

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Konsep Tentang Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.

Pesan adalah sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.¹

Dalam ilmu komunikasi pesan dakwah adalah *massage*, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*.

Pada prinsipnya, pesan apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah, selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Dengan demikian, semua pesan semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Qur'an dan hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah.²

¹Muhammad Robiul Nur Khakim, *Analisis Wacana Terhadap Pesan Khotbah Jumat Kh. Ahmad Husain Di Masjid Jami' Desa Tanjung Sari Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo*, <http://digilib.uinsby.ac.id/4843/5/Bab%202.pdf>, Diakses 25 Maret 2019.

²Aziz, *Op. Cit.*, h.318-319.

2. Dasar-dasar Hukum Dakwah

Keberadaan dakwah sangat urgen dalam Islam. Antara dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan antara yang satu dengan yang lainnya. sebagaimana diketahui, dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah, guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Usaha mengajak dan mempengaruhi manusia agar pindah dari suatu situasi ke situasi yang lain, yaitu dari situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya

Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia, sehingga mereka dapat merasakan ketenteraman dan kedamaian. Dasar hukum kewajiban dakwah tersebut banyak disebutkan dalam Al Qur`an. (Diantaranya adalah surat Ali Imran ayat : 104) yaitu:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ بِالْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ

عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: ”Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.”

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِّ لَهُمْ يَأْتِي هِيَ أَحْسَنُ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: ”Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl : 125)

Kata *ud`u* yang diterjemahkan dengan seruan dan ajakan adalah *fi`il amr* yang menurut kaidah ushul fiqh setiap *fi`il amr* adalah perintah dan setiap perintah adalah wajib dan harus dilaksanakan, selama tidak ada dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu kepada sunnah atau hukum lain. Jadi, melaksanakan dakwah hukumnya wajib karena tidak ada dalil – dalil lain yang memalingkannya dari kewajiban itu dan hal ini disepakati oleh para ulama.

Dengan demikian dakwah bisa menjadi *fardlu`ain* apabila di suatu tempat tidak ada seorang pun yang melakukan dakwah dan dakwah bisa menjadi *fardlu kifayah* apabila di suatu tempat sudah ada orang yang melakukan dakwah dan orang itu memiliki kemampuan serta keahlian dalam berdakwah.³

³Umi Kholifatur Rosidah, *Majalah Langitan Sebagai Media Dakwah*, <http://eprints.walisongo.ac.id/5650/1/111211079.pdf>, Diakses 25 Maret 2019.

3. Fungsi dan Tujuan Dakwah

Dakwah berfungsi sebagai arah bagi umat Islam. Tanpa dakwah, umat Islam dapat kehilangan arah. Dengan dakwah, umat Islam menjadi saudara, seperti dalam potret idealis. Orang-orang non-muslim yang mencemooh Islam atau umat Islam yang menindas saudaranya sendiri dikarenakan salah dalam memahami Islam. Kesalahan ini akibat tidak adanya dakwah atau dakwahnya yang salah.

Urgensi dakwah Islam terletak pada kebenaran ajaran Islam. Sebagai bentuk petunjuk, dakwah Islam mutlak dilakukan agar Islam menjadi rahmat penyejuk bagi kehidupan manusia. Melalui dakwah, Islam tersebar ke seluruh penjuru dunia. Dua kerajaan adidaya saat itu, Persia dan Romawi, jatuh di tangan umat Islam pada periode khalifah Umar bin al-Khattab. Kejatuhannya merupakan hasil perjuangan bangsa-bangsa yang terindas setelah mendapatkan semangat Islam.

Dakwah Islam tidak semata-mata untuk perbaikan umat Islam, namun demi perbaikan manusia seluruhnya dan alam semesta. Dunia membutuhkan dakwah Islam agar tidak hancur. Islam telah mengatur segala bentuk kehidupan manusia baik sebagai individu maupun masyarakat yang berhubungan dengan Tuhannya maupun sesamanya, sisi luar (jasmani) maupun dalam (rohani). Agama selain Islam tidak berbicara sedetail Islam sehingga tidak banyak menyinggung kejahatan dunia saat itu.

Dengan dakwah pula, kebenaran Islam tidak akan berhenti dalam satu generasi. Dakwah Islam berfungsi sebagai estafet bagi peradaban manusia. Nabi SAW, tidak ingin adanya dinamika karena wafatnya. Pada *Haji Wada'* (Haji Perpisahan) Nabi menyampaikan pidato universalitas dakwah.

Abu Bakar bercerita, “Dengan duduk di atas Onta yang dipegang kendalinya, Nabi bertanya, “Hari apakah ini?” Kami diam hingga Nabi menyebutkan selain nama hari. “Bukankah hari berkorban?”, Kata Nabi. Kami menjawab, “Begitulah”, “Bulan apakah ini”, tanya Nabi. Kami pun diam hingga Nabi menyebutkan selain nama bulan. “Bukan Dzulhijjah?”, tanya Nabi. “Begitulah”, jawab kami. Nabi SAW berpesan :

“Sesungguhnya darah kalian, harta kalian, harga diri kalian di antara sesama kalian adalah suci, seperti sucinya hari kalian ini, di bulan kalian ini, di negeri kalian ini. Hendaknya orang yang hadir menyampaikannya kepada yang tidak hadir. Bisa jadi penyampaiannya kepada orang yang tidak hadir lebih berkesan daripada dirinya sendiri”. (al-Bukhari)

Pesan Nabi SAW, diatas memberi makna tentang proses transformasi pesan Islam. Dakwah berfungsi menjaga orisinalitas pesan dakwah dari Nabi SAW, dan menyebarkannya kepada lintas generasi.⁴

⁴ Aziz, *Op.Cit.*, h.110-116.

4. Unsur-unsur Dakwah

Ketika dakwah berlangsung, didalamnya terlibat beragam unsur, yakni penyeru (dai), pesan (maudhu), objek (mad'u), metode (uslub), media (wasilah), dan umpan balik (*feedback*), tujuan (ghayah).

a. Dai

Menurut keterangan Al-Quran, yang termasuk dai itu adalah Allah (QS. Yunus [10]: 24), mukmin/muslimin (QS. Al-A'Raaf [7]: 157, QS. Al-Ahzab [33]: 45, QS Saba' [34]: 28), mukmin/muslim (QS. Ali Imran [3]: 104, 110), Kafir (QS. Al-Baqarah [2]: 221).

Dengan demikian, semua pihak bisa disebut dai selama ia memerankan tugas-tugas kenabian. Sementara untuk kafir, ia disebut *dai ilaasy-syaithan* (penyeru ke jalan setan), bukan *dai ila al-islam* (penyeru ke jalan Islam).

b. Pesan

Materi atau pesan dakwah tidak terlepas dari ajaran Islam, yang bersumber pada Al-Quran, sunah, ijtihad, baik berbentuk *naqly*, *aqly*, maupun *aqly-naqly*. Ajaran Islam dari yang global hingga perinciannya, dari yang umum sampai yang khusus, dari yang tersurat hingga yang tersirat, dari *qur'aniyah* hingga *kauniah*. Pokok-pokok Islam terangkum dalam rukun Islam, rukun iman, rukun ihsan, serta rukun agama lainnya.

c. Objek (*Mad'u*)

Objek dakwah ialah seseorang atau sekelompok orang yang diajak melaksanakan ajaran Islam. Objek dakwah juga dapat dibedakan dari berbagai segi dan tingkatan yang lain, misalnya dari segi usia, ekonomi, mata pencarian, pendidikan, jenis kelamin, wilayah tempat tinggal, serta sikapnya terhadap ajaran Islam.

d. Metode

Kata metode berasal dari bahasa Latin, *methodus*, yang artinya “cara” atau “jalan”. Dalam bahasa Indonesia, metode berarti ikhtiar, cara, atau jalan. Sementara dalam bahasa Arab, metode disebut dengan istilah *uslub*, *tarikah*, *minhaj*, atau *nizam*. Dengan demikian, metode dakwah ialah cara yang dapat dipakai atau digunakan untuk menyampaikan dakwah.

e. Media

Kata media berasal dari bahasa Latin, *mediare* yang artinya pengantar atau perantara. Dalam bahasa Arab disebut dengan *wasilah*, alat penghubung atau alat yang digunakan. Media bermakna alat yang menjadi saluran yang menghubungkan dai dan *mad'u*.

f. Tujuan (*ghayah*)

Setiap kegiatan yang dilakukan atas dasar kesadaran dan perencanaan, pasti memiliki tujuan. Demikian halnya dengan

dakwah, ia memiliki tujuan, mengembalikan atau mengubah pemahaman, sikap, dan perilaku *mad'u* ke arah yang sesuai dengan pesan dakwah dan rida Allah.

g. Umpan balik (*feedback*)

Untuk mengetahui reaksi atas “aksi” dakwah yang dilakukan, adanya pengamatan terhadap *feedback* sangat penting. Oleh karena itu, kesadaran dan kepekaan dai dalam mendeteksi *feedback* akan membuat dakwah lebih efektif serta efisien.⁵

B. Film

1. Definisi Film

Film menurut UU 8/1992 adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan salah-satu media komunikasi massa audiovisual yang dibuat berdasarkan asas sinematografi yang direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan atau ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik, dan sistem lainnya.

⁵Aep Kusnawan, *Teknik Menulis Dakwah*, (Bandung: Simsiosa Rekatama Media, 2016), h. 12-15.

Definisi film berbeda di setiap negara, di Prancis ada perbedaan antara film dan sinema. ”*Filmis*” berarti berhubungan dengan film dan dunia sekitarnya, misalnya sosial politik dan kebudayaan. Di Yunani, film dikenal dengan istilah *cinema* yang merupakan singkatan *cinematograph* (nama kamera dari Lumiere bersaudara).

Film lebih dahulu menjadi media hiburan dibandingkan radio siaran dan televisi. Menonton televisi menjadi aktivitas populer bagi orang Amerika pada tahun 1920-an sampai 1950-an. Film adalah industri bisnis yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika.⁶

2. Sejarah Film

Film yang disajikan pertama kali berdurasi pendek (10-25 menit), hitam putih, tidak beralur cerita, dan hanya berisi pemandangan alam saja. Sesuai dengan perkembangannya, dalam industri film nantinya akan ditemukan alur cerita, plot yang jelas, tersapat dialog, dan kualitas gambar yang sangat bagus. Dengan berbagai sarana inilah yang mengangkat munculnya film *sequence* yang berani mengangkat tema-tema kontroversial dan kritik terhadap kehidupan masyarakat.

Pemutaran film di bioskop untuk pertama kalinya dilakukan pada awal abad 20. Mulanya hanya film bisu yang dikenal orang, berupa pola pendongengan dengan gambar bergerak, berwarna hitam putih dan tak

⁶Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h.85-86.

bersuara. Keterbatasan suara inilah yang membuat film bisu lebih terkesan kreatif dan aktornya dituntut mampu mengolah ekspresi dan mimik sebaik isi judul.

Ketika film bersuara sudah ditemukan, banyak studio film menginvestasikan untuk modal teknologi suara. Penemuan ini awal dari berakhirnya film bisu.⁷ Pada 1937 teknologi film sudah mampu memproduksi film berwarna yang lebih menarik dan diikuti dengan alur cerita yang mulai populer. Pada tahun 1970-an, film sudah bisa direkam dalam jumlah massal dengan menggunakan *videotape* yang kemudian dijual. Tahun 1980-an ditemukan teknologi *laser disc*, lalu VCD dan kemudian menyusul teknologi DVD. Hingga saat ini digital movie yang lebih praktis banyak digemari sehingga semakin menjadikan popularitas film meningkat dan film menjadi semakin dekat dengan keserarian masyarakat modern.

3. Jenis-jenis Film

Marcel Danesi dalam buku *Semiotik Media*, menuliskan tiga jenis atau kategori utama film, yaitu film fitur, film dokumenter, dan film animasi, penjelasannya adalah sebagai berikut.

⁷Ilham Prisgunanto, *Praktik Ilmu Komunikasi Dalam Kehidupan Sehari-Hari*, (Jakarta: Teraju PT. Mizan Publika, 2004), h.233-234.

a. Film Fitur

Film fitur merupakan karya fiksi, yang strukturnya selalu berupa narasi, yang dibuat dalam tiga tahap. Tahap pra produksi merupakan periode ketika skenario diperoleh. Skenario ini bisa berupa adaptasi dari novel, atau cerita pendek, cerita fiktif atau kisah nyata yang dimodifikasi, maupun karya cetakan lainnya, bisa juga yang ditulis secara khusus untuk dibuat filmnya. Tahap produksii merupakan masa berlangsungnya pembuatan film berdasarkan skenario itu. Tahap akhir, post-produksi (*editing*) ketika semua bagian film yang pengambilan gambarnya tidak sesuai dengan urutan cerita, disusun menjadi suatu kisah yang menyatu.

b. Film Dokumenter

Film dokumenter merupakan film non fiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap individu menggambarkan perasaannya dan pengalamannya dalam situasi yang apa adanya, tanpa persiapan, langsung pada kamera atau pewawancara. Robert Claherty mendefinisikannya sebagai “karya ciptaan mengenai kenyataan”.

Dokumenter apa adanya, atau disusun secara sederhana dari bahan-bahan yang sudah diarsipkan. Dalam kategori dokumenter, selain mengandung fakta, film dokumenter mengandung subyektivitas pembuatnya. Dalam hal ini pemikiran-pemikiran, ide-ide, dan sudut

pandang idealisme mereka. Dokumenter merekam dengan nyata dan faktual (tidak boleh merekayasa sedikitpun) untuk kemudian diubah menjadi fiksi mungkin menjadi sebuah cerita yang menarik.

c. Film Animasi

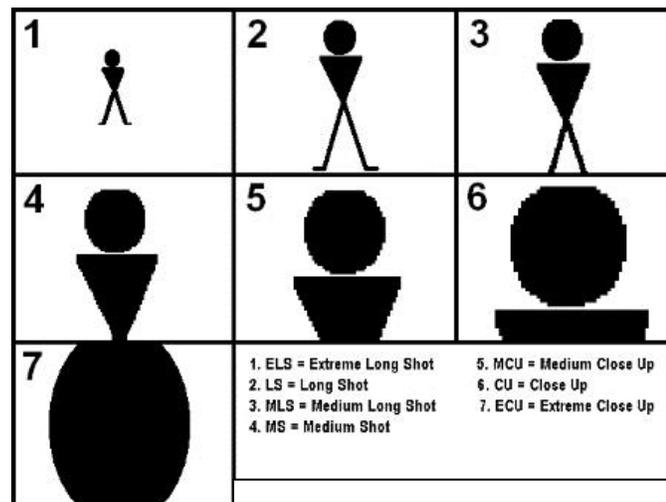
Animasi adalah teknik pemakaian film untuk menciptakan ilusi gerakan dari serangkaian gambaran benda dua atau tiga dimensi. Penciptaan tradisional dari animasi gambar-gambar selalu diawali hampir bersamaan dengan penyusunan *storyboard*, yaitu serangkaian sketsa yang menggambarkan bagian penting dari cerita. Sketsa tambahan kemudian dipersiapkan kemudian untuk memberikan ilusi latar belakang, dekorasi seras tampilan dan karakter tokohnya. Pada masa ini, hampir semua film animasi dibuat secara digital dengan komputer. Salah satu tokoh yang legendaris adalah *Walt Disney* dengan film-film kartunnya seperti *Donald Duck*, *Snow White*, dan *Mickey Mouse*.

4. Sinematografi

Sinematografi adalah perlakuan sineas terhadap kamera serta stok filmnya. Unsur sinematografi secara umum dibagi menjadi tiga aspek, yakni : kamera dan film, *framing*, serta durasi gambar.

a. Jarak

Jarak yang dimaksud adalah dimensi jarak kamera terhadap obyek dalam *frame*, secara umum, dimensi jarak kamera terhadap obyek ini dikelompokkan menjadi tujuh, seperti ilustrasi berikut.



Gambar 2.1

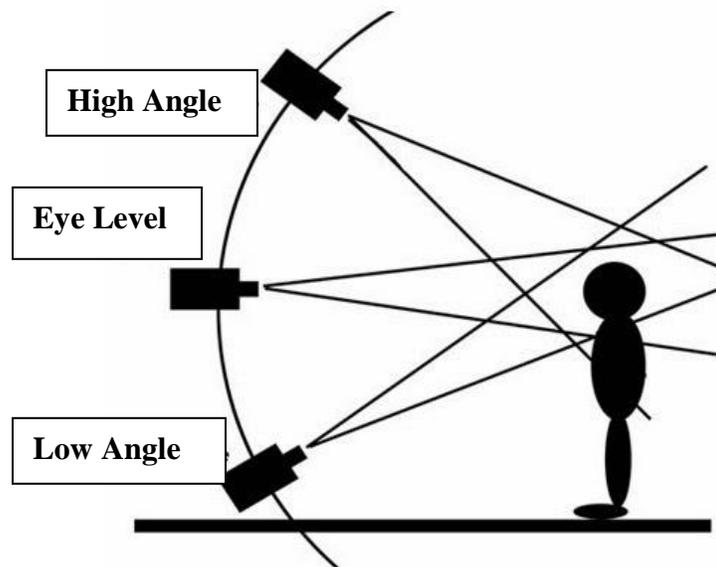
Ilustrasi Jarak Kamera Terhadap Obyek

- 1) *Extreme Long Shot* : Gambar diambil dari jarak sangat jauh, yang ditonjolkan bukan objek lagi tetapi latar belakangnya. Dengan demikian dapat diketahui posisi objek tersebut terhadap lingkungannya.
- 2) *Long Shot* : Pengambilan secara keseluruhann Gambar diambil dari jarak jauh, seluruh objek terkena hingga latar belakang objek.

- 3) *Medium Long Shot* : Gambar diambil dari jarak yang wajar, sehingga jika misalnya terdapat 3 objek maka seluruhnya akan terlihat. Bila objeknya satu orang maka tampak dari kepala sampai lutut.
- 4) *Medium Shot* : Pengambilan dari jarak sedang, jika objeknya orang maka yang terlihat hanya separuh badannya saja (dari perut/pinggang keatas).
- 5) *Medium Close Up* : Hampir sama dengan MS, jika objeknya orang dan diambil dari dada keatas.
- 6) *Close Up* : Gambar diambil dari jarak dekat, hanya sebagian dari objek yang terlihat seperti hanya mukanya saja atau sepasang kaki yang bersepatu baru.
- 7) *Extreme Close Up* : Pengambilan gambar yang terlihat sangat detail seperti hidung pemain atau bibir atau ujung tumit dari sepatu.

b. Sudut kamera (*Angle*)

Sudut kamera adalah sudut pandang kamera terhadap obyek yang berada dalam *frame*.



Gambar 2.2

Ilustrasi Sudut Kamera

Secara umum, sudut kamera dapat dibagi menjadi tiga, yaitu :

1) *Low Angle*

Pengambilan gambar dengan *low angle*, posisi kamera lebih rendah dari objek, akan menghasilkan objek lebih superior, dominan, menekan, seperti pada gambar ilustrasi.

2) *High Angle*

Kebalikan dari *low angle*, *high angle* akan mengakibatkan dampak sebaliknya, objek akan terlihat imperior, tertekan, seperti pada gambar ilustrasi.

3) *Eye Level*

Sudut pengambilan gambar, subjek sejajar dengan lensa kamera. Ini merupakan sudut pengambilan normal, sehingga subjek kelihatan netral, tidak ada intervensi khusus pada subjek, seperti pada gambar ilustrasi.⁸

C. Semiotika Roland Barthes

1. Konsep Semiotika Roland Barthes

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau istilah Barthes, pada dasarnya mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal.

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang mempraktikkan model linguistik dan semiologi saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama, eksponen penerapan

⁸Hani Taqgia, *Analisis Semiotik Terhadap Film In The Name Of God*, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/21832/1/HANI%20TAQIYYA-FDK.PDF>, Diakses 26 Maret 2019.

strukturalisme dan semiotika pada studi sastra. Ia berpendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu.

Barthes lahir tahun 1915 dari keluarga kelas menengah Protestan di Cherbourg dan dibesarkan di Bayonne, kota kecil dekat pantai Atlantik di sebelah barat daya Prancis. Barthes telah banyak menulis buku, beberapa diantaranya telah menjadi bahan rujukan penelitian untuk studi semiotika di Indonesia. Misalnya dalam buku *The Empire Of Sign* (kekaisaran tanda-tanda) (1970), dalam buku ini Barthes menerapkan semiotika pada kebudayaan Jepang, sebuah negara yang banyak dikagumi Barthes seperti sebaliknya juga di sana terdapat minat khusus untuk barthes dan strukturalisme pada umumnya. Dalam kerangka barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan sistem tingkat kedua. Selain itu barthes juga melihat aspek lain yaitu “mitos” yang menandai masyarakat.⁹

⁹Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h.63-70.

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. <i>Denotative Sign</i> (tanda denotative) (<i>first system</i>)	
4. <i>Connotative Signifier</i> (penanda konotasi)	5. <i>Connotative Signified</i> (petanda Konotasi)
6. <i>Connotative Sign</i> (tanda konotasi) (<i>Second System</i>)	

Peta gambar hubungan antara denotasi dan konotasi berdasarkan peta tanda Roland Barthes

Peta tanda Roland Barthes tersebut diuraikan lebih sederhana bahwa munculnya sebuah makna denotasi tidak terlepas dari adanya sebuah penanda dan juga petanda. Namun, tanda denotasi juga dapat membuat persepsi kepada sebuah penanda konotasi. Tetapi jika dapat mengenal adanya bentuk seperti “bunga mawar”, maka persepsi petanda konotasi yang akan muncul dari bunga mawar adalah cinta, romantis dan kelembutan. Itu karena sudah adanya kesepakatan pada sebuah sebagian masyarakat tertentu.

2. Aplikasi semiotika dalam film

Hubungan antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang dalam kajian para ahli komunikasi, misalnya disebutkan bahwa film merupakan komunikasi massa yang kedua muncul di dunia. Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, membuat film

memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Sehingga film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat melalui muatan pesan yang dikandungnya. Komunikasi dalam film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu kemudian diciptakan saling berhubungan membentuk menjadi satu kesatuan yang utuh supaya menghasilkan pesan dan menapai efek yang diharapkan.

Tanda dalam film disalurkan melalui gambar dan suara. Gambar, termasuk tanda-tanda ikonik. Sedangkan suara terdiri dari kata-kata yang diucapkan beserta suara-suara lain yang mengiringi sebagai pendukung dari kata yang diucapkan. Suara, sama dengan gambar, merupakan unsur dalam cerita film yang dituturkan dan dapat disebutkan, dikategorisasikan, dan dianalisis, dengan cara yang juga sebanding. Artinya, suara dan gambar memiliki hubungan yang erat dan saling mendukung.¹⁰

¹⁰Kurnia, *Propaganda Barat Dalam Film*, Perpustakaan fakultas Dakwah UIN Raden Fatah Palembang, (diakses, 19 Maret 2019).