

**STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F  
RUMAH FILM KPI DALAM MEPRODUKSI  
FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI**

**SKRIPSI**

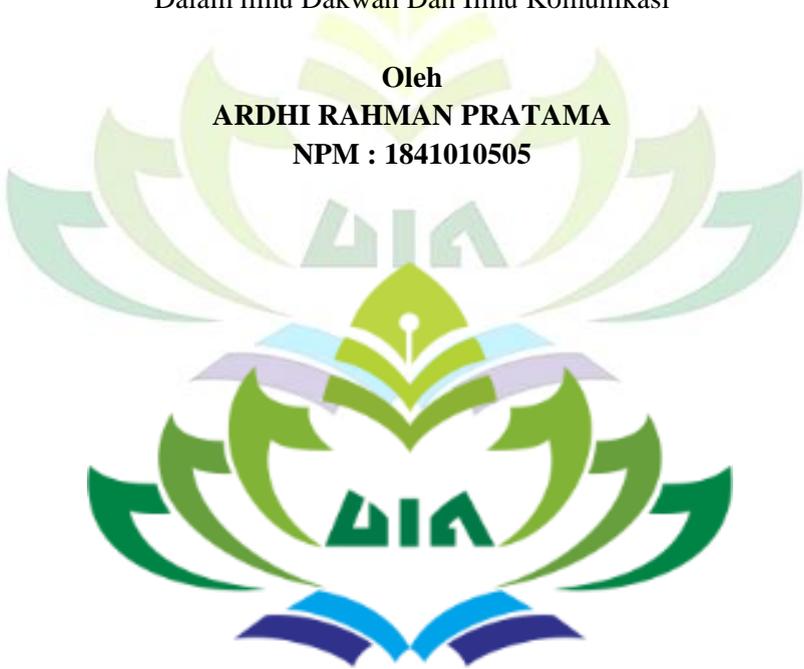
Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-  
Syarat

Guna Memperoleh Gelar S1 Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Oleh

**ARDHI RAHMAN PRATAMA**

**NPM : 1841010505**



**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1445 H/2023 M**

**STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F  
RUMAH FILM KPI DALAM MEPRODUKSI  
FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI**

**SKRIPSI**

Di ajukan untuk di seminarkan dan untuk melengkapi syarat guna  
memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) pada Program Studi  
Komunikasi Penyiaran Islam

Oleh

**ARDHI RAHMAN PRATAMA**

**NPM : 1841010505**

**Pembimbing I : Dr. Abdul Syukur, S.Ag., M.Ag**

**Pembimbing II : Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I**

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H/2023 M**

## ABSTRAK

komunikasi interpersonal atau anatar pribadi di dalam UKM-F Rumah Film KPI merupakan komunikasi yang paling efektif untuk dilakukan pada kehidupan sosial. Komunikasi ini terjadi secara tatap muka ataupun melalui media. sehingga tanggapan dari komunikator dapat diketahui dengan segera dan mendalam. Namun demikian, norma-norma hubungan dikembangkan dan dipelihara hanya pada hubungan yang dekat dan akrab. Dalam Produksi Film Komunikasi dibutuhkan agar karya dapat sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga dari masing masing crew yang bertugas dapat menjalankan tanggung jawab dari apa yang ditugaskan pada saat produksi Film Islami. Komunikasi pribadi sangat penting bagi kehidupan anggota UKM-F ini. beberapa kegunaan yang digunakan oleh komunikasi antar pribadi dalam rangka menciptakan keharmonisan dan kebahagiaan anggota serta penambahan wawasan dari crew Rumah Film KPI dunia produksi Film. Dalam hal ini di butuhkan pendekatan dan strategi komunikasi antar pribadi agar crew mempunyai rasa tanggung jawab serta wawasan yang luas didalam dunia Film, khususnya Film Islami. strategi komunikasi antar pribadi organisasi UKM-F Rumah Film KPI dalam memproduksi Film Islami di era pandemi ini bertujuan untuk mengetahui pendekatan strategi komunikasi antar pribadi apa yang digunakan dan menjadi lebih kreatif dalam menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain dan yang baru sehingga menjadi sebuah karya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori strategi komunikasi antar pribadi Miller And Stainberg. Dan didalamnya peneliti di UKM-F Rumah Film KPI UIN Raden Intan Lampung memiliki peran cukup penting dalam hal memproduksi film serta meningkatkan kreativitas Anggotanya dibidang Sinematografi dan Film. Metode penelitian ini bersifat deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dan berjenis penelitian lapangan. Teknik pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling sumber data yang diperoleh yaitu dari sumber data primer dan sumber data sekunder, sumber data primer dihasilkan dari 4 orang crew dan badan pengurus harian UKM-F Rumah Film KPI. sumber data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan dokumen lainnya. Metode

pengumpulan data pada penelitian ini dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan Dalam prosesnya ada enam tahapan penting startegi yang di jalan kan yaitu, pendekatan kekeluargaan, strategi wortel terurai yaitu berupa apresiasi atau pujian terhadap crew dengan kegiatan menonton bareng apabila setelah melakukan kegiatan, strategi pedang menggantung berupa sanksi atau teguran terhadap anggota yang melanggar aturan, strategi katalisator juga diberikan apabila anggota melanggar akan di beri masukan nasihat. strategi kembar siam di praktekan dengan cara pertukaran informasi apabila ada salah satu anggota mendapatkan pengetahuan baru maka akan di sampaikan ke anggota lainnya khususnya di bidang perfilman.

**Kata Kunci: Strategi komunikasi, Komuinikasi antar pribadi, produksi Film Islami**



## ABSTRACT

*Interpersonal or interpersonal communication in UKM-F KPI Film House is the most effective communication to do in social life. This communication occurs face to face or through the media, so that the response from the communicator can be known immediately and deeply. However, the relationship of norms is developed and maintained only in close and intimate relationships. In film production, communication is needed so that works can be as desired. So that each crew on duty can carry out the responsibilities of what was assigned during the production of Islamic films. Personal communication is very important for the life of UKM-F members. Some of the uses used by interpersonal communication in the context of creating harmony and happiness for members as well as adding insight from the KPI Film House crew in the world of film production. In this case, an interpersonal communication approach and strategy is needed so that the crew has a sense of responsibility and broad insight into the world of film, especially Islamic films.*

*In this study, researchers used Miller and Stainberg's theory of interpersonal communication strategies. And in it researchers at UKM-F KPI Film House UIN Raden Intan Lampung have a quite important role in terms of producing films and increasing the creativity of its members in the field of Cinematography and Film. This research method is descriptive using a qualitative approach and a type of field research. The data collection technique used a purposive sampling technique. The data sources obtained were primary data sources and secondary data sources. The primary data sources were generated from 4 crew members and the daily committee of UKM-F KPI Film House. Secondary data sources obtained from books, journals, and other documents. Methods of data collection in this study by interview, observation, and documentation.*

*The results of this study indicate the interpersonal communication strategy of the UKM-F KPI Film House organization in producing Islamic films in this era aims to find out what interpersonal communication strategy approaches are used and to be more creative in creating something different from the others and new so that it becomes a masterpiece. In the process there are six*

*important stages of the strategy that is carried out, namely, the family approach, the carrot strategy is unraveled, namely in the form of appreciation or praise for the crew by watching activities together, the hanging sword strategy in the form of sanctions or reprimands against members who break the rules, strategy catalysts are also given if members prohibit will be given input advice. Siamese twins strategy is practiced by exchanging information. If one member gets new knowledge, it will be conveyed to other members, especially in the field of film.*

**Keywords: Communication strategy, interpersonal communication, Islamic film production**



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ardhi Rahman Pratama

NPM : 1841010505

Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Antar Pribadi UKM-F Rumah Film KPI Dalam Memproduksi Film Islami Di Era Pandemi” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu ada penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung 04 April 2023

Penulis



Ardhi Rahman Pratama



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung. 35131 Telp: (0721) 704030

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI**  
**UKM-F RUMAH FILM KPI DALAM**  
**MEMPRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA**  
**PANDEMI**

**Nama : Ardhi Rahman Pratama**  
**NPM : 1841010505**  
**Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
**Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**MENYETUJUI**

Telah Di Periksa Oleh Pembimbing I Dan Pembimbing II, Maka Untuk Itu  
Pembimbing I Dan Pembimbing II Menyetujui untuk di munaqosah dalam  
Sidang Munaqosah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi  
UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**PembimbingII**

  
**Dr. Abdul Syukur, M.Ag**  
**NIP. 196511011995031001**

  
**Dr. Yunidar Cut Muta Yanti, S.Sos., M.Sos.I**  
**NIP. 197010251999032001**

**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

  
**Dr. Khoirullah, S.Ag, MA**  
**NIP. 197303052000031002**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmim Sukarame I Bandar Lampung. 35131 Telp: (0721) 704030

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F RUMAH FILM KPI DALAM MEMPRODUKSI FILM ISLAM DI ERA PANDEMI”** disusun oleh **Ardhi Rahman Pratama NPM 1841010505** program studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, telah diujikan dalam sidang munaqosah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : Selasa / 04 April 2023

**Tim Penguji**

**Ketua : Dr. Mubasit, S.Ag, MM**

**Skretaris : Siti Wuryan, M.Kom.I**

**Penguji I : Dr. H.Rosidi, MA**

**Penguji II : Dr. Abdul Syukur, M,Ag**

**Penguji Pendamping : Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.sos.,M.Sos.I**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi**

**Dr. Abdul Syukur, M,Ag**  
**NIP. 1965110111995031001**

## MOTTO

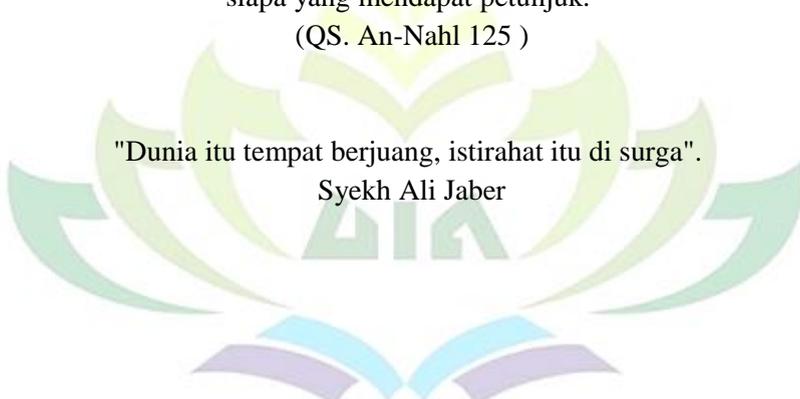
أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ  
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

(QS. An-Nahl 125 )

"Dunia itu tempat berjuang, istirahat itu di surga".

Syekh Ali Jaber



## PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang mana Allah lah yang mengatur segala kehidupan di bumi ini dengan sebaik-baiknya, sholawat serta salam tak lupa di haturkan kepada suri tauladan yaitu baginda Nabi Muhammad Saw. Dengan penuh rasa syukur dan tulus serta ikhlas maka skripsi ini kupersembahkan:

1. Kedua Orang tua tercinta Ayahanda Adrisa dan Ibunda tercinta Anami Rora yang senantiasa memberikan kasih sayang, motivasi dan selalu mendoakan demi tercapainya cita-cita dan keberhasilanku, bimbingan dan nasihat yang begitu luar biasa, untuk kebaikan hidupku, dan kebahagiaanku, Do'a tulus yang selalu kupersembahkan atas ketulusan, jasa, pengorbanan, mendidik, dan membesarkan dengan penuh kasih sayang. Tidak pernah Lelah dalam mencari rezeki baik dalam keadaan terik maupun hujan. Semoga Allah senantiasa melindungi serta menjaga kedua orang tuaku, dan melimpahkan rezeki yang halal dan berlimpah. Semoga Allah senantiasa melindungi dan memberikan kebahagiaan dalam setiap waktunya serta doa kalian menjadi qabul oleh Allah Swt.
2. Adik ku tersayang M.Alfin Rezaldipa, terimakasih telah memberikan doa, motivasi, dukungan dan keceriaan canda serta tawa bersama sehingga memberikan Odo tercinta semangat untuk berjuang.
3. Datuk Rohimi serta Andung Ramuni yang memberikan wejangan serta nasihat nasihat petuah yang diberikan serta kasih sayang selayaknya kakek nenek kepada cucu semoga selalu Allah beri rahmat kepada kalian.
4. Maksu Rozalina serta Paksu Guntoro yang selalu memberi support semangat serta tumpangan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan mudah, semoga Allah membalas kebaikan kalian.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ardhi Rahman Pratama, lahir di Pekon Sukabanjar 9 Desember 2000. Penulis Skripsi dengan judul “**Strategi Komunikasi Antar Pribadi Ukm-F Rumah Film Kpi Dalam Memproduksi Film Islami Di Era Pandemi**”. Penulis melakukan penelitian di UIN RADEN INTAN LAMPUNG. Penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara yang dilahirkan dari keluarga sederhanaa bapak Adrisa dan ibu Anami yang bekerja sebagai petani. Seluruh keluarga penulis bertempat tinggal di Pekon Pariaman Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Tanggamus Lampung.

Riwayat Pendidikan formal penulis yaitu SD Negeri 01 Sukabumi Tanggamus 2006-2012, MTs Negeri 2 Tanggamus 2012-2015, SMK Negeri 01 Talang Padang tahun 2015-2018, dan melanjutkan Pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi 2018-2022. Selanjutnya penulis berharap setelah lulus dari kampus UIN Raden Intan Lampung ini penulis segera bekerja dan melanjutkan Pendidikan ke jenjang S2 dengan usaha dan hasil yang maksimal. Adapun pengalaman organisasi penulis adalah

1. Anggota PMR Wira SMK N 1 TALANGPADANG
2. Sekertaris Bidang Olahraga Osis SMK N 1 TALANG PADANG
3. Anggota divisi Keilmuan UKM-F Rumah Film KPI UIN RADEN INTAN LAMPUNG
4. Kepala Divisi Media Dan Informasi UKM-F Rumah Film KPI UIN RADEN INTAN LAMPUNG.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT Tuhan seluruh alam yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad Shalallahu'alaihi Wa Sallamyang telah membimbing umatnya hingga ke jalan yang terang dan diridhoi oleh Allah SWT dengan risalah islam dan yang selalu kita nantikan pertolongan atau Syafa'atnya di akhirat nanti. Semoga kita selaku umatnya dapat meneruskan perjuangan dakwah Rasulullah hingga akhir zaman.

Skripsi dengan judul **STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F RUMAH FILM KPI DALAM MEMPRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI** disusun dengan maksud sebagai tugas akhir dan untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari banyak pihak. Maka dari itu, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

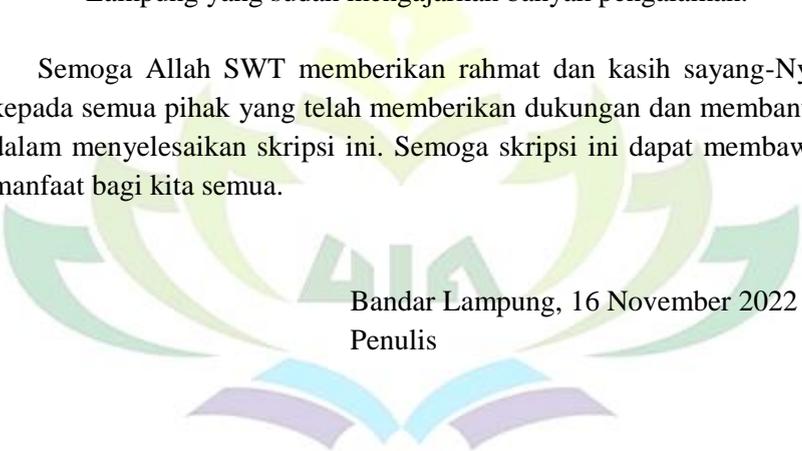
1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. Dan sekaligus sebagai pembimbing utama yang telah meluangkan waktu dan sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag., MA selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Raden Intan Lampung. Ibu Ade Nur Istiani, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu/Bunda Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos.,M.Sos.I sebagai pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung (Khususnya Prodi Komunikasi

dan Penyiaran Islam). Terimakasih telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu diperkuliahan.

5. Seluruh staff karyawan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, terimakasih untuk kesediaanya membantu penulis dalam menyelesaikan syarat-syarat administrasi.
6. Pimpinan dan seluruh staff Perpustakaan Pusat UIN Raden Intan Lampung dan Staf Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
7. Kedua Orang tuaku Ayahanda Adrisa dan Ibunda Anami yang telah melahirkan dan membesarkanku serta mendidik hingga bisa seperti sekarang ini. Serta selalu menyemangati, do'a yang tidak pernah putus yang selalu kau berikan padaku dan kasih sayang yang tulus.
8. Kepada Maksu Rozalina Dan Paksu Guntoro, terima kasih yang telah membersamai dan sudah dianggap seperti anak kandung sendiri.
9. Adiku M.Alfin Rezaldipa, sepupu-sepupu Arya , Salsa. yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas do'a serta dukungan kepada penulis.
10. Teman teman KKN Sinar petir tahun 2021
11. Sahabatku dari kampung sedari SD hingga sekarang dan sudah menjadi teman di kampung Juanda Pangestu dan Bang Khairul Umam terima kasih selalu memberikan do'a, semangat, dukungan kepada penulis.
12. Terima kasih untuk sahabatku sekaligus abang ku di ORBS, ICAN,MAJIK, MAJID ANDRI KAK UUT selama kuliah dan berkrja telah menemaniku susah maupun senang, memberikan dukungan, hingga sering aku repotkan.
13. Teman-teman seperjuangan KPI Horrendous, Atika, Ahlun, Nurdin Devi, Via, Arum, Evi, Leni, Mitha, Monik, Lena, Nestia, Nindy, Nova, Rahma, Sela, Sherly, Tiara, Elyo, Taul, Zikri, Abdi, Ahlun, Awang, Dika, Imam, Nurdin, Pandu, Ridho, Rifki, Frans, Amin, Rian, Luky, yang telah memberi semangat, dukungan, dan mewarnai selama di bangku perkuliahan.

14. Ketua Umum UKM-F Rumah Film KPI, Eriko Ramadhan, serta jajaran pengurus dan crew., UKM-F Rumah Film KPI
15. Pimpinan Lampung Bung Pakwo Heri Ch Burmelli, terima kasih untuk pengalaman dan ilmunya selama menjadi mahasiswa magang di Lampung Bung.
16. Teman-teman jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2018 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih telah memberikan banyak pembelajaran selama ini.
17. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang sudah mengajarkan banyak pengalaman.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi kita semua.



Bandar Lampung, 16 November 2022  
Penulis

Ardhi Rahman Pratama  
1841010505

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ix</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>x</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xiii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	5
D. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian.....	6
E. Rumusan Masalah .....	6
F. Tujuan Penelitian.....	6
G. Manfaat Penelitian.....	7
H. Kajian Terdahulu Yang Relevan.....	7
I. Metode Penelitian.....	12
J. Sistematika Pembahasan.....	16

### **BAB II STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DALAM PRODUKSI FILM ISLAMIS DI ERA PANDEMI**

A. Strategi Komunikasi Antar Pribadi	
1. Pengertian Strategi Komunikasi Antar Pribadi .....	19
2. Tahapan Strategi Komunikasi Antar Pribadi .....	20
3. Tujuan Strategi Komunikasi Antar Pribadi.....	21
4. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi .....	22
5. Sifat Komunikasi Antar Pribadi.....	26
6. Fungsi Komunikasi Antar Pribadi .....	26

7. Karakteristik Komunikasi Antar Pribadi.....	28
8. Pendekatan Komunikasi Antar Pribadi.....	30
9. Macam Macam Strategi Komunikasi Antar Pribadi .	31
<b>B. Produksi Film Islami</b>	
1. Pengertian produksi Film Islami .....	35
2. Unsur-Unsur Estetika Dalam Film Islami.....	36
3. Karakteristik Film Islami.....	38
<b>C. Era Pandemi</b>	
1. Pengertian Era Pandemi.....	39
2. Kehidupan Masyarakat Era Pandemi .....	41

### **BAB III DESKRIPSI UMUMU UKM-F RUMAH FILM KPI**

<b>A. Profil Unit Kegiatan Mahasiswa Rumah Film KPI</b>	
1. Sejarah Terbentuknya UKM-F Rumah Film KPI .....	43
2. Visi dan Misi UKM-F Rumah Film KPI .....	44
3. Struktur Organisasi UKM-F Rumah Film KPI .....	46
4. Program Kerja Organisasi UKM-F Rumah Film KPI .....	48
5. Karya Film dan Prestasi UKM-F Rumah Film KPI ..	49
<b>B. Strategi Komunikasi Antar Pribadi UKM-F Rumah Film KPI</b>	
1. Pendekatan kekeluargaan UKM-F Rumah Film KPI .....	52
2. Komunikasi Antar Pribadi UKM-F Rumah Film KPI .....	54
3. Komunikasi Antar Pribadi Di Era Pandemi .....	55
4. Komunikasi Antar Pribadi pada produksi Film Islami.....	58
5. Feedback Strategi Komunikasi Antar Pribadi Dalam Produksi Film Islami.....	61

### **BAB IV PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI MEMPRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI**

<b>A. Strategi Komunikasi Antar Pribadi Yang Digunakan UKM-F Rumah Film KPI Dalam Produksi Film Islami.....</b>	<b>66</b>
---	-----------

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Antar pribadi UKM-F Rumah Film KPI .....	72
---	----

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	75
B. Saran.....	77

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>
----------------------	-----------



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Matriks Penelitian Relevan Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Analisis strategi komunikasi antar Pribadi UKM-F Rumah Film Kpi.....	71



## DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Cara komunikasi UKM-F Rumah Film KPI .....	56
Gambar 1.2 Group Media Sosial Anggota UKM-F Rumah film KPI.....	57
Gambar.1.3 Kunjungan ke kampus kampus sesama sineas di lampung .....	60



## DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Cara komunikasi UKM-F Rumah Film KPI .....	40
Gambar 1.2 Group Media Sosial Anggota UKM-F Rumah film KPI.....	41
Gambar.1.3 Kunjungan ke kampus kampus sesama sineas di lampung.....	43



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Keputusan (SK) Judul Skripsi

Lampiran 2 Surat Penelitian

Lampiran 3 Surat Rekomendasi Penelitian

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian

Lampiran 5 Pedoman Observasi, Wawancara, Dokumentasi

Lampiran 6 Foto-foto

Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Plagiat





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Penegasan judul**

Pada bagian ini penulis akan menguraikan lebih lanjut tentang pengertian lebih lanjut judul skripsi **“STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F RUMAH FILM KPI DALAM MEMPRODUKSI FILM ISLAMIS DI ERA PANDEMI”** adapun penjelasannya sebagai berikut.

**Strategi Komunikasi** dapat diartikan sebagai rancangan rencana yang digabungkan secara menyeluruh dan sistematis dan dirancang agar tujuan organisasi tercapai. Menurut WF Glueck dan LR Jauch bahwa strategi adalah rencana yang di satukan, yang menghubungkan keunggulan strategis organisasi yang dirancang untuk tujuan organisasi yang tepat.<sup>1</sup> Strategi itu berasal dari bahasa Yunani “stratos” yang mempunyai terjemahan tentara dan juga “agein yaitu memimpin. Roger memberi batasan mengenai strategi komunikasi yaitu sebagai sebuah bentuk pengaplikasian mengubah perilaku manusia dalam skala besar dalam hal ide-ide baru. Pakar komunikasi Middleton juga mengartikan mendefinisikan bahwasanya “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi baik dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (*efek*) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”.<sup>2</sup> Dalam hal ini strategi komunikasi yang peneliti maksud adalah langkah-langkah yang dilakukan pengurus UKM-F Rumah Film KPI dalam memproduksi film di saat pandemi.

**Komunikasi Antar Pribadi** adalah pertukaran informasi antar individu ataupun kelompok dan selalu melibatkan manusia. Bahasa dinilai lebih efektif dalam melakukan interaksi antar individu seperti proses pembinaan

---

<sup>1</sup> Anita Trisiah, et.al Branding Strategi Dalam Meningkatkan Re-Imaging IAIN Raden Fatah menjadi UIN Raden Fatah, (Palembang: Raffah Press, 2013.) H.19

<sup>2</sup> *Ibid* H. 19

dan belajar mengajar dan lain lain.<sup>3</sup>Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang dilakukan dua orang atau lebih secara tatap muka dan mendapatkan feed back dari si penerima pesan dan akan mengeluarkan output dan respon dari si penerima pesan.<sup>4</sup>

**Produksi film atau pembuatan film** (sering disebut sebagai pembuatan film dalam lingkungan akademis) adalah proses pembuatan film, dimulai dengan cerita, ide, atau komisi awal, melalui penulisan naskah, perekaman, penyuntingan, penyutradaraan, dan pertunjukan produk akhir di depan penonton. . Pemirsa akan membuat acara TV. Pembuatan film berlangsung dalam berbagai konteks ekonomi, sosial dan politik di seluruh dunia dan menggunakan berbagai teknik dan teknik film. Pemotretan biasanya melibatkan banyak orang dan dapat memakan waktu berbulan-bulan hingga bertahun-tahun untuk diselesaikan, tetapi dapat memakan waktu lebih lama jika masalah produksi muncul. Produksi film besar yang paling lama berjalan adalah 28 Years of The Thief and the Shoemaker. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan pembuatan film islami adalah kegiatan membuat film dari ide cerita, penulisan naskah, perekaman, penyunting gambar editing yang di dalamnya tidak ada unsur yang jauh dari syariat islami.

**Pandemi** sendiri merupakan sebuah epidemi yang telah menyebar ke berbagai benua dan negara, umumnya menyerang banyak orang. Sementara epidemi sendiri adalah sebuah istilah yang telah digunakan untuk mengetahui peningkatan jumlah kasus penyakit secara tiba-tiba pada suatu populasi area tertentu. Pasalnya, istilah pandemi tidak digunakan untuk menunjukkan tingginya tingkat suatu penyakit, melainkan hanya memperlihatkan tingkat penyebarannya saja. Perlu diketahui, dalam kasus pandemi COVID-19 ini menjadi yang pertama dan disebabkan oleh

---

<sup>3</sup> Asep Saeful Muhtadi Komuniaksi Dakwah Teori Pendekatan Dan Aplikasi ( Bandung : simbioasa rekatama media, 2012)H.13

<sup>4</sup> Edi Harapan & Syarwani Ahmad, Komunikasi Antarpribadi (Cet. 2), (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)

virus corona yang telah ada sejak awal tahun 2020 di Indonesia.

Berdasarkan pengertian tersebut maka yang dimaksud penulis dengan judul ini adalah bagaimana langkah-langkah dan tahapan strategi komunikasi antar pribadi UKM-F Rumah Film KPI UIN RADEN INTAN LAMPUNG dalam memproduksi Film Islami di era pandemi.

## **B. Latar belakang**

Strategi merupakan hal yang sangat mempengaruhi akan sebuah hasil. Yang dimana strategi adalah cara untuk mencapai visi misi. Menurut Onong Uchjana Efendi mengatakan strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai perencanaan tersebut. Strategi tidak berfungsi sebagai peta perjalanan saja, namun juga harus bias menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>5</sup>

Hakikatnya manusia sangat membutuhkan sebuah komunikasi. Mulai dari awal bangun tidur hingga tidur kembali. Tidak ada seorang pun yang tidak melakukan komunikasi di kehidupannya. Apabila tidak terjadi sebuah komunikasi, dapat dibayangkan betapa sulitnya menyampaikan keinginan serta tidak bisa pula memenuhi kebutuhannya.

Menurut Hardjana hubungan antar manusia terjalin akibat adanya komunikasi. Dengan demikian komunikasi adalah salah satu unsur penting untuk menambah relasi ke sesama manusia yang satu dengan lainnya.<sup>6</sup> Salah satu bentuk komunikasi yang dipakai manusia adalah komunikasi antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan dalam lingkungan keluarga maupun dengan masyarakat sekitar, komunikasi antarpribadi sebagai sarana komunikasi yang dalam hubungan interaksi dengan anggota keluarga maupun kelompok. Agar terjadi komunikasi yang

---

<sup>5</sup> Uchjana Efendi, Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek, (Jakarta : Erlangga, 2011), H.32

<sup>6</sup> Agus.M.Hardjana, Komunikasi Interpersonal & Intrapersonal, (Yogyakarta: Kansius, 2003), H.111

seimbang dibutuhkan pengertian antar sesama dalam mengenai suatu tujuan yang diharapkan. Manusia adalah makhluk sosial yang senantiasa berhubungan dengan manusia lainnya.

Karena manusia mempunyai rasa ingin tahu akan lingkungan sekitar bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Melalui rasa ingin tahu ini membuat manusia perlu melakukan komunikasi. Komunikasi itu sendiri ada di mana-mana Seperti, di rumah, di sekolah, di kantor, di dalam masyarakat dan di semua tempat di mana mereka melakukan sosialisasi. Artinya hampir kegiatan manusia selalu tersentuh oleh komunikasi.

Unit kegiatan mahasiswa yang bergerak di bidang perfilman ini menerapkan hal hal baru dan juga pendekatan sistematis kepada crew Dari Rumah Film Kpi ini untuk menambah minat dan bakat nya dalam memproduksi film Islami di UKM ini. UKM-F Rumah Film KPI ini juga dapat dikatakan sebagai organisasi karena di dalam nya terdapat orang orang yang memiliki tujuan yang sama. Sesuai dengan pengertian dari organisasi. Suatu organisasi dapat di katakan berhasil apabila tujuan dari organisasi tesebut tercapai.

Di perkuliahan mungkin tidak bisa memperdalam tentang matakuliah di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), UKM-F Rumah Film KPI disini memberikan tempat untuk bisa belajar dan memperdalam bidangnya .Bukan hanya tentang perfilman saja tetapi tentang public speaking, berorganisasi, dan membentuk mental kita untuk berani terjun kedalam masyarakat. Organisasi ini memberikan edukasi yang menarik, seperti mengikuti Workshop Perfilman, membuat film pendek dan mengikutinya di FFL mulai tahun 2014 , Open Rekrutment Crew baru Rumah Film KPI khususnya untuk mahasiswa / i jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada saat itu baru mendapatkan 15 crew baru yang bertalenta di bidang perfilman, pada tanggal 18 Oktober 2014 disahkan nama dan logo Rumah Film KPI menjadi Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Rumah Film KPI

( UKM-F RFK ) dengan di lantik oleh Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada saat itu .

Dengan terjadinya pandemi membuat berbagai kalangan menjadi bingung untuk melakukan perubahan yang di mana perubahan itu menjadi sebuah tanggungan baru yang harus diselesaikan dan dilaksanakan. Dalam hal ini UKM-F rumah film KPI juga melakukan hal tersebut untuk bertahan dan agar tetap eksis walau sedang diterpa oleh pandemi. Tak hanya organisasi ini saja yang berdampak semua kalangan semua organisasi bahkan semua aktivitas menjadi berubah karena adanya pandemi Sehingga ini adalah tantangan baru untuk mengerjakannya.

Dengan adanya strategi komunikasi antar pribadi di harapkan bisa menambah atau tetap memproduksi film Islami UKM-F Rumah Film KPI dan serta meningkatkan kualitas dari masing-masing individu. Apalagi di zaman sekarang yang masih terbentur dengan pandemi covid 19 tentu memiliki tantangan yang lebih beda di dibandingkan dengan era sebelumnya.

Karena hasil yang di peroleh dari pra survei di peroleh data bahwasannya ada beberapa mahasiswa merasa berkurang minat dan bakatnya dalam memproduksi film pada era pandemi ini. Hal ini yang menjadikan penulis tertarik melakukan penelitian di UKM-F Rumah Film KPI ini. untuk mengetahui strategi komunikasi antar pribadi dalam memproduksi film crew UKM-F Rumah Film KPI.

### **C. Identifikasi dan batasan masalah**

#### **1. Identifikasi masalah**

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi antarpribadi UKM-F Rumah Film KPI dalam memproduksi Film Islami di era pandemi hal ini bertujuan untuk mengetahui startegi komunikasi antar pribadi dalam memproduksi Film Islami .

#### **2. Batasan masalah**

Pembatasan masalah yang di maskudkan untuk mempertegas dan mempersempit ruang lingkup dan

masalah yang akan di bahas sehingga lebih terarah dan tak menyimpang dari pokok permasalahan yang di maksud penulis membatasi penelitian ini dalam strategi komunikasi antarpribadi UKM-F Rumah Film Kpi dalam Memproduksi Film Islami di era pandemi.

#### **D. Fokus dan sub-fokus penelitian**

##### 1. Fokus penelitian

Fokus penelitian adalah penjelasan mengenai dimensi-dimensi yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian. Fungsi fokus penelitian adalah memberikan batasan dan cakupan penelitian agar tidak terjadi kesalah pahaman dan kekeliruan akibat perbedaan pemahaman antara pembaca dan penulis, dan memberikan kemudahan pembaca dalam memahami maksud dari penelitian ini.<sup>7</sup> Adapun fokus penelitian penulis sendiri adalah :

strategi komunikasi antarpribadi UKM-F Rumah Film Kpi dalam memproduksi Film Islami di era pandemi.

##### 2. Sub fokus

Sub fokus dari penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi antarpribadi UKM-F Rumah Film Kpi dalam Memproduksi Film Islami di era pandemi.

#### **E. Rumusan masalah**

1. Bagaimana strategi komunikasi antarpribadi UKM-F Rumah Film KPI dalam memproduksi Film Islami di era pandemi ?

#### **F. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi antarpribadi UKM-F Rumah Film KPI dalam Mem Produksi Film Islami Di Era Pandemi

---

<sup>7</sup> Sugiyono, Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D), (Bandung:Alfabeta, 2012), H.37

## **G. Manfaat penelitian**

### **1. Secara Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang Ukm-F Rumah Film Kpi, terutama dibidang produksi film islami di era pandemi.

### **2. Secara praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai obyek yang diteliti guna menghadapi kehidupan selanjutnya dimasa yang akan datang. Dan juga menambah wawasan dalam hal penelitian pendidikan dan penulisan karya ilmiah.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat sehingga dapat dengan mudah diimplementasikan dalam kehidupan sehari-sahari.

## **H. Kajian terdahulu yang relevan**

Sesuai dengan penelitian skripsi ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu untuk dijadikan acuan dasar yang berasal dari karya ilmiah, diantaranya :

Skripsi Nurcahyani Putri Lestari(Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Fatah Palembang) yang berjudul “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh pihak Satlantas Polresta Kota Palembang yaitu melakukan survei dalam bentuk kecil-kecilan. Cara survei yang dilakukan oleh pihak polisi kepada masyarakat adalah mealukan kegiatan komunikasi langsung kepada masyarakat. Dengan melakukan strategi komunikasi pihak Satlantas Polresta Kota Palembang berhasil menekan angka pelanggar lalulintas. Hal ini menjadi tuntutan untuk peneliti mengambil judul strategi komunikasi antar pribadi.

Skripsi Hedi Nando Satria Komunikasi Organisasi UKM-F Rumah Film KPI Dalam Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa Jurusan KPI Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung 2021. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang dilakukan UKM-F Rumah Film KPI sangat berpengaruh dari hasil wawancara yang di lakukan peneliti kepada pengurus serta anggota terbukti bahwasan nya dengan metode pengajaran kepada para anggota organisasi secara rutin dapat meningkatkan kreatifitas dan wawasan dari para anggotanya.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwasanya, penelitian yang peneliti kerjakan tidak sama dengan apa yang menjadi sumber di atas. pada skripsi ini penuh menekankan pada strategi komunikasi antara pribadi UKM-F rumah film KPI dalam memproduksi film Islami di era pandemi. di mana peneliti berfokus pada strategi komunikasi antara pribadi dalam memproduksi film Islami dan bagaimana komunikasi antar pribadi itu berjalan pada saat Era pandemi dengan adanya strategi komunikasi antar pribadi itu apakah efektivitasnya menjadi trend positif atau tidak kepada UKM-F itu sendiri.

**Tabel 1.1 Matriks Penelitian Relevan Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Judul Penelitian Nama Peneliti Tahun Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan Peneliti</b>	<b>Perbedaan Peneliti</b>
1	Skripsi Nurcahyani Putri Lestari(Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Raden Fatah Palembang) yang berjudul “Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang”	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teori yang digunakan Menurut Wayne Pace. Untuk memberikan pengaruh kepadakomunikasi melalui pesan pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan tertentu	Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh pihak Satlantas Polresta Kota Palembang yaitu melakukan survei dalam bentuk kecil-kecilan. pelaksana	Persamaan dengan judul yang peneliti angkat adalah sama sama mengang kat judul strategi komunikasi .	Perbedaan dengan judul yang peneliti angkat adalah Tempat Peneliti an serta strategi komuni kasi yang di pakai dalam menulis skripsi ini.

			an ibadah sholat pada remaja adalah dengan ceramah pada khutbah sholat jumat dan ceramah pada pengajian		
<b>No</b>	<b>Judul Penelitian Nama Penelitian Tahun Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan Penelitian</b>	<b>Perbedaan Penelitian</b>
2	Skripsi Hedi Nando Satria Komunikasi Organisasi UKM-F Rumah Film KPI Dalam meningkatkan Kreativitas Mahasiswa	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teori yang digunakan Menurut Wayne Pace. Untuk memberikan pengaruh kepada	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang dilakukan UKM-F Rumah Film KPI sangat berpengaruh	Persamaan dengan judul yang peneliti angkat adalah sama sama mengangkat judul strategi komunikasi . dan obyek penelitian	Perbedaan dengan judul yang peneliti angkat adalah strategi komunikasi yang di pakai dalam menulis skripsi ini.

	<p>a Jurusan KPi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung 2021</p>	<p>komunikasikan melalui pesan-pesan yang disampaikan untuk mencapai tujuan tertentu</p>	<p>uh dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pengurus serta anggota terbukti bahwasanya dengan metode pengajaran kepada para anggota organisasi secara rutin dapat meningkatkan kreatifitas dan wawasan dari para anggotanya</p>	<p>n.</p>	
--	---	--	---	-----------	--

## I. Metodologi penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>8</sup>

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu melakukan kegiatan di lapangan tertentu guna memperoleh berbagai data dan informasi yang diperlukan. Dalam hal ini penelitian dilaksanakan dengan cara mendatangi langsung ke lokasi penelitian. Selain berjenis penelitian lapangan, penelitian ini juga didukung dengan penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi melalui buku, catatan, dokumen, website dan referensi lainnya yang memiliki relevansi dengan pokok bahasan.

#### b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, memaparkan, menjelaskan suatu keadaan secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta, gejala-gejala, kejadian-kejadian, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.

---

<sup>8</sup> *Ibid.* hlm. 26

## 2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>9</sup> Data yang diperoleh merupakan data dari hasil penelitian lapangan melalui wawancara langsung kepada narasumber.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.<sup>10</sup> Sumber data sekunder diperoleh melalui beberapa literatur seperti dokumen, jurnal, buku-buku, dan situs-situs web yang sekiranya kajiannya cukup mendukung pembahasan penelitian ini.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

### a. Pengamatan (*observasi*)

Pengamatan (*observasi*) merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai cara yang spesifik jika dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi juga tidak terbatas kepada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.<sup>11</sup> Pengamatan ini dilakukan peneliti untuk memperoleh data-data kegiatan dan praktik yang terjadi di lapangan dengan cara pengamatan langsung ke lapangan.

### b. Wawancara (*interview*)

Wawancara (*interview*) merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan kepada dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi atau

---

<sup>9</sup>*Ibid*,...hlm. 456

<sup>10</sup> *Ibid*, hlm. 456

<sup>11</sup> *Ibid*,...hlm. 229

keterangan.<sup>12</sup> Teknik ini digunakan untuk pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara lisan kepada responden yang terkait dalam Ukm-F Rumah Film KPI

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.<sup>13</sup> Dokumentasi diperoleh untuk melengkapi data mengenai hal-hal yang berkenaan dengan strategi komunikasi antar pribadi Ukm-F Rumah Film KPI dalam menambah minat dan bakat crew di era pandemi.

d. Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu yang memiliki karakteristik khas yang menjadi perhatian dalam lingkup yang ingin diteliti.<sup>14</sup> Populasi juga merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>15</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini adalah crew dan pengurus dari UKM-F Rumah Film KPI.

---

<sup>12</sup> Cholid Narbuko, Abu Achmadi, Metode Penelitian, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013), hlm. 83

<sup>13</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan nR & D, ..hlm. 476.

ro, Metodologi Penelitian *Bisnis*, (Yogyakarta : ANDI, 2017), hlm. 134

<sup>15</sup> Sandu Siyoto, Muhammad Ali Sodik, Dasar Metodologi Penelitian, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing,2015), hlm. 63

#### e. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut atau bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>16</sup> Maka yang menjadi sampel yaitu 4 orang crew, dan pengurus harian Ukm-F Rumah Film KPI

#### 4. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupu orang lain.<sup>17</sup>

##### a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih yang pokok, memfokuskan kepada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola data. Reduksi data ini dilakukan dengan cara mengelompokkan data sesuai dengan aspek-aspek sesuai dengan permasalahan atau fokus dalam penelitian. Dengan melakukan pengelompokan data tersebut maka peneliti dapat dengan mudah menentukan unit-unit analisis data penelitian.<sup>18</sup>

##### b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan/*display* data. Pada penelitian kualitatif, penyajian data dapat ditampilkan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar

---

<sup>16</sup> *Ibid*,... ,hlm. 64

<sup>17</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D,.. hlm.

<sup>18</sup> Mardawani, Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Prespektif Kualitatif, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2020), hlm. 66-67

kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Penyajian data ini dimaksudkan untuk memudahkan peneliti menafsirkan data serta menarik kesimpulan.<sup>19</sup>

c. Penarikan Kesimpulan (*Verification*)

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan, kesimpulan dalam data kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran umum suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.<sup>20</sup>

## J. Sistematika Pembahasan

Agar penulisan skripsi ini bersifat sistematis dan mempermudah tahapan demi tahapan dapat memberikan secara ringkas kepada pembaca, maka peneliti membagunya dalam lima bab, dimana masing-masing bab tersebut saling terhubung

### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti menjabarkan pembahasan tahapan penelitian yaitu berisikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, dan kajian penelitian terdahulu yang relevan.

### **BAB II: STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DALAM PRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI**

Pada bab ini peneliti menjabarkan pembahasan teori yang yang terkait dengan menguraikan tentang pengertian strategi, jenis strategi pengertian komunikasi antar pribadi, fungsi komunikasi antar pribadi, Produksi Film Islami, serta apa itu era pandemi itu sendiri.

---

<sup>19</sup> *Ibid.*, hlm. 67-68

<sup>20</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D,..hlm. 253

### **BAB III: DESKRIPSI UMUM UKM-F RUMAH FILM KPI**

Pada bab ini peneliti menjabarkan profil tentang Rumah Film Kpi, yang berisikan sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur kepengurusan, program kerja divisi humas, film dan prestasi, sarana dan prasarana serta data yang ditemukan berkaitan tentang strategi komunikasi antar pribadi UKM-F Rumah Film KPI.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN STRATEGI KOMUNIKASI YANG DI GUNAKAN DALAM MEMPRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI**

Pada bab ini setelah gambaran Rumah Film KPI sudah terlengkapi peneliti menguraikan hasil data serta analisis data penelitian mengenai masalah yang diteliti yang meliputi analisis data, temuan, dan dilanjutkan dengan pembahasan Strategi Komunikasi antar pribadi UKM-F Rumah Film KPI dalam memproduksi film Islami di era pandemi.

### **BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini penulis menyimpulkan dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, dan memberi saran pada Rumah Film: KPI dan Mahasiswa.



## BAB II

### STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UNTUK MENINGKATKAN PRODUKSI FILM ISLAMI

#### A. Strategi Komunikasi Antar Pribadi

##### 1. Pengertian Strategi Komunikasi Antar Pribadi

Dalam komunikasi diperlukan sebuah strategi untuk mendukung sebuah kekuatan besar yang ada, khususnya dalam menciptakan efektivitas komunikasi. Strategi komunikasi adalah taktik dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana sistem kerja dan taktik operasionalnya dengan demikian strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Komunikasi dapat diartikan sebagai pertukaran informasi antara satu orang atau lebih. Istilah komunikasi sendiri berpangkal pada kalimat latin *communis* yang artinya menjalin kebersamaan dan hubungan antara satu atau dua orang bahkan lebih. Komunikasi berasal dari latin yang berarti membagi (cherry dalam Stuart, 1993).<sup>21</sup> Harold D. Laswell mendefinisikan bahwa cara untuk mendefinisikan arti dari tindakan dan cara yang tepat untuk menerangkan komunikasi adalah dengan menjawab sebuah persoalan dari “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui media apa, dan untuk apa serta apa pengaruhnya.”<sup>22</sup> Untuk bagusnya sebuah strategi komunikasi maka segala sesuatu harus diatur dengan komponen yang berlaku dan merupakan isian dari pernyataan Laswell sebagai berikut :

1. Who? (Siapa komunikatornya).
2. Says What? (Pesan apa yg dinyatakannya?).
3. In Which Channel? (Media apa yang digunakannya?).
4. To Whom? (Siapa komunikannya?).

---

<sup>21</sup> Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, h.18

<sup>22</sup> Ibid, h.18

### 5. With What Effect? (pengaruh apa yg diharapkannya?).

Dengan adanya pernyataan tersebut,ada sebab. mengapa Teori ini sangat berhubungan dengan strategi untuk memberikan pengaruh kepada norma-norma dan batas-batas perorangan.

*Pertama:* pesan komunikasi bisa mempererat pola yang sudah ada (*reinforce exciting pattern*) dan memberi arah orang-orang untuk dapat percaya pada suatu bentuk dampak sosial yang dipelihara oleh masyarakat.

*Kedua* media bisa menghasilkan keyakinan yang baru (*Create new search conviction*) mengenai hal dengan topik mana yang orang-orang kurang berpengalaman sebelumnya.

*ketiga:* media massa bisa mengubah norma-norma yang sudah ada sebelumnya (*change exiting Norm*) dan oleh sebab itu dapat mengubah orang-orang dari bentuk dan tingkah lakunya.<sup>23</sup>

Dari definisi diatas dapat di simpulkan bahwa strategi komunikasi antar pribadi adalah tata cara,taktik dalam menyampaikan sebuah komunikasi untuk mendapatkan efek yang telah di tentukan.

## 2. Tahapan Strategi Komunikasi Antar Pribadi

Menurut ahli strategi David menjelaskan bahwa strategi terdiri atas tiga tahapan sebagai berikut:

### 1) Rumusan strategi

Rumusan strategi adalah awalan pada manajemen strategi yang terdiri dari pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi peluang eksternal, organisasi dan ancaman. menentukan power dan kelemahan internal serta menetapkan tujuan jangka panjang dan dapat menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk mencapai tujuan.

---

<sup>23</sup> Arif Suranto, Strategi Komunikasi Komunitas Punk Hijrah Dalam Berhijrah Pada Di Pada Komunitas Punk Hijrah Di Bandar Lampung) (Bandar Lampung : Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung, 2020), h. 22.

## 2) Implementasi strategi

Implementasi strategi adalah tahap selanjutnya sesudah dari rumusan strategi yang sudah dipilih. Pemilihan strategi memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam mengambil sebuah tindakan dan keputusan, untuk menetapkan tujuan tahunan. Menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya. sehingga strategi yang dipilih dapat dilaksanakan. Pada saat memasuki tahap ini dilakukan sebuah pengembangan strategi pendukung budaya merencanakan struktur organisasi yang efektif mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan lalu mempersiapkan dana mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan antara anggota terhadap kinerja dari organ organisasi.

## 3) Evaluasi strategi

Evaluasi strategi adalah rangkaian terakhir dalam manajemen strategi. manajer sangat membutuhkan untuk tahu kapan dan apa strategi tertentu yang tidak bekerja dengan baik. Evaluasi strategi adalah hal yang utama untuk memperoleh informasi ini hal tersebut dapat dilakukan dengan menilai atau mempraktekkan proses evaluasi strategi. Dalam penilaian sebuah strategi terdapat beberapa penilaian antara lain sebagai berikut:

- a) Peninjauan ulang faktor-faktor eksternal serta internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini
- b) Pengukuran kinerja.
- c) Pengambilan langkah korektif. evaluasi strategi sangat dibutuhkan oleh suatu lembaga sebab strategi yang berhasil untuk saat ini tak selalu berhasil untuk pada masa yang akan tiba.

### **3. Tujuan Strategi Komunikasi Antar Pribadi**

Adapun tujuan dari startegi komunikasi adalah :

- a. Untuk mengetahui dan mengevaluasi strategi yang telah ditetapkan secara efektif dan secara efisien.

- b. Untuk mengetahui kinerja dan meninjau lalu mengkaji ulang dan melakukan penyesuaian jika ada suatu kesalahan atau penyimpangan dalam melaksanakan strategi yang telah ditetapkan.
- c. Untuk mengupdate atau memperbarui strategi yang telah ditetapkan agar sesuai dengan perkembangan dan lingkungan eksternal.
- d. Untuk untuk mengecek kembali dari kekuatan kelemahan serta peluang ancaman bisnis yang ada.
- e. Untuk dapat melakukan kreasi dan inovasi atas kegiatan atau aktivitas supaya sesuai dengan apa yang ada dalam bisnis atau organisasi.

#### **4. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi**

Dedi Mulyana pada bukunya mengatakan bahwasanya, komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang seperti suami istri, dua kawan, atau dua sahabat guru dengan murid dan lainnya. (Mulyana 2017). Komunikasi interpersonal disusun dari berbagai proses yang saling berkesinambungan, dan juga dapat terdiri atas produksi pesan, pengolahan informasi, koordinasi interaksi serta juga berupa pandangan atau persepsi sosial. (Noviangi Sondakh dan Rembang 2017).<sup>24</sup>

Menurut Malcom R. Parks bahwa Komunikasi antarpribadi merupakan bentuk komunikasi yang terutama diatur oleh norma relaksional atau relational norm. Komunikasi antarpribadi biasanya terjadi dalam kelompok yang sangat kecil. Ini tidak berarti bahwa bentuk komunikasi tersebut tidak dapat terjalin dalam kelompok yang lebih besar. Banyak ahli komunikasi mendefinisikan mengenai komunikasi interpersonal. Meskipun bahasa yang digunakan berbeda namun memiliki makna yang sama, oleh sebab itu Suranto Aw memberikan beberapa unsur hakikat yang

---

<sup>24</sup> Adelia Septiani Restanti Tania, Nurudin, "Self Disclosure Komunikasi Antar Pribadi Pasangan Jarak Jauh Dalam Mempertahankan Hubungan Saat *Physical Distancing Era Pandemic Covid-19*," Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi Vol. 13, No. 1, Maret 2021

senantiasa muncul baik tersurat maupun tersirat dalam definisi-definisi itu.<sup>25</sup>

- a. Komunikasi interpersonal pada hakikatnya adalah suatu proses. Kata lain dari proses, ada yang menyebut sebagai sebuah transaksi dan interaksi. Transaksi yang dimaksud berupa gagasan, ide, pesan, simbol, informasi atau message. Sedangkan interaksi mengenai suatu tindakan yang berbalasan. Dengan kata lain suatu proses hubungan yang saling pengaruh mempengaruhi. Jadi interaksi sosial adalah suatu proses berhubungan yang dinamis dan saling pengaruh-mempengaruhi antar manusia. Di dalam kata proses terdapat pula makna adanya aktivitas, ialah aktivitas menciptakan, mengirimkan, menerima, dan menginterpretasi pesan.
- b. Pesan tersebut tidak ada dengan sendirinya, melainkan diciptakan dan dikirimkan oleh seorang komunikator, atau sumber informasi. Komunikator ini mengirimkan pesan kepada komunikan atau penerima informasi. Dalam komunikasi interpersonal, komunikator dan komunikan biasanya adalah individu, sehingga proses komunikasi yang terjadi melibatkan sekurangnya dua individu.<sup>24</sup>
- c. Komunikasi interpersonal dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi dapat disetting dalam pola komunikasi langsung maupun tidak langsung, namun untuk pertimbangan efektivitas komunikasi, maka komunikasi secara langsung menjadi pilihan utama. Dengan kata lain, proses komunikasi interpersonal kebanyakan berlangsung secara tatap muka. Namun, cara komunikasi interpersonal bermedia (tidak langsung) pada situasi tertentu dapat saja menjadi pilihan misalnya dalam bentuk percakapan melalui telepon, e-mail, surat-menyurat, SMS, dan sebagainya.

---

<sup>25</sup> Suranto Aw, Komunikasi Interpersonal, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 5.

- d. Komunikasi interpersonal tatap muka memungkinkan balikan atau respon dapat diketahui dengan segera atau instan feedback. Artinya penerima pesan dapat dengan segera memberi tanggapan atas pesan-pesan yang telah diterima dari sumber. Salah satu kelebihan apabila komunikasi interpersonal disetting dalam proses komunikasi tatap muka, ialah masing-masing pihak yang terlibat dalam komunikasi itu langsung dapat merasakan dan mengetahui respon dari partner komunikasi. Begitu pula seandainya komunikasi harus dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dipahami bahwasannya komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang paling efektif untuk dilakukan pada kehidupan sosial. Komunikasi ini terjadi secara tatap muka sehingga tanggapan dari komunikator dapat diketahui dengan segera.

Namun demikian, norma-norma hubungan dikembangkan dan dipelihara hanya pada hubungan yang dekat dan akrab. Begitu ukuran kelompok menjadi bertambah besar, maka komunikasi menjadi lebih formal dan kurang bersifat pribadi. Apabila hal ini terjadi, maka norma kultural atau kelompok menjadi sumber kendali yang dominan terhadap komunikasi. Komunikasi pribadi sangat penting bagi kehidupan manusia. Beberapa kegunaan yang digunakan oleh komunikasi antar pribadi dalam rangka menciptakan keharmonisan dan kebahagiaan hidup manusia antara lain sebagai berikut:

*Pertama*, komunikasi antar pribadi mengembangkan intelektual dan sosial pada masyarakat. Perkembangan kita sejak dini sampai masa dewasa mengikuti pola semakin meluasnya ketergantungan kita terhadap orang lain.

*Kedua*, identitas atau jati diri sendiri terbentuk oleh komunikasi dengan orang lain. Selama kita berkomunikasi dengan orang lain, baik itu secara sadar ataupun tidak sadar kita mengamati memperhatikan dan mencatat dalam hati semua tanggapan yang diberikan oleh orang lain terhadap diri

ini. dan oleh sebab itu kita menjadi tahu bagaimana pandangan orang lain terhadap diri kita sendiri.

*Ketiga* dalam memahami realitas yang ada di sekeliling kita serta menguji kebenaran dan keberhasilan kesan-kesan dan pengertian yang kita miliki yang ada pada di dunia sekitar kita kita perlu membandingkannya dengan kesan-kesan dan pengertian orang lain tentang realitas yang sama.

*Keempat* kesehatan mental serta pikiran sebagian besar dipengaruhi oleh kualitas komunikasi atau hubungan kita dengan orang lain terlebih lagi Anjir orang-orang itu merupakan tokoh-tokoh yang signifikan signifikan figure dalam kehidupan kita.<sup>26</sup>

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi tatap muka yang memungkinkan setiap peserta untuk segera menangkap reaksi orang lain, baik secara verbal maupun non verbal (Aw, 2011).<sup>27</sup> Komunikasi antar pribadi dapat terjadi ketika kita berada di manapun dan kapanpun. karena pada hakikatnya Manusia adalah makhluk sosial dan tidak bisa hidup secara individu tanpa bantuan dari orang lain, maka komunikasi antar pribadi sangat penting adanya.

Komunikasi antara pribadi seperti bentuk perilaku yang lain.dapat efektif dan juga tidak efektif kegiatan yang dilakukan oleh UKM-F Rumah film KPI itu melakukan pemimpinan pelajaran terhadap crew dan juga ada beberapa poin yang membedakan efektivitas komunikasi yang dimunculkan karakteristik.<sup>28</sup> Komunikasi antar pribadi dilakukan secara spontan yang di mana komunikator menyampaikan pesan informasi kepada komunikan sehingga komunikator dapat melihat langsung efek atau respon dari komunikan yang menjadi lawan bicaranya. Komunikasi antar pribadi yang berlangsung di sini yaitu komunikasi antara

---

<sup>26</sup> A. Supratiknya, *Tinjauan Psikologis Komunikasi Antarpribadi*, (Yogyakarta: Kanisius, 2002), hal. 109

<sup>27</sup> Linda Fianasari, *Komunikasi Interpersonal Karyawan Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan*, *Jurnal Sekretari* , Vol. 9 No.2 Th.2022

<sup>28</sup> ama Kertamukti, “Strategi Komunikasi Antarpribadi Dosen Dan Mahasiswa Dalam Pengembangan Jiwa Kreatif (Studi Deskriptif pada Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga). Vol. 06, No. 2,Th 2013

CREW serta jajaran yang ada di Rumah Film KPI di era pandemi dalam produksi film Islami.

## 5. Sifat Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi dapat dibedakan berdasarkan dua macam antara lain sebagai berikut:

### a. Komunikasi diadik (*dyadic communication*)

Komunikasi diadik adalah suatu proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut ahli komunikasi pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk yakni percakapan, dialog, dan wawancara percakapan ini dapat berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal.<sup>29</sup>

### b. Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)

Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih baik itu secara tatap muka di mana anggotanya saling berinteraksi satu dengan yang lainnya. Komunikasi ini masuk ke dalam tipe komunikasi antar pribadi karena :

*Pertama* anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung secara tatap muka. *Kedua* isi materi yang menjadi pokok pembicaraan berlangsung secara terpisah-pisah karena semua peserta bisa berbicara dalam kedudukan yang sama dalam kata lain tidak ada pembicara tunggal. *Ketiga*, sumber dan penerima informasi sulit diidentifikasi titik dalam proses komunikasi ini semua anggota berperan sebagai sumber dan juga sebagai penerima.

## 6. Fungsi Komunikasi Antar Pribadi

Menurut ahli definisi dari Fungsi teori komunikasi antar pribadi yaitu Miller dan steinberg adalah tujuan di mana komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. fungsi utama komunikasi adalah mengendalikan anggota organisasi guna memperoleh imbalan-imbalan tertentu baik berupa fisik

---

<sup>29</sup> Op.cit.hal. 32.

ekonomi dan sosial. Sebagaimana yang sudah di jelaskan. fungsi komunikasi dalam lingkungan kerja atau pun organisasi yaitu (1) fungsi informatif, informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti. Orang-orang dalam tataran manajemen membutuhkan informasi untuk membuat suatu kebijakan organisasi atau pun guna mengatasi konflik (2) fungsi regulatif, fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam organisasi. Pesan ini berorientasi pada kerja, artinya bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh dilaksanakan, (3) fungsi persuasif, kekuasaan dan wewenang tidak selalu dapat mempengaruhi dan menguasai orang lain.<sup>30</sup> Komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai suatu tindakan yang pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal beberapa di antaranya dipaparkan berikut ini;

a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain.

Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan partner komunikasinya, dan sebagainya. Apabila diamati lebih serius, orang yang berkomunikasi dengan tujuan sekedar mengungkapkan perhatian kepada orang lain ini terkesan hanya basa-basi untuk menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup, dingin, dan cuek.

b. Menemukan diri sendiri.

Artinya seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.

c. Menemukan dunia luar.

Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual. Misalnya komunikasi dengan

---

<sup>30</sup> Andini Nur Bahri, "Peran Komunikasi Antar Pribadi Pada Lingkungan Kerja Dalam Perspektif Islam" Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama Prodi Sosiologi Agama Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan, Vol.1, No.1 , Juni Tahun 2018.

seorang sopir taksi, diperoleh informasi tentang jalur perjalanan di kota yang sering macet. Jadi, dengan komunikasi interpersonal diperoleh-lah informasi, dan dengan informasi itu dapat dikenali dan ditemukan keadaan dunia luar yang sebelumnya tidak diketahui. Jadi komunikasi merupakan jendela dunia, karena dengan berkomunikasi dapat mengetahui berbagai kejadian di dunia luar.

d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis.

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain. Karena manusia merupakan makhluk yang serba terbatas dalam bingkai kesempurnaan, ketergantungan antara satu dan lainnya menjadi sesuatu yang tak terbantahkan. Agar manusia menjaga hubungan baik silaturahmi sesama manusia Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ  
مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ ۖ وَالْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ اللَّهَ  
كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

*“Wahai manusia! Bertakwalah kepada Tuhanmu yang telah menciptakan kamu dari diri yang satu (Adam), dan (Allah) menciptakan pasangannya (Hawa) dari (diri)-nya; dan dari keduanya Allah memperkembangbiakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta, dan (peliharalah) hubungan kekeluargaan. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasimu” (Q. S. Anisa: 1)*

## 7. Karakteristik Komunikasi Antar Pribadi

Dalam komunikasi pasti ada karakteristiknya adapun karakteristik komunikasi antar pribadi adalah sebagai berikut :

a. Melibatkan paling sedikit dua orang

Komunikasi antara pribadi melibatkan tidak lebih dari dua individu. Perlu diketahui bahwasanya komunikasi antar

pribadi terjadi antara dua orang yang dia merupakan bagian dari kelompok yang lebih besar.

*b. Adanya feed back atau umpan balik*

Umpan balik merupakan suatu pesan yang dikirim kembali oleh penerima kepada pembicaranya.

*c. Tidak harus tatap muka*

Komunikasi antar pribadi tidak harus selalu bertemu atau tatap muka dengan pembicaranya langsung adanya saling mengerti antara dua individu maka kehadiran fisik dalam berkomunikasi Tidaklah terlalu penting.

*d. Tidak harus bersetujuan*

Komunikasi antar Pribadi tidak selalu dengan disengaja atau dengan kesadaran.

*e. Menghasilkan pengaruh ( efek )*

Dalam komunikasi antar pribadi jika ingin dianggap benar maka sebuah informasi harus menghasilkan efek atau pengaruh yang terdapat di informasi tersebut dan pengaruh itu tidak harus segera dan nyata.

*f. Tidak harus menggunakan kata-kata*

Di komunikasi antar pribadi kita tidak harus menggunakan kata-kata seperti komunikasi non verbal pesan-pesan nonverbal seperti menatap dan menyentuh atau menghalus kepada seseorang memiliki makna yang lebih besar daripada seutas kata-kata.

*g. Di pengaruhi oleh konteks*

Konteks adalah wadah atau tempat di mana pertemuan dan pertukaran informasi terjadi dan juga termasuk apa yang mendahului dan mengikuti apa yang telah dikatakan. Konteks itu mempengaruhi harapan dari para partisipan.

*h. Dipengaruhi kegaduhan atau noise*

Kegaduhan atau noise adalah suatu gangguan yang terjadi akibat satu dan lain hal yang tidak pasti dan mengganggu proses pembuatan atau proses pertukaran informasi baik itu non verbal ataupun verbal. Kegaduhan atau noise ini bersifat eksternal internal, ataupun semantik.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Ibid

## 8. Pendekatan Komunikasi Antarpribadi

menurut ahli yaitu Miller dan Stainberg berpendapat bahwa suatu bentuk komunikasi termasuk komunikasi antarpribadi atau bukan perlu dilakukan pemahaman terhadap masalah tiga analisis tingkat informasi yaitu :

### a. Analisis Tingkat Kultural

Kebudayaan itu meruoakan sekumpulan peraturan, norma, institusi sosial, kebiasaan dan ide-ide yang dimiliki oleh sekumpulan orang. Terkadang kebudayaan didefinisikan sebagai lokasi geografis, etnis, dan pola religius. Para ahli menganggap bahwa orang yang termasuk kelompok kebudayaan yang sama mempunyai kesamaan cara bertingkah laku dan tampak memiliki sikap dan nilai tertentu. Demikian, kebudayaan dapat memberi petunjuk bagaimana anggota kelompok kebudayaan tertentu akan berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Terdapat dua macam kultur, yaitu homogenus, apabila orang-orang di suatu kultur berperilaku kurang lebih sama dan menilai sesuatu juga sama. Sedangkan yang heterogenus adanya perbedaan-perbedaan didalam pola prilaku dalam nilai-nilai yang dianutnya. Ketika berhadapan dengan individu yang spesifik, seseorang harus berhati-hati untuk menerapkan pikiran tentang orang tersebut berdasarkan data tingkat kebudayaan. Masing-masing individu yang tergabung dalam satu kelompok kebudayaan mempunyai kepribadian yang berbeda-beda.<sup>32</sup>

### b. Analisis Tingkat Sosiologi

Analisis tingkat sosiologis dilandaskan pada hal yang dibuat tentang orang lain dengan mengetahui kelompok tempat orang tersebut termasuk ada pertimbangan untuk mengelompokkan seseorang kedalam kelompok tertentu berdasarkan keanggotaannya pada bentuk kelompok sosial yang dipilihnya. Namun ada juga keanggotaan kelompok yang

---

<sup>32</sup> Tersedia di <https://academia.edu/komunikasantarpribadi> diakses pada tanggal 1 Oktober 2022

tidak dipilih sendiri oleh yang bersangkutan, misalnya termasuk kedalam kelompok orang tua, dewasa dan remaja. Bagaimana pun juga, anggota yang termasuk kelompok tertentu, baik yang dipilih sendiri maupun tidak mempunyai kesamaan dengan anggota lainnya dalam satu kelompok. Antar kelompok itu sendiri mempunyai perbedaan yang merupakan ciri dari masing-masing bentuk kelompoknya.

### c. Analisis Tingkat Psikologis

Analisis tingkat psikologis dilandaskan pada bebrapa orang yang berinteraksi dan mendasarkan prediksinya mengenai satu sama lain terutama pada data psikologis secara khusus menegaskan bahwa mereka mengenal satu sama lain sebagai individu dan anggota organisasi. Dan juga menuntut adanya saling mengenal antar individu yang terlibat didalam transaksi komunikasi. Walaupun individu mempunyai sekumpulan data mengenai kebudayaan dan sosiologis seseorang tidak dapat memperkirakan perilaku khusus seseorang yang dihadapinya. Informasi mengenai data tingkat psikologis tidak dapat dipisahkan dari proses keintiman yang terjalin, terkadang seseorang memberikan informasi mengenai dirinya sendiri kepada orang lain dan mendapatkan informasi balik dari orang lain mengenai dirinya. Sehingga didalam komunikasi antarpribadi yang lebih ditekankan adalah komunikasi yang berdasar pada analisis tingkat psikologis, tingkat kebudayaan dan sosiologis yang digunakan sebagai pelengkap didalam mengumpulkan data tentang seseorang yang dihadapi.

## **9. Macam Macam Strategi Komunikasi Antar pribadi**

Strategi komunikasi itu terdiri dari beberapa strategi. Strategi-strategi komunikasi antarpribadi menjadi bagian dari pola persuasif komunikasi individu apabila ia memperoleh informasi baru mengenai pendekatan-pendekatan yang lebih efektif guna memperoleh respons yang diinginkan. Miller dan

Steinberg membaginya dalam lima strategi, diantaranya adalah.<sup>33</sup>

:

**a. Strategi Wortel Terurai**

Strategi wortel terurai atau *dangling carrot strategies* berupa pemberian imbalan yang oleh komunikator diberikan kepada pihak lain. Strategi wortel terurai ini berasumsikan bahwa komunikator dapat meningkatkan probabilitas untuk memperoleh respons yang diinginkan apabila komunikator memberikan kepada seseorang imbalan. Hakikat dari strategi wortel terurai ini terdapat dalam berbagai bentuk, yaitu berupa objek atau benda yang nyata maupun berupa jasa. Yang berbentuk objek yang nyata misalnya permata, uang, minuman, piala, dan ijazah. Sedangkan dalam bentuk jasa misalnya membuat karya tulis ilmiah, memasak makanan untuk orang lain, dan sebagainya. Strategi ini juga banyak berbentuk pesan-pesan simbolis dalam arti kiasan seperti, “Apa yang kau kerjakan memang luar biasa”, “Anda orang hebat” dan “Baju anda bagus sekali”. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mengubah tingkat, arah, dan substansi mengenai perilaku-perilaku dan memperkuat reinforce perubahan-perubahan ini apabila hal itu diinginkan. Dua prosedur dasar bagi implementasi strategi wortel terurai adalah dengan menciptakan rangkaian-rangkaian stimulus-responreward dan menghasilkan pengembangan strategi wortel pada orang lain. Diluar pemahaman tujuan-tujuan dan prosedur-prosedur ini, strategi wortel yang efektif harus memiliki beberapa kemampuan berkomunikasi.<sup>34</sup>

**b. Strategi Pedang Tergantung**

Strategi pedang tergantung didasarkan pada asumsi bahwa komunikator akan mengulang perilaku yang sama dengan perilaku yang menyebabkan dirinya diberi imbalan. Sedangkan komunikator yang hendak mengurangi probabilitas

---

<sup>33</sup> Muhammad Budyatna, Teori Komunikasi Antarpribadi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011) h. 75

<sup>34</sup> Ibid h.75

respons yang tidak diinginkan akan berlandung pada strategi pedang tergantung. Strategi ini merupakan hukuman. Seorang komunikator bisa menghukum pihak lainnya supaya orang itu mengurangi atau membatasi perilaku-perilaku yang tidak disukai oleh yang memberi hukuman. Strategi pedang tergantung ini mirip dengan strategi wortel, karena efektivitas kedua strategi ini bergantung kepada apakah responden merasakan adanya keuntungan atau manfaat pribadi dengan memberikan respons yang diinginkan pengendali. Taktik utama dari pengendalian strategi pedang ialah memicu strategistrategi komplementer dari responden.

### **c. Strategi Katalisator**

Strategi kendali katalisator ini terjadi dimana seseorang mencoba memancing untuk mendapatkan respons yang sesuai dengan apa yang dia inginkan, tetapi sebaliknya bukan memberikan imbalan atau hukuman seperti pada kedua strategi sebelumnya. Komunikator sekedar mengingatkan kepada yang bersangkutan akan suatu tindakan yang dapat diterima dan diinginkan oleh yang bersangkutan. Metode ini bergantung kepada keefektifan menjadikan individu berperilaku berdasarkan kesadarannya sendiri tanpa harus diberikan imbalan atau hukuman baginya. Komunikator harus membekali dengan pesan atau informasi yang membangkitkan semangat untuk memicu proses ini, tetapi individu sebagian besar bertindak atas kemauan sendiri. Ada dua jenis strategi katalisator: Pertama, komunikator dapat mengarahkan pihak lain dan ini berarti komunikator mengetahui bahwa pihak yang lain itu siap bertindak dan waktunya pun sudah tepat. Komunikator mengadakan suatu pendekatan yang halus untuk mengarahkan komunikasi melakukan respons yang ia inginkan. Tetapi strategi ini memberikan keuntungan kepada komunikator untuk tidak meminta nasihat dan dorongan moral secara langsung atau terang-terangan. Apabila hal itu dilakukan, maka komunikator berada pada posisi bawah angin. Kedua, komunikator memberi suatu informasi baru kepada komunikasi yang dapat menguntungkan sehingga komunikasi memberikan

respons sesuai yang diinginkan komunikator. Perbedaan yang utama antara strategi katalisator dengan kedua strategi sebelumnya terletak pada peranan komunikator. Pada strategi wortel dan pedang, komunikator lebih menekankan perannya di dalam proses komunikasi. Sedangkan strategi katalisator komunikator berusaha memancing respons dari pihak lain yang sesuai dengan apa yang diinginkan dengan menekankan pada si pendengar.

#### **d. Strategi Kembar Siam**

Strategi kembar siam bukan bertujuan untuk menciptakan suatu hubungan yang diinginkan melainkan merupakan hasil dari suatu hubungan yang sudah terbentuk. Strategi ini hanya dapat diimplementasikan pada hubungan yang telah terbina dalam arti kedua belah pihak sangat bergantung satu sama lain. Mereka yakin bahwa kebahagiaan hanya dapat tercapai apabila mereka satu sama lain tetap menjalin hubungan dan mereka saling bergantung guna mendapatkan kepuasan pribadi. Karena memelihara hubungan antara kedua individu merupakan prioritas komunikasi yang utama, maka seringkali mereka mengorbankan tujuan pribadi jangka pendek. Terdapat dua syarat hubungan yang menyebabkan keberhasilan strategi kembar siam yaitu: Pertama, adanya tingkat ketergantungan yang tinggi antara para komunikator (dalam komunikasi antarpribadi kedua partisipan disebut komunikator). Kedua, tidak seorang pun dari keduanya lebih berkuasa terhadap yang lain. Bahkan apabila kedua orang itu memiliki ketergantungan, salah satu masih bisa mendominasi hubungan dengan menggunakan strategi wortel atau pedang tergantung. Tetapi di dalam strategi ini tidak ada yang disebut sebagai ketergantungan mutlak. Strategi kembar siam muncul apabila kedua komunikator memiliki jumlah kendali kurang lebih sama dan karena adanya saling ketergantungan.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Khoiril Muslimin” Komunikasi Interpersonal Antara Kiai Dan Santri Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Akhlakul Karimah Di Pondok Pesantren Al- Mustaqim Bugel” VOL,11 No. 1,(2019).34

### e. Strategi Dunia Khayal

Strategi dunia khayal mengandalkan pada ilusi dan khayalan pada perasaan-perasaan yang ditimbulkan sendiri mengenai kendali. Khayalan-khayalan ini dapat memberikan semacam hiburan atau ketenangan dari perasaan cemas, tetapi memiliki dasar realitas yang tidak seberapa dan tidak cukup untuk menggantikan suatu strategi kendali. Komunikator yang menggunakan strategi ini sulit menerima keterbatasan kemampuannya untuk mendapatkan respons yang diinginkan. Akhirnya mereka sering menghabiskan waktu untuk sekedar mengkhayal. Taktik yang digunakan oleh pengguna strategi dunia khayal yaitu mengabaikan respons-respons yang tidak diinginkan. Taktik lainnya adalah memutarbalikkan respons yang tidak diinginkan dengan memberikan penafsiran yang positif.<sup>36</sup>

## B. Produksi Film Islami

### 1. Pengertian Produksi Film Islami

Pembuatan film (sering disebut sebagai pembuatan film dalam lingkungan akademis) adalah proses pembuatan film, dimulai dengan cerita, ide, atau komisi awal, melalui penulisan naskah, perekaman, penyuntingan, penyutradaraan, dan pertunjukan produk akhir di depan penonton. . Pemirsa akan membuat acara TV. Pembuatan film berlangsung dalam berbagai konteks ekonomi, sosial dan politik di seluruh dunia dan menggunakan berbagai teknik dan teknik film. Pemotretan biasanya melibatkan banyak orang dan dapat memakan waktu berbulan-bulan hingga bertahun-tahun untuk diselesaikan, tetapi dapat memakan waktu lebih lama jika masalah produksi muncul.

Film islami adalah merupakan film yang menyajikan aturan-aturan yang terkandung dalam ajaran Islam. biasanya film religius menyajikan cerita dalam kehidupan nyata, lalu Menyisipkan ajaran tentang Islam, boleh atau tidak Tidak diperbolehkan. film religi berkualitas Ukuran lebar, kualitas

---

<sup>36</sup> Ibid h.35

tidak hanya di satu sisi dalam pemotretan, aktor dan musik Islami Dukung filmnya, tapi ide ceritanya, cara bicarannya, Rentang adegan dan film antar aktor Menunjukkan bahwa ini adalah kualitas film religi Sangat penting. Maka itu harus mencerminkan nilai-nilai Islam. Indonesia memiliki banyak sekali pertunjukan film.

Dari penjelasan diatas dapat di simpulkan pembuatan film islami adalah kegiatan membuat film dari ide cerita, penulisan naskah, perekaman, penyunting gambar editing yang di dalam nya tidak ada unsur yang jauh dari syariat islami. Serta tersiratkan nilai nilai dakwah yang mengajak pada kabaikan.

Allah swt berfirman

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ؕ

*"Katakanlah, 'Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing'. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya". (Q. S. Al- 'Israa: 84).*

Sesuai dengan firman Allah bahwa setiap Insan mempunyai peran yang penting di hidupnya dan juga sesuai dengan apa yang mereka miliki sejak lahir.

## 2. Unsur-Unsur Estetika Dalam Film Islami

Elemen Estetika dalam Sinema Islam Estetika menurut arti etimologisnya adalah Pengetahuan tentang objek sensorik, yaitu karya seni. Sebagai cabang filsafat dan ilmu pengetahuan, estetika sering disamakan dengan Dengan teori seni, kritik seni, filsafat keindahan. berdasarkan Dalam konteks ini, estetika berbicara tentang objek estetika. kualitas kerja Seni dan pengaruhnya terhadap jiwa manusia, yaitu emosi, Imajinasi, Pikiran dan Intuisi<sup>37</sup>. Seni Kreativitas manusialah yang melahirkan keindahan sangat positif. Kesenian merupakan tolak ukur harkat dan martabat budaya suatu bangsa sangat mempengaruhi pikiran manusia. Banyak

<sup>37</sup> tersedia di <https://ahmadsamantho.wordpress.com/2010/06/30/islam-estetika-dan-seni/>

orang mendengarkan Al-Qur'an tetapi tidak meleleh Berisi konten kehidupan nyata Seolah neraka dan surga benar-benar ada. seorang muslim mereka yang tidak hidup sesuai dengan ajaran Islam Dapatkan imbalan di neraka, dan banyak lagi. terlihat seperti orang dari sana Melihat isinya saja belum menyentuh hatinya. ditemukan dalam Al-Qur'an. tapi di zaman modern ini menjelaskan Ajaran tentang Islam mudah diterima karena memiliki Banyak orang menjelaskannya melalui lagu, puisi, poster dan bahkan film. Sambil mendengarkan ungkapan-ungkapan tentang Islam yang dikemas secara modern, orang-orang Informasi Dawa yang disertakan lebih mudah menyentuh hatinya melalui seni. Oleh karena itu, pada manusia, Kecantikan positif itu sendiri tidak dimiliki oleh makhluk lain. Seni adalah sifat abadi, tidak pernah berakhir, seni Ini adalah kekuatan pendorong yang dapat mendidik manusia. menjadi lebih pintar Umat manusia, akan ada lebih banyak generasi. Karya seni banyak mengutarakan komunikasi nonverbal(diperlihatkan).

Bagi pencintakarya seni, pesan dakwah jenis ini lebih banyak membuatnya berpikir tentang Allah Swt serta makhluknya. terdapat seseorang tamu di tempat tinggal kiai memandang berkali-kali dengan kekaguman kaligrafi keliru satu santrinya yang berbunyi Bismillahirohmannirohim di dinding ruang tamu, banyak penonton film The Messenger bisa menangkap pesan dakwah di dalamnya, betapa merdunya bunyi Bilal bin Rabbah saat sedang mengumandangkan adzan di dekat Kakbah pada pada film itu.<sup>38</sup>

Untuk menjadikan karya seni sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus di perhatikan yaitu :

- a. di upayakan sedemikian rupa supaya karya seni tidak ditafsirkan secara keliru oleh mitra dakwah.
- b. berdasarkan ulama yang paham tektualis (tahu ayat dan hadis sesuai dengan teksnya) , tidak dibenarkan karya seni menggambar objek makhluk hayati.

---

<sup>38</sup> Moh. Ali Aziz ,Ilmu Dakwah, (Jakarta: Kencana,2004),h.130

- menurut mereka, embargo menggambar makhluk hidup pada khawatirkan gambar itu akan pada jadikan objek penyembahan sebagaimana dilakukan warga pada zaman pra islam
- c. Karya seni tidak bernuansa pornografi, menghina simbol-simbol agama, melecehkan orang lain, atau menimbulkan akibat-akibat negative lainnya baik pribadi juga tidak eksklusif.

### 3. Karakteristik Film

Jenis dan karakteristik dari film ialah layar lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh, dan indentifikasi psikologis<sup>39</sup>.

#### a. Layar yang lebar

Film dan televisi sama sama menggunakan layar, tetapi kelebihan media film adalah memiliki layar yang sangat lebar dan luas. Layar film yang luas memberikan keleluasaan bagi para penonton untuk melihat setiap adegan yang ada di dalam film.

#### b. Pengambilan gambar

Pengambilan gambar atau shot dalam film bioskop diambil dari jarak jauh atau extreme shot dan panoramis shot. Panoramic shot kita sebagai penonton dapat memperoleh sedikit gambaran atau mungkin gambaran mengenai daerah tertentu yang dijadikan lokasi film yang mungkin belum pernah kita kunjungi.

#### c. Identifikasi psikologi

Sering sekali kita dapat merasakan bahwa suasana ketika sedang menonton film kita ikut larut dalam cerita yang di sajikan. Karena penghayatan kita amat dalam dan sering sekali secara tidak sadar kita menyamakan pribadi kita dengan salah satu pemeran film itu, sehingga seolah-olah kita lah yang sedang berperan. Gejala inilah yang menurut jiwa sosial disebut sebagai identifikasi psikologi.

---

<sup>39</sup> Elvinaro Ardianto. Lukiati Komala Siti Karlinah, Komunikasi Massa Suatu Pengantar, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 145-147

## C. Era Pandemi

### 1. Pengertian Era Pandemi

Pandemi sendiri merupakan sebuah epidemi yang telah menyebar ke berbagai benua dan negara, umumnya menyerang banyak orang. Sementara epidemi sendiri adalah sebuah istilah yang telah digunakan untuk mengetahui peningkatan jumlah kasus penyakit secara tiba-tiba pada suatu populasi area tertentu. Pasalnya, istilah pandemi tidak digunakan untuk menunjukkan tingginya tingkat suatu penyakit, melainkan hanya memperlihatkan tingkat penyebarannya saja. Perlu diketahui, dalam kasus pandemi COVID-19 ini menjadi yang pertama dan disebabkan oleh virus corona yang telah ada sejak awal tahun 2020 di Indonesia.

Pandemi COVID-19 sudah berlangsung sangat lama banyak hal yang harus diubah secara total dalam kehidupan bermasyarakat, untuk menekan laju perkembangan COVID-19. seperti kegiatan bisnis wisata maupun pendidikan. adapun perubahan besar yang benar-benar terlihat adalah bagaimana seluruh masyarakat diwajibkan membiasakan diri dengan kebiasaan baru dalam penerapan protokol kesehatan yang sangat ketat, agar virus Corona yang tersebar dapat meminimalisir. ini bertujuan untuk masyarakat merasa aman dan nyaman saat dihantam pandemi. Namun dengan demikian pasti ada dampaknya yaitu membuat masyarakat merasa kesulitan dan di dalam tekanan karena hal yang baru dan kebiasaan yang baru yang wajib dilaksanakan sangat berbeda dengan sebelum-sebelumnya yang biasanya masyarakat lakukan.<sup>40</sup>

Pandemi COVID-19 ini memberikan dampak yang serius bagi setiap orang. Kegiatan menjadi terkendala dengan adanya pandemi ini. Berbagai bidang terkena dampak akibat adanya pandemi ini, salah satunya pada

---

<sup>40</sup> Irinna Aulia Nafrin, Perkembangan Pendidikan Indonesia di Masa Pandemi COVID-19, EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN, Volume 3 Nomor 2 Tahun 2021, h.20

bidang pendidikan yang ada di Indonesia. Hal ini sesuai dengan kebijakan pemerintah dalam Surat Edaran Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan dalam Masa Darurat Penyebaran Corona Virus Disease (COVID-19). Sistem pembelajaran yang dilakukan secara daring (dalam jaringan) dari rumah masing-masing yang cenderung memanfaatkan teknologi sebagai media pembelajaran terkadang terdapat hambatan dalam penerapannya. Selama pembelajaran daring, peserta didik memiliki keleluasaan waktu untuk belajar. Peserta didik dapat belajar kapan pun dan di mana pun, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Peserta didik juga dapat berinteraksi dengan guru pada waktu yang bersamaan seperti menggunakan video call atau live chat (Ermayulis, 2020). Oleh karena pandemi ini sangat mengubah sistem yang ada di dunia dan di karenan itu penelitian ini di tujukan.<sup>41</sup>

Sejak awal, terutama di akhir Januari 2020, peringatan tentang kemungkinan masuknya virus Covid-19 ke Indonesia telah diberikan oleh beberapa pihak. Sayangnya pejabat pemerintah justru menolak kemungkinan masuknya penyakit baru yang ditemukan pertama kali di Wuhan, China ini. Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto meremehkan dan menolak rekomendasi Universitas Harvard pada 11 Februari 2020 yang menyatakan virus Corona seharusnya sudah masuk ke Indonesia. Sikap “denial” dari pejabat pemerintah harus dibayar mahal. Penanggulangan pandemi Covid-19 menjadi berlarut-larut. Pembuatan keputusan yang ragu-ragu sejak awal semakin memperpanjang persoalan. Virus menyebar ke berbagai lokasi melalui transmisi lokal. Kementerian Kesehatan yang seharusnya menjadi garda terdepan dalam mengkomunikasikan kepada publik tentang kebijakan pemerintah justru melakukan blunder. Sikap dan kebijakan kementerian ini pun dipertanyakan. Buruknya tata kelola komunikasi kesehatan Kementerian Kesehatan menunjukkan

---

<sup>41</sup> Ibid h.22

gagalnya kementerian ini dalam menyampaikan promosi kesehatan kepada publik dalam menghadapi Covid-19.

## **2. Kehidupan Masyarakat Era Pandemi**

Pandemi covid-19 telah membawa perubahan besar bagi seluruh lapisan masyarakat di berbagai aspek, termasuk di dalamnya, aspek sosial budaya. Pandemi covid-19 memaksa pembatasan aktivitas sosial antar individu satu dengan yang lainnya, sehingga memunculkan kebiasaan yang berbeda dari kehidupan sebelumnya. Dengan kata lain, pandemi ini telah memunculkan budaya masyarakat baru untuk merespon kebijakan pembatasan aktivitas sosial yang ada. Wabah pandemi covid-19 seperti ini tentunya mengubah nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat yang berdampak pada perubahan pola pikir, pandangan, serta sikap masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Selalu menggunakan masker, rajin mencuci tangan menggunakan sabun, siap sedia handsanitizer, menjaga jarak, menghindari kerumunan massa, menghindari kontak fisik dengan orang lain, dan penerapan berbagai protokol kesehatan telah menjadi kebiasaan.

Lebih jauh lagi, dampak pandemi ini juga menyerang berbagai sektor, baik dari sisi perekonomian maupun bidang pendidikan. Aktivitas jual beli di pasar tradisional yang sebelumnya leluasa untuk bertransaksi, namun sekarang banyak penjual yang harus gulung tikar. Aktivitas belajar mengajar di sekolah dan perguruan tinggi juga terpaksa harus dilakukan secara virtual atau daring dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Kondisi ini baru terjadi karena adanya pandemi global yang memaksa semua pihak harus sama-sama mengerti, memahami, dan melaksanakan kebijakan yang ada.

Kondisi-kondisi seperti di atas menjadikan hubungan sosial manusia sebagai makhluk sosial menjadi “cacat”. Bagaimana tidak? manusia sebagai makhluk sosial yang hidup berdampingan dan selalu membutuhkan bantuan orang lain, kini dikarenakan pandemi memaksa mereka

harus menjadi manusia egois, yang hanya memikirkan diri sendiri dan orang terdekatnya untuk dapat bertahan hidup.<sup>42</sup>



---

<sup>42</sup> Ibid h.23

## DAFTAR PUSTAKA

- A.Supratiknya, *Tinjauan Psikologis Komunikasi Antarpribadi*, (Yogyakarta: Kanisius,2002)
- Ahmad fadhilah,*Analisis Minat Belajar Dan Bakat Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa,mathline jurnal matematika dan pendidikan matematika*, Volume 1 Nomor 2,Agustus 2016
- Amirullah, S.E., M.M, *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*, ( JAKARTA Wicana Media,2018)
- Andini Nur Bahri, “*PERAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI PADA LINGKUNGAN KERJA DALAM PERSPEKTIF ISLAM*” Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama Prodi Sosiologi Agama Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan, Vol.1, No.1 , Juni Tahun 2018
- Anita trisiah,S.Pd.M.Sc.,*et.al Branding strategi dalam meningkatkan Re-Imagging IAIN Raden Fatah menjadi UIN Raden fatah*, ( Palembang: raffah press,2013,)
- Arif Suranto, *STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS PUNK HIJRAH DALAM BERHIJRAH PADA ANGGOTANYA* (Studi pada Komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung)(Bandar Lampung : Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN RADEN INTAN Lampung, 2020)
- Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2013)
- Drs. Elvinaro Ardianto. M.Si, Dra. Lukiati Komala M.Si, Dra. Siti Karlinah, M.Si, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,2007),
- Edi Harapan & Syarwani Ahmad, *Komunikasi Antarpribadi* (Cet. 2), (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)
- Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2018),

Hera Lestari Mikarsa, *Pendidikan Anak SD*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007),

Indah Ayu Anggraini, *Analisis Minat dan Bakat Peserta didik terhadap Pembelajaran*, Terampil: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar, 7(1), tahun 2020.

Irinna Aulia Nafrin, *Perkembangan Pendidikan Indonesia di Masa Pandemi Covid-19* EDUKATIF: JURNAL ILMU ENDIDIKAN, Volume 3 Nomor 2 Tahun 2021 Kencana Prenada Media Group, 2011) h. 75

Kholidi . S, *Pengantar Psikologi Manajemen*, Fakultas Dakwah Uin Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2007

Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Prespektif Kualitatif*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2020),

Prof. Dr. Ir. Sugiarto, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta : ANDI, 2017)

Prof. DR Asep Saeful Muhtadi *komuniaksi dakwah teori pendekatan dan aplikasi ( Bandung : simbioasa rekatama media, 2012)*

Prof. Dr. H. Hafied cangara, MSc., *Pengantar ilmu komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2022

Sandu Siyoto, Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015),

Sitiatawa Rizema Putra, *Panduan Pendidikan Berbasis Bakat Siswa*, (Yogyakarta: Diva Press, 2013)

Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012)

### Internet

<http://rumahfilmkpi.blogspot.com/p/sejarah-rumah-film-kpi.html?m=1>,

<http://academia.edu/komunikasianarpribadi> diakses pada tanggal 1 Oktober 2022

### Jurnal

Adelia Septiani Restanti Tania, Nurudin, “*SELF DISCLOSURE KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI PASANGAN JARAK JAUH DALAM MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN SAAT PHYSICAL DISTANCING ERA PANDEMIC COVID-19,*” Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi Vol. 13, No. 1, Maret 2021

Ahmad fadhilah, *Analisis Minat Belajar Dan Bakat Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa*, mathline jurnal matematika dan pendidikan matematika, Volume 1 Nomor 2, Agustus 2016

Andini Nur Bahri, “*PERAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI PADA LINGKUNGAN KERJA DALAM PERSPEKTIF ISLAM*” Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama Prodi Sosiologi Agama Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan, Vol.1, No.1 , Juni Tahun 2018

Indah Ayu Anggraini, *Analisis Minat dan Bakat Peserta didik terhadap Pembelajaran*, Terampil: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar, 7(1), tahun 2020.

Irinna Aulia Nafrin, *Perkembangan Pendidikan Indonesia di Masa Pandemi Covid-19* , EDUKATIF: JURNAL ILMU ENDIDIKAN, Volume 3 Nomor 2 Tahun 2021

Sepriadi Saputra, Gitra Astrid, *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DALAM KEGIATAN PEMBELAJARAN TATAP MUKA DI ERA PANDEMI PADA MAHASISWA FISIP UIN RADEN FATAH PALEMBANG* , Jurnal Profesional FIS UNIVED Vol. 8 No. 2 Th.2021



## Lampiran 1 Surat Keputusan (SK) Judul Skripsi



## MEMUTUSKAN :

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG TENTANG PENETAPAN JUDUL DAN PENUNJUKKAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI) FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG SEMESTER GENAP TA. 2021/2022 (TAHAP I) UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
- Kesatu : Menetapkan judul dan Pembimbing Skripsi mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam sebagaimana tersebut dalam lampiran surat keputusan ini.
- Kedua : Mahasiswa yang tercantum dalam lampiran Surat Keputusan ini harus segera menyusun proposal penelitian untuk diseminarkan selambat-lambatnya 3 (tiga) bulan sejak ditetapkan surat keputusan ini. Apabila hal tersebut tidak dilaksanakan, maka Dekan dapat membatalkan judul dan pembimbing yang telah ditetapkan.
- Ketiga : Dosen Pembimbing harus menyediakan waktu kepada mahasiswa untuk berkonsultasi minimal satu kali dalam seminggu, mengarahkan, membimbing dan memberikan petunjuk kepada mahasiswa bimbingannya. Apabila pembimbing tidak dapat melaksanakan tugasnya maka mahasiswa dapat mengajukan pergantian pembimbing.
- Keempat : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan diberikan kepada masing- masing yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bandar Lampung

Pada tanggal : 06 April 2022



Dr. Abdul Syukur, M.Ag  
NIP.196511011995031001

12.	RIA ANGELIA/ 1841010149	Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Islam Online Dalam Menggunakan Aplikasi Whatsapp	1. Dr. Mubasit, S.Ag., MM 2. Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos (PA)
13.	M. FARID ARKAN/ 1841010436	Metode Dakwah Ponges Al-Muhsin Putra Metro Utara Kota Metro Dalam Menghadapi Modernisasi	1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si. 2. Dr. Hj. Rini Setawati, M.Sos (PA)
14.	ARDIMA/ 1841010446	Penerapan Kode Etik Jurnalistik Dalam Proses Pembuatan Berita Oleh Wartawan Di Media Surat Kabar Harian Radar Way Kanan	1. Prof. Dr. H.MA.Achlam HS, MA (PA) 2. Ade Nur Isiani, M.I.Kom.
15.	NADA FAJRI HANIFAH/ 1841010394	Komunikasi Publik MUI Lampung Tentang Sosialisasi Physical Disancing Dalam Shalat Jama'ah Di Masa Pandemi	1. Dr. Khairullah, MA (PA) 2. Umi Rojati, M.Kom.I
16.	PUTRI OKTAPIANI/ 1841010257	Komunikasi Interpersonal Antara Guru Ngaji Dan Murid Dalam Meningkatkan Kemampuan Mengenal Huruf Hijayah Din TPA Karya Jaya	1. Dr. Fariza Makmun, M.Sos.I 2. Subhan Arif, S.Ag., M.Ag., (PA)
17.	HANDIKA YUNI ASTUTI/1841010562	Komunikasi Interpersonal Karang Taruna Dalam Membina Akhlak Generasi Muda Di Desa Simpang Luar Kecamatan Sungai Are Kabupaten Oku Selatan	1. Prof. Dr. H.MA.Achlam HS, MA 2. Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos (PA)
18.	ARDHI RAHMAN PRATAMA/ 1841010505	Strategi Komunikasi Antar Pribadi UKM-F Rumah Film KPI Dalam Menambah Minat Dan Bakat Crew Di Era Pandemi	1. Dr. Abdul Syukur, M.Ag. 2. Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos (PA)
19.	MUTIARA MAHARANI/ 1841010477	Potret Etika Komunikasi Mahasiswa KPI Pada Realitas Virtual (Persepektif Etika Komunikasi Islam)	1. Dr. Fitri Yanti, M.A. 2. M. Apun Syarudin, S.Ag., M.Si (PA)
20.	NADA RIZKIA ARIF/1841010489	Konvegerensi Radio RRI Lampung Dalam Siaran Dakwah dalam Menghadapi Persaingan Di Era Digital	1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli M.Si (PA) 2. Umi Rojati, M. Kom.I 3.
21.	M. RAYNALDY NOVIANTO/ 1841010548	Peran Da'i Kamtibmas Dalam Mencegah Paham Radikalisme Di Masyarakat Wilayah Hukum Polsek Tanjung Karang Timur	1. Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos (PA) 2. M. Apun Syarifuddin, M.Si.
22.	FURIUTAMI/ 1841010292	Peranan Dakwah Dan Tingkat Religiusitas Dengan Kepercayaan Petung Weton Masyarakat Desa Parerejo Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu	1. Dr. Fitri Yanti, MA (PA) 2. Septy Angraini, M.Pd.
23.	SITA TRI ASTUTI/ 1841010190	Komunikasi Antarpribadi Pengajar Dan Murid Dalam Peningkatan Kemampuan Membaca Al-Qur'an Di TPQ Arafah Pekon Podomoro Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu	1. Dr. Jasmadi, M.Ag (PA) 2. Dr. Fitri Yanti, M.A.
24.	YUDHA ARRAHMA/ 1841010492	Komunikasi Dakwah Pondok Pesantren Siti Khadijah Kabupaten Pesawaran dalam Pembinaan Masyarakat	1. Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli M.Si (PA) 2. M. Apun Syarifuddin, M.Si.
25.	ALBIONDI SATRIA/1741010108	Konten Dakwah Media Sosial Instagram Pada (Komunitas Yuk Hijrah Lampung) Dalam Pembentukan Persahabatan Sesama Pengguna Akun	1. Dr. Jasmadi, M.Ag (PA) 2. Septy Angraini, M.Pd.

8-

## **Lampiran 5 Pedoman Wawancara, Observasi, Dokumentasi**

### **A. Pedoman Wawancara**

1. Wawancara dengan Ketua Umum Rumah Film KPI
  - a. Bagaimana praktek komunikasi yang terjadi di organisasi ini?
  - b. Apa saja strategi komunikasi yang di lakukan di UKM-F ini?
  - c. Bagaimana proses produksi Film di UKM-F ini?
  - d. Ada kah perbedaan produksi Film yang dilakukan di era pandemi ?
  
2. Wawancara dengan Kepala Divisi Humas
  - a. Apakah kegiatan yang menunjang kegiatan produksi film Islami?
  - b. Apakah ada media sosial yang di gunakan saat promosi film?
  - c. BagaimanaUKM-F ini dalam memproduksi Film Islami?
  
3. Wawancara dengan Anggota Crew UKM-F Rumah Film KPI
  - a. Apakah komunikasi di organisasi ini berjalan efektif?
  - b. Sejak kapan anda mengikuti organisasi ini?
  - c. Mengapa anda tertarik pada dunia Perfilman?
  - d. Apa yang anda dapat ketika mengikuti UKM-F Rumah Film KPI?
  - e. Apakah anda mengikuti organisasi ini denhgan baik ketika dalam masa pandemi?
  - f. Apa dampak yang anda rasakan setelah mengikuti UKM-F Rumah Film KPI?
  
4. Wawancara dengan Kepala Divisi Kaderisasi
  - a. Apakah Kegiatan Produksi Film Islami menjadi kegiatan satu satunya di dalam organisasi ini?

- b. Metode komunikasi apa yang di lakukan saat era pandemi?

### **B. Pedoman Observasi**

1. Mengamati UKM-F Rumah Film KPI.
2. Mengamati Strategi Komunikasi antar pribadi UKM-F Rumah Film KPI Pada produksi Film Islami

### **C. Pedoman Dokumentasi**

1. Profil/Gambaran UKM-F Rumah Film KPI
2. Foto-foto hasil kegiatan wawancara



**Lampiran 6 Foto-foto**



Wawancara Dengan Ketua Umum UKM-F Rumah Film KPI



Wawancara Dengan Anggota Crew UKM-F Rumah Film KPI



Wawancara Dengan Wakil Ketua Umum UKM-F Rumah Film KPI



Suasana Diskusi UKM-F Rumah Film KPI



Wawancara Dengan Kepala Divisi Kaderisasi



Wawancara dengan kadiv organisasi dan bendahara Umum UKM-F  
Rumah Film KPI



Wawancara Dengan Kepala Divisi Humas



Wawancara Dengan Crew Divisi Media dan Info



Wawancara Dengan Crew angkatan 2022







Produksi Film Islami Di Era Pandemi

## Hasil Uji Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suramin Sukarame Bandar Lampung 35131, <sup>SR</sup>(0721) 704030  
 e-mail : fdkuamir@gmail.com

### SURAT KETERANGAN LULUS KOMPREHENSIF

Nomor : B-*hky* /Un.16/DD/PP.00.9/5/2023

Yang bertandatangan di bawah ini, Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ardhi Rahman Pratama  
 NPM : 1841010505  
 Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

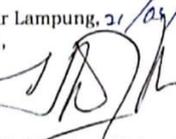
telah mengikuti **Ujian Komprehensif** dengan baik pada tanggal, 15-23 Februari 2023 pada Mata Kuliah sebagai berikut :

1. Tafsir ayat Dakwah
2. Retorika
3. Ilmu Dakwah
4. Ilmu Komunikasi
5. Jurnalistik
6. Ilmu Kalam

Dan dinyatakan **LULUS**.

Surat Keterangan ini dikeluarkan guna memenuhi salah satu syarat bagi mahasiswa/i untuk menempuh Ujian Skripsi.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 21/02/2023  
 Dekan,  
  
  
 Dr. Abdul Syukur, M.Ag 4  
 NIP. 196511011995031001

## Surat Izin Penelitian



**PEMERINTAH KOTA BANDARLAMPUNG**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jalan Dr. Susilo Nomor 2 Bandar Lampung, Telepon (0721) 476362  
 Faksimila (0721) 476362 Website: [www.dpmpstsp.bandarlampungkota.go.id](http://www.dpmpstsp.bandarlampungkota.go.id)  
 Pos-el: sekretariat@dpmpstsp.bandarlampungkota.go.id

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN (SKP)**

Nomor : 1871/070/03294/SKP/III.16/XII/2022

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 03 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian dan Rekomendasi dari Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kota Bandar Lampung Nomor 070/200/IV.05/2022 Tanggal 26 DESEMBER 2022, yang bertandatangan dibawah ini Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandar Lampung memberikan Surat Keterangan Penelitian (SKP) kepada :

1. Nama : ARDHI RAHMAN PRATAMA
2. Alamat : PARIAMAN KEL./DESA PARIAMAN KEC. GUNUNG ALIP KAB/KOTA TANGGAMUS PROV. LAMPUNG
3. Judul Penelitian : STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F RUMAH FILM KPI DALAM MEMPRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI
4. Tujuan Penelitian : UNTUK MENGETAHUI STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F RUMAH FILM KPI DALAM MEMPRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI
5. Lokasi Penelitian : PADA UIN RADEN INTAN LAMPUNG
6. Tanggal dan/atau lamanya penelitian : 20 DESEMBER 2022
7. Bidang Penelitian : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
8. Status Penelitian : -
9. Nama Penanggung Jawab atau Koordinator : SUPRIYADI, S.Sos
10. Anggota Penelitian : ARDHI RAHMAN PRATAMA
11. Nama Badan Hukum, Lembaga dan Organisasi : UIN RADEN INTAN LAMPUNG / FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Dengan Ketentuan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Penelitian tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu stabilitas pemerintah.
2. Setelah Penelitian selesai, agar menyerahkan hasilnya kepada Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik (BAKESBANGPOL) Kota Bandar Lampung.
3. Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 1 (satu) tahun sejak tanggal ditetapkan.



Ditetapkan di : Bandar Lampung  
 pada tanggal : 29 Desember 2022

Ditandatangani secara elektronik oleh :  
 Kepala Dinas



**MUHTADI A. TEMENGGUNG, S.T., M.SI.**  
 NIP 19710810 199502 1 001

Tembusan:

1. BAKESBANGPOL Kota Bandar L
2. Bappeda Kota Bandar Lampung
3. Peringgal

## Turnitin



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Suratmih, Sukarame I, Bandar Lampung 35131  
Telp (0721) 780887-74531 Fax: 789422 Website: [www.radenintan.ac.id](http://www.radenintan.ac.id)

### SURAT KETERANGAN

Nomor: B- 63 / Un.16 / P1 / KT/XII / 2022

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I  
NIP : 197308291998031003  
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F RUMAH FILM KPI  
DALAM MEPRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI**

Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
ARDIH RAHMAN PRATAMA	1841010505	FDIK/ KPI

Bebas plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 15 % dan dinyatakan *Lulus* dengan bukti terlampir dan dinyatakan *Lulus* dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan Ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

Bandar Lampung, 30 Desember 2022  
Kepala Pusat Perpustakaan



**Ket:**

1. Surat Keterangan Cek Turnitin Ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan Ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin Ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.



# STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F RUMAH FILM KPI DALAM MEPRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI

*by* Ardhi Rahman Pratama

---

**Submission date:** 30-Dec-2022 02:26PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1987425621

**File name:** bab\_1\_4\_5\_ardhi\_rahman\_ok.docx (100.61K)

**Word count:** 5123

**Character count:** 33189

# STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI UKM-F RUMAH FILM KPI DALAM MEPRODUKSI FILM ISLAMI DI ERA PANDEMI

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	5%
2	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	3%
3	<a href="https://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%
4	<a href="https://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="https://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<1%
6	Submitted to IAIN Batusangkar Student Paper	<1%
7	Submitted to Iain Palopo Student Paper	<1%
8	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part IV Student Paper	<1%

[repo.uinsatu.ac.id](https://repo.uinsatu.ac.id)

9	Internet Source	<1 %
10	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
11	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
12	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
13	Submitted to Keimyung University Student Paper	<1 %
14	core.ac.uk Internet Source	<1 %
15	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
16	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
17	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
18	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
19	mafiadoc.com Internet Source	<1 %
20	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %

21	<a href="http://inggris-indonesia.terjemahan.id">inggris-indonesia.terjemahan.id</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://repository.radenfatah.ac.id">repository.radenfatah.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://adoc.tips">adoc.tips</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://www.okezone.com">www.okezone.com</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://www.tehclick.com">www.tehclick.com</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://id.hrnote.asia">id.hrnote.asia</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="http://lifepal.co.id">lifepal.co.id</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	<1 %

33

repository.unj.ac.id

Internet Source

<1 %

---

34

afidburhanuddin.wordpress.com

Internet Source

<1 %

---

35

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

<1 %

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 5 words

Exclude bibliography  On