk band Guyon Waton, Bravesboy, Tipe-X terimakasih karena dari awal pembuatan skripsi telah menghibur saya dalam mengerjakan skripsi ini sehingga tidak suntuk dalam pengerjaan skripsi.
8. Terkhusus untuk sahabat-sahabat saya yang tersayang yang selalu membantu dan memberi support, semangat dan do'a yang tiada hentinya. Terimakasih banyak.
9. Teruntuk teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam FUAD angkatan 2019. Terimakasih banyak atas dukungannya dan motivasi serta do'a dari kalian yang Alhamdulillah terijabah oleh Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi. Semoga Allah senantiasa memberikan yang terbaik.
10. Almamater tercinta UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, terimakasih sudah memberikan banyak pengalaman dan ilmu dikampus.

MOTTO

Waktu adalah Moment

(Setiap Waktu Ada Momentnya, Setiap Moment Ada Waktunya)

Septiawan Amar



ABSTRAK

Septiawan, Amar. 2023. Analisis Komunikasi Dalam Film Komedi Budaya “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada Akun Yuotube More Tv. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri (UIN) KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc. M.A.

Kata Kunci : Komunikasi Budaya, Film, Serial Ramadhan Keluarga More.

Mengangkat topik agama adalah salah satu risiko besar. Ketika ada banyak hal yang menyinggung orang lain, itu menciptakan konflik. Begitu juga dalam film yang menyampaikan pesan religi, kritik sosial, pesan yang divisualisasikan dalam gambar atau adegan suara. Salah satu tema yang mengambil tema tersebut adalah film komedi budaya dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” yang di produksi oleh kanal youtube More Tv jenis penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, kualitatif dan teori komunikasi antar budaya analisis semiotika Roland Barthes.

Dalam video tersebut bercerita tentang toleransi terhadap umat manusia khususnya dibulan Suci Ramadhan di dalam potongan video tersebut Gus Nul menjelaskan kepada dua santri “Bahwa seseorang itu jangan terlalu sibuk memandangi orang lain” yang artinya hidup itu jangan terlalu memandangi buruk terhadap orang lain belum tentu diri kita sudah terlalu benar dan baik untuk orang lain, dan kemudian Gus Nul memberikan pesan atau nasihat kepada dua santri itu bawah “Bulan Ramadhan itu memang mulia, Barang siapa yang menunaikan ibadah di bulan itu pun mulia, Tetapi jangan terus minta dimuliakan, dispesialkan, itu sama saja mencari kemuliaan di depan makhluk, bukan sang pencipta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari banyaknya penonton yang menyukai serial ini dan memberikan tanggapan positif terhadap pesan-pesan moral yang disampaikan. Pendekatan budaya, komedi, dan dialog yang digunakan dalam “SARKEM” mampu menarik perhatian penonton, membuat pesan-pesan moral lebih mudah dipahami, dan meninggalkan kesan yang mendalam. Namun, analisis ini juga memiliki beberapa kekurangan, seperti bisa menimbulkan kesalahpahaman dan tidak cocok untuk semua penonton.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh,

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Retorika Dakwah Tokoh Fatimah dalam Film Merindu Cahaya De Amstel”. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Andurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do'a, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kenikmatan hidup, kesehatan, kekuatan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 2) Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- 3) Bapak Prof. Dr. H. Sam'ani Sya'roni, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- 4) Ibu Hj. Vyki Mazaya, M.S.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

- 5) Bapak Teddy Dyatmika, M.I.Kom, selaku Sekretaris program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- 6) Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc.M.A, selaku Pembimbing skripsi. Yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan dan meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
- 7) Ibu Esti Zaduqisti, M.Si. selaku Dosen Wali Studi.
- 8) Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
- 9) Orangtua, keluarga dan teman-teman yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi.
- 10) Semua pihak yang membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa temuan pada penelitian ini yang diperoleh belum seimbang karena keterbatasan kemampuan peneliti, Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini bermanfaat, dan Allah SWT, melipatgandakan pahala bagi kita.

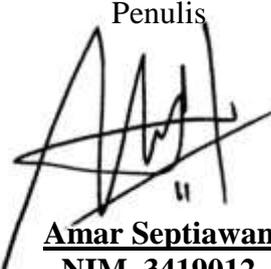
Akhir kata, hanya Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan do'anya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, terlebih bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Aamiin, Allahuma Sholi'ala Sayyidina Muhammad.

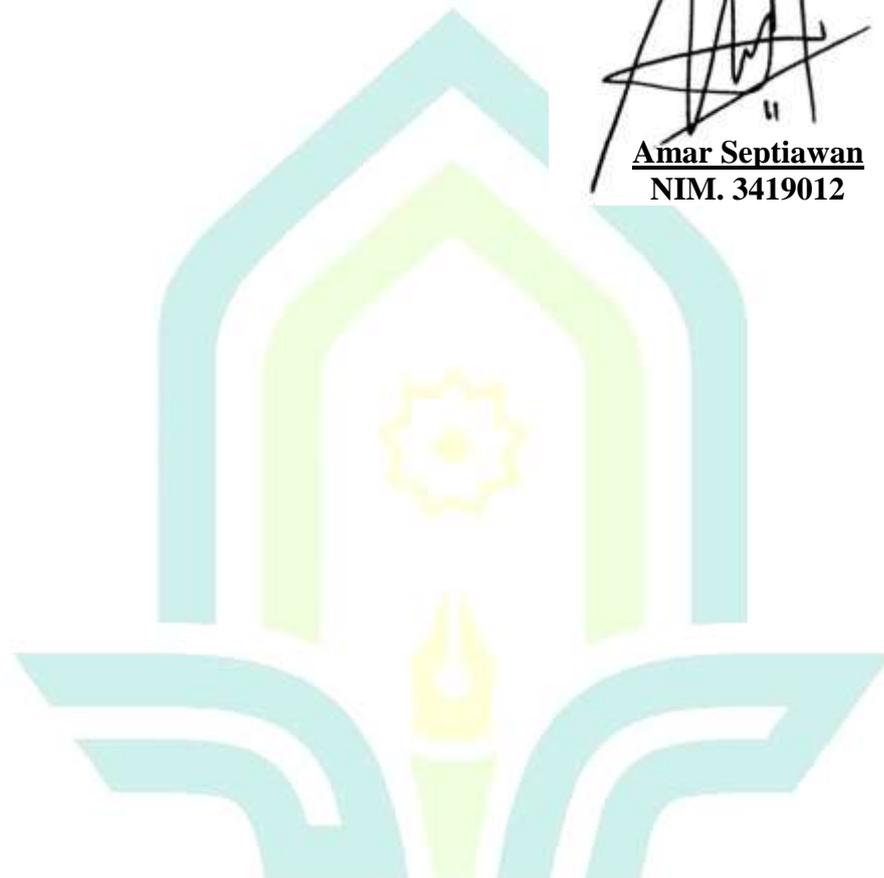
Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekalongan, 31 Oktober 2023

Penulis



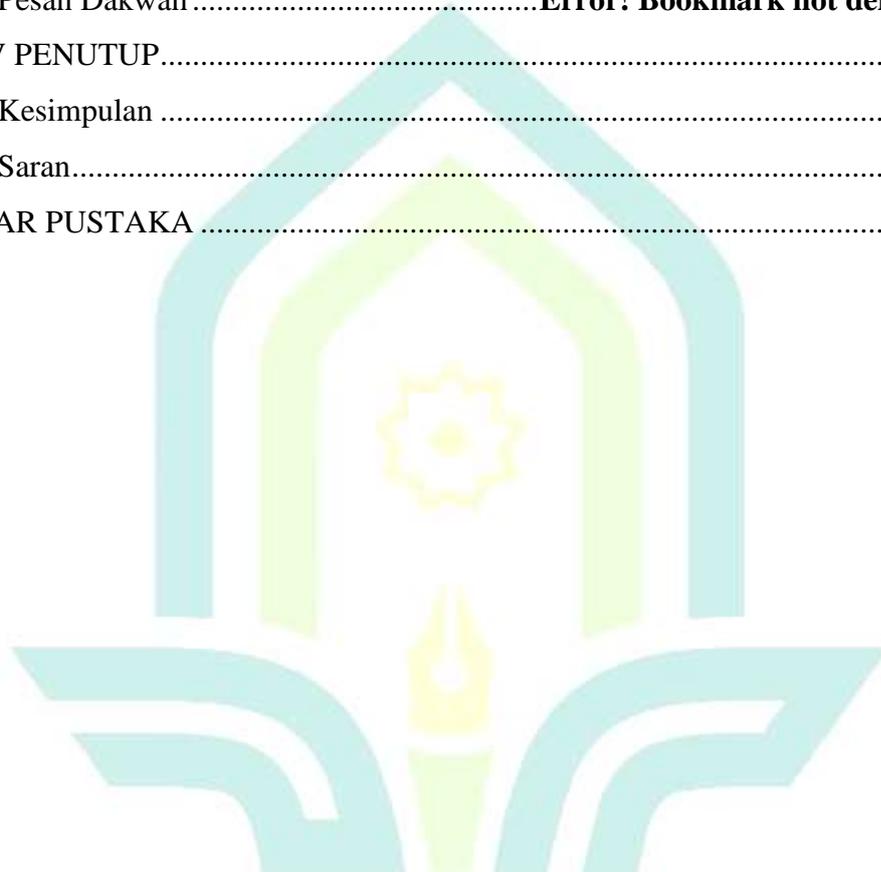
Amar Septiawan
NIM. 3419012



DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	iv
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.
F. Kerangka Berfikir.....	14
BAB II KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA, CHANNEL YOUTUBE, FILM DAN PESAN DAKWAH	Error! Bookmark not defined.3
A. Komunikasi Antar Budaya.....	Error! Bookmark not defined.3
B. Channel Youtube.....	Error! Bookmark not defined.5
C. Film	Error! Bookmark not defined.7
D. Pesan Dakwah	Error! Bookmark not defined.3
E. Semiotika Roland Barthes.....	Error! Bookmark not defined.4
BAB III GAMBARAN UMUM AKUN YOUTUBE MORE TV, FILM SERIAL RAMADHAN KELUARGA MORE.....	Error! Bookmark not defined.6
A. Gambaran Umum Akun Youtube More Tv	Error! Bookmark not defined.6
B. Film Serial Ramadhan Keluarga More	Error! Bookmark not defined.7

C. Visi dan Misi	Error! Bookmark not defined.	2
D. Lokasi	Error! Bookmark not defined.	3
E. Logo More Tv	Error! Bookmark not defined.	3
BAB IV ANALISIS KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA FILM “SERIAL RAMADHAN KELUARGA MORE” PADA AKUN YOUTUBE MORE TV		
.....	Error! Bookmark not defined.	4
A. Analisis Komunikasi Antar Budaya Film “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada Akun Youtube More Tv	Error! Bookmark not defined.	4
B. Pesan Dakwah	Error! Bookmark not defined.	5
BAB V PENUTUP		644
A. Kesimpulan		644
B. Saran		655
DAFTAR PUSTAKA		666



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	14
Gambar 3.1.....	36
Gamabar 3.2	42
Gamabar 4.1	47
Gamabar 4.2	48
Gamabar 4.3	48
Gamabar 4.4	50
Gamabar 4.5	50
Gamabar 4.6	51
Gamabar 4.7	53
Gamabar 4.8	53
Gamabar 4.9	54
Gamabar 4.10	55
Gamabar 4.11	58
Gamabar 4.12	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mengangkat topik agama adalah salah satu risiko besar. Ketika ada banyak hal yang menyinggung orang lain, itu menciptakan konflik. Begitu juga dalam film yang menyampaikan pesan religi, kritik sosial, pesan yang divisualisasikan dalam gambar atau adegan suara. Salah satu tema yang mengambil tema tersebut adalah film komedi budaya dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” yang di produksi oleh kanal youtube More Tv. Di era globalisasi saat ini, dakwah tidak hanya menghadapi peluang tetapi juga berbagai kendala dan tantangan yang sulit, terutama dampak dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dakwah tidak lagi dipahami dalam arti sempit ceramah, tabligh atau mimbar pidato, dakwah juga bisa diterapkan dalam sebuah film yang bisa disajikan di mana saja dan kapan saja.¹

Dakwah yang terjadi pada zaman dahulu dilakukan dengan cara mengingatkan jika terdapat seseorang yang melakukan kesalahan, menyampaikan dakwah berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Pada suatu ketika hanya para Wali, Ulama atau Kyai, tokoh masyarakat atau seorang Da'i yang berani melakukan dakwah. Media yang digunakan pun sangatlah sederhana, seperti permainan, kaligrafi dan tembang (lagu).

¹Anhari, S. (2022). Analisis Pesan Dakwah dalam Film 5 Penjuru Masjid (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes).

Seiring berjalannya waktu, teknologi semakin canggih pendakwah diharuskan untuk bisa memanfaatkan apa yang sedang dikejar pada zaman sekarang. Film termasuk dalam media massa yang bersifat sangat kompleks, dalam film terdapat visual dan audio yang mempunyai kemampuan membuat emosional penonton terpengaruh dari visual gambar yang disajikan. Film biasanya, terdiri dari potongan gambar kemudian disatukan menjadikan satuan yang pastinya tidak jauh dari sejarah munculnya film, di dalam perkembangan teknologi juga ilmu pengetahuan tentu tidak jauh dari adanya kemunculan film, sehingga bisa membuahkan hasil capai yang sangat besar dalam bahasa visual, yakni film. Dengan kesenian audio visual yang dimiliki dalam kemampuan film yang mampu mengambil realita sekitar, yang menjadikan film tempat alternatif untuk mendatangkan kepada penonton dalam sebuah pesan.

Gambar yang tidak memenuhi standar yang diterapkan secara bebas dengan cepat menyebabkan semua jejak kemanusiaan terhapus oleh film, televisi, majalah, dan peradaban merusak manusia. Sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi, media dakwah pun turut serta membuat pesan dari dakwah yang disajikan karena suara dan gambar. Model dakwah *modern* masa kini yang ada muncul dalam berbagai format seperti film, podcast, poster, parodi dan lain-lain. Bukan tanpa alasan perusahaan tersebut yang mudah dijangkau saat ini memaksa para *mubaligh* memperbarui terhadap sistem dakwah yang ada.

Masalah ini adalah upaya para da'i untuk dapat menyampaikan pesan dakwah secara khusus kepada kaum milenial. Meski kini sudah banyak film

bernuansa Islami yang dirilis, namun tetap mendominasi di kalangan film-film Islami. Film-film dakwah memiliki kesempatan untuk menyukseskan dakwah, terutama untuk orang yang cenderung sibuk dengan bisnisnya sendiri, tidak menyisakan waktu luang untuk berdakwah atau penjelasan. Jenis dakwah menggunakan film sangat sesuai untuk generasi milenial. Tapi sayangnya, masih banyak pendakwah yang selama ini selalu menitikberatkan tentang model dakwah seperti ceramah agama.

Maka dari itu, berdakwah lewat film bisa menjadi jalan keluar nyata, karena di sini pengkhotbah tidak harus bertemu langsung dengan Mad'u, jadi bisa menyingkat waktu jamaah kota cenderung sibuk dengan bisnisnya sendiri. Oleh karena itu, misi pembentukan perilaku social dan keagamaan masyarakat dapat terwujud dengan film pendek dan webseries diproduksi oleh kanal YouTube More Tv. Umat Islam pada umumnya membutuhkan film-film pendek bernuansa Islami karena semakin banyak film yang dibuat melawan syariat Islam. Film-film bertema Islami biasanya menampilkan penggambaran yang ringan, yaitu kehidupan sehari-hari dan bumbu-bumbu norma keislaman.

Film-film semacam itu lebih cenderung menarik masyarakat luas dan bisa merangkul semua elemen masyarakat tanpa pandang bulu. Film Komedi Budaya dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” hadir di masyarakat dengan tujuan menyebarluaskan nilai-nilai kebaikan dalam suasana realistis kepada masyarakat melalui film pendek. Mereka menginginkan pada akun *channel* YouTube mereka, selain beberapa serial TV, tentunya juga dapat dijadikan sebagai alternatif bagi para pecinta film dan terutama dapat meningkatkan

kesadaran Islam. Film Komedi Budaya “Serial Ramadhan Keluarga More” Mencoba menampilkan tontonan sebuah cerita dalam bentuk yang sederhana untuk menyampaikannya kepada penonton.²

Film “Serial Ramadhan Keluarga More’ ini adalah *channel* youtube yang memperkenalkan cerita dengan unsur islami dalam bentuk film pendek serial, adapun tokoh atau pemeran dari film tersebut antara lain Putri Manjo dalam perannya sebagai (Dek Nur) yang berperan menjadi santriwati, Migga Sadewa dalam perannya sebagai (Mimo) yang berperan menjadi santri, Bima Trea Setiawan dalam perannya sebagai (Momi) yang berperan menjadi santri dan Dek Wowok yang dalam perannya sebagai (Gus Nul). Didalam film “Serial Ramadhan Keluarga More” ini menceritakan sebuah kisah anak pesantren yang bandel dan didalam pesantren tersebut dihuni oleh dua santri dan satu santriwati yang diasuh oleh salah satu ustadz yang biasa akrab disapa dengan Gus Nul. Film serial keluarga more sendiri didalam akhir ceritanya terdapat pesan yang mengajak kita untuk berbuat kebaikan khususnya di bulan suci ramadhan. Karena film serial ramadhan keluarga more bercerita bahwa bulan suci ramadhan sendiri bulan yang mulia untuk seluruh umat muslim.

Alur cerita pada film “Serial Ramadhan Keluarga More” salah satunya yang berjudul “Ibadah Karena Allah” yang ada didalam Episode 3 bercerita tentang kehidupan di salah satu pondok pesantren. Dimana setiap episodenya film Serial Ramadhan Keluarga More terdapat pesan dakwah yang

²Shifaunnawa, T. S. (2022). *Strategi Komunikasi Dakwah Channel Youtube Film Maker Muslim Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Melalui Film Pendek, Skripsi* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

disampaikan oleh salah satu pengasuh pondok tersebut, Gus Nul menyampaikan “Beribadah ingin ditunjukkan kepada makhluk manusia hanya ingin mendapat pujian merupakan salah satu sifat Riya atau Pamer dan segala puji hanya milik Allah SWT, kalau kalian ingin dipuji berarti kalian ingin menandingi gusti Allah SWT.” Dengan jumlah 19 ribu penonton dan 500 like.

Film “Serial Ramadhan Keluarga More” adalah film komedi yang produsernya menambahkan sentuhan Islami pada judulnya. Film ini dinilai *bergenre* religi karena memiliki sentuhan muslim yang artinya tema film ini adalah tentang Islam. Masalah yang jarang ditanggapi dengan film-film Islami atau religius adalah film-film itu menggambarkan Islam dengan cara yang disebut Islami. Untuk menciptakan suasana baru atau memecah ketegangan publik, produser film memperkenalkan sedikit tontonan dan humor dalam film ini. Film ini bergenre komedi dan setiap ajakan pada film ini dimaksudkan semata-mata sebagai guyonan atau ajakan yang benar-benar menggambarkan syariat Islam.

Dari penjelasan tersebut khususnya tentang film komedi budaya dalam film “Serial Ramadhan Keluarga More” di mana peneliti ingin melakukan penelitian terhadap film tersebut, yakni komedi budaya dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” dengan menggunakan Analisis Komunikasi Antar Budaya Teori Analisis Semiotika Roland Barthes. Banyak sekali komunikasi antar budaya yang ada dalam film “Serial Ramadhan Keluarga More” dan juga pesan dakwah yang bisa diambil dari film ini diantaranya. Mimo dan Momi menjadi santri yang berbuat baik dan menaati perintah Allah SWT. Channel ini

telah aktif berkarya sejak tahun 2020. Film Serial Ramadhan Keluarga More berdiri yang dipelopori oleh tiga orang yakni Ade Habibi, berperan sebagai produser Bima Trea Setiawan, sebagai sutradara, Migga Sadewa sebagai scriptwriter (Penulis Naskah). *Channel* YouTube More Tv hingga saat ini, ia berjasa memproduksi film yang sangat bermanfaat untuk kemajuan berdakwah dalam rangka membentuk perilaku sosial keagamaan masyarakat. Dengan kehadiran dan keberadaannya, Film “Serial Ramadhan Keluarga More” yang diharapkan bisa terus memimpin proses dakwah melalui film-film yang diproduksinya. Dengan latar belakang tersebut diatas, penulis yang tertarik untuk menemukan peran film sebagai salah satu media dakwah dengan judul, **“Analisis Komunikasi Dalam Film Komedi Budaya “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada Akun Youtube More TV.”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana komunikasi antar budaya film “serial ramadhan keluarga more” pada akun youtube more tv ?.
2. Bagaimana pesan dakwah yang disampaikan dalam “serial ramadhan keluarga more” pada akun youtube more tv ?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan komunikasi dalam film komedi budaya “serial ramadhan keluarga more” pada akun youtube more tv.

2. Untuk mendeskripsikan pesan dakwah yang disampaikan dalam “serial ramadhan keluarga more” pada akun youtube more tv.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang hendak dicapai dalam melakukan penelitian ini dapat dilihat dalam dua aspek yaitu manfaat teoritis dan praktis diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Dari segi teoritis, hasil penelitian ini akan bermanfaat dalam memperluas pemahaman ilmu tentang Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Film Komedi Budaya Dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada Akun Youtube More Tv. Itu juga bisa digunakan sebagai bahan referensi bagi mereka yang membutuhkannya untuk mengetahui wawasan komunikasi dakwah terlebih untuk pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Film Komedi Budaya Dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” pada akun youtube More TV

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dalam penelitian ini bisa membantu peneliti dan masyarakat dalam strategi komunikasi dakwah dalam film komedi budaya dibidang komunikasi terlebih untuk mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. Diharapkan dalam instansi UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan bisa menjadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam film komedi budaya terutama dalam strategi komunikasi dakwah. Bisa menjadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam film komedi budaya terutama

dalam strategi komunikasi. Manfaat Praktis yang dapat dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang bagaimana strategi komunikasi dakwah saat ini dalam dunia perfilman dengan tema islami, khususnya terkait strategi media dakwah dalam film komedi budaya dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” pada akun Youtube More Tv.
- b. Content Creator bagi para pengguna YouTube, pembuat konten penelitian ini berguna sebagai entri untuk saluran YouTube mereka yang digunakan untuk penelitian ini, tentang strategi komunikasi dakwah dengan film pendek.
- c. Bagi masyarakat umum penelitian ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk memperoleh pengetahuan agama melewati sinema, sehingga dapat mempengaruhi perilaku sosial-keagamaan mereka.

E. Penelitian Relevan

Penelitian Relevan ini bertujuan untuk membedakan satu penelitian dengan yang lain, sehingga penelitian ini bisa akurat. Penelitian mengenai Strategi Komunikasi Dalam Film Komedi Budaya Dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada Akun Youtube More Tv. Dalam penelitian ini penulis mencari sumber informasi dari buku, jurnal, tesis, dan lainnya, yang berkaitan dengan kajian yang penulis teliti. Penulis

bukan orang yang pertama yang meneliti tentang Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Film. Untuk itu ada seorang peneliti yang telah meneliti. Penelitian atau buku yang membahas penelitian tersebut untuk dijadikan rujukan atau pegangan diantaranya :

1. Skripsi yang ditulis oleh Muna Khozainul pada tahun 2022 di IAIN Kudus dengan judul Representasi Dalam Pesan Dakwah Ajarkan Aku Islam (Analisis Semiologi oleh Jhon Fiske). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pesan-pesan dakwah yang terkandung pada film ajari aku islam. Jenis penelitian yang dilakukan peneliti yaitu dengan menggunakan analisis semiotika john fiske. Hasil penelitian ini diantaranya : 1). Representasi pesan dakwah dari segi akidah: beriman kepada Allah; mengucapkan dua kalimat syahadat, berdoa, beriman kepada malaikat Allah, beriman kepada kitab-kitab Allah. Dari segi syari'ah: tidak menyentuh wanita yang bukan muhrim, menyegerakan salat. Dari segi akhlak : jujur, sopan bertamu, ikhlas, tolong menolong, bersedekah, dan toleransi antar umat beragama. 2). Representasi pesan dakwah dari segi akidah : beriman kepada Allah; mengucapkan dua kalimat syahadat dipresentasikan Kenny ketika menolong Fidyah dan ayahnya menuntun Kenny mengucapkan dua kalimat syahadat, berdoa, dipresentasikan Fidyah sedang meminta kepada Allah agar nanti kelak dipertemukan dengan Kenny di surga beriman kepada

malaikat Allah. Namun berbeda dengan pembahasan penelitian yang sedang penulis selesaikan yakni Strategi Komunikasi.³

2. Skripsi yang ditulis oleh Tsania Shifaunnawa pada tahun 2022 di IAIN Kudus berjudul Strategi Media Dakwah Channel Youtube Muslim Film Maker dalam menampaikan nilai-nilai islami melalui film pendek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh channel YouTube Film Maker Muslim dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui film pendek. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis dan pendekatan kualitatif, sedangkan untuk teknik pengumpulan data lebih mengeksplor pada penjelasan secara deskriptif serta lebih bertumpu pada kata dan bukan angka. Subyek penelitian ini adalah pihak channel YouTube Film Maker muslim dan followers. Skripsi ini membahas tentang stratetgi media dakwah pada akun youtube film maker Islami untuk memberi pedoman islami menggunakan film pendek yaitu mengumpulkan data dengan mengamati penonton dan mengomentari sebagian kanal komunikasi, menyambungkan mad'u apa yang menjadi utama yaitu. H. Muslim dan non-Muslim berusia tujuh belas hingga tiga puluh empat tahun, dengan guru strategi komunikasi dan analisis. Anda membutuhkan analisis untuk mendapatkan gambaran tentang pesan yang ingin disampaikan . Persamaan dari

³ Muna, K. (2022). *Representasi Pesan Dakwah Pada Film Ajari Aku Islam (Analisis Semiotika John Fiske)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dan membahas tentang strategi komunikasi dakwah.⁴

3. Skripsi yang ditulis oleh Ilmi Syamrotul pada tahun 2022 di IAIN Kediri berjudul Pesan Dakwah Dalam Film "Mekah I'm Coming" Karya Jehan Angga. Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui tanda pesan dakwah dalam film "Mekah I'm Coming" kemudian menganalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, yakni dengan cara melihat, menyaksikan dan mengamati secara langsung dan seksama sumber informasi yang berasal dari film Mekah I'm Coming. Dalam skripsi ini membahas tentang Film termasuk dalam media massa yang bersifat sangat kompleks. Dengan kesenian audio visual yang dimiliki dalam kemampuan film yang mampu mengambil realita sekitar, yang menjadikan film tempat alternatif untuk mendatangkan kepada penonton dalam sebuah pesan, Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif.⁵

⁴ Shifaunnawa, T. S. (2022). *Strategi Komunikasi Dakwah Channel Youtube Film Maker Muslim Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Melalui Film Pendek, Skripsi* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

⁵ Ilmi, S. (2022). *Pesan Dakwah Dalam Film "Mekah I'm Coming" Karya Jehan Angga* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).

4. Skripsi yang ditulis oleh Anto Budi Utomo pada tahun 2022 di UIN Raden Intan Lampung berjudul Film Komedi Insyallah Sah Dalam Analisis Pesan Dakwah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan-pesan dakwah yang ada pada film tersebut. penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sumber data diperoleh melalui metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi. Data kemudian dianalisis menggunakan metode analisis Semiotika Teori Roland Barthes. Dalam skripsi ini membahas terhadap hasil penelitian ini bahwa film Insyallah Sah mengandung pesan : Aqidah, Syariah dan Moralitas. Namun berbeda dengan pembahasan penelitian yang sedang penulis selesaikan yakni Strategi Komunikasi.⁶
5. Skripsi yang ditulis oleh Olyvia Andini pada tahun 2023 di UIN Raden Intan Lampung berjudul Strategi Komunikasi Public Relations Festival Film Budaya Nusantara 2021 Dalam Menarik Minat Peserta (Studi Institut Seni Budaya Indonesia Bandung). Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui tentang Strategi Komunikasi Public Relations Festival Film Budaya Nusantara 2021 Dalam Menarik Minat Peserta (Studi Institut Seni Budaya Indonesia Bandung) dengan menggunakan teori Cutlip, Center dan Broom. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan bagi pengembangan penelitian di Fakultas

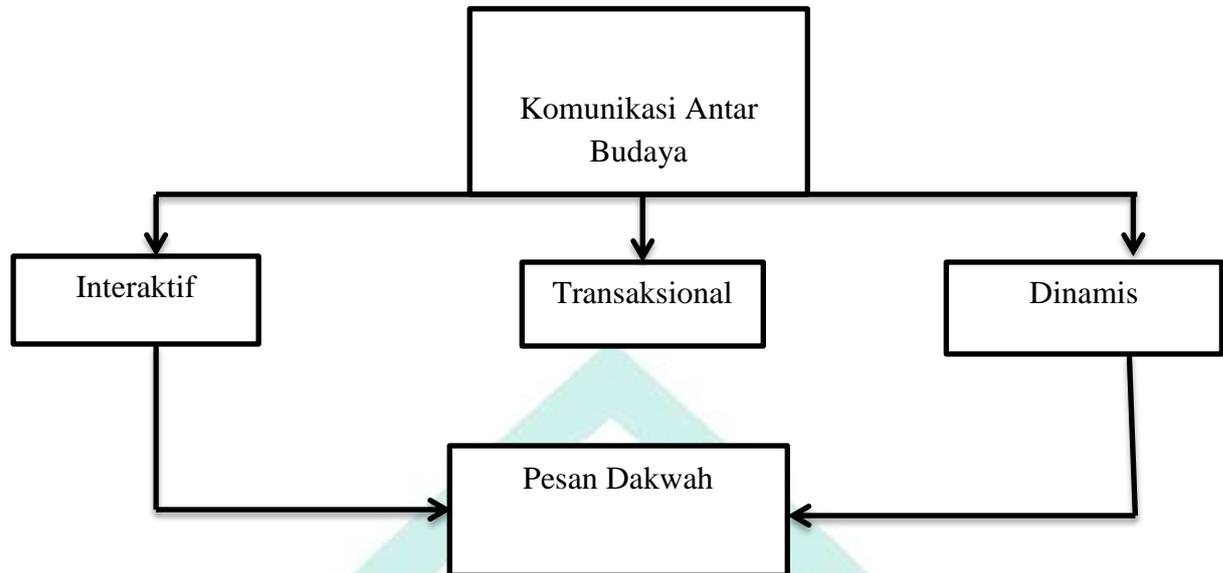
⁶ANTO, B. U. (2022). FILM KOMEDI INSYAALLAH SAH DALAM ANALISIS PESAN DAKWAH (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya Komunikasi Penyiaran Islam untuk mengidentifikasi strategi komunikasi public relations secara mendalam dan menyeluruh penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Public Relations Festival Film Budaya Nusantara 2021 dengan menggunakan strategi public relations menurut Cutlip, Center dan Broom yaitu mampu melakukan penyelidikan atau pemantauan sebelum adanya program yang diinginkan, lalu setelah itu membuat suatu perencanaan program yaitu menjalankan strategi yang akan digunakan untuk dapat menarik minat peserta dan menyediakan rencana cadangan untuk mengantisipasi adanya masalah yang tidak diinginkan. Selanjutnya melakukan program tindakan dan komunikasi sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Dan langkah yang terakhir yaitu penilaian atau evaluasi yang dapat menjadi tolak ukur untuk meninjau apakah event tersebut berjalan dengan baik dan sesuai yang diharapkan. Namun berbeda dengan pembahasan penelitian yang sedang penulis selesaikan yakni Strategi Komunikasi Public Relations.⁷

⁷Olyvia, A. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS FESTIVAL FILM*

F. Kerangka Berfikir

Berikut merupakan bagan dari kerangka berfikir penelitian ini :



Bagan 1.1 kerangka penelitian

Salah satu kunci keberhasilan dakwah adalah komunikasi, semakin baik komunikasi maka pesan dakwah akan diterima dengan baik sehingga meminimalisir permasalahan komunikasi. Oleh karena itu, diperlukan adanya persiapan yang matang agar komunikasi dakwah dapat berjalan lancar tanpa ada suatu kendala yang berarti. Membuat atau mempersiapkan strategi komunikasi merupakan solusi yang tepat agar pesan-pesan dakwah yang ingin disampaikan dapat dipersiapkan secara matang dan maksimal agar sesi dakwah dapat sukses.

Di era digital saat ini, banyak cara yang bisa ditempuh untuk menyampaikan nilai-nilai islam tanpa perlu menghabiskan banyak waktu dan biaya, termasuk berdakwah melalui YouTube. Dakwah melalui YouTube juga memiliki keunggulan dibandingkan dakwah biasa karena para mad'u dakwah dapat mengakses video dakwah yang ada di YouTube

kapanpun dan dimanapun. Selain itu dakwah juga lebih beragam karena tidak perlu dilakukan di atas mimbar tetapi juga dapat ditampilkan sebagai film pendek bertema Islam.

Dakwah melalui film pendek bertema islami dapat menjadi salah satu alternatif pilihan dalam berdakwah, khususnya bagi generasi muda yang sering kali menghabiskan waktu untuk berselancar di internet, khususnya menonton konten-konten yang ada di YouTube, jadi tidak ada yang salah jika Film Komedi Budaya “Serial Ramadhan Keluarga More” mencoba untuk mengisi ruang yang ada di YouTube tersebut dengan konten-konten bermanfaat. Namun berdakwah melalui film pendek juga memiliki faktor pembatas tersendiri seperti proses produksi yang lama, biaya yang mahal dan tim yang banyak.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah melalui film pendek bertemakan keislaman merupakan suatu hal yang positif karena dapat menjadi salah satu alternatif metode berdakwah di era digital saat ini khususnya bagi generasi muda. Oleh karena itu, Film Komedi Budaya “Serial Ramadhan Keluarga More” sebagai rumah produksi yang dibentuk khusus untuk memproduksi konten film religi berkomitmen untuk terus memproduksi film pendek yang mampu menyampaikan nilai-nilai keislaman dalam setiap adegannya.

Berdasarkan Tinjauan Penelian Relevan, Tinjauan Pustaka dan Permasalahan yang sudah dijelaskan berikut ini adalah model kerangka dari penelitian yang meneliti Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Film

Komedi Budaya Dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada Akun Youtube More Tv.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang berusaha memahami realitas melalui proses mental. Dengan menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif, dapat menggambarkan dan meneliti kejadian, peristiwa, kegiatan lainnya dengan menghasilkan data (berupa kata-kata, gambar, dan statistik). Data yang diberikan pada penelitian ini berupa Strategi Komunikasi Dalam Film Komedi Budaya Dalam “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada Akun Youtube More Tv.

b. Paradigma Penelitian

Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang tepat untuk penelitian berjudul "Analisis Komunikasi Antar Budaya Film "Serial Ramadhan Keluarga More" Pada Akun Youtube More Tv". Paradigma ini memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dibangun oleh manusia. Dalam hal ini, realitas sosial yang dimaksud adalah analisis komunikasi antar budaya film "Serial Ramadhan Keluarga More". Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi yang digunakan

dalam film komedi budaya tersebut dari sudut pandang partisipan, yaitu pembuat film dan penonton film.

c. Pendekatan Penelitian

Penelitian mengenai analisis komunikasi antar budaya ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan jenis penelitian yang hasil pembahasannya tidak diperoleh dari prosedur statistik. Penelitian kualitatif berupaya memahami dan menjelaskan makna suatu peristiwa interaksi perilaku berdasarkan sudut pandang peneliti.⁸ Oleh karena itu peneliti, akan mengamati film komedi budaya “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada *Channel* YouTube More Tv untuk mengumpulkan data

Penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan pada analisis proses berpikir induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dan selalu menggunakan logika ilmiah.⁹ Peneliti akan mengkaji peristiwa pada Film Komedi Budaya “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada *Channel* YouTube More Tv untuk memperoleh data yang lengkap dan dapat dipercaya.

2. Sumber Data

⁸ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm 80

⁹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015).

Sumber data adalah objek yang menjadi sumber bahan penelitian. Sumber data merupakan bagian atau unsur penting untuk menunjang proses penelitian agar hasil yang diperoleh akurat dan sesuai dengan tujuan peneliti. Dalam hal ini ada 2 macam sumber yaitu :

a. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini dengan cara riset mendalam melalui video channel youtube More Tv dengan link <https://youtu.be/aWLn03o0ifE> yang dalam konten tersebut berjudul “Serial Ramadhan Keluarga More”. Penulis memilih judul “Serial Ramadhan Keluarga More” karena cara berdakwah yang dikemas menjadi film komedi sangatlah menarik.¹⁰

b. Data Sekunder

Merupakan informasi atau data dari pihak ketiga maupun perorangan baik berupa dokumen seperti buku, laporan, buletin, dan jurnal. Beberapa pernyataan bukti yang baik sebanding atas bukti atau keadaan (objektif). Data penelitian ini diperoleh dari jurnal.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang tercakup dalam studi kasus dan digunakan dalam penelitian kualitatif seringkali menekankan penggunaan observasi, wawancara, dokumen, dan deskripsi. Oleh karena itu studi kasus Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Film

¹⁰ Hayati, H. (2022). Praktik pinjaman rentenir pada perkembangan usaha pedagang dipasar royal kota Serang (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).

Komedi Budaya Dalam Serial Ramadhan “Keluarga More” Pada Akun Youtube More Tv dalam mengumpulkan data menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik observasi dalam pengumpulan data digunakan untuk mengamati secara langsung dan mencatat hal-hal yang terjadi di selama penelitian dilaksanakan. Observasi selama penelitian menggunakan teknik data “pengamatan yang tidak structural”. Peneliti melakukan obeservari melalui akun youtube More Tv berikut link yang digunakan untuk mengamati secara langsung <https://youtu.be/aWLn03o0ifE> yang dalam konten tersebut berjudul “Serial Ramadhan Keluarga More”.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh pengetahuan yang dekat dengan penelitian yang dilakukan dan dalam struktur informasi yang menambah akurasi data bahan-bahan yang dihimpun seperti, kegiatan pada saat persiapan maupun shooting di lapangan.

4. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan komponen analisis data milik Milles & Hubberman pada penelitian ini, yang mengemukakan bahwa ajtifis

yang terjadi dianalisis secara interaktif sampai datanya menjadi jenuh, dilakukan.¹¹ Terdapat atas enam komponen analisis yaitu :

- a. Pengumpulan data, penelitian dan pengumpulan data digunakan untuk penelitian.
- b. Reduksi data, berarti proses pemilihan data yang didapat selama melakukan penelitian, yaitu menyederhanakan, merangkum dan memilih data yang muncul pada saat dilapangan sehingga mempermudah pengumpulan data selanjutnya.
- c. Penyajian data, sebelum menarik kesimpulan informasi yang diperoleh disusun. Agar mudah dipahami, penelitian harus disusun secara sistematis dan logis. Peneliti melakukan pengelompokan data setelah didapat dan diberi kode agar tidak terpencair.
- d. Kesimpulan dan *verivikasi*, *verivikasi* dilakukan selama penelitian berlangsung setelah proses awal sudah selesai dilaksanakan. Validitasnya harus terjamin sehingga harus selalu diuji kebenarannya dan kesesuaiannya setiap makna yang muncul.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini secara global terbagi menjadi lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan meliputi: Latar belakang masalah, Tujuan dan manfaat penelitian, Kajian pustaka, Metode penelitian dan Sistem pembahasan penelitian. Menurut umum uraian pada bab pertama

¹¹ Basrowi dan Suwandi, Memahami Penelitian Kualitatif, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm 209

merupakan penafsiran awal dan menjadi tanggung jawab penulis atas penelitian yang dilakukan.

BAB II Komunikasi Antar Budaya, Channel Youtube, Film, Pesan Dakwah, Dan Semiotika Roland Barthes :

Menjelaskan tentang landasan teori dalam penelitian. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Antar Budaya, Semiotika Roland Barthes dan juga membahas mengenai genre film komedi.

BAB III Gambaran Umum Film “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada Akun Youtube More Tv

Membahas terhadap deskripsi objek penelitian memiliki gambaran umum, yaitu peneliti menjelaskan secara umum mengenai tempat atau objek penelitian seperti latar belakang, profil, program subjek penelitian serta penyajian fakta dan data berikut link akun youtube More Tv <https://youtu.be/aWLn03o0ifE>.

Bab IV Analisis Komunikasi Antar Budaya dan Pesan Dakwah Film “Serial Ramadhan Keluarga More” Pada Akun Youtube More Tv

Membahas tentang analisis penelitian, meliputi subbagian yaitu analisis bahan penelitian adalah pandangan yang terdapat pada Bab III dan menemukan pandangan dan fenomena yang terjadi di lapangan, hasil penelitian merupakan jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V Penutup

Membahas sebagai bagian penutup yang memuat kesimpulan dan saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Analisis komunikasi antar budaya yang digunakan dalam Serial Ramadhan Keluarga More (SARKEM) pada akun YouTube More TV dapat dikatakan efektif dalam menyampaikan pesan-pesan moral islami. Hal ini terbukti dari banyaknya penonton yang menyukai serial ini dan memberikan tanggapan positif terhadap pesan-pesan moral yang disampaikan.

Pendekatan budaya, komedi, dan dialog yang digunakan dalam “SARKEM” mampu menarik perhatian penonton, membuat pesan-pesan moral lebih mudah dipahami, dan meninggalkan kesan yang mendalam. Namun, strategi ini juga memiliki beberapa kekurangan, seperti bisa menimbulkan kesalahpahaman dan tidak cocok untuk semua penonton.

Film komedi budaya dalam "Serial Ramadhan Keluarga More" pada akun Youtube More TV merupakan salah satu strategi komunikasi dakwah yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan Islam kepada masyarakat. Strategi ini menggunakan pendekatan humor dan budaya untuk menarik perhatian penonton dan membuat pesan-pesan Islam lebih mudah diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka peneliti bermaksud memberikan kontribusi yang dapat dimanfaatkan oleh beberapa pihak khususnya mengenai konten film “Serial Ramadhan Keluarga More” yang berkaitan dengan strategi komunikasi dari channel YouTube More Tv adalah sebagai berikut :

1. Saran Teoritis

Peneliti lain telah menggunakan penelitian ini sebagai referensi, dalam penelitian ini peneliti fokus pada strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Film Komedi Budaya Dalam “Serial Raamdhan Keluarga More”. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengkaji Film “Serial Ramadhan Keluarga More” dari berbagai perspektif seperti riset audiens dalam menafsirkan produk media atau opini publik yang ada di saluran Youtube More Tv.

2. Saran Praktis

Serial Ramadhan Keluarga More merupakan salah satu contoh film komedi budaya yang berhasil menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam. Serial ini telah menerapkan beberapa strategi komunikasi dakwah yang efektif, seperti penggunaan humor, tokoh yang relatable, setting yang familiar, dan dialog yang sederhana.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, M. (2020). Moderasi beragama dalam bingkai toleransi. *Rusydiah: Jurnal Pemikiran Islam*, 1(2), 143-155.
- Anhari, S. (2022). Analisis Pesan Dakwah dalam Film 5 Penjuru Masjid (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes).
- AFIYAH, I. (2022). *Strategi Komunikasi Dakwah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Al-Ittihad Dalam Meningkatkan Ukhwah Islamiyah di Kampus UIN Raden Intan Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- ANTO, B. U. (2022). *Film Komedi Inshaallah Sah Dalam Analisis Pesan Dakwah* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Asdani Kindarto, Belajar Sendiri YouTube (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008)
- Basrowi dan Suwandi, (2008). Memahami Penelitian Kualitatif, Jakarta: Rineka Cipta.
- Cibro, I. A., & Muslimin, E. (2022). Strategi Komunikasi Dakwah Dalam Pembentukan Generasi Religius Masjid Jami Aisyah Binti Abdul Aziz Al-Musa Kartasura. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 563-572.
- Effendy, Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek, (Bandung PT. Remaja Rosdakarya)
- Elvinaro Ardianto, Luktiati Komala, Siti Karlinah, Komunikasi Massa Suatu PengantarEdisi Revisi, (Bandung:Simbiosis Rekatama Media,2014)
- Emzir, Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, and Andi Subhan Amir, "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram," *Jurnal Komunikasi KAREBA* 5, no. 2 (2016)
- Habibullah, E. S. (2018). Etika Konsumsi Dalam Islam. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(01), 90-102.
- Hayati, H. (2022). Praktik pinjaman rentenir pada perkembangan usaha pedagang dipasar royal kota Serang(Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).
- Hamad, I. (2007). Lebih dekat dengan analisis wacana. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 325-344.
- Heru Efendy, Mari Membuat Film, Panduan Menjadi Produser, (Yogyakarta:2002)

- Ilmi, S. (2022). *Pesan Dakwah Dalam Film" Mekah I'm Coming" Karya Jeihan Angga* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015)
- Istiqomah, L. (2019). *Analisis Pesan Dakwah Dalam Film Duka Sedalam Cinta* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU)
- Kamaluddin, "Bentuk-Bentuk Komunikasi Dalam Perspektif Dakwah Islam," *Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no. 2 (2020)
- Karneli, Y. (2018). Upaya guru BK untuk mengentaskan masalah-masalah perkembangan remaja dengan pendekatan konseling analisis transaksional. *ISLAMIC COUNSELING Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1), 79-90.
- Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014)
- Kukuh Prakoso, *Lebih Kreatif Dengan YouTube* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2009)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993)
- Mansor bin Puteh, *Kritikan Film Mansor Bin Puteh* (Kuala Lumpur: Zan Corporate Communications Sdn Shd, 1995)
- Marrus, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Rajawali Press, 2022)
- Muna, K. (2022). *Representasi Pesan Dakwah Pada Film Ajari Aku Islam (Analisis Semiotika John Fiske)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Olyvia, A. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS FESTIVAL FILM BUDAYA NUSANTARA 2021*
- Putri Kusuma Wardhani, *Representasi Dakwah Islam dalam Film Komedi (Analisis Semiotik Dakwah Islam Dalam Film wa'alaikummusallam Paris)*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019).
- Pradana, N. G. (2018). *Perancangan Media Komunikasi Visual Tobato Vapor untuk Meningkatkan Daya Tarik Vaporizer Di Kota Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Ravela, D. (2023). *Representasi Komunikasi Intrapersonal dalam Film Animasi Dakwah (Analisis Semiotika ada Film Nussa The Movie)*.
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta AMZAH, 2013)

Shifaunnawa, T. S. (2022). *Strategi Komunikasi Dakwah Channel Youtube Film Maker Muslim Dalam Menyampaikan Nilai-Nilai Islam Melalui Film Pendek, Skripsi* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

Suranto Aw, "Komunkasi Antar Budaya," in edisi pertama, Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

Sugiarti, E.(2022) *Strategi Komunikasi Dakwah pada Komunitas Bikers dalam Membentuk Citra Positif (Bikers Dakwah)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018)

Sudarman, A. (2022). Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal, dalam *Jurnal Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 35-54.

Sumaryanto, E., & Ibrahim, M. (2023). Komunikasi Antar Budaya Dalam Bingkai Teori-Teori Adaptasi. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), 42-51.

Shawn Tinghao Wang, "The Communication Argument and the Pluralist Challenge," *Canadian Journal of Philosophy* 51, no. 5 (2021): 385, <https://doi.org/10.1017/can.2021.30>



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Amar Septiawan
Tempat/Tanggal Lahir : Batang, 25 September 2001
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Dukuh Kertonegaran, Kelurahan Proyoanggan Tengah,
RT 02/ RW 03, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang,
Jawa Tengah.
Email : amar.septiawan25@gmail.com

Orang Tua :

1. Nama Ayah : Waluyo Pujo Semedi
2. Nama Ibu : Aljanatin

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri Proyonanggan 05 Batang Lulus tahun 2013
 2. SMP Negeri 07 Batang Lulus tahun 2016
 3. MA Negeri Batang Lulus tahun 2019
 4. Tercatat sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan tahun 2019/2020.
- Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 30 Oktober 2023

Penulis



AMAR SEPTIAWAN
NIM. 3419012