

**Komunikasi Persuasif Berbasis Islam dalam Film Naruto
Studi Semiotika Roland Barthes**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas PTIQ Jakarta untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

SKRIPSI



**Universitas
PTIQ Jakarta**

Diajukan Oleh:
Fikri Hidayatulloh
NIM: 191210020

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PTIQ JAKARTA
2023**

**Komunikasi Persuasif Berbasis Islam dalam Film Naruto
Studi Semiotika Roland Barthes**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas PTIQ
Jakarta untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

SKRIPSI

Diajukan Oleh:
Fikri Hidayatulloh
NIM: 191210020

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH dan ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PTIQ JAKARTA
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan judul skripsi : Komunikasi Persuasif Berbasis Islam dalam Film
Naruto (Studi Semiotika Roland Barthes)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Fikri Hidayatulloh

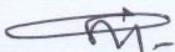
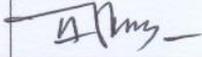
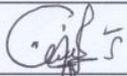
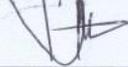
NIM : 191210020

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqosah yang
diselenggarakan pada hari Jumat, tanggal 08 September 2023.

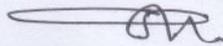
TIM PENGUJI

No	Nama Penguji	Jabatan Tim	Tanda Tangan
1.	Dr. H. Topikurohman, M.A.	Ketua Sidang	
2.	Drs. Ahmad Fahrudin, M.Si.	Penguji I	
3.	Agustriani Muzayanah, MA.	Penguji II	
4.	Dr. Ellys Lestari Pambayun, M.Si.	Pembimbing I	
5.	Sri Hayati. S. Pd.	Sekretaris Sidang	

Jakarta, 23 Juni 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas PTIQ Jakarta



(Dr. H. Topikurohman, M.A.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi:

**Komunikasi Persuasif Berbasis Islam dalam Film Naruto
(Studi Semiotika Roland Barthes)**

Disusun Oleh:

Fikri Hidayatulloh

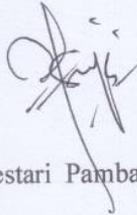
NIM: 191210020

Telah selesai kami bimbing dan setuju untuk selanjutnya diujikan.

Jakarta, 24 Agustus 2023

Menyetujui,

Pembimbing 1

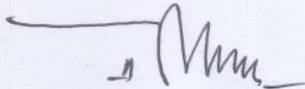


(Dr. Ellys Lestari Pambayun, M.Si)

Mengetahui,

Ketua Prodi

Komunikasi dan Penyiaran Islam



(Drs. Ahmad Fahrudin, M.Si.)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fikri Hidayatulloh
NIM : 191210020
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Persuasif Berbasis Islam dalam Film Naruto
(Studi Semiotika Roland Barthes)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sebelumnya. Apabila di kemudian hari saya terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di lingkungan Universitas PTIQ Jakarta dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 24 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



(Fikri Hidayatulloh)

MOTTO

“Hiduplah Seperti Kentut, Diam-diam Menggemparkan”

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'aalamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Makna Dakwah Tauhid dalam Puisi Religius Karya Chairil Anwar (Analisis Semiotika Michael Riffaterre)."

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW atas risalah yang telah disampaikan kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Nasaruddin Umar, MA., selaku Rektor Universitas PTIQ Jakarta, beserta segenap pimpinan Universitas PTIQ Jakarta dan para stafnya.
2. Bapak Dr. H. Topikurohman, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas PTIQ Jakarta.
3. Bapak Drs. Ahmad Fahrudin, M.Si, selaku Kepala Program Pendidikan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas PTIQ Jakarta.
4. Ibu Dr. Ellys Lestari Pambayun, M.Si, selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk maupun saran yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Kepada orang tua tercinta yang telah melahirkan, merawat, mendidik dan terus membimbing penulis dengan penuh kasih sayang, serta para saudara, dan kerabat penulis yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu atas dukungan serta motivasinya dalam proses pembuatan skripsi ini.
6. Kepada diri sendiri yang telah berjuang dan berdoa dengan sungguh-sungguh sehingga akhirnya skripsi yang cukup sulit dikerjakan ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Sahabat-sahabat penulis yang telah menginspirasi, memotivasi, menemani, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman kelas KPI A atas kebersamaannya dalam menuntut ilmu di Universitas PTIQ Jakarta.
9. Teman-teman mahasiswa seperjuangan yang selalu saling mengingatkan dan bertukar informasi tentang banyak hal, sehingga skripsi ini dapat rampung sesuai target yang telah ditentukan.

10. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan, motivasi, dorongan serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menantikan kritik dan saran yang sifatnya membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap semoga Allah SWT selalu memberi petunjuk dan kita semua selalu dalam lindungan-Nya. Amin.

Jakarta, 24 Agustus 2023
Penulis

Fikri Hidayatulloh
NIM: 191210020

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan denotasi dan konotasi roland barthes	26
Tabel 4. 1 Analisis Scene Pertama	36
Tabel 4. 2 Analisis Scene Kedua.....	39
Tabel 4. 3 Analisis Scene Ketiga	42
Tabel 4. 4 Analisis Scene Keempat.....	45
Tabel 4. 5 Analisis Scene Kelima	48
Tabel 4. 6 Analisis Scene Keenam.....	51
Tabel 4. 7 Analisis Scene Ketujuh	54
Tabel 4. 8 Analisis Scene Kedelapan	57

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
B. Landasan Teori.....	13
C. Kerangka Konseptual.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Sumber Data.....	29
C. Teknik Pengumpulan Data.....	30
D. Keabsahan Data.....	30
E. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
A. Profil Film Naruto The Movie Road To Ninja.....	32
B. Sinopsis Film Naruto The Movie “Road to Ninja”.....	33
C. Analisis Film Naruto The Movie “Road to Ninja” Secara Denotasi, Konotasi, dan Mitos	36
D. Komunikasi Persuasif Berbasis Islam Dalam Film Naruto The Movie “Road to Ninja”	59

BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Komunikasi Persuasif Berbasis Islam dalam Film Naruto (Studi Semiotika Roland Barthes). Film Naruto merupakan salah satu film bergenis animasi yang diadopsi dari manga Jepang karya Masashi Kishimoto. Film Naruto merupakan film serial animasi yang memiliki jumlah episode sangat banyak, namun dalam penelitian ini penulis mengambil episode Naruto The Movie “Road to Ninja” untuk penulis teliti. Penelitian pada film Naruto The Movie “Road to Ninja” berfokus pada komunikasi persuasif yang memiliki nilai-nilai Islam di dalamnya. Penelitian ini bertujuan menganalisis komunikasi persuasif berbasis Islam yang ada di dalam film Naruto The Movie “Road to Ninja”. Dalam melakukan analisis, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Sumber data primer dari penelitian ini adalah film Naruto The Movie "Road to Ninja" dan data sekunder berasal dari buku dan jurnal terkait. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui komunikasi persuasif berbasis Islam yang terdapat pada film animasi Naruto The Movie “Road to Ninja” dapat terlihat melalui pesan persuasi yang disampaikan sejalan dengan ajaran Islam yang ada di dalam Al-Qur’an, teknik komunikasi persuasif yang digunakan sejalan dengan teknik komunikasi yang dilakukan di dalam Al-Qur’an, dan etika komunikasi dalam Al-Qur’an yang terkandung di dalam setiap adegan komunikasi persuasif yang dijadikan sampel oleh peneliti.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Islam, Film Naruto

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia memiliki ketertarikan yang lebih untuk menikmati tayangan film, dapat dilihat dari antusias masyarakat untuk menonton film.¹ Hal ini bisa dilihat dari semakin menjamurnya stasiun televisi di Indonesia, seperti SCTV, RCTI, ANTV, Global TV, MNCTV, Indosiar, Trans TV, Trans 7, Metro TV, News TV, Kompas TV, Net TV, TVOne, Jak TV, dan masih banyak lagi stasiun TV yang ada di Indonesia.²

Salah satu jenis film yang digemari di Indonesia adalah film animasi. Film animasi yang beredar di Indonesia cukup banyak, baik film animasi tersebut memiliki nilai edukasinya ataupun tidak memiliki nilai edukasi. Beberapa film animasi yang beredar di Indonesia antara lain "Si AA" dari RANS Entertainment Studio, "Riko the Series" dari Garis Sepuluh, "Petualangan si Unyil Animasi" dari Kumata Studio, "Kiko" dari MNC Animation Studio, "Keluarga Somat" dari Dreamtoons Animation Studios, "Dalang Pelo" karya Nur Alif Ramadhan, "Si Nopal" karya Naufal Faidurrazak, "Nussa & Rarra" dari The Little Giant Studios, serta "Adit & Sopo Jarwo" dari MD Animation Studios.³

Selain film-film animasi yang di produksi di Indonesia, banyak film animasi yang beredar di Indonesia merupakan film animasi yang berasal dari luar negeri seperti Jepang. Di Jepang film animasi lebih dikenal dengan sebutan anime. Beberapa di antara film-film tersebut adalah Astro Boy, Doraemon, Dragon Ball, Naruto, Boruto, Rurouni Kenshin (Samurai X), Tokyo Ghoul, Shingeki no Kyojin (Attack on Titan), Sword Art Online (SAO), Blue Giant, My Hero Academy, dan masih banyak lagi. Menurut data dari Google, Indonesia memiliki dua kota besar yang menjadi penggemar anime, yaitu Surabaya dan Jakarta. Kedua kota ini

¹ Cut Afrina, Bustamin, Saifuddin Rasyid, Iwin Ardyawin, Adripen, Rahma Fira Yendri, dan Khofifah, Educational Film Screening as an Innovation for Padang Panjang City Library Services, *Jurnal Ekspresi Seni: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni*, vol. 23 no. 2, 2021, Hal. 448-449.

² Nur Hamzah, Elfan Fanhas, dan Maulidya Ulfa, Tontonan anak di Televisi: Paradoks dan Kontestasi Nilai Tontonan Anak di Media Televisi Nasional, *Jurnal Obsesi*, vol. 5 no. 2, 2021. Hal. 1884.

³ Ardy Aprilian Anwar, Nurulita Widiyanti, dan Magda Amalia Sumbodo, Persepsi peran efek suara pada serial animasi garapan rumah-rumah produksi di Indonesia, *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film*, vol. 6 no. 2, 2022, hal. 147.

menempati posisi ke-13 dalam daftar tersebut, di atas kota Santiago, Chili yang berada di peringkat 14 dan di bawah kota Riyadh, Arab Saudi yang berada di peringkat 12. Anime menjadi mudah dicintai oleh siapa pun karena memiliki cerita berkualitas dan penyajian gambar yang menarik.⁴

Animasi merupakan film yang dihasilkan dari beberapa gambar yang disusun secara berurutan dan kemudian diputar sehingga menghasilkan efek bergerak.⁵ Animasi sendiri merupakan proses penciptaan efek gerak atau perubahan bentuk pada objek dalam waktu tertentu. Ada dua pandangan yang mengemukakan tentang definisi animasi, yaitu pandangan Djalle dkk dalam Wibawa (2011) dan Binanto dalam Paramitha (2014). Menurut Djalle dkk, animasi adalah proses penciptaan efek gerak atau efek perubahan bentuk yang terjadi selama beberapa waktu. Sementara itu, Binanto menyatakan bahwa animasi adalah hasil dari proses menampilkan objek-objek gambar sehingga gambar yang ditampilkan akan tampak hidup. Tidak hanya menghidupkan, animasi juga memberikan karakter kepada objek-objek tersebut.⁶

Animasi, secara umum, mengacu pada proses menghidupkan urutan gambar atau model yang direkam atau digerakkan untuk menciptakan ilusi gerakan. Animasi terdiri dari model-model grafis yang diberikan gerakan dan sering disebut sebagai motion graphic atau gambar bergerak. Proses pembuatan animasi melibatkan banyak gambar yang diatur sedemikian rupa untuk menciptakan ilusi gerakan. Tujuannya adalah untuk menipu mata manusia agar percaya bahwa gambar tersebut bergerak. Melalui perubahan sedikit demi sedikit yang teratur, benda mati dapat memberikan kesan hidup dalam animasi. Animasi dibedakan dari seni lain yang menghidupkan benda mati melalui gerakan seperti wayang atau boneka, oleh karena itu biasanya disebut sebagai film animasi.⁷

⁴ Toi Yamane, Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang di Indonesia, *Jurnal Ayumi*, Vol 7 no. 1, 2020, hal. 72-76

⁵ Ilham Zoebazary, *Kamus Istilah Televisi & Film*, cet pertama (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama: 2010) hal. 106.

⁶ Yenni Mariana, Film Animasi 3D Jurnalis Sindo, *BESAUNG: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, vol. 2 no. 1, 2017, hal. 18.

⁷ Muhammad Alamsyah Try Putra, Nataniel Dengen, dan Andi Syakir, Iklan Layanan Masyarakat Tentang Bahaya Banjir Berbasis Multimedia Animasi Motion Graphic, *Jurnal Prosiding Seminar Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi* vol, 2 no. 2, 2017, hal. 61.

Berbagai jenis animasi telah berkembang, termasuk animasi 3D yang telah menjadi kebutuhan penting di dunia. Menurut Beane dalam Hartono (2015), animasi 3D sudah menjadi salah satu industri terbesar di dunia hiburan, khususnya di industri film animasi. Ada dua jenis film animasi, yaitu film animasi murni dan film efek visual. Animasi 3 dimensi merupakan salah satu bagian dari grafis tiga dimensi. Sedangkan menurut Aditya dalam Paramitha (2014), animasi 3D adalah animasi yang berwujud tiga dimensi meskipun bukan dalam bentuk 3D yang sebenarnya, yaitu bukan fisiknya, namun dalam wujud 3D dalam layar kaca 2D.

Kelebihan animasi 3D dibandingkan dengan animasi 2D adalah memiliki dimensi kedalaman (Z). Animasi 3D ini merupakan penggabungan antara jenis animasi terdahulu dan berkembang menjadi animasi yang terlihat lebih menyerupai manusia yang asli. Dari berbagai teori yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa animasi merupakan teknik dalam pembuatan karya audio visual yang memanfaatkan pengaturan waktu dalam gambar, yang terdiri dari beberapa potongan gambar yang bergerak sehingga terlihat nyata. Animasi 3D menjadi bagian penting dalam industri hiburan, khususnya di dunia film animasi, karena mampu memberikan pengalaman visual yang lebih realistis dan menarik bagi penonton.⁸

Pada perkembangannya, animasi memiliki sejarah yang dimulai sebelum sinematografi. Manusia telah mencoba menggambarkan gerakan sejak zaman Paleolitikum. Wayang kulit dan Lentera ajaib muncul sekitar tahun 1659, memproyeksikan gambar di layar baik secara manual maupun dengan mesin sederhana. Pada tahun 1833, cakram stroboskop atau "Tenakistiskop" memperkenalkan prinsip animasi stroboskop modern, dasar bagi sinematografi di masa depan. Antara tahun 1895 dan 1920, dengan berkembangnya industri film, muncul teknik animasi unik seperti stop-motion dengan objek, boneka, tanah liat, atau guntingan, serta animasi menggambar atau melukis.

Animasi tangan, terutama di atas sel, menjadi teknik utama dalam abad ke-20 dan dikenal sebagai animasi tradisional. Pada pergantian milenium, animasi komputer menjadi dominan, kecuali di Jepang yang tetap populer dengan anime. Animasi komputer menampilkan tampilan tiga dimensi yang detail, meskipun ada gaya animasi lain yang dihasilkan

⁸ Yenni Mariana, Film Animasi 3D Jurnalis Sindo, hal. 18-19.

atau disimulasikan dengan komputer. Animasi komputer dengan tampilan relatif dua dimensi, garis besar mencolok, dan sedikit bayangan umumnya masih dianggap sebagai "animasi tradisional". Contohnya, film "The Rescuers Down Under" (1990) merupakan salah satu film pertama yang dibuat sepenuhnya dengan komputer, tanpa kamera, dengan gaya yang hampir tak dapat dibedakan dari animasi sel tradisional.⁹

Sejarah animasi Indonesia dimulai pada tahun 1955 ketika Dikut Hendronoto belajar animasi di Disney Amerika atas perintah Presiden Soekarno. Film animasi pertama, "Si Doel Memilih," menjadi tonggak perkembangan animasi modern di Indonesia. Kemudian, muncul film-film seperti "Timun Mas" (1979) dan "Si Unyil" (1981) yang mengangkat cerita lokal dengan konten khas Nusantara. Meskipun menghadapi tantangan domestik animasi luar negeri, animasi Indonesia terus berkembang dengan pengaruh budaya yang beragam. Pada tahun 1989, berdirilah RCTI sebagai stasiun televisi swasta pertama di Indonesia dan diikuti oleh stasiun televisi swasta lainnya yang menjadi tantangan baru bagi film animasi lokal. Karena, televisi swasta lebih banyak membeli serial animasi luar negeri daripada produksi animasi lokal.

Pada tahun 1998-2005, muncul studio animasi lokal Bening dan Red Rocket menjadi bintang di Indonesia. Studio Bening memproduksi serial animasi berbasis budaya lokal seperti "Petualangan Si Kancil" dan "Hang Tuah." Sementara itu, Red Rocket memulai karirnya dengan mengerjakan proyek-proyek iklan televisi dan menghasilkan serial animasi seperti "Dongeng Aku dan Kau" yang mengadopsi kisah-kisah folklor Indonesia, pada tahun 2000 dengan bantuan Indosia dan Nestle. Pada tahun 2003 dan 2004, terdapat film animasi yang pertama kali tayang di bioskop, yaitu film animasi "Janus Prajurit Terakhir" dan "Homeland". Dalam perkembangannya Indonesia memiliki dua tipe animasi, yaitu yang mengusung tema budaya lokal dan tidak mengusung budaya lokal.¹⁰

⁹ Daniel Mikelsten, *Sejarah Film: Animasi, Blockbuster, dan Sundancee Institute*, vol. 3 (Cambridge Stanford Books) https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=mx8rEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=sejarah+film+animasi&ots=MrcqpzDg07&sig=ILDestKA0Q3dv4nTcd7Gobb0wcE&redir_esc=y#v=onepage&q=sejarah%20film%20animasi&f=false

¹⁰ Andrian Wikayanto, *Representasi Budaya Dan Identitas Nasional Pada Animasi Indonesia*, *journal artesh*, 2018. Hal. 4-8.

Saat ini banyak sajian film yang tidak sesuai dengan usia dari penontonnya yang akan berpengaruh pada kondisi moral dari para generasi muda.¹¹ Selain itu, saat ini banyak film-film remaja juga mengabaikan moralitas dan memperlihatkan pergaulan antara laki-laki dan perempuan yang cenderung tidak memakai norma yang ada di negara ini.¹² Dari sinilah, kemudian diperlukannya sebuah kajian terhadap film, sehingga dapat melihat nilai-nilai edukasi yang terkandung di dalamnya, seperti ilmu komunikasi. Salah satu film yang dapat diambil edukasi mengenai komunikasi adalah film animasi *Naruto*.

Naruto merupakan sebuah film animasi yang berasal dari Jepang. Film ini merupakan film yang diangkat dari komik buatan Masashi Kishimoto Serial manga atau komik *Naruto*, yang diadaptasi menjadi serial anime, merupakan karya Masashi Kishimoto. Cerita manga *Naruto* berkisah tentang kehidupan tokoh utamanya, *Naruto Uzumaki*, seorang Ninja yang memiliki sifat hiperaktif, periang, dan ambisius. *Naruto* bercita-cita untuk menjadi Hokage, pemimpin dan Ninja terkuat di desanya. *Naruto* lahir sebagai anak yatim piatu setelah orang tua dan desanya diserang oleh musuh. Meskipun kedua orang tuanya menyelamatkan desanya dan dirinya, *Naruto* tumbuh tanpa kasih sayang orang tua dan teman. Satu-satunya orang yang selalu memperhatikan *Naruto* adalah guru Iruka Umino. Namun, *Naruto* sering merasa kesepian dan sedih ketika rekan-rekannya mendapatkan pujian dari orang tua mereka, sementara ia harus hidup mandiri tanpa orang tua dan teman.¹³

Alasan *Naruto* menjalani hidup kesendirian, karena dalam tubuhnya tersegel monster rubah berekor sembilan, hal tersebutlah yang membuat banyak orang menghindarinya. Ayahnya, Minato, yang juga merupakan Hokage, dan ibunya, Kushina, meninggal saat monster rubah itu menyerang desa Konoha pada hari kelahiran *Naruto*. *Naruto* tumbuh menjadi seorang anak yang nakal dan terkenal karena keonarannya. Hal ini dilakukan demi mendapatkan perhatian warga desa yang kerap

¹¹Carmia Diahloka, Pengaruh Sinetron Televisi Dan Film Terhadap Perkembangan Moral Remaja, *Jurnal Reformasi*, vol. 2 no. 1, 2012. Hal. 23.

¹² Sumadin dan Sri Wahyuni, Pengaruh Sinetron Remaja Terhadap Karakter Peserta Didik, *Jurnal Al-Mau'izah*, vol. 1 no. 1, 2018, hal. 80

¹³ Faizal Firdaus E F, Judhi Hari Wibowo, dan Muchamad Rizqi, *Analisis Pesan Moral Dalam Serial Anime Naruto The Movie "Road To Ninja" karya Masashi Kishimoto (Analisis Semiotika Ronald Barthes)*, (Surabaya: FISIP Untag, 2018)

menjauhinya karena takut monster rubah tersegel di dalam tubuhnya akan terbuka dan menghancurkan desa Konoha lagi.¹⁴

Di serial anime Naruto, terdapat banyak nilai kehidupan yang dapat dipelajari. Salah satu nilainya adalah semangat hidup yang tinggi. Naruto yang hidup sebagai yatim piatu dan dibenci oleh penduduk desa karena tersegel Kyubi di dalam tubuhnya, memiliki semangat hidup yang sangat tinggi. Ia tidak pasrah dengan kekurangan yang dimilikinya, namun justru menjadi pondasi untuk terus berbuat kebaikan dan semakin kuat. Ia memiliki cita-cita menjadi Hokage dan berusaha keras untuk mewujudkannya. Nilai keberanian juga tergambar dalam Naruto.

Selain Naruto sendiri, banyak tokoh lain yang memiliki sifat pemberani. Dalam satu episode, Asuma Sarutobi bahkan mengorbankan nyawanya demi keselamatan rekan-rekannya. Keberanian ditunjukkan dalam mengambil risiko besar dan bertanggung jawab demi kebenaran. Kasih sayang juga menjadi nilai kehidupan yang diwujudkan dalam anime Naruto. Guru-guru di akademi Ninja Konoha memiliki kasih sayang yang besar terhadap murid-murid mereka dan melindungi serta memberikan perhatian layaknya anak sendiri. Selain itu, nilai kesetiakawanan juga diwujudkan dalam Naruto. Sikap mendahulukan kepentingan orang lain sebelum diri sendiri ditunjukkan dalam anime ini.¹⁵

Dari film animasi Naruto, salah satu ilmu komunikasi yang dapat diperoleh adalah komunikasi persuasif. Terdapat beragam definisi komunikasi persuasif dari para ahli. Menurut Kamus Ilmu Komunikasi, komunikasi persuasif adalah proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang melalui manipulasi psikologis. Selain itu, komunikasi persuasif juga sebagai ajakan atau bujukan agar orang bertindak sesuai dengan keinginan komunikator. Devito menekankan usaha mengubah atau memperkuat sikap khalayak atau mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu melalui penggunaan pesan dan fokus pada karakteristik komunikator dan pendengar.¹⁶ Upaya persuasif berfokus pada perubahan atau penguatan sikap atau kepercayaan khalayak, dan mengajak mereka

¹⁴ Ni'mah Setya Asih, Integrasi Antara Nilai-nilai Kehidupan Di Anime Naruto Dan Nilai-nilai Pendidikan Agama Islam, *Al-Munqidz: Jurnal Kajian Keislaman*, vol. 8 no. 2, 2020, hal. 215-216.

¹⁵ Asih, Integrasi Antara Nilai-nilai Kehidupan Di Anime Naruto Dan Nilai-nilai Pendidikan Agama Islam, hal. 216-218.

¹⁶ Nisful Laily Zain, "Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa", *Jurnal Nomosleca*, vol. 3 no. 2, 2017, hal, 298.

untuk bertindak sesuai kehendak komunikator. Persuasi memiliki arti upaya merubah sikap melalui pesan, dengan memperhatikan karakteristik komunikator dan pendengar.¹⁷

Ajaran-ajaran mengenai prinsip-prinsip komunikasi persuasif terkandung dalam Al-Quran, yang perlu diperhatikan dan diinterpretasikan dengan perspektif ilmu sosial, terutama dalam bidang komunikasi. Hal yang sama juga dapat ditemukan dalam hadits Nabi Muhammad SAW yang memuat prinsip-prinsip komunikasi, yang dapat dianggap sebagai bagian dari ilmu dakwah dalam konteks Agama Islam. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa Agama Islam memberikan panduan menuju keselamatan dan pengetahuan yang dapat diakses oleh seluruh umat manusia melalui tiga bentuk komunikasi persuasif, yaitu teknik komunikasi persuasive red herring, pay off idea, dan fear arousing.¹⁸ Persuasi adalah sebuah situasi yang bertujuan mengubah perilaku melalui pesan simbolik yang tidak memaksa dan melibatkan emosi, serta menggunakan lambang verbal dan nonverbal. Dalam Al-Quran, aktivitas persuasi harus dilakukan dengan metode yang benar dan penggunaan kata-kata yang baik dan efektif. Allah Swt. menekankan pentingnya perkataan yang baik dalam Al-Quran.¹⁹

Dalam cerita Naruto, terdapat banyak karakter yang berinteraksi satu sama lain dengan berbagai tujuan dan motivasi yang berbeda. Salah satu contoh karakter yang memiliki kemampuan komunikasi persuasif yang kuat adalah Sasuke Uchiha. Sasuke memiliki kemampuan untuk mempengaruhi orang lain dengan kata-katanya dan juga tindakannya, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Selain Sasuke, terdapat juga karakter lain seperti Naruto Uzumaki, Kakashi Hatake, dan Sakura Haruno yang memiliki kemampuan komunikasi persuasif yang dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti kehendak mereka. Pola komunikasi antara para tokoh dalam

¹⁷Isma'iyah Sholichati, *KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM PEMBELAJARAN PADA FILM SOKOLA RIMBA (Analisis Semiotik Roland Barthes)*, skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, 2018, hal. 26.

¹⁸ Muhammad Saleh, Model Komunikasi Persuasif Dalam Persepektif Islam, *Jurnal Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, vol. 9 no. 2, 2019, hal. 112.

¹⁹ Ellys Lestari Pambayun, *Communication Quotien Kecerdasan Komunikasi dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*, cet, pertama, (Bandung: Remaja Rosdakarya: 2012) hal. 32-33.

Naruto juga bisa dianalisis untuk melihat cara mereka berkomunikasi dalam situasi tertentu, terutama komunikasi persuasif yang terjadi dalam Naruto.

Penelitian tentang komunikasi persuasif dalam film Naruto dapat dilakukan dengan melihat karakteristik dan pola komunikasi yang terjadi antara para tokoh di dalamnya. Penelitian tentang komunikasi persuasif dalam film Naruto dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana karakter-karakter dalam film tersebut menggunakan kata-kata dan tindakan mereka untuk mempengaruhi orang lain. Hal ini dapat bermanfaat dalam berbagai bidang, seperti ilmu komunikasi.

Selain itu, penelitian tentang komunikasi persuasif dalam film Naruto juga dapat memberikan wawasan baru tentang cara mempengaruhi dan memotivasi orang dalam kehidupan sehari-hari. Film Naruto memiliki banyak adegan yang memperlihatkan bagaimana komunikasi persuasif dapat membangkitkan semangat, mengubah sikap, dan mempengaruhi keputusan seseorang.

Melalui penelitian ini, dapat ditemukan karakteristik-karakteristik komunikasi persuasif yang efektif dan tidak efektif dalam film Naruto. Misalnya, karakter Sasuke Uchiha memiliki kemampuan persuasif yang kuat, namun kadangkala ia menggunakan metode yang tidak etis atau merugikan orang lain untuk mencapai tujuannya.

B. Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Minimnya komunikasi persuasif berbasis Islam dalam film-film animasi di Indonesia
- b. Pentingnya mengkaji komunikasi persuasif berbasis Islam dalam film Naruto sebagai media dakwah

2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini terfokus pada objek penelitiannya, maka penelitian ini diberikan batasan masalahnya, penelitian ini akan berfokus kepada adegan film yang mengandung komunikasi persuasif di dalam film Naruto The Movie “Road to Ninja” yang nantinya penulis akan melakukan tangkapan layar pada adegan tersebut.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, topik utama dalam pembahasan ini adalah bagaimana komunikasi persuasif berbasis Islam yang ada di dalam film Naruto “Road to Ninja” ditinjau dengan Semiotika Roland Barthes?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis rumusan masalah penelitian, yaitu menganalisis komunikasi persuasif berbasis Islam yang ada di dalam film Naruto episode The Movie “Road to Ninja” ditinjau dengan Semiotika Roland Barthes.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua aspek manfaat yang penulis temukan:

a. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini dapat digunakan sebagai penambah dan pengembangan wawasan terkait ilmu komunikasi, khususnya kajian komunikasi persuasif, film, dan semiotika. Dan menjadi rujukan ketika mencari referensi sebagai bahan pustaka, khususnya mencakup fakultas Dakwah Institut PTIQ Jakarta.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini ditujukan agar dapat diterapkan berdasarkan teori-teori semiotika yang ada. Selain itu, diharapkan dengan membaca dan mendalami penelitian ini baik pembaca maupun penulis mampu memahami komunikasi persuasif yang terjadi di dalam film Naruto. Selain itu, dengan memahami penelitian ini diharapkan pemikiran dapat berkembang agar dapat memahami film-film lainnya.

D. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan karya tulis ilmiah, terutama skripsi harus berdasarkan dengan objek yang diteliti serta pertimbangan yang membuat untuk melakukan penelitian tersebut. Tetapi, dalam sistematis penulisan merupakan hal yang berbeda pada setiap instansi. Sistematis penulisan setiap instansi memiliki pedomannya sendiri-sendiri.

Dalam penelitian ini, penulis berpedoman pada sistematis penulisan yang berlaku di Fakultas Dakwah Institut PTIQ Jakarta dengan menggunakan buku pedoman penulisan skripsi Fakultas Dakwah Institut PTIQ Jakarta. Penelitian ini terdiri dari lima bab dan masing-masing memiliki sub-sub bab, yaitu:

1. BAB I: Pendahuluan

Pada bab I memiliki empat sub bab, yaitu latar belakang masalah; identifikasi, pembatasan, dan rumusan masalah; tujuan dan manfaat penelitian; dan sistematika penulisan.

2. BAB II: Kajian Pustaka dan Landasan Teori

Pada bab II memiliki tiga sub bab, yaitu: kajian pustaka; landasan teori; dan kerangka konseptual.

3. BAB III: Metode Penelitian

Pada bab III memiliki empat sub bab, yaitu: jenis penelitian dan pendekatan; sumber data; teknik pengumpulan data; dan teknik analisis data.

4. BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab IV memiliki dua sub bab, yaitu: gambaran umum dari objek penelitian; dan pembahasan.

5. BAB V: Penutup

Pada bab V memiliki dua sub bab, yaitu: kesimpulan dan saran. Pada bab ini, penulis akan menjelaskan jawaban umum yang terdapat pada bab pendahuluan disertai dengan saran dari penulis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Untuk membantu penelitian yang penulis lakukan, kajian pustaka yang digunakan penulis berasal dari penelitian orang lain terdahulu. Penelitian terdahulu ini digunakan penulis sebagai bahan untuk memperbanyak teori-teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini kajian pustaka yang dijadikan penulis sebagai bahan rujukan untuk melakukan penelitian ini:

1. “Analisis Pesan Motivasi Dalam Film *Naruto The Movie Road To Ninja*” oleh Noninta Yasmilia, tahun 2018, Komunikasi Penyiaran dan Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Skripsi ini memfokuskan pada penelitian terhadap pesan motivasi yang terkandung di dalam film *Naruto The Movie Road To Ninja*. Menurut Noninta, penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa jauh film *Naruto* dapat memotivasi penontonnya agar memiliki sikap optimisme. Penelitian ini menggunakan pendekatan dekriptif dengan menggunakan analisis isi sebagai metodenya. Berdasarkan penelitian ini, terdapat empat kategori pesan motivasi, antara lain motivasi belajar, motivasi kerja keras, motivasi berperilaku baik, dan motivasi percaya diri. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah objek penelitiannya sama, yaitu film *Naruto*.
2. “Analisis Pesan Moral Dalam Serial Anime *Naruto The Movie “Road To Ninja*” karya Masashi Kishimoto (Analisis Semiotika Ronald Barthes)” oleh Faizal Firdaus E F, Judhi Hari Wibowo, dan Muchamad Rizqi, tahun 2018, Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Jurnal ini membahas tentang pesan moral psikologis yang terdapat di dalam film *Naruto* dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes. Jenis penelitian yang digunakan penulisnya adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pesan moral psikologis dalam film *Naruto* ini terdapat di dalam setiap scene filmnya. Pesan moral psikologis yang disampaikan dalam film ini salah satunya adalah pesan untuk berbakti kepada orang tua, karena orang tua adalah sebab adanya kita di sini. Persamaan penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian ini adalah objek penelitian yang dipilih sama, yaitu film *Naruto*.
3. “Peran Komunikasi Pesuasif Dalam Menyelesaikan Konflik Ideologi Pada Novel *Kambing Hitam*” oleh Elok Aria Chusna, Tahun 2022,

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta. Di dalam penelitian ini penulisnya berusaha untuk menggali peran dari komunikasi persuasif dalam menyelesaikan konflik ideologi yang terjadi dalam novel ini. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian tersebut adalah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Di dalam penelitian tersebut diketahui komunikasi persuasif yang digunakan untuk menyelesaikan konflik dengan menggunakan pujian untuk mengarahkan dan mempengaruhi, kemudian dengan menggunakan imbalan untuk menasehati dan mengarahkan, dan menggunakan perdebatan untuk mengarahkan lawan bicaranya supaya menyetujui apa yang dibahas. Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai komunikasi persuasif.

4. "Nilai Moral Dalam Anime Film *Naruto The Movie Road To Ninja* Karya Mashasi Kishimoto" oleh Dede Muhamad Halim Firmansyah dan Andri Noviadi, Tahun 2022, Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Galuh. Jurnal ini membahas mengenai nilai moral yang ada di dalam film *Naruto* ini dengan mendeskripsikannya. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif analisis. Hasil akhir yang diperoleh dari penelitian ini ditemukan tiga nilai moral yang ada dalam film *Naruto*, yaitu hubungan dengan diri sendiri, seperti berani, percaya diri, kerja keras, emosi kebahagiaan, dan berpendirian kuat. Hubungan dengan manusia lain dan lingkungan, seperti setia kawan, tolong menolong, cinta kasih, dan tanggung jawab. Hubungan dengan Tuhannya atau percaya adanya Tuhan. Persamaan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian ini adalah objek yang diteliti sama, yaitu *Naruto*.
5. "Analisis Komunikasi Persuasif Dalam Film "Miss Sloane" (Kajian Teknik Persuasif Menurut William S. Howell dan Charles Larson) oleh Sartika, Tahun 2021, STISIP Persada Bunda. Di dalam Jurnal ini membahas mengenai komunikasi persuasif yang terjadi dalam film *Miss Sloane*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan yang fokus pada sumber terkait teknik komunikasi persuasif. Teknik yang dikaji dari penelitian ini adalah teknik komunikasi persuasif dengan menggunakan pendekatan dari William S. Howell dan Charles Larson. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa teknik komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh William S. Howell dan Charles Larson banyak digunakan di kehidupan sehari-hari, seperti yang digambarkan dalam film ini. Penelitian yang

penulis lakukan dengan penelitian ini memiliki kesamaan terhadap subjek yang akan diteliti yaitu komunikasi persuasif.

Dari kajian pustaka terhadap lima penelitian terdahulu dan banyak lagi penelitian yang memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, tetapi penulis tidak menemukan penelitian yang membahas mengenai komunikasi persuasif dalam film *Naruto* sepanjang penelusuran penulis. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan penulis merupakan orang pertama yang meneliti komunikasi persuasif dalam film *Naruto*.

B. Landasan Teori

1. Komunikasi Persuasif

a. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan aktivitas untuk menginformasikan pesan atau permasalahan kepada orang lain dengan merayunya sehingga orang tersebut terpengaruh. Komunikasi persuasif dilakukan untuk memberikan pengaruh terhadap emosional komunikan (persuade). Komunikasi persuasif adalah proses untuk merombak keyakinan, sikap, sifat, dan perilaku dengan memanfaatkan pesan verbal maupun non verbal. Berdasarkan pemahanan dari Phil Astrid diketahui bahwa komunikasi persuasif merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan psikologi dari individu yang terlibat dalam proses komunikasi.²⁰

Komunikasi persuasif berdasarkan kamus ilmu komunikasi adalah “*Suatu proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri*”.²¹ Fokus dari upaya persuasif adalah mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak, atau mengajak mereka untuk melakukan tindakan tertentu. Persuasi memiliki arti usaha untuk merubah sikap melalui penggunaan pesan, dengan mempertimbangkan karakteristik dari komunikator dan

²⁰ Elok Ariya C, “Peran Komunikasi Persuasif Dalam Menyelesaikan Konflik Ideologi Pada Novel *Kambing Dan Hujan*”, *Skripsi*, Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ), 2022, hal. 22.

²¹Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008, hal. 14.

pendengar.²² Hal ini dapat diartikan bahwa persuasi memiliki tujuan untuk mempengaruhi pemikiran dan tindakan orang lain melalui pesan yang disampaikan dengan memperhatikan faktor-faktor tertentu.

b. Jenis Komunikasi Persuasif

Terdapat dua jenis pembagian dalam komunikasi persuasif, antara lain:

1) Psikodinamik

Teori psikodinamik dalam komunikasi persuasif didasarkan pada perbedaan individu dalam pengaruh komunikasi. Setiap individu memiliki kepribadian yang unik karena motivasi dan pengalaman yang berbeda, sehingga persepsi mereka terhadap suatu objek pun berbeda-beda. Dalam model psikodinamik, pesan komunikasi efektif dalam persuasi apabila mampu mengubah minat atau perhatian individu dengan cara yang tepat, sehingga mereka merespon pesan sesuai dengan kehendak komunikator. Dalam hal ini, kunci keberhasilan persuasi terletak pada kemampuan mengubah struktur psikologis internal individu sehingga hubungan psikodinamik antara proses internal yang laten dengan perilaku yang diwujudkan dapat disesuaikan dengan kehendak komunikator. Contohnya adalah kampanye melalui media massa yang bertujuan mengurangi diskriminasi rasial dengan mencoba mengurangi prasangka rasial atau usaha mempromosikan obat-obatan dengan menumbuhkan rasa takut terhadap penyakit.²³

2) Sosial Budaya

Model sosial budaya dalam proses persuasi berdasarkan pada gagasan bahwa pesan komunikasi massa dapat mempengaruhi individu untuk menerima gejala yang telah didukung oleh kelompok. Model ini didasarkan pada teori hubungan sosial dan norma budaya. Teori hubungan sosial menyatakan bahwa individu lebih banyak menerima pesan melalui hubungan dan kontak dengan orang lain daripada melalui media massa. Sementara itu, teori norma budaya

²² Sholichati, *Komunikasi Persuasif dalam Pembelajaran Pada Film Sokola Rimba (Analisis Semiotik Roland Barthes)*, hal. 26.

²³ Sholichati, *Komunikasi Persuasif dalam Pembelajaran Pada Film Sokola Rimba (Analisis Semiotik Roland Barthes)*, hal. 27-28.

menganggap bahwa pesan-pesan yang disampaikan media massa dengan cara tertentu dapat mengukuhkan norma budaya dan mengaktifkan perilaku tertentu jika sesuai dengan kebutuhan dan tidak bertentangan dengan norma budaya yang berlaku.²⁴

c. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

Terdapat enam unsur dalam komunikasi persuasive, antara lain:²⁵

1) Persuader

Persuader merupakan individu atau kelompok yang mempersembahkan sebuah pesan dengan maksud untuk mempengaruhi pandangan, pendapat, serta perilaku orang lain, baik melalui komunikasi verbal maupun nonverbal.

2) Persuadee

Persuadee merupakan individu atau kelompok yang menjadi sasaran pesan yang disampaikan oleh persuader atau komunikator, baik melalui komunikasi verbal maupun nonverbal.

3) Persepsi

Persepsi persuadee terhadap persuader dan pesan yang disampaikan dapat menentukan efektifitas dari komunikasi persuasif yang terjadi. Menurut Mar'at, persepsi merupakan suatu proses pengamatan yang berakar dari komponen kognitif seseorang. Persepsi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman, proses pembelajaran, cakrawala, serta pengetahuan individu.

4) Pesan Persuasif

Pesan persuasif dianggap sebagai upaya yang disengaja untuk mengubah pandangan dan tindakan seseorang dengan memanipulasi motif-motif tertentu menuju tujuan yang telah ditetapkan. Manipulasi yang dimaksud di sini bukan berarti mengurangi atau menambahkan fakta sesuai konteksnya, namun lebih pada memanfaatkan fakta-fakta yang berkaitan dengan motif-motif audiens target, sehingga mereka terdorong untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan.

²⁴ Sholichati, *Komunikasi Persuasif dalam Pembelajaran Pada Film Sokola Rimba (Analisis Semiotik Roland Barthes)*, hal. 29.

²⁵ Sholichati, *Komunikasi Persuasif dalam Pembelajaran Pada Film Sokola Rimba (Analisis Semiotik Roland Barthes)*, hal. 30-32.

5) Saluran Persuasif

Saluran adalah perantara yang digunakan oleh persuadee untuk menyampaikan kembali pesan yang berasal dari sumber awal ke tujuan akhir. Saluran (channel) digunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, baik secara formal maupun nonformal, melalui tatap muka (face-to-face communication) atau media (mediated communication).

6) Umpan Balik dan Efek

Umpan balik menurut Sastropetro adalah respon atau reaksi yang diterima dari komunikan atau pesan itu sendiri. Umpan balik dapat terdiri dari umpan balik internal dan eksternal. Umpan balik internal adalah respons komunikator terhadap pesan yang telah disampaikannya, sedangkan umpan balik eksternal adalah respon yang diterima oleh komunikan karena pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan keinginan atau harapannya. Sedangkan efek merupakan perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai hasil dari penerimaan pesan melalui proses komunikasi. Perubahan yang terjadi dapat berupa perubahan sikap, pandangan, maupun perilaku, dan itulah tujuan utama dari komunikasi persuasif. Ini adalah poin penting yang membedakan komunikasi persuasif dengan jenis komunikasi lainnya.

d. Teknik Komunikasi Persuasif

Tentunya jika komunikasi persuasive yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan memperoleh hasil yang memuaskan, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik. Ezi Hendri dalam bukunya menyebutkan, terdapat banyak teknik yang dikemukakan oleh para ahli, seperti William S. Howell menyebutkan 10 teknik; Charles Larson menyebutkan tujuh teknik; Werner J. Severin dan James W Tankard menyebutkan tiga teknik; dan Effendy menyebutkan lima teknik.²⁶ pada penelitian ini akan dibahas teknik komunikasi persuasif dari Effendy, sebagai berikut:

²⁶ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, Cet. Pertama Bandung: Remaja Rosdakarya: 2019. hal. 275.

1) Teknik Asosiasi

Yaitu cara menyampaikan pesan dengan menempatkan pada satu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian komunikan.

2) Teknik Integrasi

Yaitu cara menyampaikan pesan dengan menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan, seperti menggunakan kata "kita" bukan "saya" atau "kami".

3) Teknik Ganjaran (*pay off technique*)

Yaitu cara mempengaruhi komunikan dengan memberikan iming-iming keuntungan atau ganjaran bagi komunikan, berbeda dengan teknik membangkitkan rasa takut (*fear arousing technique*) yang menunjukkan konsekuensi buruk.

4) Teknik Tataan (*Icing Technique*)

Yaitu cara mempersuasi dengan membangkitkan emosi dan menarik perhatian komunikan, seperti pesan-pesan Islam yang disampaikan melalui seni atau kemasan sinetron.

5) Teknik *Red-Herring*

Yaitu cara mengelakkan argumen lemah dan mengalihkan perhatian pada bagian yang dikuasai oleh komunikator dengan sedikit demi sedikit.

e. Strategi Komunikasi Persuasif

Melvin L. Defleur dan Sandra J. Ball Roceach mengutarakan tiga strategi komunikasi persuasive, sebagaimana yang disebutkan oleh Ezi Hendri dalam bukunya:

1) Strategi Psikodinamika

Orientasi teoretis psikodinamika menekankan bahwa perilaku manusia ditentukan oleh faktor-faktor yang tidak disadari. Karena manusia memiliki kompleksitas dari unsur biologis, emosional, dan kognitif, strategi psikodinamika memfokuskan pada aspek-aspek internal individu untuk memahami bagaimana karakter personal mempengaruhi perubahan sikap. Karena sifatnya yang internal, respons individu terhadap stimulus seringkali terjadi di luar kesadaran. Karakteristik personal dapat dilihat dari pola pikir, sikap, dan tindakan terhadap lingkungan dan sering digunakan untuk membedakan individu atau kelompok masyarakat dari yang lain. Menurut DeFleur dan Roceach (1989), pesan yang berisi

stimulus tertentu akan berinteraksi secara berbeda-beda sesuai dengan karakteristik pribadi penerima pesan, yang mana dapat dimodifikasi melalui intervensi peubah psikologis untuk menghasilkan efek tertentu.

Dalam dunia bisnis, terdapat perilaku impulse buying atau pembelian spontan yang tidak direncanakan. Hal ini merupakan reaksi yang cepat atas adanya stimulus tertentu dan pada umumnya lebih dari 50% pembelian dilakukan tanpa perencanaan di dalam toko swalayan atau department store. Pandangan DeFleur fokus pada peubah yang berhubungan dengan individu sebagai penerima pesan dan mempertimbangkan perubahan sikap sebagai ukuran perubahan perilaku.

2) Strategi Sosiokultural

Strategi persuasi sosiokultural memiliki asumsi dasar bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor eksternal individu. Perspektif sosiokultural menekankan bahwa kekuatan sosial di sekitar seseorang, baik dalam bentuk institusi sosial atau faktor lingkungan, memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku individu (Halgin, 2012). Teori ini juga berpendapat bahwa manusia cenderung mempertimbangkan konteks sosial yang lebih luas ketika melakukan suatu tindakan. Para ahli meyakini bahwa perubahan sikap dan perilaku dapat dipengaruhi oleh masyarakat atau lingkungan, dan bukan semata-mata oleh dorongan internal individu. Hal ini menjelaskan mengapa kebanyakan konsumen membeli produk atau jasa bukan karena kebutuhan, melainkan karena faktor eksternal seperti keinginan untuk diakui atau dianggap berada. Strategi persuasi sosiokultural yang efektif membutuhkan pemahaman yang baik tentang faktor lingkungan yang memengaruhi persuadee.

3) Strategi *the Meaning Construction*

Dalam strategi persuasi yang diterapkan, permainan kata menjadi kunci utama dalam menyampaikan pesan persuasif. Modifikasi bahasa yang dilakukan dalam pesan persuasi bertujuan untuk menarik perhatian persuadee, bahkan meskipun awalnya persuadee tidak tertarik pada isi pesan maupun persuader. Penggunaan tagline atau slogan dalam iklan menjadi contoh strategi ini, terutama dalam iklan rokok yang banyak menggunakan strategi pembentukan makna. Sebagai contoh,

slogan "masih banyak celah, kok nyerah" dari iklan A-Mild secara implisit mendorong orang untuk berani mencari peluang, sementara produsen memaknai slogan tersebut sebagai ajakan untuk merokok. Slogan "teman bisa mendekatkan jarak" dari iklan Sampoerna Hijau, mengasosiasikan rokok sebagai teman yang dapat mendekatkan jarak pertemanan. Selain itu, pemikiran Melvin L. DeFluer dan Sandra J. Ball Rokeach pada tahun 1989 mengenai manipulasi kata dan pembentukan makna baru juga relevan dalam konteks saat ini. Penggunaan simbol dalam bentuk kata dan bahasa dapat membangkitkan pemahaman manusia mengenai makna yang diharapkan, serta memengaruhi pengetahuan dan perilaku persuasive.²⁷

2. Teori Film

Film merupakan komoditas dari tradisi yang digunakan untuk menggambarkan kekayaan pengetahuan dan artistik dari kreatornya. Film merupakan komoditas dari tradisi yang bersifat aktif. Film memiliki kemampuan untuk mempengaruhi proses pembuatan suatu tradisi di dalam masyarakat.²⁸

Film adalah kumpulan gambar yang disusun berurutan kemudian ditampilkan di depan mata dengan kecepatan tinggi sehingga terlihat bergerak. Film merupakan gambar hidup yang dapat mempengaruhi kebudayaan suatu masyarakat. Film memiliki kelebihan yang dapat digunakan untuk memberikan pengaruh terhadap manusia baik itu pengaruh baik ataupun pengaruh buruk.²⁹

Film sebagai media hiburan dapat menghadirkan realita yang menyenangkan dan menarik bagi masyarakat. Konstruksi realita dalam film dapat diinterpretasikan dan dipahami melalui berbagai pendekatan, salah satunya adalah pendekatan auteur. Seorang sutradara sebagai sosok primer dalam produksi film memiliki tanggung jawab besar dalam mencerminkan visi kreatifnya dalam bentuk gaya, makna, dan bentuk film. Teori auteur yang dipopulerkan oleh Francois Truffaut di Perancis memperkuat keyakinan bahwa sutradara adalah pengarang dalam sebuah film, dan penempatan kamera, pemblokiran,

²⁷ Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, hal. 291-294

²⁸ Nonita Yasmiliza, *Analisis Pesan Motivasi dalam Film Naruto The Movie Road To Ninja*, Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry, 2018, hal. 7

²⁹ Masduki, "Sinema Independen di Yogyakarta 1999-2008: Idealisme di Tengah Krisis Infrastruktur", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 5 No. 2, 2010, hal. 120-121

pencapaian, dan panjang adegan dapat menjadi faktor penting dalam menyampaikan pesan film tersebut.³⁰

Film juga memiliki peran yang lebih besar sebagai media komunikasi massa. Film memiliki kemampuan untuk mengonstruksi realitas sosial budaya melalui simbol-simbol yang membawa makna pesan yang tersirat. Film juga mampu mempengaruhi pola pikir dan sikap penonton melalui efek kognitif, afektif, dan konatif yang terdapat dalam cerita. Seorang sutradara memiliki ideologi tersendiri untuk mengemas realitas sosial dalam filmnya, yang mencerminkan ideologis seperti rasa tahu kelompok, strata sosial, dan sebagainya. Film juga berfungsi sebagai media untuk menjaga tataran nilai sosial dan kebudayaan suatu kelompok, sehingga pemilik nilai tersebut menyadari pentingnya identitas dan nilai ideologis dalam menjaga keberlangsungan budaya tersebut.³¹

Film merupakan bagian dari media komunikasi yang memiliki banyak peran dalam kehidupan manusia. Terdapat beberapa perspektif bidang ilmu yang bisa digunakan untuk memahami film, antara lain ilmu sosial, ilmu budaya, dan ilmu seni. Pendekatan multidisipliner juga bisa digunakan untuk memecahkan masalah pada film dengan menggunakan tinjauan dari berbagai sudut pandang dan ilmu yang relevan. Dalam kajian multidisiplin film, terdapat beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan, seperti kajian etnografi, kajian tekstual, kajian resepsi, kajian struktural, kajian teks dan audience, dan lain-lain.³²

Di dalam film terdapat dua unsur pembentuk film yang membuat tertarik penonton. Dengan adanya unsur ini film akan terlihat lebih sempurna lagi, unsur tersebut terbagi menjadi dua, yaitu unsur naratif dan unsur sinematik. Menurut Pratista (2017), unsur naratif adalah bahan materi yang akan diolah menjadi sebuah cerita dengan alur. Tokoh, tema, sosial budaya, konflik, lokasi, dan waktu merupakan unsur-unsur yang tidak terpisahkan dari sebuah cerita film. Tim produksi film akan mengolah unsur-unsur tersebut agar menjadi unsur naratif yang berkualitas untuk diproduksi menjadi sebuah film. Jalanan peristiwa dalam unsur naratif saling terkait dan saling mempengaruhi satu sama lain dalam hukum kausalitas, yang terjadi dalam ruang dan

³⁰ Muhammad Ali Mursyid Alfathini dan Dani Manesah, *Pengantar Teori Film*, cet. Pertama (Sleman: Deepublish: 2020) hal. 21-23.

³¹ Alfathini dan Manesah, *Pengantar Teori Film*, hal. 25-26.

³² Alfathini dan Manesah, *Pengantar Teori Film*, hal. 29.

waktu. Oleh karena itu, pengolahan unsur naratif menjadi sebuah cerita film harus memperhatikan hubungan sebab-akibat yang terjadi dalam jalinan peristiwa tersebut.³³

Menurut Himawan Pratista dalam bukunya "Memahami Film Edisi 2", unsur sinematik dikenal sebagai aspek teknis dalam produksi film, meliputi mise en scene, sinematografi, editing, dan suara. Mise en scene adalah segala hal yang berada di depan kamera yang diatur oleh sutradara, termasuk setting yang sesuai dengan tema film, kostum dan make up yang mewakili motif dan karakter aktor, serta pencahayaan yang sesuai dengan konteks film. Pemain dan pergerakan juga penting untuk diperhatikan dalam produksi film. Sementara itu, sinematografi bergantung pada fotografi dan diartikan sebagai aktivitas melukis, merekam, menangkap, dan mengambil gerak dengan bantuan cahaya. Pencahayaan alami atau buatan dapat digunakan dalam pengambilan gambar sinematografi.³⁴

Dalam produksi film, setelah proses pengambilan gambar selesai, langkah selanjutnya adalah editing. Pada tahap ini, shor demi shor yang telah diambil akan dipilih, diolah, dan disusun menjadi satu kesatuan utuh. Orang yang bertugas sebagai editor bertanggung jawab dalam menyusun hasil syuting hingga membentuk pengertian cerita. Proses editing sangat penting dalam menciptakan waktu secara filmis. Editing dibagi menjadi dua jenis, yaitu editing rough cut (pemotongan kasar) dan editing fine cut (pemotongan halus). Setelah proses editing fine cut, berbagai efek transisi akan dimasukkan untuk menunjukkan pergantian waktu dan adegan pada sebuah film. Suara juga merupakan unsur sinematik yang penting dalam sebuah film. Suara dapat berupa dialog dalam film, ilustrasi musik, dan suara efek. Fungsinya adalah memberikan informasi melalui dialog dan narasi pada film tersebut. Secara umum, suara dalam film dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu dialog, musik, dan efek suara.³⁵

Film memiliki berbagai macam jenis, salah satunya adalah film animasi. Film animasi merupakan film yang berasal dari gambar tang yang diolah sehingga nampak menjadi gambar bergerak. Awal mula, film animasi dibuat dengan menggunakan lembaran-lembaran gambar

³³ Alfathini dan Manesah, *Pengantar Teori Film*, hal. 39.

³⁴ Alfathini dan Manesah, *Pengantar Teori Film*, hal. 40-44

³⁵ Alfathini dan Manesah, *Pengantar Teori Film*, hal. 45-46.

yang diputar sehingga menghasilkan efek gambar bergerak. Dan, saat ini penciptaan film animasi menggunakan bantuan teknologi yang sudah semakin canggih, yaitu komputer. Pengolahan gambar dengan memanfaatkan komputer menjadi lebih cepat dan mudah. Film animasi dinilai mampu untuk menampilkan visualisasi yang lebih apik, sehingga lebih menarik perhatian dari penontonnya.³⁶

3. Persuasif dalam Islam

Dakwah merupakan bagian dari tugas setiap muslim dan Al-Quran memuat ajaran tentang prinsip-prinsip komunikasi persuasif yang dapat dikaji dengan pendekatan ilmu komunikasi. Keberhasilan Nabi Muhammad SAW dalam menyampaikan ajaran Islam dan dicatat dalam sejarah dunia menunjukkan bahwa agama Islam sarat dengan prinsip-prinsip ilmu pengetahuan. Komunikasi persuasif yang ditandai dengan unsur membujuk, mengajak, mempengaruhi, dan meyakinkan, jika dilihat dari perspektif Islam, dapat dikategorikan pada dakwah Islam. Surat An-Nahl ayat 125 mengandung pengertian bahwa dakwah merupakan proses berperilaku ke-Islaman yang melibatkan unsur-da'i, pesan, uslub, wasilah, mad'u, dan tujuan. Perilaku ke-Islaman itu, dari segi bentuknya, antara lain berupa irsyad, tabligh, tadbir, tatwir, dan aspek-aspek kultur universal.³⁷

Persuasi adalah sebuah situasi yang dibuat untuk mengubah perilaku melalui pesan simbolik yang tidak memaksa dengan alasan yang masuk akal dan melibatkan emosi terhadap orang-orang yang akan dipengaruhi. Kegiatan ini melibatkan minimal dua pihak, yaitu pihak yang mengajak dan pihak yang diajak. Persuasi juga melibatkan lambang-lambang atau kode-kode verbal dan nonverbal. Dalam Al-Quran, aktivitas mengajak atau penyampaian pesan persuasi harus dilakukan dengan metode yang benar. Persuasi dapat dilakukan melalui kata-kata yang baik dan efektif untuk memengaruhi pihak lain,

³⁶ Airani Demillah, "Peran Film Animasi Nussa dan Rara Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Ajaran Islam Pada Pelajar SD", *Jurnal Interaksi*, Vol. 3 No. 2, 2019, hal. 110.

³⁷ Muhammad Saleh, "Model Komunikasi Persuasif dalam Persepektif Islam", *Jurnal Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, vol. 9 no. 2, 2019, hal. 101-102.

membangun hubungan, dan mengungkapkan sesuatu. Allah Swt. juga menekankan pentingnya perkataan yang baik dalam Al-Quran.³⁸

Dalam melakukan persuasi, keahlian dalam berkomunikasi saja tidak cukup. Persuasi yang efektif juga harus disertai dengan hati yang tulus dan tanpa mengharapkan balasan kecuali ridha Allah SWT. Hal ini mengacu pada pandangan Al-Quran bahwa orang yang beriman harus mengutamakan keikhlasan dalam setiap tindakan dan perkataannya. Tujuan utama dari berkomunikasi adalah untuk memengaruhi orang lain, lingkungan fisik kita, dan diri sendiri. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut, dibutuhkan keikhlasan dalam setiap pesan yang disampaikan. Dalam riwayat yang diambil dari Al-Sya'bi, seorang penasihat gubernur pada masa khalifah Bani Umayyah, disampaikan bahwa kata-kata yang tulus dan ikhlas hanya mengharapkan ridha Allah SWT adalah cara yang efektif dalam mempengaruhi orang lain. Lebih lanjut, contoh lain yang diambil dari seorang tukang cerita yang dekat dengan Muhammad bin Wasi' menyatakan bahwa kata-kata yang diucapkan harus berasal dari hati agar dapat sampai ke hati pendengar dan memberikan pengaruh yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa keikhlasan dalam berkomunikasi adalah faktor yang penting untuk mencapai persuasi yang efektif.³⁹

Dalam Al-Quran terdapat beberapa pesan persuasif yang termuat di dalamnya. Komunikator diharuskan untuk menyampaikan pesan-pesan persuasif tersebut. Pesan persuasif yang termuat dalam Al-Qur'an antara lain:

a. Pesan Persuasi untuk Membangun Kesadaran

Dalam Al-Quran terdapat kategori persuasi yang bertujuan untuk mengembangkan kesadaran manusia akan keberadaannya, keberadaan Allah SWT, kehidupan beserta unsur-unsurnya, serta kehidupan di akhirat dengan segala kondisinya. Pola komunikasi persuasi yang digunakan dalam Al-Quran adalah melalui pertanyaan-pertanyaan seperti apakah, tahukah, bagaimanakah, dan mengapa hatinya tidak, dengan tujuan mendorong manusia untuk berpikir dan menggunakan akalannya.

³⁸ Pambayun, *Communication Quotien Kecerdasan Komunikasi dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*, hal. 32-33.

³⁹ Pambayun, *Communication Quotien Kecerdasan Komunikasi dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*, hal. 35.

b. Pesan Persuasi untuk Membangun Kekuatan

Dalam Al-Quran, pesan-pesan utama yang disampaikan adalah ajakan kepada manusia untuk melaksanakan ibadah seperti salat, zakat, infak, membaca Al-Quran, dan memerangi musuh-musuh manusia. Penyampaian pesan ini dilakukan dengan menggunakan kata-kata perintah agar manusia melaksanakan perintah tersebut.

c. Pesan Persuasi untuk Membangun Ketahanan

Jika pesan yang menyerukan manusia untuk membangun kekuatan bersifat eksternal, maka pesan yang menyerukan manusia untuk membangun ketahanan difokuskan pada aspek internal seperti menjaga diri dan keluarga; mengonsumsi makanan dan minuman yang halal, sehat, dan tidak berlebihan; serta menghindari cedera, kematian, atau kehilangan yang sia-sia. Cara untuk menyampaikan pesan tersebut adalah dengan memberi perintah.

d. Pesan Persuasi untuk Membangun Kelangsungan Hidup

Pesan yang terdapat di dalamnya tentang bagaimana manusia dapat menjaga kelangsungan hidupnya dengan memanfaatkan nikmat yang diberikan Allah sebaik-baiknya, seperti dengan mengonsumsi makanan yang halal, mengungkapkan iman meski diancam musuh, menggunakan senjata atau teknologi untuk membela diri dan melawan musuh yang menyerang.

e. Pesan Persuasi untuk Menyiapkan Bekal Akhirat

Dalam Al-Quran, manusia diingatkan untuk mempersiapkan bekal yang cukup jika Allah menentukan waktunya untuk berpindah ke kehidupan selanjutnya. Bekal ini dianggap penting karena akan memperkuat kemungkinan manusia mencapai surga dan menghindari neraka. Pesan ini disampaikan melalui penjelasan verbal dan gambaran yang diberikan mengenai alam akhirat.

f. Pesan Persuasi untuk Masuk Surga

Al-Quran berperan sebagai rahmat, petunjuk, dan pembersih jiwa serta memberikan keselamatan dan manfaat lainnya. Oleh karena itu, manusia diimbau untuk memanfaatkan Al-Quran seoptimal mungkin sebagai sarana untuk mencapai kenikmatan surga yang tak terhingga.⁴⁰

⁴⁰Pambayun, *Communication Quotien Kecerdasan Komunikasi dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*, hal. 33-34.

4. Teori Semiotika Roland Barthes

Barthes, seorang pengikut Saussure, memandang semiotika sebagai sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat dalam waktu tertentu. Ia menggunakan istilah semiologi untuk mempelajari bagaimana manusia memaknai hal-hal. Objek-objek hendaknya dikomunikasikan dan merekonstruksi sistem terstruktur dari tanda. Bagi Barthes, signifikasi merupakan proses yang total dengan suatu susunan yang sudah terstruktur dan tidak terbatas pada bahasa, tetapi juga terdapat pada hal-hal yang bukan bahasa. Kehidupan sosial sendiri merupakan suatu bentuk dari signifikasi.⁴¹

Semiotika berkembang menjadi perangkat teori yang digunakan untuk mengkaji kebudayaan manusia. Barthes menggunakan teori tanda de Saussure sebagai upaya menjelaskan bagaimana konotasi dominan dalam kehidupan bermasyarakat. Konotasi adalah pengembangan segi petanda oleh pemaka tanda sesuai dengan sudut pandangnya. Jika konotasi sudah menguasai masyarakat, maka akan menjadi mitos. Barthes mencoba menguraikan betapa kejadian keseharian dalam kebudayaan kita menjadi seperti "wajar", padahal itu mitos belaka akibat konotasi yang menjadi mantap di masyarakat.⁴²

Menurut Barthes, makna merupakan sesuatu yang dibawa oleh tanda. Dalam kajian semiotika, Gabungan dari penanda dan petanda inilah yang kemudian disebut dengan tanda. Barthes mengartikan penanda sebagai tingkatan ekspresi, yaitu bentuk nyata dari tanda, contohnya gambar, bunyi, atau tanda visual lainnya. Petanda, menurut Barthes adalah tingkatan isi, yaitu makna atau ide yang dihubungkan dengan penanda. Dalam sistem tanda semiologis, terkadang ada substansi ekspresi yang isinya tidak digunakan untuk menandai. Tanda semacam ini oleh masyarakat dijadikan objek penggunaan sehari-hari untuk menandai dengan cara derivatif. Barthes, kemudian menyebut tanda-tanda semiologis sebagai fungsi-fungsi tanda. Dari fungsi-fungsi tanda inilah, kemudian memisahkan setiap gerakan ganda. Terdapat dua tingkatan fungsi, pertama, fungsi tanda yang disusupi oleh makna. Tingkatan kedua, merupakan tataran dari konotasi. Fungsi-fungsi tanda merupakan suatu bagian yang memiliki sifat teknis dan signifikan yang

⁴¹ Fatimah, *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat* (ILM), cet. Pertama, Gowa: TallasaMedia: 2020, hal. 45-46.

⁴² Fatimah, *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat* (ILM), hal. 46.

terjalin bersama dari relasi-relasi tanda, hal ini membuat fungsi-fungsi tanda memiliki nilai antropologis.⁴³

Barthes mengembangkan model penanda-petanda menjadi lebih dinamis dengan membaginya menjadi ekspresi (E) dan isi (C). Menurut teori de Saussure, tanda merupakan relasi antara E dan C. Dalam kehidupan sosial budaya, pemakai tanda tidak hanya memaknainya sebagai denotasi yang dikenal secara umum. Pemakai tanda juga mengembangkan pemakaian tanda ke dalam sistem kedua yang terdiri dari segi E dan C. Salah satu arah pengembangan adalah pada segi E yang disebut metabahasa. Dalam segi ini, pemakai tanda memberikan bentuk yang berbeda untuk makna yang sama. Segi lainnya adalah konotasi, yakni makna baru yang diberikan oleh pemakai tanda sesuai dengan keinginan, pengetahuan, atau konvensi baru dalam masyarakat. Konotasi merupakan segi ideologi tanda.⁴⁴

Dalam kajian semiotika, Roland Barthes membagi makna menjadi dua jenis, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah makna harfiah atau eksplisit dari sebuah kata atau fenomena, sedangkan konotasi merupakan makna yang bersifat objektif dan melibatkan simbol-simbol, sejarah, dan emosi yang terkait dengan lambang. Makna konotasi ini merupakan tingkatan pertama dan kedua dari lambang, yang terkait dengan nilai-nilai budaya yang ada. Barthes menggunakan istilah mitos untuk menjelaskan makna konotatif dari lambang-lambang tersebut, yang bersifat kultural dan mengacu pada sejarah. Dalam memaknai lambang, tidak cukup hanya mengaitkan signifier dengan signified, tetapi juga harus memperhatikan susunan dan isi dari lambang tersebut. Deformasi dalam merekonstruksi lambang tersebut dapat menghasilkan makna-makna baru, yang dinamakan mitos.⁴⁵

Tabel 2. 1 perbandingan denotasi dan konotasi roland barthes

Konotasi	Denotasi
Pemakaian Figur	Harfiah

⁴³ Roland Barthes, *Elemen-Elemen Semiotologi*, ed. oleh M. Ardiasyah, Bantul: Basabasi: 2017, cet. Pertama, hal. 57-61

⁴⁴ Fatimah, *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)*, hal. 46-47.

⁴⁵ Ellys Lestari Pambayun, *One Stop Qualitative Research Methodology In Communication*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia: 2013, Cet. Pertama, hal.474-475.

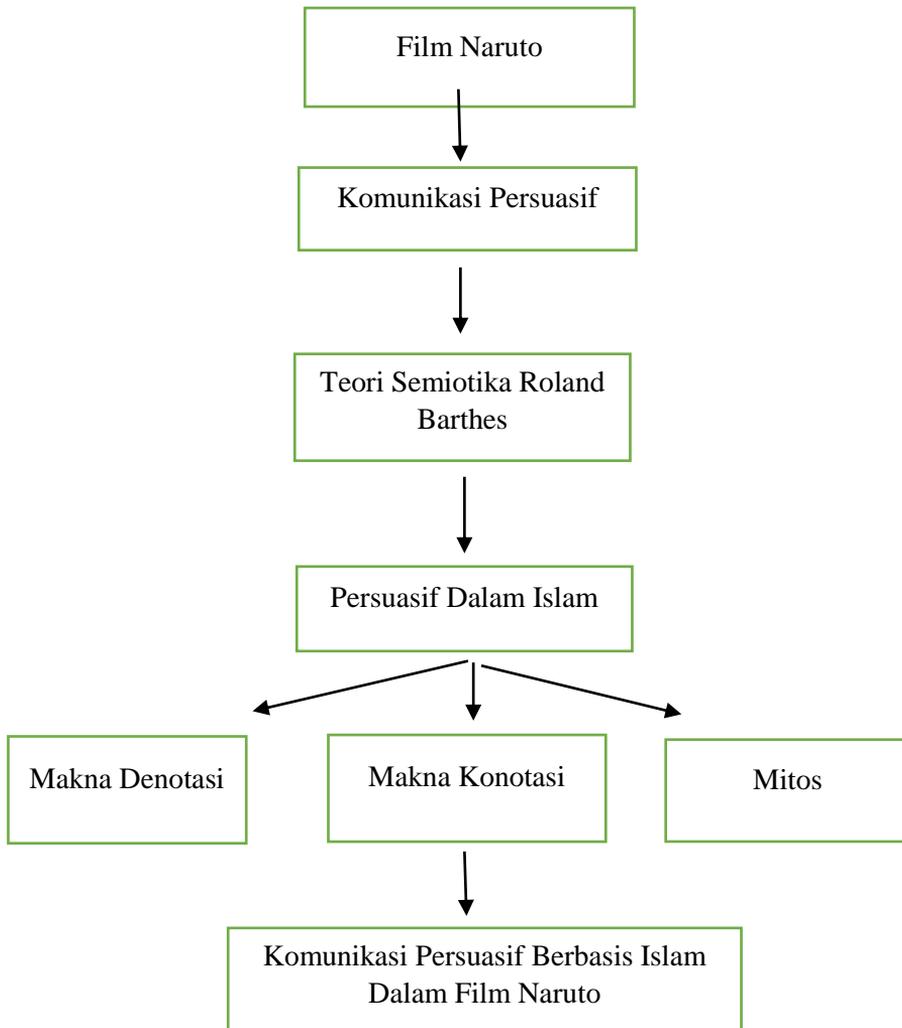
Petanda	Penanda
Kesimpulan	Jelas(eksplisit)
Memberi kesan tentang makna (budaya, sejarah, dan emosional)	Menjabarkan
Dunia mitos	Dunia Eksistensi

Sumber: One Stop Qualitative research Methodology in Communication

Dalam setiap sistem tanda terdapat Ekspresi (E) dan Isi (C). selain itu, terdapat pula signifikasi yang disebut sebagai relasi (R) dari dua tingkatan kemudian terbentuk sistem ERC yang menjadi unsur dari sistem tanda kedua. Hal ini kemudian membentuk dua perangkat sistem yang berlawanan. Kedua sistem tersebut sebagai berikut; sistem pertama adalah tingkatan denotasi dan sistem kedua adalah tingkatan konotasi. Sebagai sistem, konotasi terbentuk dari penanda-penanda, petanda-petanda, dan proses yang menggabungkan sistem pertama ke dalam sistem yang kedua. Beberapa tanda denotatif yang dapat dikelompokkan bersama untuk membentuk konotator atau penanda konotasi tunggal, sehingga bagian dalam sistem konotatif tidak harus memiliki ukuran yang sama. petanda konotasi bersifat umum, global, dan tersebar, sehingga petanda konotasi selalu berada di akhir dalam analisis tanda-tanda.⁴⁶

⁴⁶ Barthes, *Elemen-Elemen Semiologi*, hal, 127-130

C. Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teori semiotika dari Roland Bartes . Film merupakan wahana kajian dari metode semiotika ini. Dengan menggunakan kajian semiotika Roland Bartes, film Naruto sebagai objek penelitian dibedah baik dari segi teks ataupun konteksnya. Dalam melakukan penelitian ini, penulis diharuskan untuk kritis supaya makna yang terkandung dalam film tersebut dapat dipresentasikan secara jelas.

Fokus dari penelitian kualitatif terletak pada penghimpunan dan analisis datanya.¹ Sehingga, dalam penelitian ini tidak diperlukan adanya hipotesis. Penelitian kualitatif dimanfaatkan untuk menggali dan mengkaji sesuatu yang tersirat, artinya penelitian kualitatif berusaha untuk mengungkap makna dari komunikasi tersirat.

B. Sumber Data

Sumber data yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini cukup banyak sekali. Namun, tidak banyak teknik pencarian yang dapat dipergunakan. Tetapi, dalam pengumpulan data terdapat teknik dasar yang harus digunakan, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Merupakan data pokok yang penulis kumpulkan dari objek penelitian, dalam hal ini adalah potongan adegan dalam film Naruto The Movie “Road to Ninja” penulis akan melakukan tangkapan layar terhadap adegan atau scene yang dianggap mengandung unsur-unsur komunikasi persuasif.

2. Sumber Data Sekunder

Merupakan data pelengkap atau tambahan yang digunakan untuk menyempurnakan data-data yang telah ada. Sumber data sekunder dapat berupa. Buku, jurnal, artikel, website internet, dan lain sebagainya.

¹Pambayun, One Stop Qualitative Research Methodology In Communication, hal. 10

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini ada dua teknik, yaitu:

1. Observasi

Dengan teknik observasi ini penulis akan melakukan pengkajian secara langsung film *Naruto* dan tidak mengacu terhadap objek dari penelitian. Penulis akan melihat secara langsung pada setiap scene dan percakapan dalam film *Naruto* secara langsung. Kemudian, penulis akan melakukan tangkapan layar pada scene-scene yang disinyalir mengandung komunikasi persuasif, menulis, memilah, dan menganalisisnya dengan menggunakan teori semiotika.

2. Penelitian Pustaka

Penulis menghimpun referensi-referensi yang terkait dengan penelitian ini, seperti dari kajian dan membaca berbagai literatur penelitian terdahulu. Hal ini menjadi penguat terhadap penelitian yang penulis lakukan termasuk penelitian yang ilmiah. Referensi-referensi tersebut dapat berupa video film *Naruto*, skripsi, jurnal, artikel, buku, website, dan lain-lain.

D. Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Dalam penelitian ini, untuk menguji kredibilitas data penulis menggunakan uji kredibilitas triangulasi sumber. Pengujian triangulasi sumber dilakukan dengan mevalidasi data yang ditemukan melalui beberapa sumber untuk menguji kredibilitas.²

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes pada penelitian komunikasi persuasif dalam film *Naruto* dilakukan dengan beberapa langkah. Pertama, dilakukan pengumpulan data dengan menonton film *Naruto* dan mengidentifikasi adegan atau elemen-elemen yang memiliki potensi untuk dianalisis dengan metode

² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, cet sembilan belas (Bandung: ALFABETA, 2013) hal 274

semiotika Roland Barthes. Elemen-elemen tersebut bisa berupa dialog, tata kostum, setting, musik, dan lain sebagainya. Setelah itu, dilakukan identifikasi tanda-tanda dan simbol yang terdapat pada adegan atau elemen-elemen tersebut. Tanda-tanda dan simbol kemudian dikelompokkan berdasarkan jenisnya dan dianalisis dengan cermat.

Analisis tanda-tanda dan simbol dilakukan dengan memperhatikan cara penggunaan dan kombinasi dari tanda-tanda dan simbol tersebut dalam film *Naruto*. Dalam analisis semiotik, tanda-tanda dan simbol dianggap sebagai unsur-unsur yang membentuk makna. Hasil analisis tanda-tanda dan simbol kemudian ditafsirkan untuk memahami makna yang terkandung dalam film *Naruto* secara keseluruhan. Penafsiran dilakukan dengan mempertimbangkan konteks sosial dan budaya di mana film *Naruto* muncul.

Melalui teknik analisis data dengan metode semiotika Roland Barthes, peneliti dapat memahami bagaimana penggunaan tanda-tanda dan simbol dalam film *Naruto* berperan dalam membentuk pesan persuasif yang disampaikan oleh film tersebut. Teknik analisis data dengan metode semiotika Roland Barthes dapat membantu peneliti untuk memahami elemen-elemen yang membentuk makna dalam film *Naruto* dan bagaimana pesan persuasif disampaikan kepada audiens.

BAB IV PEMBAHASAN

A. Profil Film Naruto The Movie Road To Ninja

Film Naruto The Movie “Road to Ninja” merupakan salah satu dari 15 serial film Naruto. Naruto The Movie “Road to Ninja” merupakan film Naruto yang mulai dirilis pada 28 Juli 2012 di bioskop di Jepang. Film Naruto The Movie “Road to Ninja” diangkat dari seri manga karya Masashi Kishimoto. Di Jepang, sebagai salah satu dari manga yang populer dan terlaris, manga Naruto telah dicetak sebanyak 130 juta kopi. Selain itu, manga dan film Naruto telah merambah ke berbagai negara di dunia, lebih dari 20 negara telah dijangkau oleh manga Naruto dan lebih dari 60 negara film Naruto telah disiarkan termasuk Indonesia.

Film Naruto The Movie “Road to Ninja” yang sejak awal perilisannya menuai banyak penggemar ini dibuat oleh Studio Pierrot dengan disutradari oleh Hayato Date dan didistribusikan oleh Toho, TV TOKYO pada 28 Juli 2012. Naskah filmnya yang menarik ditulis oleh dua orang yaitu Yuka Miyata dan Masashi Kishimoto berdasarkan cerita dari manga Naruto yang diciptakan oleh Masashi Kishimoto. Film Naruto The Movie “Road to Ninja” diperankan oleh 4 orang pemeran yaitu Junki Takeuchi, Chie Nakamura, Toshiyuka Murikawa, dan Emi Shinohara. Film ini juga memiliki soundtrack yang diatur oleh Yasuharu Takanashi sangat cocok dengan suasana yang digambarkan dalam film baik suasana bahagia maupun sedih, menggunakan lagu bertemakan “*Sore de wa, Mata Ashita*” (*それでは、また明日*, lit. “*Well Then, See You Tomorrow*”) yang dibawakan oleh sebuah bank Asian Kungfu Generation.

Pada film Naruto The Movie “Road to Ninja” menceritakan Naruto yang kehilangan orang tuanya sejak kecil, kemudian dijebak ke dalam sebuah dunia ciptaan madara. Di dunia ini, orang tua Naruto yang telah mati kembali hidup dan banyak karakter dari orang-orang yang ada di sekitar Naruto memiliki kepribadian yang berbeda atau terbalik dari karakternya di dunia nyata, seperti kiba yang menyukai anjing dan akur dengan anjingnya yang bernama akamaru, di dunia ini kiba menjadi menyukai kucing dan tidak akur dengan anjingnya, Guy yang selalu bersemangat menjadi bersifat putus asa, Kakashi yang selalu terlihat santai menjadi sangat bersemangat, hinata yang pemalu menjadi menakutkan dan galak. Kehidupan Naruto dan orang tuanya juga menjadi terbalik, di dunia nyata ayah Naruto, Minato menjadi Hokage ke-4 dan

ibunya, Kushina masih hidup, di dunia ini posisi Hokage ke-4 digantikan oleh ayah Sakura dan ibunya telah mati di medan perang. Terdapat pula tokoh baru di dunia buatan ini, yaitu Menma yang memiliki wajah yang persis dengan Naruto dan anak yang sebenarnya dari Minato dan Kushina di dunia buatan Madara. Tokoh Menma di film ini digambarkan dengan menggunakan topeng anbu dan menyerang desa Konoha.¹

B. Sinopsis Film Naruto The Movie “Road to Ninja”

Naruto the Movie Road to Ninja karya Masashi Kishimoto memiliki latar cerita yang sebagian besar berada di dunia paralel. Di dunia ini karakter yang dimiliki oleh para tokohnya berbeda dengan cerita utamanya. Film yang menggugah emosi ini berisikan adegan petualangan yang diwarnai dengan aksi, humor, dan pesan yang sangat menginspirasi ini diawali dengan kilas balik mengenai pertarungan orang tua Naruto, yaitu Minato sebagai Hokage ke-4 dari desa Konoha bertarung secara langsung menghadapi rubah ekor sembilan atau dikenal sebagai Kyubi. Pada pertarungan ini ayah Naruto dibantu oleh ibunya Naruto, Kushina. Pertarungan ini berakhir dengan disegelnya Kyubi oleh Minato ke dalam tubuh Naruto dan terbunuhnya kedua orang tua Naruto.

Berlanjut adegan yang bermula dengan serangan Akatsuki berlatar waktu saat ini dan tempat di hutan, Naruto bersama guru dan rekan-rekannya menghadapi serangan dari para anggota Akatsuki. Naruto dan rekan-rekannya penuh semangat dan pantang menyerah menghadapi musuh yang kuat hingga akhirnya mereka dapat memukul mundur musuhnya. Adegan berlanjut di pusat desa, di mana rekan-rekan Naruto bertemu dengan para orang tuanya yang berpendapat bahwa anak-anaknya telah layak untuk menjadi jaunin (tingkatan Ninja tertinggi). Hal tersebut tidak berlaku untuk Naruto dan Sakura, Naruto yang sudah tidak memiliki orang tua merasa kesepian lantas ia pergi, sedangkan Sakura merasa risih dan malu karena komentar orang tuanya yang berlebihan.

Naruto pun bertemu dengan Iruka Sensei yang merupakan salah satu guru dari Naruto. Naruto yang menganggap Iruka Sensei sebagai orang tuanya sendiri, ia pun meminta Iruka Sensei untuk merekomendasikannya untuk menjadi Jaunin. Iruka Sensei menolak permintaan Naruto yang membuat Naruto menjadi kesal dan pergi

¹ Faizal Firdaus, “Analisis Pesan Moral dalam Film Naruto The Movie “Road To Ninja” karya Masashi Kishimoto (analisis semiotika Roland Barthes)”, *Skripsi*, Universitas 17 Agustus 1945, 2018, hal. 29-31.

meninggalkan Iruka Sensei. Naruto kemudian bertemu dengan Sakura yang tengah kesal dengan orang tuanya kemudian mengajak Naruto untuk berjalan ke taman. Sesampainya di taman ketika Sakura tengah meluapkan emosinya, muncullah sosok pria bertopeng yang dikenal sebagai Madara. Madara yang merupakan salah satu anggota Akatsuki melancarkan serangan dengan jutsu *Gentei Tsukoyomi*, sebuah jutsu untuk menciptakan sebuah dunia buatan sendiri. Dari sinilah perjalanan Naruto dan Sakura di dunia paralel di mulai. Di dunia ini karakter atau kepribadian dari setiap tokohnya terbalik dengan cerita utamanya. Kedua orang tua Naruto di dunia ini juga masih hidup dan Naruto di dunia ini dikenal sebagai menma. Sakura di dunia paralel dikenal sebagai anak dari pahlawan Konoha dan ayahnya menjadi Hokage ke-4.

Singkat cerita, Naruto dan Sakura akhirnya mendapatkan informasi untuk keluar dari alam mimpi ini, yaitu dengan mendapatkan gulungan Red Moon yang memuat cara untuk menaklukan musuh di dunia paralel. Naruto, Sakura, kedua orang tua Naruto, dan rekan-rekannya akhirnya berhasil mendapatkan gulungan tersebut, setelah sebelumnya harus menghadapi para katak yang diperintahkan Jiraya Sensei untuk melindungi gulungan tersebut.

Tidak lama setelah gulungan Red Moon berhasil ditemukan, di desa Konoha, Hokage ke-5 Tsunade diserang oleh Pria Bertopeng ketika sedang bersantai di Menara Hokage. Tujuan Pria Bertopeng itu adalah untuk mengambil gulungan yang berhasil didapat oleh Naruto dan rekan-rekannya. Naruto, Sakura, Minato, Kushina, dan para Ninja lainnya akhirnya datang untuk mengamankan Hokage dari serang pria bertopeng itu. Minato telah menanamkan segel teleportasi di gulungan tersebut sehingga Pria Bertopeng itu gagal untuk merebut gulungan itu dan akhirnya menyulik Sakura untuk ditukarkan dengan gulungan itu.

Lantas Naruto meminta bantuan ayahnya, Minato namun ia menolak untuk membantu seraya berkata bahwa ia bukan pahlawan. Jawaban Minato membuat Naruto kecewa dan mengungkapkan identitasnya yang sebenarnya jika ia bukan anak mereka berdua dan ia berasal dari dunia lain. Naruto kemudian pergi untuk menyelamatkan Sakura sendirian. Di markas Pria Bertopeng terdapat Madara yang menemani pria bertopeng itu. Naruto datang dan menantang Pria Bertopeng itu, namun Naruto tidak mampu menahan serangan pria bertopeng karena memiliki bantuan dari pasukan topeng sage. Akatsuki akhirnya datang ke tempat pertempuran tersebut, tanpa disangka Akatsuki

di dunia paralel justru membantu Naruto untuk melawan Pria Bertopeng atas perintah dari Hokage ke-5, Tsunade.

Setelah Itachi, ketua Akatsuki berhasil menyelamatkan Sakura dan berjanji kepada Naruto untuk melindunginya, akhirnya Naruto pergi untuk melawan Pria Bertopeng itu sekali lagi. Naruto melakukan pertempuran yang cukup sengit melawan Pria Bertopeng itu dan tanpa disangka ternyata Pria Bertopeng memiliki jutsu-jutsu yang sama persis dengan milik Naruto. Lebih tidak terduga lagi, ternyata Pria Bertopeng itu juga memiliki Kyubi di dalam tubuhnya yang membuat Naruto semakin kewalahan menghadapinya, hingga akhirnya Naruto dapat dipukul dan tenggelam ke dasar danau. Naruto kemudian memasuki sebuah ruangan tempat Kyubi di kurung dan melakukan perjanjian kerja sama untuk melawan Pria Bertopeng dan Madara. Kyubi keluar dari tubuh Naruto dan membantu Naruto melawan Pria Bertopeng dengan Kyubinya. Naruto akhirnya dapat mengalahkan Pria Bertopeng tersebut dan topeng dari pria tersebut pecah, sehingga manampakan wajah yang mirip dengan Naruto. Pria Bertopeng tersebut ternyata adalah Menma anak dari Minato dan Kushina di dunia paralel. Madara yang tidak mau gagal untuk mendapatkan Kyubi di dalam tubuh Naruto, ia kemudian memasuki tubuh Menma dan mengendalikannya untuk melawan Naruto. Madara dengan menggunakan mata Sharingannya berusaha menghilangkan ingatan Naruto dan merubut Kyubinya, namun, hal tersebut gagal karena Sakura tiba-tiba datang membantu Naruto dengan melawan Menma, sehingga memberi waktu Naruto untuk pulih dari serangan Madara dalam wujud Menma. Naruto berhasil pulih dari serangan mata Sharingan milik Madara dengan bantuan gulungan *Red Moon* dan berhasil mengalahkan Madara serta menghancurkan *Gentei Tsukoyomi*.

Dari pertarungan tersebut Madara keluar dari tubuh Menma. Menma yang tidak berdaya akhirnya dipeluk oleh kedua orang tua Naruto dan Madara menghilang dari dunia paralel tersebut. Naruto yang melihat momen keluarga tersebut kemudian kembali teringat dengan kedua orang tuanya. Sakura kemudian menghampiri Naruto dan keduanya akhirnya menghilang setelah sebelumnya mengucapkan kata perpisahan dengan Minato dan Kushina di dunia paralel.

Naruto dan Sakura yang telah kembali ke dunia nyata lantas bertemu dengan kedua orang tua Sakura, melihat momen itu, kemudian Naruto kembali merasakan kesedihan atas orang tuanya. Naruto kembali ke rumahnya, melihat Iruka Sensei menunggu kepulangan Naruto dengan membawa kue ulang tahun, seraya berkata selamat datang kembali.

Momen ini mengingatkan Naruto ketika terjebak di dunia paralel yang bahagia dengan kehadiran orang tuanya, kemudian berkata aku pulang. Di akhir cerita Naruto dan Sakura menemui Hokage ke-6, Tsunade untuk melaporkan penyerangan Madara dan jutsu yang Madara gunakan untuk menjebak Naruto dan Sakura di dunia paralel tersebut.

C. Analisis Film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* Secara Denotasi, Konotasi, dan Mitos

1. Scene Pertama

Tabel 4. 1 Analisis Scene Pertama

<i>Signifier</i> (penanda)	<i>Signified</i> (petanda)
Memperlihatkan adegan di mana Naruto keluar dari persembunyiannya dan menyerang Akatsuki secara langsung. Keputusan yang diambil Naruto justru merusak rencana dari timnya dan Naruto kewalahan menghadapi Akatsuki. Kemudian ia diselamatkan oleh Choji dengan menariknya dari area pertempuran, kemudian Choji yang menasehati Naruto	

Sumber: <https://www.bilibili.tv/id/video/2000360099>

Pada *scene* yang dimulai dari menit 04.30-05.15 menceritakan serangan ke desa Konoha yang dilakukan oleh Akatsuki di area hutan desa. Pada *scene* tersebut terlihat bahwa para Ninja yang bertugas untuk melawan Akatsuki telah bersiap untuk menyerang dengan rencana yang telah disiapkan Shikamaru. Naruto lantas keluar dari persembunyiannya dan menyerang Akatsuki dengan jutsu andalannya, yaitu Rasengan tanpa menunggu perintah dari Shikamaru. Akatsuki lantas berkumpul di hadapan Naruto, kemudian Naruto berkata “aku

tak akan pernah lari ataupun bersembunyi! Majulah kalian semua, sialan”. Akatsuki kemudian menyerang Naruto secara bersama-sama yang membuat Naruto kewalahan. Perbuatan Naruto ini menimbulkan berbagai macam reaksi dari teman-temannya yang kesal karena keputusannya, hingga akhirnya Choji menggunakan jutsu tangan besarnya dan menarik Naruto dari area pertempurannya dengan Akatsuki. Choji ketika Naruto berhasil membawa Naruto dari area pertempuran, kemudian ia menasihati Naruto “berhentilah mengacaukan rencana!” dan kemudian Ino menyuruh Naruto untuk kembali ke posisinya, lantas Naruto mulai pergi meninggalkan Ino untuk kembali ke posisinya semula.

a. Makna Denotasi

Scene ini menampilkan Choji yang menasihati Naruto untuk berhenti mengacaukan rencana. Awalnya, tim ini berencana untuk memisahkan anggota Akatsuki sendiri-sendiri, kemudian melakukan penyergapan. Rencana ini gagal karena Naruto telah menampakan dirinya di hadapan musuh, sehingga Akatsuki berkumpul di satu tempat. Naruto yang berhadapan dengan semua anggota Akatsuki kewalahan menghadapi mereka, kemudian Choji menyelamatkan Naruto seraya berkata “berhentilah mengacaukan rencana!”. Naruto lantas mematuhi perintah dari Ino yang menyuruhnya kembali ke posisinya semula.

b. Makna Konotasi

Adegan ini menggambarkan pentingnya mendengarkan nasihat dan arahan dari individu yang lebih berpengalaman atau bijaksana dalam mencapai tujuan bersama. Choji sebagai pelaku komunikasi persuasif mencoba meyakinkan Naruto untuk menghentikan tindakan yang dapat mengganggu rencana tim. Pesan yang disampaikan adalah tentang pentingnya kerja sama, koordinasi, dan mematuhi perintah dalam situasi yang penuh tekanan. Untuk mempengaruhi Naruto Choji menggunakan teknik komunikasi persuasif *exchange tactics*, pada teknik ini lebih mengedepankan proses pertukaran pemahaman antara komunikator dan komunikan.²

² Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, 283

c. Mitos

ketika seseorang berada di suatu tempat, sudah seharusnya untuk mematuhi segala aturan yang ada di tempat tersebut. Hal serupa juga berlaku dalam melakukan sesuatu, manusia dituntut untuk disiplin dalam menaati aturan yang berkaitan dengan sesuatu yang dikerjakan, karena dengan kedisiplinan ini akan memberikan pengaruh positif terhadap keberhasilan. Sebagaimana yang terjadi di Jepang, masyarakat Jepang menganggap kedisiplinan merupakan nilai moral yang harus dijunjung tinggi. Nilai kedisiplinan ini menjadi landasan kehidupan bagi masyarakat Jepang, selain itu masyarakat Jepang merupakan masyarakat yang sangat taat terhadap pimpinan. Efek dari sifat disiplin ini dapat terlihat dari reformasi mendasar yang dilakukan Jepang membawa perkembangan yang spektakuler.³ Sikap disiplin ini juga sejalan dengan nilai-nilai Islam, seperti yang disebutkan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa' ayat 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ
مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ
تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nabi Muhammad) serta ululamri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunahnya) jika kamu beriman kepada Allah dan hari Akhir. Yang demikian itu lebih baik (bagimu) dan lebih bagus akibatnya (di dunia dan di akhirat).”

Menurut tafsir Kemenag RI, ayat di atas memerintahkan orang-orang beriman untuk mentaati dan patuh terhadap perintah Allah yang ada di dalam Al-Qur'an, menjalankan ajaran-ajaran yang dibawa oleh Rasulullah Saw, dan patuh terhadap ketetapan-

³ Sri Sudarsih, "Nilai Kesederhanaan dan Nilai Kedisiplinan Sebagai Landasan Kehidupan Masyarakat Jepang," *Kiryoku: Jurnal Study Kejepangan* 1, 3 (2017) 51-52

ketetapan yang telah dibuat oleh pemegang kekuasaan, selama ketetapannya tidak berlawanan dengan Al-Qur'an dan hadis. Ayat ini juga menjelaskan, jika terdapat perbedaan pendapat, maka penyelesaiannya harus dikembalikan kepada Al-Qur'an dan hadis.⁴

Komunikasi persuasif berbasis Islam merupakan komunikasi yang mengandung unsur-unsur untuk mengajak dalam kebaikan.⁵ *Scene* mengandung ajakan kebaikan terlihat dari pesan yang disampaikan Choji kepada Naruto yang mengandung makna untuk bersikap disiplin atau patuh terhadap aturan yang ada, pesan ini sejalan dengan Al-Qur'an surah An-Nisa' ayat 59. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam *scene* juga terlihat dari penyampain Choji yang dilakukan dengan perkataan yang mudah dimengerti yang sesuai komunikasi dalam Islam, yaitu *qaulan maisuuran*.⁶

2. Scene Kedua

Tabel 4. 2 Analisis Scene Kedua

<i>Signifier</i> (penanda)	<i>Signified</i> (petanda)
Naruto menasehati Sakura untuk tidak membentak ibunya	

Sumber: <https://www.bilibili.tv/id/video/2000360099>

Scene 09.59-10.10 menceritakan mengenai beberapa anggota tim yang berhasil mengusir Akatsuki keluar dari desa sedang berkumpul di tanah lapang desa bersama orang tua mereka. Orang tua

⁴ Surah An-Nisa' Ayat 59: Tafsir An-Nisa' Ayat 59, diakses 17 Agustus 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=59&to=176>

⁵ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15

⁶ Ahmad Zain Sarnoto, "Komunikasi Efektif pada Anak Usia Dini dalam Keluarga Menurut Al-Qur'an," *Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 6, no. 3 (2022): 2367

beberapa Ninja tersebut berencana untuk merekomendasikan anak-anak mereka agar naik status menjadi jounin. Orang tua Sakura yang berada di sana juga, mendengar rencana ini kemudian menggoda Sakura dengan beberapa candaan, seperti ibunya yang berkata “itu karena Sakura masih ceroboh. Seperti melepas sepatu dan melemparnya seenaknya saja, dan juga malas bersih-bersih. Bukankah, kalau dia menjadi Jounin hanya akan menyusahkan senior-seniornya? Kemudian ditimpali ayahnya “tak perlu khawatir. Sakurkan mempunyai guru yang hebat “jika aku bersama guru, aku tak takut mati”” hal ini kemudian menyulut emosi Sakur lantas membentak kedua orang tuanya dengan berkata “kalian, hentikan! Kalian sangat mengganggu dan leluconmu sama sekali tidak lucu, bodoh sekali!” kemudian Naruto yang mengetahui perilaku dari Sakura lantas menasehatinya dengan berkata “Sakura chan, kamu tidak perlu sampai berkata seperti itu” belum selesai Naruto berbicara langsung ditimpali oleh Sakura “berisik! Ini bukan urusanmu!”.

a. Makna Denotasi

Scene ini menceritakan Naruto yang menasihati Sakura karena ia membentak kedua orang tuanya. Sakura membentak orang tuanya karena digoda oleh mereka dengan beberapa candaan yang membuatnya malu, sehingga ia tidak senang dan tersulut emosinya.

b. Makna Konotasi

Scene ini memberikan sebuah pesan bahwa untuk tidak membentak orang tua walaupun mereka melakukan sebuah kesalahan. Membentak orang tua merupakan suatu sikap yang tidak sopan terbukti dengan adanya Naruto yang menasehati Sakura untuk tidak berbicara seperti itu. Pesan yang dalam adegan ini adalah untuk menghormati orang tua. Untuk mempersuasi Sakura, Naruto menggunakan teknik komunikasi persuasif *personal appeal tactics*, yaitu taktik persuasi yang dilakukan dengan berlandaskan hubungan persahabatan, pertemanan, atau hal yang bersifat personal.⁷

c. Mitos

Sikap yang ditunjukkan di dalam *scene* tersebut kerap kali terjadi. Sebagai anak, sudah seharusnya memiliki penghormatan

⁷ Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*, 283

yang tinggi kepada orang yang lebih tua, khususnya orang tua. Di Jepang, menghormati orang tua adalah kewajiban, tidak peduli seberapa banyak yang diberikan kepada keluarga, jika tidak memiliki perilaku yang baik kepada orang tua, maka itu tidak dapat dikatakan menghargai cara hidup orang Jepang. Mereka hanya fokus melayani orang tua, tanpa memikirkan dirinya sendiri.⁸ Islam sebagai agama yang diturunkan untuk memperbaiki akhlak manusia juga melarang sikap yang tidak sopan atau membentak orang tua. Hal tersebut tertuang dalam firman Allah surah Al-Isra' ayat 23:

﴿ وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۗ إِنَّمَا يُبَلِّغَنَّ
عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا تَنْهَرْهُمَا
وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ۗ ﴾

“Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada ibu bapak. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah engkau membentak keduanya, serta ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik”

Berdasarkan tafsir Kemenag ayat di atas menjelaskan mengenai adab pergaulan antar manusia dalam kehidupannya. Dalam ayat ini Allah melarang seorang anak untuk berkata kasar atau membentak kedua orang tuanya dalam keadaan apapun baik orang tua melakukan kesalahan atau perbuatan yang tidak disukai oleh anak, walaupun hanya dengan perkataan “ah” karena perkataan ini mengandung arti kemarahan. Selain itu dalam ayat ini juga memerintahkan seorang anak untuk mengucapkan perkataan yang mulai kepada orang tua, perkataan yang mengandung penghormatan dan kasih sayang. Dalam tafsir Kemenag menyebutkan bahwa nikmat yang diterima anak dari orang tua berada dalam urutan kedua setelah nikmat dari Allah. Dalam tafsir

⁸ Iriyanto Widisuseno, “Mengenal Karakter Bangsa Jepang Melalui Perilaku Baik Yang Inspiratif,” *Kiryoku: Jurnal Study Kejepangan* 1, 4 (2017): 7

tersebut disebutkan bahwa Allah merupakan sebab pertama adanya anak dan kedua orang tua merupakan sebab kedua dari adanya anak.⁹

Komunikasi persuasif berbasis Islam merupakan komunikasi yang mengandung unsur-unsur untuk mengajak dalam kebaikan.¹⁰ *Scene* mengandung ajakan kebaikan terlihat dari pesan yang disampaikan Naruto kepada Sakura yang mengandung makna untuk menghormati orang tua, pesan ini sejalan dengan Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 23. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam *scene* juga terlihat dari penyampain Naruto yang dilakukan dengan perkataan yang benar, jujur, dan tidak berbelit-belit yang sesuai komunikasi dalam Islam, yaitu *qaulan sadidan*.¹¹

3. Scene Ketiga

Tabel 4. 3 Analisis Scene Ketiga

<i>Signifier</i> (penanda)	<i>Signified</i> (petanda)
Naruto kecewa karena Iruka Sensei menolak permintaannya untuk memberikan surat rekomendasi menjadi Jounin. Iruka Sensei dalam adegan ini juga memberikan nasehat kepada Naruto untuk melalui meraihnya sebagai Hokage harus melalui proses yang ada	

Sumber: <https://www.bilibili.tv/id/video/2000360099>

⁹ “Surah Al-Isra’ Ayat 23; Tafsir Al-Isra’ Ayat 23” Qur’an Kemenag, diakses 04 Agustus 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=22&to=111>

¹⁰ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15

¹¹ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 81

Scene 12.38-13.20 bercerita tentang Naruto yang sedang berada di warung ramen bersama Iruka Sensei. Naruto pada kesempatan itu memohon kepada Iruka Sensei untuk memberikan surat rekomendasi menjadi Jounin seperti yang dilakukan orang tua dari rekan timnya yang berhasil mengusir Akatsuki dari desa Konoha. Iruka Sensei yang mendengar permintaan Naruto tersebut, lantas menolaknya sembari memberikan Naruto nasehat untuk mencapai cita-citanya dengan melalui proses yang ada sebagaimana mestinya “pertama-tama kau harus menjadi Chuunin dulu. Kau memang pernah menyelamatkan desa dengan mengalahkan Pain dan membuatmu menjadi pahlawan. Tapi, tetap aku tidak bisa memberimu perlakuan istimewa! Ayahmu dulu Hokage ke-4 juga harus menjadi Genin, Chuunin, dan Jounin dulu. Baru kemudian menjadi Hokage dan menjadi seorang pahlawan.” Perkataan yang diucapkan oleh Iruka Sensei dapat mempengaruhi pikiran dari Naruto terlihat dari ekspresi wajah Naruto yang nampak sedang merenung.

a. Makna Denotasi

Scene tersebut menceritakan Naruto yang permintaannya kepada Iruka Sensei ditolak. Iruka sensei lantas menasihati Naruto untuk melalui proses sebagaimana mestinya. Hal tersebut tampak menyentuh hati Naruto terlihat dari ekspresi wajahnya yang terlihat sedang merenungkan atau memikirkan sesuatu.

b. Makna Konotasi

Adegan dalam *scene* ini menggambarkan seorang guru yang sedang memberikan motivasi kepada muridnya. Iruka sebagai pelaku komunikasi persuasif mencoba memotivasi muridnya untuk selalu berusaha dan semangat meraih cita-cita. Pesan yang disampaikan dalam adegan ini kerja keras, rajin belajar, dan pantang menyerah. Iruka berusaha mempersuasi Naruto dengan menggunakan teknik asosiasi.

c. Mitos

Guru merupakan sosok yang memiliki peran penting dalam membangun masa depan seorang murid. Peran guru bagi masa depan seorang murid tidak hanya mengenai transfer ilmu, namun guru juga harus siap menjadi seorang motivator bagi muridnya

untuk bekerja keras meraih masa depannya.¹² Di Jepang, terdapat sebuah budaya yang bernama *Daruma*, budaya ini memiliki nilai-nilai semangat untuk mengejar cita-cita atau harapan yang dimiliki, hal inilah yang kemudian menggambarkan sifat masyarakat Jepang pekerja keras.¹³ Hal serupa juga terdapat di dalam ajaran Islam, dalam surah At-Taubah ayat 105, Allah memerintahkan orang beriman untuk bekerja keras:

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ^ج

“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”

Menurut tafsir Kemenag, ayat ini menjelaskan bahwa Allah sedang memotivasi umat Islam dengan memerintahkan RasulNya untuk menyampaikan kepada umatnya apabila mereka melakukan amalan saleh, maka Allah, Rasulnya, dan orang-orang mukmin lainnya akan melihat dan menilai amal-amal mereka. Ketika mereka telah dikembalikan ke alam akhirat, mereka akan diberikan ganjaran yang seseai dengan amal yang mereka lakukan. Di ayat ini juga dianjurkan untuk tidak merasa cukup dengan kebaikan yang mereka lakukan dan terus memperbanyak amal-amal baik agar semakin mendekat kepadaNya.¹⁴

Komunikasi persuasif berbasis Islam merupakan komunikasi yang mengandung unsur-unsur untuk mengajak dalam kebaikan.¹⁵ Di

¹² Metha Lubis, “Peran Guru Pada Era Pendidik 4. 0.” *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis* 4, no. 2 (2019) 71

¹³ Reni Wiyatasari, “Nilai Budaya dan Makna Simbolis Seni Tradisional Jepang Daruma, Okinasan, Koi-nobori, dan Nagashi-bina,” *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi* 3, no. 1 (2019): 14

¹⁴ Surah At-Taubah Ayat 105; Tafsir At-Taubah Ayat 105. Diakses 15 Agustus 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/9?from=105&to=129>

¹⁵ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15

dalam *scene* terdapat ajakan untuk bekerja keras dalam meraih sesuatu yang sejalan dengan Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 105. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam *scene* juga terlihat dari penyampain Iruka yang dilakukan dengan perkataan yang menyentuh hati Naruto, penyampain ini sesuai dengan komunikasi dalam Islam, yaitu *qaulan balighan*.¹⁶ Teknik komunikasi persuasif asosiasi yang dilakukan oleh Iruka, merupakan teknik komunikasi yang kerap kali digunakan di dalam Al-Qur'an.

4. *Scene* keempat

Tabel 4. 4 Analisis *Scene* Keempat

<i>Signifier</i> (penanda)	<i>Signified</i> (petanda)
Choji merasa kesal karena Shikamaru mengajaknya untuk makan di tempat makan sepuasnya. Menurutnya hal tersebut hanya membuang-buang uang dan berlebihan	

Sumber: <https://www.bilibili.tv/id/video/2000360099>

Scene 20.28-20.53 menceritakan Choji, Shikamaru, dan Ino yang berencana untuk pergi ke restoran. Shikamaru kemudian mengajak kedua temannya itu untuk pergi ke tempat makan sepuasanya dengan membayar 500 ryou untuk lima menu makanan dengan berkata “kalau bisa makan lima menu, 500 ryou itu gak ada apa-apanya!”. Menurut Choji hal tersebut berlebihan “ makanku Cuma sedikit, jadi itu hanya akan membuang uang 500 ryouku” Shikamaru yang mendengar hal ini masih berusaha membujuk Choji untuk makan

¹⁶Ahmad Zain Sarnoto, “Komunikasi Efektif pada Anak Usia Dini dalam Keluarga Menurut Al-Qur'an,” 2364

di tempat makan sepuasnya. Choji masih tetap pada pendiriannya, karena tidak sesuai dengan kapasitas perutnya “kau kira aku apa? Mana bisa aku memakan lima porsi sekaligus!” hal ini lantas menimbulkan emosi dari Shikamaru yang sarannya tidak disetujui terlihat dari ekspresi wajahnya yang kesal dan gerak tubuhnya yang mengajak Choji untuk bertengkar. Hal tersebut kemudian menimbulkan reaksi dari Ino yang meleraikan mereka berdua untuk tidak bertengkar.

a. Makna Denotasi

Scene tersebut menunjukkan pertengkaran antara Shikamaru dan Choji yang dilatar belakangi oleh ajakan Shikamaru untuk makan di tempat makan sepuasnya, namun ditolak oleh Choji lantaran ia merasa tidak bisa makan sebanyak itu. Choji berkata kepada Shikamaru “ makanku Cuma sedikit, jadi itu hanya akan membuang uang 500 ryouku” Hal tersebut menimbulkan reaksi dari Shikamaru yang ajakannya ditolak Choji dan mengajak Choji untuk bertengkar.

b. Makna Konotasi

Adegan ini menggambarkan untuk makan dengan cukup dan tidak membuang-buang uang. Pesan persuasif yang disampaikan Choji dalam adegan ini adalah untuk hidup sederhana tidak boros atau berlebihan. Choji sebagai pelaku komunikasi persuasif menggunakan teknik komunikasi persuasif tataan.

c. Mitos

Umat manusia saat ini sering kali melakukan sesuatu hal yang berlebihan atau melakukan pemborosan, seperti makan yang berlebihan. Gaya hidup yang seperti ini merupakan sebuah perilaku yang buruk dalam kehidupan yang harus diubah. Di dalam masyarakat, nilai kesederhanaan, seperti hidup hemat tidak boros atau berlebihan merupakan nilai moral yang harusnya dijunjung tinggi. Sebagaimana yang ada di Jepang, kebiasaan masyarakat Jepang yang hidup dengan kesederhanaan, seperti berhemat, menjadikan mereka dikenal sebagai negara yang memiliki tabungan nasional tertinggi di dunia.¹⁷ Hal tersebut sejalan dengan tradisi Islam yang mengharuskan untuk hidup sederhana tidak berlebih-

¹⁷ Sri Sudarsih, “Nilai Kesederhanaan dan Nilai Kedisiplinan Sebagai Landasan Kehidupan Masyarakat Jepang,” 51-52

lebih dalam hal apapun baik dalam makan bahkan dalam berwudhu.¹⁸ berlebihan merupakan perbuatan yang dilarang karena hanya akan menimbulkan kemudharatan bagi manusia. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-A'raf ayat 31:

يَبْنَىٰٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا
تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”

Berdasarkan tafsir Kemenag, ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memerintahkan untuk berlaku adil dalam segala urusan. Dalam ayat ini Allah memerintahkan untuk menggunakan pakaian yang baik ketika beribadah dan untuk makan serta minum apa saja yang disukai manusia yang halal. Di ayat tersebut Allah memperingatkan untuk tidak berlebihan dalam segala hal, baik itu ibadah atau makan dan minum. Perkara yang berlebihan menurut ayat ini tidak akan menimbulkan kemaslahatan dan hanya mendatangkan kemudharatan.¹⁹

Komunikasi persuasif berbasis Islam merupakan komunikasi yang mengandung unsur-unsur untuk mengajak dalam kebaikan.²⁰ *Scene* mengandung ajakan kebaikan terlihat dari pesan yang disampaikan Choji mengandung makna untuk tidak hidup boros atau berlebih-lebihan yang sejalan dengan surah Al-A'raf ayat 31. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam *scene* juga terlihat dari penyampain Choji yang dilakukan dengan perkataan yang benar,

¹⁸ Eka Sakti Habibullah, “Etika Konsumsi dalam Islam,” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2018): 94

¹⁹ “Surah Al-A'raf Ayat 31; Tafsir Al-A'raf Ayat 31” Qur'an Kemenag, diakses 04 Agustus 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/7?from=31&to=206>

²⁰ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15

jujur, dan tidak berbelit-belit yang sesuai komunikasi dalam Islam, yaitu *qaulan sadidan*.²¹

5. Scene kelima

Tabel 4.5 Analisis Scene Kelima

<i>Signifier</i> (penanda)	<i>Signified</i> (petanda)
Naruto dan Sakura sedang berdiskusi mengenai perbedaan karakter teman-temannya yang tidak seperti biasanya. Sakura menduga bahwa mereka terlempar ke dalam sebuah dimensi lainnya, namun ia merasa masih belum mempunyai informasi yang cukup dan mengajak Naruto untuk mengumpulkan informasi.	

Sumber: <https://www.bilibili.tv/id/video/2000360099>

Scene 28.00-28.47 menceritakan Naruto dan Sakura yang sedang berdiskusi di dekat patung Hokage mengenai keanehan yang mereka alami sejak serangan Madara. Naruto pada scene ini merasa frustrasi dengan keanehan yang telah terjadi dan telah berusaha dengan berbagai cara untuk melepaskan Genjutsu yang menyerangnya, namun ia selalu gagal dan berkata “kenapa bisa menjadi seperti ini?”. Sakura kemudian berpendapat bahwa mereka berdua kemungkinan terlempar ke dunia lain karenan Jutsu dari Madara. Naruto yang mendengarkan perkataan Sakura ini lantas bertanya apa yang dimaksud dengan “dunia lain” itu, Sakura menjawab bahwa ia tidak yakin mengenai ini “tidak

²¹ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 81

yakin. Sejauh ini kita belum memiliki banyak informasi”. Naruto kemudian menimpali jawaban Sakura ini dengan pertanyaan “jadi, mulai sekarang kita harus menyelidikinya?” Sakura yang mendengar hal ini membenarkan pertanyaan Naruto dan mengajak Naruto untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan.

a. Makna Denotasi

Scene ini menceritakan Naruto dan Sakura sedang berdiskusi mengenai keanehan yang belakangan ini terjadi di sekitar mereka. Naruto pada scene ini bercerita bahwa ia telah melakukan berbagai cara namun selalu gagal. Sakura yang mendengar ini lantas menduga bahwa mereka telah terlempar ke dunia lain karena Jutsu Madara, namun ia tidak mau untuk berspekulasi lebih jauh dengan berkata “tidak begitu yakin. Sejauh ini kita belum memiliki banyak informasi” Naruto yang mendengar itu kemudian bertanya apakah mereka harus menyelidiki semuanya dan Sakura membenarkan hal tersebut.

b. Makna Konotasi

Scene ini menggambarkan bahwa untuk menentukan sesuatu hal harus mengetahui terlebih dahulu informasi yang diperlukan. Sakura sebagai pelaku komunikasi persuasif menyampaikan pada Naruto bahwa kita tidak memiliki informasi mengenai hal tersebut. Pesan yang disampaikan dalam adegan ini adalah untuk tidak tergesa-gesa. Sakura dalam menyampaikan pesan persuasi menggunakan teknik integrasi.

c. Mitos

Dalam melakukan sesuatu manusia dituntut untuk mengetahui semua keperluan yang perlu disiapkan. Ketika tidak memiliki cukup informasi, namun tetap melakukan suatu hal, itu dapat menyebabkan kerugian karena tergesa-gesa melakukannya. Tergesa-gesa dalam melakukakan sesuatu dapat menimbulkan kesalahpahaman yang dapat berakibat buruk.²² Di Jepang, masyarakatnya diajarkan untuk tidak tergesa-gesa dalam melakukan sesuatu melalui budaya *chonoyu*, yaitu budaya upacara minum teh. Prosesi pelaksanaan budaya ini harus dilakukan dengan penuh

²² Hani Astuti, Sumartono, Faisal Hadi Kurnia, “Makna Pesan Moral dalam Serial Kartun Naruto Shippuden (Analisis Semiotika Roland Barthes),” *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16, no. 2 (2019): 99

kehati-hatian dan tidak boleh untuk tergesa-gesa.²³ Di dalam Islam, tergesa-gesa dalam melakukan sesuatu merupakan salah satu perilaku yang buruk. Sebagaimana yang disebutkan Allah dalam surah Al-Isra' ayat 11:

يَدْعُ الْإِنْسَانُ بِالشَّرِّ دُعَاءَهُ بِالْخَيْرِ وَكَانَ الْإِنْسَانُ عَجُولًا

Manusia (seringkali) berdoa untuk (mendapatkan) keburukan sebagaimana (biasanya) berdoa untuk (mendapatkan) kebaikan. Manusia itu (sifatnya) tergesa-gesa.

Menurut tafsir Kemenag, ayat di atas menjelaskan bahwa salah satu sifat yang dimiliki manusia adalah tergesa-gesa. Sifat tergesa-gesa ini menyebabkan manusia ketika menginginkan sesuatu pikirannya tertutup untuk menilai apakah yang diinginkan bermanfaat bagi dirinya. Hal ini muncul karena didorong oleh sifat tergesa-gesa.²⁴

Komunikasi persuasif berbasis Islam merupakan komunikasi yang mengandung unsur-unsur untuk mengajak dalam kebaikan.²⁵ Di dalam *scene* terdapat ajakan untuk tidak tergesa-gesa melakukan sesuatu yang sejalan dengan surah Al-Isra' ayat 11. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam *scene* juga terlihat dari penyampain Sakura yang dilakukan dengan perkataan yang mudah dimengerti dan penggunaan bahasa yang efektif serta tepat sasaran yang sesuai komunikasi dalam Islam, yaitu *qaulan maisuran*.²⁶

²³ Yuliani Rahmah, Iriyanto Widisuseno, Reny Wiyatasary, Budi Mulyadi, "Pelatihan *Chanoyu* Upacara Minum The Jepang Untuk Menggali Nilai-nilai Budaya Serta Manfaat yang Terkandung di Dalamnya," *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2017): 40

²⁴ Surah Al-Isra' Ayat 11: Tafsir Al-Isra' Ayat 11, diakses 12 Agustus 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=11&to=111>

²⁵ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15

²⁶ Erna Kurniawati, "Analisis Prinsip-prinsip Komunikasi dalam Persepektif Al-Qur'an," *Al-Munzir: Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam* 12, no 2 (2019): 236

6. Scene Keenam

Tabel 4. 6 Analisis Scene Keenam

<i>Signifier (penanda)</i>	<i>Signified (petanda)</i>
<p>Sekelompok anak-anak yang mengidolakan Sakura sedang bercakap-cakap dengan Sakura. Salah satu anak berkata jika ia ingin menjadi Sakura. Sakura yang mendengar ini kemudian menasehati mereka agar rajin belajar, tekun, mempunyai tekad, dan lain sebagainya. Anak tersebut kemudian berkata “aku akan berusaha!”.</p>	

Sumber: <https://www.bilibili.tv/id/video/2000360099>

Scene 36.20-36.38 menceritakan Naruto dan Sakura sedang berjalan-jalan di desa sambil berdiskusi mengenai “dunia lain” kemudian di tengah jalan mereka bertemu sekelompok anak kecil yang mengidolakan Sakura, mereka kemudian meminta izin untuk bersalaman dan Sakura menyetujuinya. Kemudian ada salah satu anak yang berkata “jika aku sudah dewasa, aku mau seperti Sakura-nee-chan! Bolehkah?”. Sakura yang mendengar hal tersebut kemudian berkata “hmm? Lakukan yang terbaik, belajar dengan tekun, rajin latihan, dan juga sebuah tekad yang kuat! Kamu pasti bisa melakukannya.” Kemudian anak tersebut dengan penuh semangat berkata “aku akan berusaha!”

a. Makna Denotasi

Dalam *scene* ini terlihat Sakura yang dikerumuni sekelompok anak yang mengidolakannya. Orang-orang di sekitar pun demikian terlihat memandang Sakura dengan penuh kasih sayang. Salah satu anak tersebut berkata bahwa ia ingin menjadi seperti Sakura. Sakura yang mendengar hal ini. Kemudian menasehatinya untuk rajin belajar, tekun berlatih, dan harus

bertekad. Sakura juga terlihat menyemangati mereka dengan berkata penuh semangat “kamu pasti bisa melakukannya”. Anak tersebut kemudian dengan penuh semangat menimpali Sakura dengan berkata “aku akan berusaha!”

b. Makna Konotasi

Scene tersebut menggambarkan bahwa untuk mencapai sebuah tujuan harus dengan rajin belajar, tekun dalam berlatih, dan mempunyai tekad yang kuat. Pesan yang terkandung dalam adegan ini adalah rajin, tekun, dan semangat. Sakura sebagai pelaku komunikasi persuasif dalam menyampaikan pesan persuasif kepada sekelompok anak kecil dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif tataan.

c. Mitos

Sebagai generasi penerus bangsa, memiliki sifat yang rajin, tekun, dan berdedikasi tinggi dalam semua hal, khususnya belajar, sangat penting untuk membantu meraih cita-cita yang ingin dicapai. Belum lagi di era perkembangan zaman yang semakin cepat, seseorang harus memiliki sifat rajin, tekun, dan dedikasi yang tinggi agar mampu bersaing dengan yang lain. Hal yang demikian tersebut memiliki pengaruh yang sangat penting dalam kemajuan suatu bangsa, karakter masyarakat yang rajin, tekun, dan berdedikasi tinggi, tentu saja kemajuan yang dialami oleh negara juga semakin pesat.²⁷ nilai-nilai rajin, tekun, dan penuh dedikasi ini juga sejalan dengan nilai-nilai keislaman yang terdapat dalam Al-Qur'an maupun hadis.²⁸ Sebagaimana perintah untuk rajin belajar dalam Al-Qur'an surah Al-Mujadalah ayat 11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا
يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا
مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

²⁷ Sri Sudarsih, “Nilai Etis dalam Sistem Kekerabatan Jepang” *Kiryoku: Jurnal Study Kejepangan* 4, no. 1 (2020): 39

²⁸ Ali Fakhrudin, “Sistem Ketenagakerjaan di Indonesia dalam Persepektif Islam,” *Al-Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Keagamaan* 20, no. 3 (2023): 696

“Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, “Berdirilah,” (kamu) berdirilah. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

Menurut tafsir Kemenag ayat di atas menjelaskan bahwa Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman, taat dan patuh kepadaNya, melaksanakan perintahNya, menjauhi laranganNya, berusaha menciptakan kondisi yang aman, damai, dan tentram dalam masyarakat. Ayat ini juga menjelaskan bahwa Allah juga akan mengangkat derajat orang-orang yang berilmu yang memanfaatkan ilmunya sesuai perintah Allah dan RasulNya.²⁹ Kesimpulan dari ayat ini adalah Allah memerintahkan manusia untuk rajin mencari ilmu atau belajar agar memiliki derajat yang tinggi.

Komunikasi persuasif berbasis Islam merupakan komunikasi yang mengandung unsur-unsur untuk mengajak dalam kebaikan.³⁰ Di dalam *scene* terdapat ajakan untuk menjadi orang yang rajin dan tekun yang sesuai dengan nilai-nilai keIslaman yang terdapat dalam Al-Qur'an salah satunya adalah surah Al-Mujadalah ayat 11. Dalam *scene* komunikasi berbasis Islam juga dapat dilihat dari penyampain pesan yang dilakukan Sakura menggunakan prinsip komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur'an, yaitu *qaulan laiyyinan* atau perkataan yang lemah lembut dengan tujuan agar komunikan tergerak hatinya, tergugah jiwanya, dan tentram batinnya, sehingga mau mengikuti pesan yang disampaikan.³¹

²⁹ Surah Al-Mujadalah Ayat 11: Tafsir Al-Mujadalah Ayat 11, diakses 12 Agustus 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/58?from=11&to=22>

³⁰ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15

³¹ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 81

7. Scene Ketujuh

Tabel 4. 7 Analisis Scene Ketujuh

Signifier (penanda)	Signified (petanda)
<p>Terlihat Naruto yang kesal kepada Sakura yang menikmati kehidupan di dunia lain sebagai putri pahlawan yang diidolakan dan disayangi banyak orang. Naruto merasa apa yang dilakukan Sakura hanya membuang-buang waktu saja dan pergi meninggalkan Sakura sendiri.</p>	

Sumber: <https://www.bilibili.tv/id/video/2000360099>

Scene 37.08-37.31 menceritakan Sakura yang menyukai tinggal di dunia lain ciptaan Madara. Sakura pada scene keenam, terlihat sangat senang menanggapi sekelompok anak kecil yang mengidolakannya, kemudian setelah anak-anak tersebut pergi Naruto menegur Sakura dengan sebuah pernyataan “Sakura, sepertinya kau menikmatinya.” Sakura yang mendengar hal ini kemudian terlihat ekspresi wajahnya yang kaget, kemudian berubah dengan ekspresi memejamkan mata sambil berkata “itu tidak mungkin. Aku ini cuma berpura-pura memerankan putri sang pahlawan.” Naruto kemudian menjawabnya dengan ekspresi tidak mempercayai perkataan Sakura “benarkah?” Sakura kemudian menjawab dengan ekspresi bersalah dan memalingkan wajahnya dari Naruto “mungkin aku sedikit menyukainya. Sejauh ini, tampaknya belum ada bahaya.kupikir tempat ini juga tidak terlalu buruk.” Naruto yang mendengar jawaban Sakura kemudian mengingatkan Sakura dengan ekspresi kesal jika dunia ini adalah dunia palsu ciptaan Madara. Sakura kemudian menjawab jika ia mengetahuinya. Naruto lantas berkata jika ia tidak ingin tinggal di sini lagi dan pergi dengan kesal sembari berkata “aku tidak punya waktu untuk bermain-main di sini!” Sakura yang mendengar perkataan

Naruto kemudian dia menatap Naruto yang pergi, setelah beberapa saat Sakura mulai mengejar Naruto.

a. Makna Denotasi

Scene ini menceritakan Sakura yang mengungkapkan jika ia menyukai tinggal di dunia buatan Madara dan merasa dunia buatan ini tidaklah buruk. Naruto yang mendengar perkataan Sakura ini merasa sangat kesal dan menegur Sakura jika ini adalah dunia palsu, ia kemudian berkata kepada Sakura jika ia tidak ingin tinggal di sini. Naruto lantas pergi meninggalkan Sakura dengan berkata “aku tidak punya waktu untuk bermain-main di sini!” Sakura yang melihat Naruto pergi, kemudian terdiam dan menatap kepergian Naruto beberapa saat, kemudian Sakura pergi mengejar Naruto.

b. Makna Konotasi

Dari *scene* ini dapat mengambil pelajaran bahwa jangan sampai kita menyalahgunakan waktu. Pesan yang ingin disampaikan dalam adegan ini adalah pesan untuk menghargai waktu. Naruto sebagai pelaku komunikasi persuasif untuk memengaruhi Sakura menggunakan teknik komunikasi persuasif tataan.

c. Mitos

Di zaman sekarang banyak manusia yang suka untuk membuang-buang waktunya untuk hal-hal yang tidak bermanfaat. Manusia harus memiliki kesadaran akan menghargai waktu dengan tidak bersantai-santai dalam melakukan sesuatu. Dengan disiplin waktu yang tinggi, manusia akan dihindarkan dari kerugian. Di Jepang, masyarakatnya memiliki kedisiplinan waktu yang cukup tinggi, mereka di kenal sangat menghargai waktu. Hal ini bisa dilihat dari salah satunya masyarakat Jepang yang berjalan dengan ritme yang cepat dan terlihat sedang berlari kecil. Kebudayaan masyarakat Jepang ini ternyata diawali dari budaya bercocok tanam mereka yang dilakukan selama satu tahun sekali, karena Jepang memiliki empat musim. Hal ini mengharuskan para petani untuk berdisiplin waktu agar padi yang mereka tanam dapat panen tepat pada waktunya, karena lewat waktu sedikit para petani akan mengalami gagal panen, sehingga mereka bisa tidak makan nasi

selama satu tahun.³² Allah di dalam Al-Qur'an juga memerintahkan manusia untuk selalu mengerjakan hal-hal yang bermanfaat, sebagaimana yang disebutkan dalam surah Asy-Syarah ayat 7:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ^ل

“Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain)”

Menurut tafsir Kemenag, ayat di atas memerintahkan kepada manusia ketika telah selesai mengerjakan suatu urusan dunia atau berdakwah, untuk bergegas menghadap kepada Tuhanmu, kemudian berdoa dengan sungguh-sungguh. Allah dalam ayat ini juga memerintahkan manusia untuk menyukuri nikmat yang telah diberikan dengan tekun beramal sambil bertawakal kepadaNya. Jika suatu pekerjaan telah selesai dikerjakan, maka bergegaslah untuk melakukan pekerjaan yang lainnya. Hal yang demikian ini akan menimbulkan ketenangan hati dan jiwa.³³ Kesimpulan dari ayat di atas adalah jika kita selalu menyibukan diri dengan perkara yang bermanfaat dan tidak menyia-nyiakan waktu untuk terlena di dunia, niscaya manusia akan terhindar dari kerugian.

Komunikasi persuasif berbasis Islam merupakan komunikasi yang mengandung unsur-unsur untuk mengajak dalam kebaikan.³⁴ Di dalam *scene* terdapat ajakan untuk menghargai atau tidak menyia-nyiakan waktu yang sejalan dengan surah Asy-Syarah ayat 7. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam *scene* juga terlihat dari penyampain Choji yang dilakukan dengan perkataan yang benar, jujur, dan tidak berbelit-belit yang sesuai komunikasi dalam Islam, yaitu *qaulan balighan*.³⁵

³² Fatonah, “Belajar Dari Karakteristik Bangsa Jepang dalam Menghargai Kebudayaan,” *Tsaqoah & Tarikh: Jurnal Kebudayaan dan Sejarah Islam* 2, no. 2 (2017): 126-127

³³ “Surah Asy-Syarah Ayat 7; Tafsir Asy-Syarah Ayat 7” diakses 06 Agustus 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/94?from=1&to=8>

³⁴ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15

³⁵ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 81

8. Scene Kedelapan

Tabel 4. 8 Analisis Scene Kedelapan

Signifier (penanda)	Signified (petanda)
<p>Terlihat Bos Katak yang diperintahkan untuk menjaga gulungan Red Moon. Bos Katak tidak peduli siapa saja yang datang untuk mengambil gulungan tersebut akan ia halangi</p>	

Sumber: <https://www.bilibili.tv/id/video/2000360099>

Scene 48.27-048.52 menceritakan Naruto bersama kedua orang tuanya dan rekannya sedang melaksanakan misi untuk mengambil gulungan Red Moon yang disembunyikan oleh Jiraya Sensei. Jiraya Sensei memasang sebuah perangkat untuk melindungi gulungan tersebut. Naruto yang sedang berlari secara tidak sengaja mengaktifkan perangkat tersebut dan keluarlah sekelompok katak raksasa yang melindungi gulungan tersebut. Minato yang melihatnya kemudian berkata jika mereka berasal dari desa Konoha. Berharap mendapatkan respon yang baik ternyata Bos katak, sapaan Naruto untuk katak yang menjadi pemimpinnya berkata “aku tidak peduli. Kami diperintahkan untuk melindungi gulungan itu dari siapapun yang mencoba mengambilnya.” Naruto yang mendengar hal tersebut dengan ekspresi serius berusaha untuk bernegosiasi kembali. Usaha yang dilakukan Naruto ternyata gagal dan Bos Katak lantas mulai menyerang mereka. Minato kemudian menyadari jika negosiasinya telah gagal dan mulai menyerang kembali katak-katak itu.

a. Makna Denotasi

Bos Katak yang melindungi gulungan Red Moon dari siapapun yang hendak mengambilnya, tidak peduli siapapun orangnya akan ia halangi. Melihat hal tersebut kemudian Minato

memerintahkan timnya untuk mulai menerobos kawanan kata yang menghalangi jalan mereka.

b. Makna Konotasi

Dalam adegan ini menggambarkan sebagai pimpinan harus menjaga amanah yang sudah diberikan kepadanya. Bos Katak sebagai pimpinan katak menolak kedatangan Minato dan timnya untuk mengambil gulungan Red Moon. Agar penolakan yang dilakukan Bos Katak dapat mempersuasi Minato dan timnya, Bos Katak menggunakan teknik komunikasi persuasif *fear arousing*.

c. Mitos

Di zaman sekarang banyak orang yang tidak bersungguh-sungguh menjalankan amanah yang telah diberikan seseorang kepadanya dan mengkhianati amanah yang telah diberikan. Sikap tidak amanah ini jika terus dipelihara akan yang berbahaya bagi kehidupan. Terutama menjadi seorang pemimpin, dengan kekuasaan yang dimilikinya harus digunakan untuk menjalankan amanahnya. Seseorang yang memegang amanah itulah yang layak disebut sebagai pemimpin yang baik. Di Jepang, seorang pemimpin akan merasa dirinya tidak berharga ketika ia gagal memenuhi amanah yang ada pada dirinya, kegagalan memegang amanah ini bisa mengakibatkan seorang pemimpin untuk bunuh diri. Hal ini terjadi karena orang Jepang memiliki konsep diri yang tinggi mengenai rasa malu, oleh karena itu mereka memiliki pendirian untuk mengembalikan harga dirinya seperti semua dan dihormati.³⁶ Budaya amanah ini juga sejalan dengan nilai-nilai keIslaman, Allah dalam Al-Qur'an telah memerintahkan manusia untuk bersikap amanah dan tidak mengkhianati kepercayaan yang diberikan kepadanya, sebagaimana yang disebutkan dalam surah Al-Anfal ayat 27:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ
تَعْلَمُونَ

³⁶ Sri Sudarsih, "Pentingnya Konsep Diri dalam Menyikapi Budaya Jepang," *Kiryoku: Jurnal Study Kejepangan* 3, no. 4 (2019): 237

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui.”

Menurut tafsir Kemenag RI, ayat di atas menerangkan bahwa Allah memerintahkan untuk tidak berkhianat kepadaNya dengan tidak mengurahi hak Allah yang dapat mengakibatkan seseorang menjadi kufur. Allah juga memerintahkan untuk tidak mengkhianati Nabi Muhammad dengan tetap mematuhi seruannya dan melarang untuk mengkhianati amanat yang telah diberikan kepadanya baik dari orang lain ataupun keluarganya, baik amanat dari orang muslim atau non-muslim. Allah dalam ayat ini juga menegaskan bahwa segala sesuatu yang ada dalam diri manusia merupakan amanat Allah yang harus dijaga.³⁷ Kesimpulan dari ayat ini adalah sebagai manusia, khususnya orang beriman harus dengan bersungguh-sungguh menjaga amanat yang telah diberikan orang lain dan jangan mengkhianati amanat yang diberikan.

Komunikasi persuasif berbasis Islam merupakan komunikasi yang mengandung unsur-unsur untuk mengajak dalam kebaikan.³⁸ Di dalam *scene* terdapat ajakan untuk menjadi orang yang amanah atau pemimpin yang amanah, pesan ini sejalan dengan Al-Qur’an surah Al-Anfal ayat 27 . Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam *scene* juga terlihat dari penyampain Bos Katak yang dilakukan dengan perkataan yang benar, jujur, dan tidak berbelit-belit yang sesuai komunikasi dalam Islam, yaitu *qaulan sadidan*.³⁹ Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam *scene* ini juga dapat dilihat dari teknik komunikasi yang digunakannya, yaitu teknik *fear arousing*. Teknik ini sering digunakan di dalam Al-Qur’an.⁴⁰

D. Komunikasi Persuasif Berbasis Islam Dalam Film Naruto The Movie “Road to Ninja”

Film adalah media komunikasi massa yang memiliki kemampuan untuk merekonstruksi realitas sosial budaya melalui simbol-simbol yang mengandung pesan tersirat di dalamnya. Sebagai bagian dari komunikasi

³⁷ “Surah Al-Anfal Ayat 27; Tafsir Al-Anfal Ayat 27” diakses 06 Agustus 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/8?from=27&to=75>

³⁸ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 15

³⁹ Maruuroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, 81

⁴⁰ Muh. Ilyas, *Komunikasi Persuasif Menurut Al-Qur’an*, 20

massa, film memiliki andil yang besar dalam kehidupan manusia. Untuk memahami film, terdapat berbagai persepetif bidang ilmu yang dapat digunakan, seperti ilmu sosial, ilmu budaya, ilmu seni, dan lain sebagainya. Dalam film, terdapat dua unsur pembentuk film, yaitu unsur naratif dan unsur sinematik. Oleh karena itu, untuk menganalisis komunikasi persuasif berbasis Islam dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* diperlukan pendekatan analisis semiotika. Dalam analisis semiotika ini, penulis merupakan unsur yang mengaitkan tanda dengan obyeknya.

Secara umum, film *Naruto* merupakan film yang bertemakan petualangan dan perjuangan. Film ini menceritakan perjuangan *Naruto* untuk mengejar cita-citanya menjadi Hokage desa Konoha. dalam film ini, diceritakan kehidupan *Naruto* yang ditinggal mati orang tuanya cukup sulit. Orang tua *Naruto* mati pada saat *Kyubi* menyerang desa Konoha bertepatan hari kelahiran *Naruto*. *Naruto* kecil, memiliki kehidupan yang terasingkan, masyarakat Konoha menganggap *Naruto* sebagai monster, karena di dalam diri *Naruto* tersegel *Kyubi* yang menyerang desa Konoha. *Naruto The Movie "Road to Ninja"* sebagian besar alurnya menceritakan perjuangan *Naruto* untuk terbebas dari dunia paraler yang diciptakan oleh *Madara*. Di dunia ini, orang tua *Naruto* yang telah mati kembali hidup dan karakter orang-orang desa Konoha menjadi berkebalikan dari karakter aslinya.

Adegan-adegan yang ditampilkan dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* banyak mengandung nilai-nilai ilmu komunikasi persuasif di dalamnya. Komunikasi persuasif yang terjadi dapat dilihat dari dialog yang ditampilkan memiliki tujuan untuk mempengaruhi lawan bicaranya dengan pesan yang disampaikan, seperti dialog antara *Iruka* dengan *Naruto*, di mana *Iruka* berusaha untuk mempengaruhi *Naruto* untuk berusaha dan bekerja keras meraih cita-citanya. Komunikasi persuasif dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* dapat terlihat juga dari teknik-teknik dan strategi komunikasi persuasif yang digunakan, antara lain teknik asosiasi, integrasi, tataan, *exchange tactics*, *personal appareal tactics*, dan *fear arousing*.

Komunikasi persuasif dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* tidak serta merta langsung terjadi. Proses terjadinya komunikasi persuasif dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* diawali dengan beberapa hal. Di *scene* pertama, komunikasi persuasif terjadi karena kecerobohan *Naruto* yang tidak mengikuti rencana. *Scene* kedua, komunikasi persuasif yang terjadi diawali dengan perilaku *Sakura* yang

membentak orang tuanya. *Scene* ketiga, komunikasi persuasif terjadi diawali dari permintaan Naruto kepada Iruka untuk memberikannya surat rekomendasi menjadi Jounin. *Scene* keempat, diawali dengan ajakan Shikamaru untuk makan di restoran sepuasnya. *Scene* kelima, diawali dengan diskusi antara Naruto dengan Sakura tentang dunia paralel ciptaan Madara. *Scene* keenam, diawali dengan pertanyaan pengganggu kepada yang dikagumi. *Scene* ketujuh, komunikasi persuasif yang terjadi diawali dengan Sakura yang mulai menyukai dunia ciptaan Madara yang membuat Naruto kesal. *Scene* kedelapan, diawali dengan upaya negosiasi Minato dan timnya dengan Bos Katak yang menjaga gulungan *Red Moon*.

Komunikasi persuasif berbasis Islam sendiri dalam film ini dapat dilihat dari pesan persuasi yang disampaikan. Komunikasi persuasif berbasis Islam sendiri merupakan komunikasi yang mengandung unsur-unsur untuk mengajak melakukan kebaikan. Hal inilah yang mendasari komunikasi persuasif yang terdapat dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* dapat dikatakan sebagai komunikasi persuasif berbasis Islam. Di dalam Islam, pesan persuasi dikenal sebagai *tablighul muatsir*. Pesan-pesan persuasi yang terdapat di dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* sejalan dengan nilai-nilai Islam yang disebutkan di dalam Al-Qur'an. pesan persuasi berbasis Al-Qur'an dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* dapat dikelompokkan ke beberapa jenis pesan persuasi dalam Al-Quran, sebagai berikut:

1. Pesan Persuasif Untuk Membangun Kekuatan

Berisi ajakan untuk beribadah dan memerangi musuh-musuh manusia. Di sampaikan dengan kata-kata perintah untuk melakukan sesuatu. Pesan persuasif jenis ini terletak pada:

- a. *Scene* pertama, pesan yang terkandung sejalan dengan Al-Qur'an surah An-Nisa' ayat 59 yang berisi perintah untuk mentaati Allah, Rasulnya dan Ulil Amri,
- b. *Scene* keenam, pesan yang terkandung sejalan dengan Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 104 yang berisi perintah untuk menyampaikan kebajikan atau kebaikan.

2. Pesan Persuasif Untuk Membangun Ketahanan

Berisi ajakan yang ditekankan pada persoalan internal, seperti memelihara diri dan keluarga. Disampaikan dengan cara menyuruh. Pesan persuasif jenis ini terletak pada:

- a. *scene* kedua, pesan yang terkandung sejalan dengan Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 23 yang berisi perintah Allah untuk memelihara orang tua dengan tidak berkata kasar,

- b. *scene keempat*, pesan yang terkandung sejalan dengan Al-Qur'an surah Al-A'raf ayat 31 yang berisi larangan untuk tidak berlebihan,
- c. *scene kedelapan*, pesan yang terkandung sejalan dengan Al-Qur'an surah Al-Anfal ayat 27 yang berisi larangan Allah untuk mengkhianati amanah,

3. Pesan Persuasif Untuk Membangun Kelangsungan Hidup

Berisikan cara manusia untuk menjaga kelangsungan hidupnya dengan memanfaatkan nikmat yang diberikan Allah. Pesan persuasif jenis ini terdapat pada:

- a. *Scene ketiga*, pesan yang terkandung sejalan dengan Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 105 yang berisi ajakan untuk terus berusaha dan bekerja, karena usaha yang dilakukan akan mempengaruhi hasil yang diperoleh,
- b. *Scene ketujuh*, pesan yang terkandung sejalan dengan Al-Qur'an surah Asy-Syarah ayat 7 yang berisikan perintah Allah agar manusia tidak menyia-nyiakkan dan menghargai waktu dengan terus bekerja melakukan hal-hal yang bermanfaat dengan kenikmatan yang telah diberikan Allah.

4. Pesan Persuasif Untuk Menyiapkan Bekal Akhirat

Berisikan ajakan kepada manusia untuk menyiapkan bekal akhirat. Disampaikan dengan memberikan penjelasan atau informasi yang bersifat verbal dan gambaran akhirat. Pesan persuasif jenis ini terdapat pada:

- a. *Scene kelima*, pesan yang terkandung sejalan dengan Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 11 yang berisikan penjelasan Allah bahwa manusia memiliki sifat tergesa-gesa, sehingga tidak jarang manusia berdoa meminta keburukan kepada dirinya seperti berdoa meminta kebaikan.

Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* selain dapat dilihat dari pesan persuasi yang disampaikan, juga dapat dilihat dari teknik Komunikasi persuasi yang digunakan. Dalam film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* terdapat lima teknik komunikasi persuasif yang digunakan. Dari lima teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam film ini terdapat dua teknik komunikasi persuasif yang digunakan juga di dalam penyampaian pesan di dalam Al-Qur'an, yaitu teknik asosiasi dan teknik *fear arousing*. Teknik asosiasi, yaitu teknik komunikasi persuasif yang dilakukan dengan menempatkan atau menumpangkan

pesan yang ingin disampaikan kepada objek atau peristiwa yang menjadi perhatian komunikan. Di dalam Al-Qur'an teknik ini kerap kali digunakan dalam penyampain pesan di dalamnya. Bentuk penggunaan teknik asosiasi dalam Al-Qur'an dapat dilihat penyampaian pesan yang ditumpangkan pada peristiwa-peristiwa penting, seperti pesam Ketuhanan atau Keimanan yang ditumpangkan pada kisah Nabi Hud dan kaum Ad. Teknik *fear arousing*, yaitu teknik komunikasi persuasif dalam penyampaian pesannya dengan cara menakut-takuti atau dengan memberikan konsekuensi jika pesan yang diberikan tidak dilakukan. Di dalam Al-Qur'an teknik ini kerap kali digunakan ketika menyampaikan hukum Islam. Bentuk penggunaan dari teknik komunikasi persuasif yang teknik ini di dalam Al-Qur'an dapat dilihat dari ayat-ayat yang berisi larangan beserta hukuman bagi pelakunya, seperti hukuman bagi pelaku pencurian.

Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam film Naruto juga dapat dilihat dari penggunaan etika komunikasi dalam Al-Qur'an oleh para tokoh di dalamnya. Etika komunikasi Al-Qur'an yang digunakan dalam film ini antara lain *qaulan maisuuran*, *qaulan sadidan*, *qaulan balighan*, dan *qaulan laiyinan*. *Qaulan maisuuran* merupakan komunikasi yang dilakukan dengan perkataan yang mudah, etika komunikasi ini biasanya digunakan oleh penolong kepada orang yang ditolong, di dalam film Naruto The Movie "Road to Ninja" etika komunikasi ini terlihat dalam *scene* pertama dan kelima. *Qaulan sadidan* merupakan komunikasi yang dilakukan dengan perkataan yang benar, jujur, dan tidak berbelit-belit, teknik ini terlihat dalam *scene* kedua, keempat, dan ketujuh. *Qaulan Balighan* merupakan komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bahasa yang sesuai dengan situasi dan kondisi komunikan sehingga pesan yang disampaikan dapat membekas pada hati komunikan, teknik komunikasi ini terlihat dari *scene* ketiga. *Qaulan laiyinan* merupakan komunikasi yang dilakukan dengan perkataan yang lemah lembut yang bertujuan agar komunikan tergerak hatinya, tergugah jiwanya, dan tentram batinnya, etika komunikasi ini dapat dilihat pada *scene* keenam.

Peneliti menilai, dari penjabaran di atas film Naruto The Movie "Road to Ninja" mengandung komunikasi persuasif berbasis Islam di dalamnya. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam film ini dapat dilihat dari pesan persuasi yang disampaikandigunakan, dan etika komunikasi yang terkandung di dalam setiap *sceneny* sejalan dengan Al-Qur'an.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah mengamati dan menganalisis film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* pada bab sebelumnya, ditemukan adegan-adegan yang mengandung unsur-unsur komunikasi berbasis Islam di dalamnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam film ini disajikan oleh Masashi Kishimoto melalui adegan-adegan yang bercerita mengenai kesalahan atau kekesalan tokoh di dalamnya, diskusi, dan percakapan antara idola dan pengidola;
2. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam film ini terlihat dari pesan persuasi yang disampaikan sejalan dengan ajaran Islam, penggunaan beberapa teknik komunikasi persuasi yang digunakan di dalam Al-Qur'an, dan penggunaan etika komunikasi berlandaskan Al-Qur'an yang terkandung di dalamnya;
3. Dalam Film *Naruto The Movie "Road to Ninja"* terdapat komunikasi persuasif berbasis Islam dalam dua hal, yaitu larangan dan perintah Allah. Larangan Allah yang terkandung di dalamnya antara lain larangan untuk tidak berbicara kasar kepada orang tua, larangan untuk berlebih-lebihan, larangan untuk tergesa-gesa, larangan untuk menkhianati amanah, dan larangan untuk mengikuti tipu daya iblis. Perintah Allah yang terkandung di dalamnya antara lain perintah untuk menaati aturan, perintah untuk bekerja keras atau berusaha, perintah untuk menyeru pada kebaikan, dan perintah untuk tidak menyia-nyiakan waktu.
4. Komunikasi persuasif berbasis Islam dalam film ini dapat digolongkan menjadi empat kategori berdasarkan pesan persuasif Islam, antara lain pesan persuasif untuk membangun kekuatan, terdapat dua pesan; pesan persuasif untuk membangun ketahanan, terdapat tiga pesan; pesan persuasif untuk membangun kelangsungan hidup, terdapat dua pesan; dan pesan persuasif untuk menyiapkan bekal akhirat, terdapat satu pesan.

B. Saran

Saran-saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini antara lain:

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih banyak mengkaji dan menganalisis komunikasi persuasif berbasis Islam, terutama film-film luar negeri yang banyak peminatnya, hal ini bertujuan agar keilmuan-keilmuan yang berkaitan dengan Islam dapat terus dikaji dan tidak menggerus budaya Islam dan bangsa.
2. Kepada para pembuat film diharapkan untuk memperbanyak film-film yang mengandung nilai-nilai keilmuan di dalamnya, sehingga penikmat selain mendapatkan hiburan juga dapat memperoleh ilmu yang ada dalam film.
3. Bagi penikmat serial film Naruto, harus selektif mengambil pelajaran dari film ini, mengingat film Naruto merupakan film yang berasal dari Jepang, sehingga hal ini memiliki latar belakang teologi yang berbeda dengan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Film Naruto memiliki beberapa adegan yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam di dalamnya. Tidak berhenti di situ, di Indonesia film Naruto memiliki rating BO atau bimbingan orang tua, karena memang di awal kisah perjalanan Naruto sangat identik dengan perilaku anak kecil pada umumnya. Namun, ketika kisahnya berlanjut di masa dewasa Naruto atau pada episode Shippuden, film Naruto sudah bukan lagi berkisah anak kecil yang bekerja keras dalam belajar untuk menjadi pahlawan desa dan Hokage sehingga diakui oleh warga desa. Namun, kisah Naruto dewasa banyak menyajikan adegan kekerasan dan seksualitas. Perjalanan kisah Naruto yang berawal dari ninja pemula yang mengejar pengakuan dan berubah menjadi pembalasan dendam. Hal ini menjadikan Naruto tidak layak menjadi tontonan anak kecil dan rating BO diganti dengan D atau dewasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrina, Cut, Bustamin, Saifuddin Rasyid, Iwin Ardyawin, Adripen, Rahma Fira Yendri, and Khofifah. 2021. "Educational Film Screening as an Innovation for Padang Panjang City Library Service." *Jurnal Ekspresi Seni: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni* 448-449.
- Alfathani, Muhammad Ali Mursyid, and Dani Manesah. 2020. *Pengantar Teori Film*. Sleman: Deepublish.
- Anwar, Ardy Aprilian, Nurulita Widiyanti, and Magda Amalia Sumbodo. 2022. "Persepsi Peran Efek Suara Pada Serial Animasi Garapan Rumah-rumah Produksi di Indonesia." *Jurnal Kajian Televisi dan Film* 147.
- Asih, Ni'mah Setya. 2020. "Integrasi Antara Nilai-nilai Kehidupan di Anime Naruto dan Nilai-nilai Pendidikan Agama Islam." *Al-Munqidz: Jurnal Kajian Keislaman*.
- Barthes, Roland. 2017. *Elemen-Elemen Semiotika*. diterjemah oleh M. Andriansyah. Bantul: Basabasi.
- Chusna, Elok Aria. 2022. "Peran Komunikasi Persuasif Dalam Menyelesaikan Konflik Ideologi Pada Novel Kambing Dan Hujan." *Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ)*.
- Demillah, Airani. 2019. "Peran Film Animasi Nussa dan Rara Dalam Meningkatkan Pemahaman Tentang Islam Pada Pelajar SD." *Interaksi* 110.
- Diahloka, Carmia. 2012. "Pengaruh Sinetron Televisi Dan Film Terhadap Perkembangan Moral Remaja." *Jurnal Reformasi* 23.
- F, Faizal Firdaus E, Judhi Hari Wibowo, and Muchamad Rizqi. 2018. "Analisis Pesan Moral Dalam Serial Anime Naruto The Movie "Road To Ninja" Karya Masashi Kishimoto (Analisis Semiotika Roland Barthes)." *FISIP Untag*.
- Fakhrudin, Ali. 2023. "Sistem Ketenagakerjaan di Indonesia dalam Persepektif Islam." *Al-Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Keagamaan* 693-700.
- Fatimah. 2020. *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)*. Gowa: TallasaMedia.

- Fatonah. 2017. "Belajar Dari Karakteristik Bangsa Jepang dalam Menghargai Kebudayaan." *Tsaqoah & Tarikh: Jurnal Kebudayaan dan Sejarah Islam* 119-132.
- Firdaus, Faizal. 2018. "Analisis Pesan Moral dalam Film Naruto The Movie "Road To Ninja" karya Masashi Kishimoto (analisis semiotika Roland Barthes)." *UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945*.
- Firdaus, Faizal. 2018. "Analisis Pesan Moral dalam Film Naruto The Movie "Road To Ninja" karya Masashi Kishimoto (analisis semiotika Roland Barthes)." *UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945*.
- Firmansyah, Muhamad Halim, and Andri Noviandi. 2022. "Nilai Moral Dalam Anime Film Naruto The Movie Road To Ninja Karya Masashi Kishimoto." *Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*.
- Habibullah, Eka Sakti. 2018. "Etika Konsumsi dalam Islam." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 90-102.
- Hamzah, Nur, Elfan Fanhas, and Maulidya Ulfa. 2021. "Tontonan anak di Televisi: Paradoks dan Kontestasi Nilai Tontonan Anak di Media Televisi Nasional." *Jurnal Obsesi* 1884.
- Hani Astuti, Sumartono, Faisal Hadi Kurnia. 2019. "Makna Pesan Moral dalam Serial Kartun Naruto Shippuden (Analisis Semiotika Roland Barthes)." *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 88-103.
- Hendri, Ezi. 2019. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ilyas, Muh. 2010. "Komunikasi Persuasif Menurut Al-Qur'an." *Al-Tajdid: Jurnal Dakwah dan Pemikiran Islam*.
- kemenag. n.d. *Surah An-Nisa' Ayat 59; Tafsir An-Nisa' Ayat 59*. Accessed Agustus 4, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=59&to=176>.
- Kurniawati, Erna. 2019. "Analisis Prinsip-prinsip Komunikasi dalam Persepektif Al-Qur'an ." *Al-Munzir: Jurnal Kajian Ilmu-ilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam* 225-248.
- Lubis, Metha. 2019. "Peran Guru Pada Era Pendidik 4.0." *Eduka: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis* 68-73.

- Mariana, Yenni. 2017. "Film Animasi 3D Jurnalis Sindo." *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya* 18.
- Masduki. 2010. "Sinema Independen di Yogyakarta." *Komunikasi* 120-121.
- Masruroh, Lina. 2020. *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Niswah, Auliya. 2014. "Aplikasi Teknik Komunikasi Persuasif dalam Buku 7 Keajaiban Rezeki Karya Ippho Santosa ." *UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Pambayun, Ellys Lestari. 2012. *Communication Quotient Kecerdasan Komunikasi dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- . 2013. *One Stop Qualitative Research Methodology In Communication*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- RI, Kementerian Agama. n.d. *Qur'an Kemenag*. Accessed Agustus 4-6, 2023. <https://quran.kemenag.go.id>.
- Saleh, Muhammad. 2019. "Model Komunikasi Persuasif Dalam Persepektif Islam." *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*.
- Sarnoto, Ahmad Zain. 2022. "Komunikasi Efektif pada Anak Usia Dini dalam Keluarga Menurut Al-Qur'an." *Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 2359-2369.
- Sholichati, Isma'iyah. 2018. "Komunikasi Persuasif Dalam Pembelajaran Pada Film Sokolo Rimba (Analisis Semiotika Roland Barthes)." *Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel*.
- Sudarsih, Sri. 2020. "Nilai Etis dalam Sistem Keakerabatan Jepang." *Kiryoku: Jurnal Study Kejepangan* 38-47.
- Sudarsih, Sri. 2017. "Nilai Kesederhanaan dan Nilai Kedisiplinan Sebagai Landasan Kehidupan Masyarakat Jepang." *Kiryoku: Jurnal Study Kejepangan* 48-53.

- Sudarsih, Sri. 2019. "Pentingnya Konsep Diri dalam Menyikapi Budaya Jepang." *Kiryoku: Jurnal Study Kejepangan* 233-238.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R7D*. Bandung: ALFABETA.
- Sumadin, and Sri Wahyuni. 2018. "Pengaruh Sinetron Remaja Terhadap Karakter Peserta Didik." *Jurnal Al-Mau'izah* 80.
- Widiususeno, Iriyanto. 2017. "Mengenal Karakter Bangsa Jepang Melalui Perilaku Baik Yang Inspiratif." *Kiryoku: Jurnal Study Kejepangan* 1-9.
- Wiyatasari, Reni. 2019. "Nilai Budaya dan Makna Simbolis Seni Tradisional Jepang Daruma, Okinasan, Koi-nobori, dan Nagashi-bina." *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi* 9-14.
- Yamane, Toi. 2020. "Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang di Indonesia." *Jurnal Ayumi* 72-76.
- Yamiliza, Nonita. 2018. "Analisis Pesan Motivasi Dalam Film Naruto The Movie Road To Ninja." *Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry*.
- Yuliani Rahmah, Iriyanto Widiususeno, Reny Wiyatasary, Budi Mulyadi. 2017. "Pelatihan Chanoyu Upacara Minum The Jepang Untuk Menggali Nilai-nilai Budaya Serta Manfaat yang Terkandung di Dalamnya." *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 37-41.
- Zaenuri, Ahmad. 2017. "Teknik Komunikasi Persuasif dalam Pengajaran." *Jalie: Journal of Applied Linguistics and Islamic Education* 41-67.
- Zain, Nisful Laily. 2017. "Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa." *Jurnal Nomosleca*.
- Zoebazary, Ilham. 2010. *Kamus Istilah Televisi & Film*. Jakarta: Gramedia Pustaka Ilmu.