



Contents lists available at [Journal IICET](#)

**JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)**

ISSN: 2502-8103 (Print) ISSN: 2477-8524 (Electronic)

Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/jppi>



## Analisis semiotika pesan ajakan bersedekah sebagai perwujudan komunikasi persuasi dalam media film

Dwi Kartikawati

Universitas Nasional Jakarta, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received Des 01<sup>st</sup>, 2022

Revised Apr 17<sup>th</sup>, 2023

Accepted Jan 21<sup>st</sup>, 2024

#### Keyword:

Communication,  
Persuasion,  
Alms,  
Film,  
Semiotics

### ABSTRACT

Penelitian ini berfokus pada bagaimana tanda-tanda komunikasi persuasif tentang sedekah undangan yang terdapat dalam Film Atap Padang Mahsyar. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini dilatar belakangi bahwa film dapat diangkat sebagai media komunikasi persuasi yang secara tidak langsung menyampaikan nilai-nilai penting yaitu ajakan untuk beramal. Film ini merupakan film serial yang diluncurkan oleh ACT (Aksi Cepat Tanggap). Metode penelitian kualitatif dengan mengambil data dengan menganalisis dokumen dan observasi terhadap teks. Teknik analisis data dilakukan dengan mencari tanda-tanda denotasi, konotasi dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran komunikasi persuasi direpresentasikan melalui tanda denotasi, konotasi dan mitos yaitu pada ajakan sedekah menggunakan komunikasi persuasi dan menggunakan teknik komunikasi persuasi yaitu teknik integrasi dan teknik reward dengan unsur komunikasi persuasi terdiri dari pembujuk, pembujuk, media yang digunakan, hingga efek yang dicapai. ketika penggunaan teori disonansi kognitif yang digambarkan dalam film adalah keadaan ketidaknyamanan mental dan psikologis yang dialami oleh warga sekitar musala yang atapnya hampir roboh sementara kemampuan finansial warga setempat sangat minim. Yang pada akhirnya mencapai keadaan konsonan ketika salah satu warga bersedekah sehingga akhirnya musala bisa diperbaiki sebagai bentuk bekal sedekah untuk kehidupan di Padang Mahsyar nantinya.



© 2024 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

### Corresponding Author:

Dwi Kartikawati,  
Universitas Nasional Jakarta, Indonesia  
Email: [dwi.kartikawati@civitas.unas.ac.id](mailto:dwi.kartikawati@civitas.unas.ac.id)

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat. Beberapa akademisi dan spesialis khawatir tentang efek berbahaya dari kemajuan teknologi informasi kontemporer pada keberadaan manusia. Perkembangan teknologi informasi dan media komunikasi semakin beragam. Salah satunya media sosial yang kian hari intensitas penggunaannya semakin meningkat. Dimana Media massa dibagi menjadi beberapa macam, jenis-jenis media pada saat ini secara garis besar dibagi menjadi tiga bagian. Seperti media cetak (printed media) yang meliputi surat kabar, tabloid dan majalah. Media elektronik (electronic media), yang meliputi radio, televisi, film atau video, dan media siber (cyber media) seperti website, portal berita, blog dan media sosial ([www.romelteamedia.com](http://www.romelteamedia.com)).

Film merupakan media komunikasi yang sangat memiliki pengaruh dalam pembentukan pola pikir dari para penontonnya melalui konten-konten yang dikandungnya. Dalam film ini terjadi proses pengiriman dan

penerimaan pesan-pesan (Ibrahim, 2007). Film memiliki nilai seni tersendiri, karena film tercipta sebagai sebuah karya dari tenaga-tenaga kreatif yang profesional di bidangnya. Film sebagai benda seni sebaiknya dinilai dengan secara artistik bukan rasional. Film berarti bagian dari kehidupan modern dan tersedia dalam berbagai wujud, seperti di bioskop, tayangan dalam televisi, dalam bentuk kaset video, dan piringan laser (laser disc). Film bukan hanya menyajikan pengalaman yang mengasyikkan, melainkan juga pengalaman hidup sehari-hari yang dikemas secara menarik (Mudjiono, 2020).

Apabila kita amati maka kehadiran berbagai macam pesan-pesan hasil produksi film tersebut ada yang mendidik dan ada yang tidak mendidik. Adanya berbagai pengaruh baik dari suatu film tersebut sangat diharapkan. Salahsatu film diangkat yang mendapat respon positif khalayak adalah film dengan muatan pesan yang berisi dakwah. Dakwah merupakan suatu usaha yang berisi ajakan yang dilakukan secara sadar atau terencana dalam upaya mempengaruhi orang secara individu atau kelompok supaya muncul kesadaran serta sikap penghayatan dalam dirinya serta memperoleh pengalaman hidup tanpa ada paksaan. Biasanya dakwah dilakukan di Masjid, Musholla, bahkan ditempat umum dengan mengumpulkan banyak massa sebagai mad'u nya, namun pada era modern seperti saat ini, dakwah tidak hanya dilakukan di masjid atau mimbar saja, karena dengan kecanggihan teknologi dapat memudahkan segala urusan manusia baik itu urusan dunia dan urusan akhirat seperti dakwah (Harahap & Hendra, 2022).

Di era kecanggihan teknologi seperti saat ini, berbagai macam media komunikasi massa tumbuh dan berkembang begitu pesat. Melalui berbagai media komunikasi tersebutlah bisa saling berbagi dan memberi pesan. Salah satu media komunikasi massa yang saat ini sering digunakan banyak orang untuk menyampaikan pesan adalah film. Dengan demikian film secara tidak langsung mengandung berbagai unsur komunikasi bujukan atau komunikasi persuasif. Hal tersebut dilakukan untuk mengajak khalayak supaya bisa tergerak melakukan sebagaimana yang dimaksud dalam isi pesan film yang ada. Komunikasi persuasi merupakan komunikasi yang paling mendasar, dan persuasi artinya berupaya mengimplentasikan perubahan sikap, perilaku dan sebagainya sebagai akibat dari informasi yang dikemas dan disampaikan kepada khalayak. Dalam komunikasi persuasif minimal memiliki tiga efek antara lain membentuk, memperkuat dan mengubah sikap, perilaku, pendapat dan kepercayaan si persuafee (orang yang dipersuasi) (Hendri, 2019).

Dalam komunikasi persuasif penyampaian pesan harus dengan secara efektif bertujuan agar pesan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Diantara sekian banyak media yang ada, film merupakan yang paling menarik dan populer diantara mereka karena mengandung audio dan visual. Pembuat film dapat dengan bebas menuangkan pesan yang ingin disampaiannya sehingga penonton film juga dapat langsung menangkap pesan yang disampaikan pembuat film sesuai keinginan, sehingga kita tidak perlu repot membaca (buku) atau harus berkhayal seperti mendengarkan radio, karena film mencakup keduanya. Kita perlu memperhatikan dan menangkap pesannya. Sehingga film sebenarnya memiliki kekuatan bujukan atau persuasi yang besar. Kritik publik dan adanya lembaga sensor juga menunjukkan bahwa sebenarnya film juga sangat berpengaruh (Rivers, 2004)

Kandungan komunikasi persuasif dalam film ini adalah suatu ajakan bersedekah. Ajakan bersedekah merupakan suatu ajakan untuk mengeluarkan sebagian yang kita miliki untuk diberikan kepada orang lain. Dalam sedekah mengandung berbagai manfaat antara lain manfaat medis, yaitu dalam menyembuhkan penyakit hati dan penyakit dalam jiwa kita, menguatkan hati dan jiwa tersebut untuk senantiasa menyandarkan segalanya pada Allah dengan bertawakal kepadaNya, sehingga kita menggantungkan harapan kita hanya kepada Allah (Elzakry, 2011). Sedekah juga dapat membangun kesadaran manusia bahwa apa yang kita miliki, atau harta yang kita miliki sesungguhnya tidak seluruhnya menjadi hak dirinya sendiri namun ada hak orang lain juga.

Sedekah berasal dari bahasa Arab dari kata shadaqah yang artinya suatu pemberian yang diberikan oleh seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu dan jumlah tertentu (Sami & Ryandono, 2014). Sedekah juga berarti suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap ridha Allah SWT dan pahala semata. Makna sedekah secara bahasa adalah membenarkan sesuatu (Bastomi, 2016). Sedekah juga berarti suatu pemberian dari seseorang sebagai amal kebajikan yang mengharapkan keridhaan Allah SWT dan menjadi pahala semata. Selain itu menurut (Nurhasanah, 2021) istilah sedekah ini dapat diartikan sebagai pemberian sesuatu kepada fakir miskin atau yang berhak menerimanya diluar kewajiban zakat dan zakat fitrah sesuai dengan kemampuan pemberi sedekah. Makna sedekah tersebut selaras dengan sabda Rasulullah SAW "Naungan orang beriman di hari Kiamat adalah sedekahnya." (HR Ahmad). (Lasnaz AQL, 2022) Hal tersebut dilakukan dengan: (1).sedekah harta, (2). Memberi nasehat, (3). Amal ma'ruf nahi munkar, (4). Memberikan makan.

Dalam konteks ilmu komunikasi, film apabila dibandingkan dengan media lain, maka film memiliki memang lebih banyak keunggulan, karena dalam film tersebut melalui suatu proses menggabungkan efek audio

dan visual sehingga ini menjadi sangat efektif untuk mempengaruhi penontonnya. Film memiliki kemampuan dalam penyampaian melalui gambar, dialog dan juga ada lakon yang sangat efektif untuk menyebarkan visi misi, gagasan-gagasan dan juga kampanye tertentu yang bisa mempengaruhi penontonnya. Film juga mampu menyampaikan pesan langsung lewat gambar, dialog, dan lakon sehingga menjadi medium yang paling efektif untuk menyebarkan misi, gagasan, dan kampanye, apapun itu (Asri, 2020).

Dengan demikian riset ini memfokuskan pada Film *Atap Padang Mahsyar*. Film ini adalah berisi episode film pendek yang diproduksi Aksi Cepat Tanggap (ACT) dengan disutradarai oleh M Dedi Vanshopi. ACT berupaya terus meluaskan nilai-nilai yang merukan sebuah gerakan aksi kemanusiaan. Film ini dianalisis dengan analisis semiotika Roland Barthes. Penulis berupaya menganalisis sistem tanda, semiotik normatif, yaitu menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia, yang berwujud lambang atau yang disebut semiotika sosial dan juga dan semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa yang ada pada film tersebut atau yang disebut semiotika structural. Roland Barthes adalah seorang semiotikus terkemuka dari Prancis dengan menulis buku berjudul *Mythologies* pada tahun 1972 memaparkan konotasi kultural dari berbagai aspek kehidupan keseharian orang Prancis, menurutnya konotasi tersebut dilakukan dengan tujuan membawakan dunia tentang “apa yang terjadi-tanpa-mengatakan” dan menunjukkan konotasi dunia tersebut dan secara luas dalam basis idiologi (Mudjiono, 2020). Pada akhirnya Barthes menanggapi kehidupan sosial sendiri merupakan suatu bentuk dari signifikasi. Jadi kehidupan itu adalah suatu system tanda. Kehidupan sosial itulah yang seringkali digambarkan dalam sebuah tayangan film. Dengan demikian simbol yang tersirat dalam film dapat ditransfer oleh penonton ke dalam kehidupannya (Mudjiono, 2020). Mitos menurut Barthes merupakan sebuah sistem komunikasi, yaitu sebuah pesan”, Barthes menulis, “suatu cara penanda, sebuah bentuk”, “salah satu jenis turunan yang dilakukan melalui sebuah wawancara. Mitos tidak didefinisikan oleh objek pesannya, oleh cara pengungkapan pesan ini” (Fernandes, 2014).

Untuk itu masalah yang diangkat adalah bagaimana perwujudan komunikasi persuasif tentang ajakan bersedekah dalam Film *Atap Padang Mahsyar* dengan analisis semiotika Roland Barthes? Pada penelusuran penelitian penelitian terdahulu yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya antara lain penelitian dari Sofie Norlailia dengan judul Analisis Semiotika Pesan Moral Islami dalam Film *Kurang Garam* pada tahun 2018 (Norlailia, 2018). Ada persamaan yaitu film yang dikaji merupakan film religi, tetapi metode dan jenis analisis semiotikanya berbeda. Ada juga penelitian dari yang berjudul *Representasi Pesan Dakwah dalam Film Inspirasi Di channel Youtube Film Maker Muslim* tahun 2019 (Herlina et al., 2019). Persamaannya kajian pada isi pesan bersedekah dalam sebuah film. Perbedaannya pada metode dan juga kajian analisisnya. Untuk itu peneliti merasa bahwa penelitian ini memiliki kebaruan karena mengkaji khusus ajakan bersedekah dengan tidak hanya melihat itu sebagai wujud komunikasi persuasi, tetapi lebih jauh mengkaji pada jenis jenis komunikasi persuasi yang digunakan dan juga jenis persuasinya. Sehingga keunggulan inilah yang pada nantinya bisa menjadi titik point riset penulis ini sangat berbeda dengan riset-riset sebelumnya. Maka berdasarkan uraian tersebut peneliti ingin melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana tanda-tanda komunikasi persuasif tentang sedekah undangan yang terdapat dalam Film *Atap Padang Mahsyar*.

## Metode

Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang mana menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Penelitian ini melakukan penelitian dengan analisis isi semiotika Roland barthes pada ilmu tanda dalam kajian komunikasi Barthes melontarkan konsep tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya. Barthes telah menggunakan versi sederhana dalam upaya membahas model tanda-tanda glossmatic. Semiotologi Roland Barthes ini acuannya adalah semiotologi De Saussure, yaitu dengan mengkaji tentang hubungan antara penanda dengan petanda pada sebuah tanda. Fokus nya pada gagasan tentang signifikasi dua tahap (two order of signification). mencakup makna denotasi yaitu tingkat penandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang menghasilkan makna eksplisit, langsung, pasti atau makna sebenarnya sesuai dengan kamus. Sedangkan, makna konotasi yaitu menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai yang lahir dari pengalaman kultural dan personal (Rohmaniah, 2021). Roland Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja:

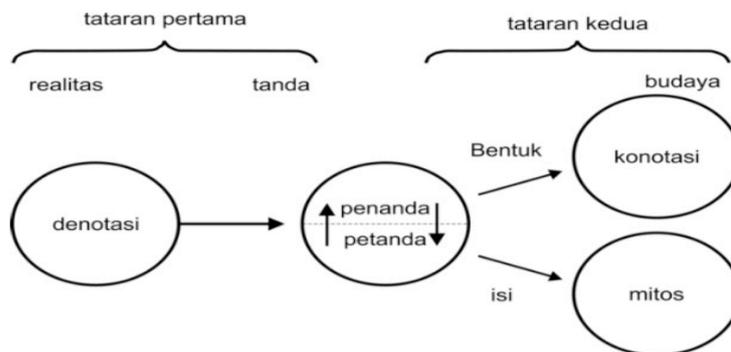
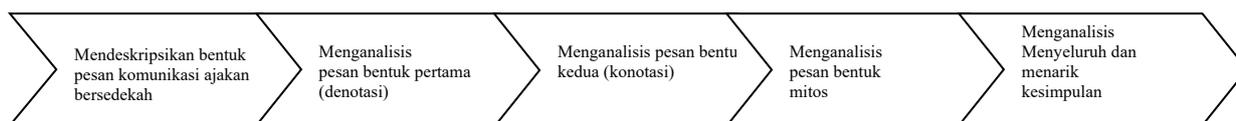


Figure 1. Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes (Sobur, 2012)

Data utamanya adalah teks film *Atap Padang Mahsyar* dengan data sekunder berbagai macam riset jurnal, buku-buku dan Pustaka lainnya. Adapun tahapan analisisnya adalah sebagai berikut:



## Hasil dan Pembahasan

### Sinopsis Film

Film *Atap Padang Mahsyar* merupakan bentuk film serial yang disutradarai oleh M Dedy Vansopi (Antara Sumsel, 2021). Pada ajaran Islam, manusia nantinya akan dikumpulkan di Padang Mahsyar pada hari kiamat untuk bertemu Allah SWT. Di sanalah seluruh umat manusia dibangkitkan setelah mati dan dikumpulkan untuk menantikan hari penghitungan. Menonjolkan keutamaan sedekah, baik untuk diri sendiri, yakni sebagai naungan saat hari akhir tiba dan manusia dikumpulkan di Padang Mahsyar, maupun untuk orang lain guna meringankan beban dan masalah yang mereka miliki. Film *Atap Padang Mahsyar* sendiri menceritakan Mushola Baiturrahman yang atapnya rapuh dan bocor, namun shafnya selalu terisi. Suatu hari, sebagian atapnya roboh. Jemaah yang ingin memperbaiki, terkendala dengan pendapatan mereka yang pas-pasan. Jemaah mushola yang punya kebiasaan endengar ceramah radio bersama-sama, saat itu mendengar ceramah dengan topik Padang Mahsyar: Matahari di atas kepala. Orang yang kurang beramal akan tenggelam oleh keringatnya sendiri.” Mereka yang mendengar ceramah tersebut, menjadi cemas dan takut karena memikirkan amalnya yang kurang. Kyai Bukhori sebagai orang yang dituakan, mengajak jemaah untuk bersedekah membangun kembali atap mushola yang roboh. Sebagai penenun sarung, Kyai Buchori menenun lebih banyak. Upah membuat sarung akan disisihkan untuk membangun atap mushala. Jemaah yang lain pun mengikuti cara kyai, meski profesi mereka berbeda-beda. Namun nyatanya, usaha jemaah membangun kembali atap musala tersebut tidak berjalan mulus. Terdapat berbagai konflik dan rintangan yang mengganjal usaha bersedekah jemaah.

### Hasil analisis semiotika Roland Barthes

Pada hasil analisis, memfokuskan identifikasi tanda pada three order of signification, yaitu denotasi yaitu makna yang terlihat, kemudian konotasi sebagai perasaan dibalik makna yang terlihat, dan mitos sebagai justifikasi tanda yang bersifat kekal maks dihasilkan tanda-tanda sebagai berikut

Tabel 1. Membangun Musholla dengan Sedekah tanpa Meminta-minta

Visual	Verbal	Kamera
 <p>Gambar Kyai Buhori, Tarban dan Muin</p>	<p>Dialog Kyai Buchori: kayu-nya bukan kayu kelasnya juga rumah rrrrrrr Muin: apa itu kyai Kyai Buchori: Rumah Sholat Sangat Sederhana Sempit Sekali Sampai Susah Selonjoran Tarban: gimana kalau minta sumbangan?</p>	<p>Medium shoot</p>

Visual	Verbal	Kamera
memandangi musholla Baiturrahim	Kyai Buchori: mereka ga menggunakan musholla ini, kenapa juga dimintain sumbangan? Tarban: itu udah umum Kyai Buchori: Kita pakai cara yang benar bukan yang umum. Belum apa apa udah minta sumbangan. Lebih baik atap ini yang jatuh daripada agama kita yang jatuh.	
Denotasi	Menggambarkan musholla yang sudah rapuh dan banyak kerusakan-kerusakann yang terjadi	
Konotasi	Musholla sangat membutuhkan perbaikan sehingga muncul usulan memperbaiki dengan meminta-minta bantuan	
Mitos	Lebih baik sabar dalam berusaha daripada tergesa-gesa dengan meminta. Mitos yang ditemukan adalah lebih baik sabar dalam berusaha daripada tergesa gesa dengan meminta. Yang artinya ini sebenarnya untuk menjaga moralitas kita supaya tetap sabar dan tidak boleh kemudian meminta-minta untuk membangun musholla Baiturrahman tersebut. Jadi mitos dan pemahaman religius akan merupakan bagian dari keseluruhan sistem hidup manusia.	

Komunikasi persuasi:

Unsur persuadernya adalah Kyai Buchori dan Pursuadee adalah Muin, Tarban dan Arul. dilihat dari komunikasi persuasi yang dilakukan terutama oleh Kyai Buchori selaku Kyai yang memimpin musholla Baiturrahman yang hampir roboh tersebut menggunakan Teknik komunikasi persuasi dengan integrasi yaitu kemampuan si Kyai Buchori untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan para komunikannya yaitu Muin, Tarban, Arul melalui kata-kata verbalnya, sehingga diberi penjelasan bahwa sekalipun musholla memang atapnya jelek tetapi kita tidak dengan meminta-minta untuk memperbaikinya, tetapi dengan cara yang benar bukan yang umum. Saluran komunikasi persuasifnya adalah dengan komunikasi tatap muka dengan berdialog. Efek yang diharapkan adalah warga tidak meminta minta untuk membangun atap musholla yang hampir rubuh tersebut.

Tabel 2. Membangun Musholla dengan Kekuatan Sendiri

Visual	Verbal	Kamera
 <p>Kyai Buchori menegaskan kepada Muin untuk tidak meminta-minta</p>	<p>Muin: gimana kita mau minta sumbangan? Kita minta rekomendasi Pak RT, biar ibu ibu yang ke rumah-rumah warga. Kyai Buchori: Warga mana?? Warga sini ikan hidupnya susah semua. Mereka kan ga menggunakan musholla ini. agama itu untuk membangun akhlak bukan membangun atap musholla.</p>	<p>Medium shoot dengan Two Shot, pada teknik ini gambar diambil pada dua orang.</p>
Denotasi	Menggambarkan Kyai Buchori dan Muin berupaya mencari dana pembangunan musholla.	
Konotasi	Perlu usaha keras untuk membangun musholla sendiri tanpa meminta minta.	
Mitos	Sejatinya orang yang akhlaknya baik maka perilakunya pun akan mengikuti, maka tidak perlu meminta-minta untuk mengajak bersedekah.	

Komunikasi persuasi:

Unsur persuadernya adalah Kyai Buchori dan Pursuadee adalah Muin. Apabila dilihat dari komunikasi persuasi yang dilakukan terutama oleh Kyai Buchori selaku Kyai menggunakan teknik komunikasi persuasi dengan penafsiran pesan yaitu menafsirkan berarti menguraikan atau memahami sesuatu dengan suatu cara

Visual	Verbal	Kamera
<p>tertentu. Jadi bagaimana memahami tentang agama Islam bahwa diturunkan untuk memperbaiki akhlak bukan membangun atap musholla. Efek yang diharapkan adalah setiap warga tergerak dengan kekuatan sendiri untuk membantu membangun musholla.</p>		

**Tabel 3.** Bersedekah untuk bekal di Padang Mahsyar

Visual	Verbal	Kamera
 <p>Idris penjual bubur selalu membawa kaset pengajian kemana-mana</p>	<p>Terdengar kaset yang berisi ceramah Zainudin MZ, Idris si penjual bubur yang selalu kemana mana membawa kaset tersebut untuk diperdengarkan sebagai pengingat. Mang Darsa melakukan itu karena Pak Kyai Zainudin MZ yang ada di kaset tersebut menyarankan tentang salahsatu rukum iman adalah iman pada hari kiamat. Barangsiapa yang tidak percaya hari kiamat berarti bukan orang muslim. Di padang Mahsyar nanti semua orang dikumpulkan, matahari didekatkan di atas kepala. tidak ada pohon untuk berteduh, tidak ada kipas angin, tidak ada colokan listrik, tidak ada yang jual es the apalagi es dawet. Karena semua penjual es sedang memikirkan pertanggungjawabannya masing-masing. Manusia yang kurang beramal akan tenggelam dalam keringatnya sendiri. Bekal di Padang Mahsyar amal kita.</p>	<p>Medium shoot</p>
Denotasi	Dialog dari kaset yang diperdengarkan Mang Idris si tukang bubur, bahwa hanya amal salih dan sedekah yang menjadi bekal di hari kiamat	
Konotasi	Sedekah itulah yang akan melindungi kita dari panasnya matahari di atas kepala di padang Mahsyar	
Mitos	Amal dan sedekah adalah bekal nanti di Padang mahsyar	
<p>Komunikasi persuasi:                      Adapun komunikasi persuasi yang dilakukan oleh penceramah yang ada di kaset tersebut yaitu Bapak Kyai Zainudin MZ, adalah dengan teknik ganjaran karena apa yang dikeluarkan akan diganti dengan terlindunginya manusia dari panasnya Padang Mahsyar. Unsur persuadernya adalah Penceramah yaitu Kyai Zainudin MZ yang diperdenagrkan di gerobak tukang bubur Idris dan Pursuadee adalah Indris sendiri dan juga para pendengar dari suara ceramahnya. Kyai Haji Zainudin MZ di speaker gerobak Idris (Tukang bubur). Saluran komunikasi persuasifnya adalah dengan komunikasi media mikrofon. Efek yang diharapkan adalah warga tergerak untuk sedekah.</p>		

**Tabel 4.** Bersedekah dengan ikhlas

Visual	Verbal	Kamera
 <p>Kayi Buchori selalu menasehati untuk ikhlas menjalankan apa saja karena Allah SWT</p>	<p>Tarban: Assalamu alaikum. wr.wb                      Kyai Buchori: Kenapa kang kelihatanya lelah sekali kayak hayati                      Arul: Ini Pak Kyai, kang Tarban jualan lekarnya ga laku laku                      Tarban:iya Pak Kyai, ga rejeki                      Kyai Buchori: masak ya ga ada rejeki                      Kalau ga ada rejeki pulangnya ga ke Rahmatullah.                      Tarban: Astagfirullah Pak Kyai. Rencananya kalau lekarnya laku saya mau sumbangin ke musholla                      Kyai Buchori: yah itung-itung buat nglemesin kaki. Siapa tahu bisa jalan. Coba berdiri. Coba jalan</p>	<p>Medium shoot</p>

Visual	Verbal	Kamera
	Tarban: Bisa Kyai. Masyaaallah Pak Kyai. Kaki saya bisa jalan. Saya bisa jalan lagi	
Denotasi	Kyai: Teruslah jualan ga usah cari laku Cari ridho-nya Alloh. Nanti kalau kakimu. Kalau nanti kakimu sudah sembuh, kamu kerjain atap ini. sama -sama dapat pahala kan, sama sama dinaungi di Padang Mahsyar.	
Konotasi	Tarban: Iya Pak Kyai. Besok saya jualan lagi. Saya ingin punya atap di Padang Mahsyar.	
Mitos	Kang Tarban mengeluhkan kakinya capek dan dagangannya tidak laku, Kyai Buchori mengatakan tidak perlu mencari laku atau tidak jualannya tetapi mengharap ridho Alloh SWT Manusia yang penting berusaha untuk mendapatkan ridho Alloh nanti Alloh SWT yang akan menentukan hasilnya Kadang Alloh SWT tidak meringankan langkahmu tapi menguatkan kakimu. artinya ini sebenarnya Alloh memberikan balasan atas perbuatan baik kita, Kang Tarban tidak merasakan hasilnya dalam berjualan lekar namun ternyata Alloh sebenarnya menguatkan kaki Kang Tarban yang lama sakit sehingga akhirnya Kang Tarban bisa nberjalan normal Kembali.	

**Komunikasi persuasi:**

Komunikasi persuasi yang dilakukan oleh Kyai Buchori agar supaya kita ikhlas terhadap apa yang kita kerjakan. Teknik komunikasi yang dilakukan Kyai Buchori adalah Teknik ganjaran yaitu kalau kita ikhlas karena Alloh SWT mengganjar kita dengan sesuatu yang berguna bagi kita. Unsur persuasinya adalah Kyai Buchori dan Pursuadee adalah Tarban dan Arul. Saluran komunikasi persuasifnya adalah dengan komunikasi tatap muka. Efek yang diharapkan adalah Kang Tarban disuruh bersyukur.

**Tabel 5.** Bersedekah untuk Menopang Panasnya Arsy (Matahari) Nantinya di Padang Mahsyar Pada Hari Kiamat

Visual	Verbal	kamera
 <p>Obrolan antara Masri, Tukang cukur dan Idris yang membicarakan bahwa orang-orang sudah mulai tergerak bersedekah</p>	<p>Tukang cukur: Kyai Buchori mau bangun atap di padang mahsyar. Kyai Buchori udah jadi kyai kebab Masri: Kyai kebab? Tukang cukur: Iye Kyai kebablasan Tukang bubur: Astaghfirullahal adzim kang. Itu ada hadistnya karena nanti manusia di Ppadang Mahsyar dianaungi amalan dan sedekahnya. Dia itu tu mengajak kita sedekah genteng dan sedekah kayu guna memperbaiki atap mushola yang sudah rubuh hari ini. Sedekah akan menanungi kita di Padang Mahsyar. Hari ini kita sedekah Karena kayu akan menopang kita atap di Padang mashyar. Dia ga cuma omong kan. Dia kasih contoh langsung. Biasanya nenun sarung seminggu dapat 5 Pak Haji Thohir 5 dikebut jadi 7 supaya 2 disisihkan. Mak Sri nasi uduk. Dia sisihkan satu pincuk dua pincuk. Mereka tidak cari viral di dunia tapi viral di langit</p>	Medium shoot
Denotasi	Si Idris tukang bubur menjelaskan kepada tukang cukur untuk menyisihkan uangnya sedikit supaya menjadi atap yang melindungi di padang mahsyar, walaupun di tukang cukur mengatakan Kyai kebablasan	
Konotasi	warga tergerak untuk bersedekah karena berharap sedekahnya	

Visual	Verbal	kamera
	akan melindunginya dari panasnya padang mahsyar di akhirat kelak.	
Mitos	Apa yang kita sedekahkan akan diganti oleh Alloh SWT dengan dilindungi Ketika di Padang Mahsyar nantinya	
Komunikasi persuasi: Komunikasi persuasi yang dibangun adalah mengajak bersedekah untuk melindungi kita dari panasnya Arsy di Padang Mahsyar. Teknik komunikasi persuasi dengan teknik ganjaran adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau menjanjikan bahwa sedekah kita akan menyelamatkan kita di Padang Mahsyar nantinya. Unsur persuadernya adalah Idris tukang bubur dan Pursuadee adalah Tukang cukur Saluran komunikasi persuasifnya adalah dengan komunikasi tatap muka. Efek yang diharapkan adalah Idris menyampaikan pesan bawa banyak warga yang sudah menyedekahkan Sebagian hartanya demi untuk bisa membangun Atap di Padang Mahsyar		

**Tabel 6.** Bersedekah Tanpa Terlihat

Visual	verbal	kamera
	Muin: Rul uang kotak amal udah dibeliin beras Belum kang Kotak amal masih utuh kok trus ini pakai uang siapa Ga tahu	Medium shoot
Arul diam-diam membeli beras tanpa diketahui siapa saja dari uangnya untuk sedekah makanan		
Denotasi	Secara denotasi si Arul membelanjakan hasil jualan kameranya untuk dibelikan beras yang kemudian disumbangkan ke musholla untuk membuat dapur umum. Perbuatannya ini tidak diketahui siapapun, termasuk Kang Idris yang menanyakan uang musholla yang ternyata kata Arul masih utuh.	
Konotasi	Bersedekah tanpa perlu orang lain melihatnya	
Mitos	Bersedekah tangan kanan, tangan kiri tidak perlu melihat	
Komunikasi persuasi: Bersedekahlah tanpa terlihat. Unsur persuadernya adalah Muin Pursuadee adalah Arul. Saluran komunikasi persuasifnya adalah dengan komunikasi tatap muka. Efek yang diharapkan adalah pesan supaya orang bersedekah tidak perlu harus dilihat orang.		

**Tabel 7.** Bersedekah segera dengan yang dimiliki

Visual	Verbal	Kamera
	Sri: Kang, semoga kita bisa lebih baik lagi Tarban (mengangguk): Ternyata diam-diam Sri istri Kang Tarban yang pergi begitu saja begitu kaki Kang Tarban sakit tidak bisa berjalan, kemudian Sri Kembali lagi ke Tarban dan menyumbangkan kayu dan perlengkapannya untuk perbaikan musholla	Medium shoot

Visual	Verbal	Kamera
Sri si istri Kang Tarban menyumbangkan kayu dan segala yang dibutuhkan Mushola	Sri menahan sedih dan Bahagia bertemu KangTarban kembali	
Denotasi	Kang Tarban bersyukur sampai tidak bisa berkata kata	
Konotasi	Sedekahlah segera selagi mampu, Maka Allah memudahkan kehidupan kita	
Mitos		
Komunikasi persuasi: Bersedekah segera dengan yang dimiliki. Unsur persuadernya adalah Kang Tarban dan Pursuadee adalah Sri istrinya. Saluran komunikasi persuasifnya adalah dengan komunikasi tatap muka. Efek yang diharapkan adalah Sri Kembali ke Kang Tarban membina hubungan baik dan akhirnya Sri juga menyumbang untuk keperluan pembangunan atap musholla. Pemahaman masyarakat awam saat berpikiran bahwa sedekah dapat mengurangi harta justru tidak tepat (Hanriwibawa et al., 2017).		

. **Tabel 8.** Bersedekah tidak Harus dengan Harta

Visual	Verbal	Kamera
	Kyai Buchori: Sejak kapan di desa kita banyak maling. Semenjak pabrik di desa bangkrut. Banyak nganggur. Orang nganggur, gampang laper. Orang laper banyak keblinger. Kita mesti piker- piker. Apa pantas orang laper kita biarin Muin: Maksud pak kyai kita tunda dulu ni pembangunan mushola ini sampai malingnya ketangkep? Kyai Buhori: bukan, Kita tidak nangkep malingnya. Kita akan undang mereka. Tarban: gimana ngundangnya Kyai Buchori: Orang laper ngundangnya pakai makanan. Kita pakai uang ini untuk bikin dapur umum. Musholla kita mesti bisa memberi solusi lebih cepat dan lebih menggirukan daripada apa yang ditawarkan iblis. Ajak mereka ke sini. Kita beri makan. Jadi mereka ke sini untuk makan bukan untuk sholat. Harus ikhlas. Biar sholatnya yang memperbaiki niatnya.	Medium shoot
Warga yang dipimpin Kyai Buchori berdiskui untuk mengundang warga makan bersama sebagai solusi karena banyaknya maling yang ada di wilayah tersebut akibat membutuhkan makan	Kyai Buchori mengajak warga untuk sedekah makanan untuk warga yang kelaparan karena Orang lapar ngundangnya pakai makanan Orang maling itu karena kepepet karena kelaparan, maka harus ada solusi untuk memberi makanan diharapkan nanti perilakunya akan berubah	
Denotasi	a. Musholla kita mesti bisa memberi solusi yang lebih cepat dan lebih menggirukan dari apa yang ditawarkan iblis b. sholatnya yang memperbaiki niatnya	
Konotasi		
Mitos		
Komunikasi persuasi: Bersedekah dengan ikhlas tidak harus dengan harta, Teknik komunikasi yang dilakukan Kyai Buchori adalah Teknik integrasi yaitu kemampuan si Kyai Buchori untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan para komunikannya melalui kata-kata verbalnya, sehingga diberi penjelasan bahwa mengajak warga untuk sedekah makanan untuk warga yang kelaparan adalah tepat.		

**Interpretasi dan Diskusi:**

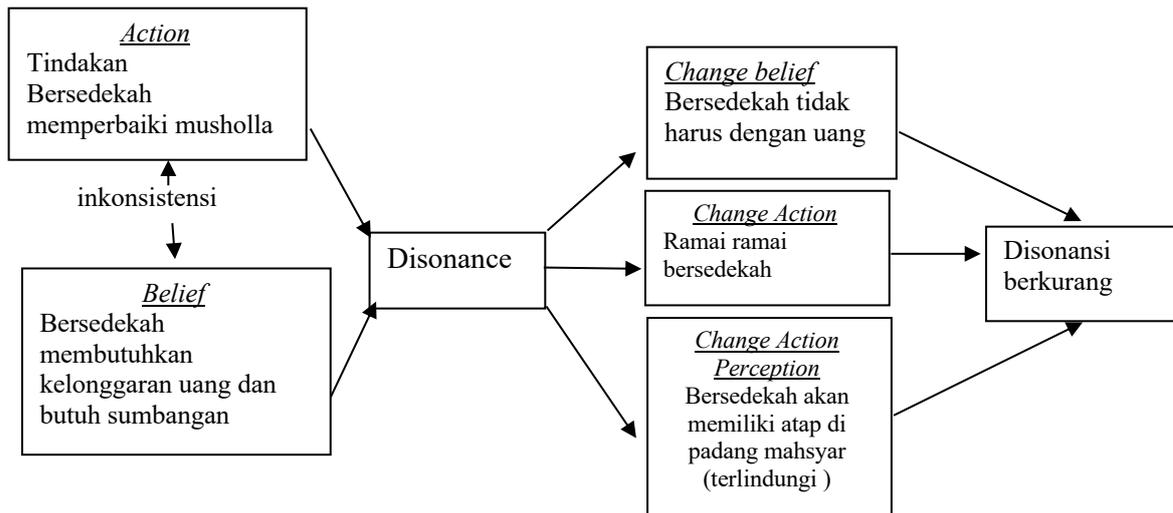
Dari hasil telaah pada denotasi, konotasi dan mitos pada komunikasi persuasi ajakan bersedekah maka menghasilkan tanda-tanda dalam 8 (delapan) pesan dengan kategori sebagai berikut: (1). Membangun Musholla dengan sedekah yang diupayakan cara sendiri tanpa meminta-minta dengan diupayakan sendiri (2). Bersedekah dengan membangun musholla dengan kekuatan sendiri (3). Bersedekah membangun atap di Padang Mahsyar. (4). Bersedekah dengan ikhlas. (5). Bersedekah untuk menopang diri kita dari panasnya Arsy (matahari) di Padang Mahsyar di akhirat nantinya. (6). Bersedekah tanpa terlihat. (7). Bersedekah segera dengan yang dimiliki (8). Bersedekah tidak ada dengan harta. Keselarasan temuan apabila disandingkan dengan manfaat sedekah yaitu: (1). Sedekah harta. Manusia diciptakan oleh Allah SWT semata-mata untuk menuruti perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Di dalam kehidupan sehari-hari manusia berlomba-lomba bekerja dan berupaya untuk menghasilkan uang agar kebutuhan pribadi dan keluarganya tercukupi. Allah yang menjadikan manusia kaya atau miskin. Semua harta yang dimiliki hanya titipan dari Allah SWT, sebab itu adanya kewajiban memberikan sebagian harta kepada orang yang membutuhkan dan kepada orang miskin. Makna sedekah harta yang peneliti maksud yaitu harta berupa uang yang diberikan kepada orang lain dengan tujuan membantu dan mendapat ridho Allah SWT.

Ini yang dilakukan para warga dengan kemampuan yang sedikit mereka sisihkan hartanya untuk membantu membangun musholla (2). Memberi nasihat. Dalam ajaran islam sangat menganjurkan agar berbuat baik kepada sesama. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kondisi yang harmonis dalam tatanan masyarakat. Ini pula yang melecut setiap muslim agar memiliki kesadaran untuk berbuat kebaikan walaupun kadarnya kecil. Karena setiap kebaikan adalah sedekah. Memberikan nasihat juga termasuk sedekah. Memberikan nasihat kepada orang lain yang sedang membutuhkan akan menjadi sedekah apabila mengajak kepada nasihat kebaikan. Ini yang dilakukan Kyai Buchori yang selalu memberi nasehat walaupun terkadang di cap sebagai Kyai yang kebablasan. (3). Amar maruf nahi munkar. Amar maruf nahi munkar memiliki arti yaitu mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada keburukan. Amar maruf nahi munkar menjadi salah satu makna dakwah. Sedekah merupakan suatu kebaikan yang diajarkan di dalam agama Islam. Kemudian apabila seseorang mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada keburukan, artinya ia telah bersedekah. Amar maruf nahi munkar disebut sebagai sedekah, karena untuk merealisasikan amar maruf nahi munkar seseorang perlu mengeluarkan tenaga, pikiran, waktu dan perasaannya.

Semua hal tersebut terhitung sebagai sedekah. Bahkan jika dicermati secara mendalam, umat ini mendapat julukan *khoiru ummah*, karena memiliki misi amar maruf nahi munkar (Afifah et al., 2022). Ini yang tercermin pada saat Kyai Buchori membuat acara masak masak dapur umum supaya makanan bisa dibagikan ke warga, dan pada akhirnya maling di kampung tersebut tidak ada karena warga tidak lapar. Ini perbuatan baik Kyai Buchori yang juga akhirnya bisa membuka kesadaran Ichsan (mantan maling) untuk mau sholat di musholla dan tidak berbuat jahat lagi. (4). memberi makan. Sedekah tidak membuat seseorang menjadi miskin, dengan bersedekah akan melimpahkan rezeki kepada si pemberi. Bersedekah mendatangkan ketenangan jiwa dan kebahagiaan batin. Ini yang dilakukan Kyai Buchori untuk membuka dapur umum dan memberi makan warga dengan bekerjasama dengan warga. Sedangkan pada bentuk komunikasi persuasif yang dibangun menggunakan tehnik: 1) Teknik Integrasi yaitu dengan kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan, 1) Teknik ganjaran, Teknik ganjaran adalah kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-imingi hal yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan, 3) Teknik penasiran pesan yaitu Teknik menfasirkan pesan dengan cara acara tertentu yang khas.

Pada pembahasan unsur unsur pada komunikasi persuasif yang ada adalah Persuader sebagai komunikator yang secara tidak langsung melakukan komunikasi bujukan, Persuade yaitu orang yang diberikan persuasi, dan dengan bentuk bentuk pesan komunikasi persuasif serta dengan efek efek yang diharapkan yang intinya adalah supaya musholla Baiturrahman di desa tersebut bisa dibangun dengan sedekah yang gunanya nantinya akan melindungi si pemberi sedekah tersebut dari panasnya Padang Mahsyar di akhirat kelak.

Pada Pembahasan Teori Disonansi kognitif yaitu suatu keadaan ketidaknyamanan mental atau psikologis yang disebabkan oleh ide, perilaku, keyakinan, emosi, atau perasaan yang bertentangan. Terjadi ketika seseorang menerima informasi tak terduga yang berbeda dari pengalaman masa lalunya. Mekanisme disonansi kognitif didasarkan pada situasi yang sederhana namun umum: kehadiran dua keinginan yang saling eksklusif. Disonansi adalah kebalikan dari keseimbangan yang diperjuangkan oleh otak kita. Menurut teori keseimbangan, orang lebih menyukai harmoni dan konsistensi dalam pengetahuan mereka tentang dunia. Sulit untuk berada dalam keadaan kecemasan yang tidak konsisten. Oleh karena itu, untuk mengurangi ketidaknyamanan psikologis, seseorang berubah pikiran, mencari alasan untuk perubahan itu, dan kemudian mengubah perilakunya supaya menjaga ketenangan pikirannya. Penampang temuan riset pada teori disonansi kognitif adalah sebagai berikut:



**Gambar 5.** Penampang temuan riset pada teori disonansi kognitif

Penampang tersebut menjelaskan bahwa pada isi pesan komunikasi di film ini terdapat keadaan ketidaknyamanan mental dan psikologis yang dialami oleh warga sekitar Musholla Baiturahim yaitu melihat kondisi musholla yang atapnya hampir roboh dengan kemampuan finansial warga sekitar yang minim. Hal ini kemudian menimbulkan ketidaknyamanan psikologis yang dialami para warga terhadap keputusan melakukan pemilihan apakah akan membetulkan musholla dengan menggalang sedekah, dan lain-lain. Sementara Kyai Buchori sebagai tokoh yang disegani sama sekali tidak mau membuat jaringan sedekah dengan cara meminta minta. Timbul kesedihan, kekecewaan, dan lain-lain atas mirisnya kondisi tersebut. Kemudian dilihat dari Wisdom of Purchase adalah ketidaknyamanan yang dialami warga tersebut mereka harus berupaya terus untuk berdikari, berdiri di atas kaki sendiri untuk mengupayakan dana padahal dalam keseharian mereka susah, kemudian Concern Over Deal adalah ketidaknyamanan yang dialami warga tersebut setelah mengeluarkan dana pribadi untuk sedekah dan lain-lain. Namun Kyai Buchori meyakini bahwa dia akan mengatasi musholla supaya sedekah itu bisa melindungi dari panas matahari di padang mahsyar.

Pada akhirnya para warga mengubah untuk mengurangi disonansi maka mereka melakukan dengan mengubah keyakinan untuk mengurangi perasaan tidak nyaman akibat disonansi yang muncul. Walaupun tidaklah mudah, contohnya pedagang bubur menyisihkan pendapatannya untuk bisa sedekah karena memang akan melindunginya di Padang Mahsyar nantinya. Arul menjual kameranya untuk membantu warga beli beras, dan lain-lain. Kemudian pada konteks menambah keyakinan baru, yaitu bahwa apa yang dilakukan untuk bersedekah tersebut justru akan mendapat manfaat lainnya yang positif. Sebagai contoh dengan mengeluarkan dana musholla yang awalnya untuk membangun atap musholla akhirnya untuk memberi makanan warga, sehingga warga tidak kelaparan. Pada akhirnya maling yang tadinya sering terjadi dikampung tersebut akhirnya tidak ada maling lagi. Kang Darsa yang berlelah-lelah menawarkan jasanya ke kota dengan berjalan kaki akhirnya kakinya malah pulih bisa berjalan dan tidak sakit lagi.

Pada akhirnya pada konteks membenarkan tindakan yaitu bahwa mereka akan memiliki Atap di Padang Mahsyar dengan harta sedikit yang mereka keluarkan baik harga benda atau jasa atau tenaga. Sehingga penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Norlailia, 2018) yang menyatakan bahwa peneliti menemukan banyak sekali pesan moral Islami dalam film Kurang Garam terutama dengan berusaha dan berdoa kepada Allah serta mengimbangi dengan mengamalkan ajaran-ajaran agama Islam dengan melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya niscaya Allah pasti akan mengabulkan doa-doa hambanya. Apabila kita diberi nikmat maka bersyukur niscaya Allah juga akan menambah nikmat tersebut. Dalam kaitannya, objek disini terlihat pada gaya bicara, gestur tubuh dan dialog yang muncul sebagai tanda lalu diproses oleh peneliti dan kemudian hasilnya disimpulkan menggunakan bahasa peneliti. Selanjutnya interpretant merupakan interpretasi seseorang tentang tanda. Pada hakikatnya, representamen dan interpretant adalah tanda, hanya saja representamen hadir mendahului interpretant. Interpretant dalam film Kurang Garam ini merupakan penafsiran peneliti yang dihasilkan dari representamen

## Simpulan

Dari hasil telaah pada tanda-tanda semiotika mulai dari denotasi, konotasi dan mitos pada komunikasi persuasi ajakan bersedekah maka dapat disimpulkan bahwa menghasilkan 8 (delapan) tanda-tanda dengan kategori kategori tertentu. Perwujudan komunikasi persuasifnya ditampilkan dengan tiga jenis teknik komunikasi persuasif yang melibatkan unsur-unsur mulai dari persuader, persuade, hingga pesan ajakan bersedekah tersebut dan efek yang diharapkan merupakan ajakan bersedekah. Pada konteks implementasi teori disonansi kognitif maka akibat dari suatu keadaan yang tidak nyaman yang digambarkan dalam film tersebut yaitu kondisi keprihatinan bersama atas kondisi musholla Baiturahim tersebut pada akhirnya memotivasi para pelaku dalam film tersebut untuk mengambil langkah-langkah penting dalam kehidupan mereka sehingga ketidaknyamaan yang dirasakan menjadi berkurang. Dengan demikian tentunya film ini mampu memberikan makna sisi baik dan positif yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dengan menerapkan sedekah sehingga dapat membawa perubahan yang lebih baik kepada masyarakat pada umumnya.

## Referensi

- Afifah, A. A. N., Soleman, R., & Mulyadi, S. (2022). Penafsiran Ayat Dan Hadits Sedekah Dalam Perspektif Islam.
- Antara Sumsel. (2021). Sutradara "Atap Padang Mahsyar" Cerita Islam "Pinggir Jalan."
- Asri, R. (2020). Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (Nkcthi)." *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 74–86.
- Bastomi, H. (2016). Dakwah Melalui Gerakan Bersedekah: Tinjauan Implementasi Program Pada Pppa Darul Qur'an. *Jurnal Md*, 2(2).
- Elzaky, J. M. (2011). *Buku Induk Mukjizat Kesehatan Ibadah*, Terj. Dedi Slamet Riyadi, (Jakarta: Zaman, 2011).
- Fernandes, H. P. (2014). *Analisis Semiotika Film*. Vi, 139.
- Hanriwibawa, D., Syakir, S., & Harto, D. B. (2017). Kisah Keajaiban Sedekah Sebagai Sumber Inspirasi Dalam Komik. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 6(2), 75–84.
- Harahap, R. R., & Hendra, T. (2022). Pesan Dakwah Dalam Film Rentang Kisah (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Journal Of Da'wah*, 1(2), 209–236.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan Dan Strategi*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Herlina, N., Amin, D. E. S., & Aziz, R. (2019). Pesan Dakwah Dalam Novel Athirah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(4), 344–362.
- Ibrahim, I. S. (2007). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape Dan Mediascape Di Indonesia Kontemporer*. Jelasutra.
- Jamal Elzaky. (2011). *Buku Induk Mukjizat Kesehatan Ibadah*. Zaman
- Lasnaz Aql. (2022). *Keutamaan Sedekah Menurut Al Qur'an Dan Hadist*.
- Mudjiono, Y. (2020). *Kajian Semiotika Dalam Film*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 125–138.
- Norlailia, S. (2018). *Analisis Semiotika Pesan Moral Islami Dalam Film Kurang Garam*. Uin Sunan Ampel Surabaya.
- Nurhasanah, C. (2021). *Analisis Semiotika Makna Berbagi Pada Video Lazismu Berjudul Sarung Berlubang*. *Inteleksia-Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 2(2), 327–350.
- Rivers, L. W. (2004). *Media Massa Dan Masyarakat Modern*. Jakarta : Prenada Media.
- Rohmaniah, A. F. (2021). *Kajian Semiotika Roland Barthes*. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(2), 124–134.
- Sami, A., & Ryandono, M. N. H. (2014). *Dampak Shadaqah Pada Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus: Testimoni 4 Pengusaha Muslim Di Surabaya)*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1(3), 205–220.
- Sobur, A. (2012). *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Analisis Wacana*. *Analisis Semiotika, Dan Analisis Framing*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Cv Alfabeta.