

**TANGGAPAN MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FISIP  
UNIVERSITAS HASANUDDIN TERHADAP FILM  
AYAT – AYAT CINTA**



**OLEH:**

**INDRA WULAN**

**E 311 04 045**



***Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Public Relations***

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**2008**

## Halaman Pengesahan

Judul Skripsi : Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi  
Fisip Unhas Terhadap Film Ayat – Ayat Cinta  
Nama Mahasiswa : Indra Wulan  
Nomor Pokok : E311 04 045

Menyetujui,

Pembimbing I



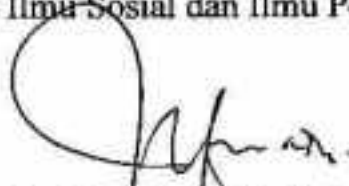
**Dr. M. Farid, M.Si**  
NIP : 131 876 923

Pembimbing II



**Muliadi Mau, S.Sos M.Si**  
NIP. 132 205 417

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Dr. Muh. Nadjib M. Ed, M.Lib**  
NIP. 130 676 952

## HALAMAN PENERIMAAN TIM EVELUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat – syarat guna memperoleh gelar keserjanaan dalam jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi Public Relations pada hari Senin tanggal 24 November 2008

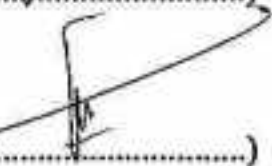
Makassar, 24 November 2008

### TIM EVALUASI

Ketua : Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si

  
(.....)

Sekretaris : Muliadi Mau, S.Sos M.Si

  
(.....)

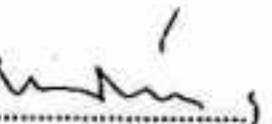
Anggota : 1. Dr. M. Farid, M.Si

  
(.....)

2. Drs. Eddy Soejono, M.A.

  
(.....)

3. Drs. Sudirman Karnay, M. Si

  
(.....)

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena hanya berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa pula salam dan salawat penulis kirimkan kepada junjungan kita Rasulullah SAW.

Kepada Ibu dan bapak tercinta, Saadiah Madjid dan A. Muh. Suradi, atas pengertian, perhatian dan kasih sayang yang tak hentinya – hentinya serta doa yang selalu mengiringi, membimbing dan menerangi jalan anaknya sehingga menjadi individu yang lebih bijaksana dalam menjalani hidup.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S-1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas. Pada Kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih atas segala dukungan, bantuan, dan bimbingan dari beberapa pihak selama proses studi dan juga selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ketua dan sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Bapak Dr. Muh. Nadjib M. Ed, M.Lib beserta Bapak Drs. Edy Soedjono, M.Si atas segala bimbingannya selama ini.
2. Dr. Muh. Farid, M.si, sebagai pembimbing I dan penasehat akademik atas curahan ilmu pengetahuan selama masa studi penulis

3. Muliadi Mau S.Sos, M.si sebagai pembimbing II atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing penulis dan memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Jurusan Ilmu Komunikasi atas dedikasi yang telah diberikan.
5. Staff-Officer di jurusan Ilmu Komunikasi, Bapak Syarif, Ibu Ida, dan Bapak Ancu serta Ibu Ida perpus atas segala keikhlasan, kemudahan birokrasi dan keramahannya.
6. Adik penulis, Indra Nanda dan Indra Ramadhan atas supportnya.
7. Sahabat - sahabat baik penulis: Nining Haslindah, Sri Pratiwi Kasim, Yunika Rizky, Muh. Nurul Ihsan, Taji Sally, Astrid Pratiwi, Mardianty Pongtuluran, Fajar Yunus, Pamela Christine, Rahmat Akbar, Ika Pratiwi, Rian Febriadi, Rizqy Alfiaty, Susandi Chadang atas perkataan jujur sekalipun menyakitkan sehingga penulis lebih mengenal dan memperbaiki diri.
8. Teman – teman DDPB penulis untuk kebersamaan yang menyenangkan : Nur Rahmi, Dian Pratiwi, Irfany Jedida, Geri Dala, Sri Mulyati, Dian Artha, A.Irma Savitri.
9. Teman IPA1: A. Indri, Anita Sartika, Nur Rahma, Khalid Rijaluddin
10. Teman – teman SKT, yang sedemikian baik dan tulus pada penulis
11. Senior - senior kosmik: Bang Sony buat literatur riviewnya dan Kak Riza atas waktu dan bantuannya selama ini.
12. Teman RUSH 04 atas dukungan dan kerjasamanya.

13. Yuniur – yuniur kosmik 05, 06, 07, 08.

14. Alm Surya Dirgantara dan Muh Rafli. Thanks for being mine. Thanks for everything. Luv u2!

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna.. Saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi banyak pihak terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Makassar, 21 November 2008

IndraWulan

## ABSTRAK

Indra Wulan, E 311 04 045. *Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas terhadap Film Ayat – Ayat Cinta. (Dibimbing oleh Muh. Farid dan Muliadi Mau.)* Skripsi: Program S-1 Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas terhadap Film Ayat Ayat Cinta serta faktor – faktor yang mempengaruhi responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas angkatan 2004 – 2007 dengan teknik penarikan sampel menggunakan proportionate stratified random sampling. Adapun teknik penentuan jumlah sampel menggunakan formula Krice and Morgan dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif.

Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan pengamatan langsung terhadap aktivitas mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menanggapi Film Ayat – Ayat Cinta. Data sekunder diperoleh dengan membaca buku, makalah, dan sumber pustaka lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data yang berhasil dikumpulkan dianalisis secara kuantitatif dengan mendeskripsikan data dalam bentuk tabel frekuensi serta tabel silang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas terhadap Film Ayat – Ayat Cinta dinilai baik. Ini didasarkan dari jumlah tanggapan yang diperoleh sebanyak 100 responden. Dari penelitian ini pula diketahui bahwa faktor utama yang mempengaruhi responden menonton Film Ayat – Ayat Cinta karena pernah membaca Novel Ayat – Ayat Cinta. Selain itu, unsur cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta menjadi faktor kedua yang mempengaruhi responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta.

Faktor personal seperti angkatan, jenis kelamin, agama, serta biaya hidup sebulan tidak terlalu berpengaruh terhadap tanggapan responden namun motivasi responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta cukup berpengaruh terhadap tanggapan responden.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
D. Kerangka Konseptual .....	9
E. Definisi Operasional.....	14
F. Metode Penelitian.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tanggapan.....	21
I. Pengertian Tanggapan.....	21
II. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tanggapan.....	23
III. Proses Terjadinya Tanggapan.....	26
B. Tinjauan Umum Tentang Film.....	29
I. Definisi Film.....	29
II. Fungsi, Jenis dan Khalayak.....	33
III. Sejarah Perkembangan Perfilman Indonesia.....	36



C. Film Sebagai Media Dakwah.....	38
D. Sinopsis Film Ayat – Ayat Cinta .....	41
E. Deskripsi Teori.....	44
I. Teori Perbedaan Individu .....	44
II. Teori Kegunaan dan Kepuasan .....	45
<b>BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Singkat Jurusan Ilmu Komunikasi Unhas.....	50
B. Jurusan Ilmu Komunikasi Unhas .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	56
1. Karakteristik Responden.....	57
2. Tanggapan Responden.....	63
3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Responden.....	75
4. Tabel Silang .....	79
B. Pembahasan .....	91
1. Tanggapan Responden.....	91
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Responden.....	97
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	103
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	108

## DAFTAR TABEL

Nomor	halaman
1.1 Jumlah Mahasiswa Ilmu komunikasi Fisip Unhas Tahun Masuk 2004 – 2007.....	18
1.2 Tabel Jumlah Sampel Per Tahun Masuk 2004 – 2007.....	20
3.1 Tabel Perkembangan dan Jumlah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi.....	55
4.1 Distribusi Responden Menurut Angkatan.....	57
4.2 Distribusi Responden Menurut Usia.....	58
4.3 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	58
4.4 Distribusi Responden Menurut Agama .....	59
4.5 Distribusi Responden Menurut Biaya Hidup Sebulan.....	60
4.6 Distribusi Responden Menurut Frekuensi Menonton .....	60
4.7 Distribusi Responden Menurut Penggunaan Media.....	61
4.8 Distribusi Responden Menurut Cara Mendapatkan VCD/DVD.....	63
4.9 Tanggapan Responden Terhadap Logika Cerita .....	64
4.10 Tanggapan Responden Terhadap Konflik.....	65
4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pengadeganan.....	66
4.12 Tanggapan Responden Terhadap Aktng Pemeran Utama Pria.....	67
4.13 Tanggapan Responden Terhadap Aktng Pemeran Utama Wanita.....	68
4.14 Tanggapan Responden Terhadap Aktng Pemeran Pendukung.....	69
4.15 Tanggapan Responden Terhadap Setting Lokasi .....	70
4.16 Tanggapan Responden Terhadap Isi Cerita.....	71
4.17 Tanggapan Responden Terhadap Realitas Poligami.....	73
4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pindah Agama.....	74
4.19 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Film AAC.....	75
4.20 Motivasi Responden Menonton Film AAC.....	76

4.21 Unsur yang Diminati Responden dalam Film AAC.....	78
4.22 Tabel Silang Antara Angkatan Responden Dengan Tanggapan Kualitas Film Ayat – Ayat Cinta .....	79
4.23 Tabel Silang Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Tanggapan Kualitas Film Ayat – Ayat Cinta .....	80
4.24 Tabel Silang Antara Agama Responden Dengan Tanggapan Kualitas Film Ayat – Ayat Cinta .....	81
4.25 Tabel Silang Antara Biaya Hidup Responden Dengan Tanggapan Kualitas Film Ayat – Ayat Cinta .....	82
4.26 Tabel Silang Antara Angkatan Responden Dengan Motivasi Menonton Film Ayat – Ayat Cinta .....	83
4.27 Tabel Silang Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Motivasi Menonton Film Ayat – Ayat Cinta .....	84
4.28 Tabel Silang Antara Agama Responden Dengan Motivasi Menonton Film Ayat – Ayat Cinta .....	85
4.29 Tabel Silang Antara Biaya Hidup Responden Dengan Motivasi Menonton Film Ayat – Ayat Cinta .....	86
4.30 Tabel Silang Antara Angkatan Responden Dengan Unsur Yang Diminati Dalam Film Ayat – Ayat Cinta .....	87
4.31 Tabel Silang Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Unsur Yang Diminati Dalam Film Ayat – Ayat Cinta .....	88
4.32 Tabel Silang Antara Agama Responden Dengan Unsur Yang Paling Diminati Dalam Film Ayat – Ayat Cinta.....	89
4.33 Tabel Silang Antara Biaya Hidup Responden Dengan Unsur Yang Paling Diminati Dalam Film Ayat – Ayat Cinta.....	90

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	halaman
1.1 Gambar Kerangka Konseptual .....	14
2.1 Gambar Proses Terjadinya Persepsi .....	27

# BAB I

## PENDAHULUAN



### A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan media massa. Di lain pihak perkembangan media massa menimbulkan dampak yang teramat kuat pula terhadap masyarakat.

Media massa sebagai alat komunikasi massa memiliki empat fungsi: 1. sumber informasi (to inform), 2. sumber pendidikan, 3. alat hiburan, 4. alat mempengaruhi atau propaganda (Effendy, 1999:29).

Sebagai salah satu media komunikasi massa, McQuail (1996;14) mengatakan film merupakan alat komunikasi yang efektif karena memiliki kemampuan mengantarkan pesan secara unik. Hal ini dimungkinkan karena adanya unsur audio dan visual yang terdapat di dalam film sehingga memudahkan orang memahami pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, film dapat menjangkau sekian banyak orang dalam waktu yang cepat, dan kemampuan memanipulasi kenyataan yang tampak dengan pesan fotografis, tanpa kehilangan kredibilitas membuat film lebih mudah mendapatkan perhatian dari masyarakat di bandingkan media komunikasi massa lainnya.

Konsumsi film oleh masyarakat tidak lepas dari proses komunikasi massa. Menurut DeFluer dalam Sonni (2007:22) film sebagai media komunikasi massa meliputi unsur pembuat film sebagai komunikator dan

penonton sebagai komunikasi. Dalam hal ini pembuat film menggunakan film sebagai alat untuk mempraktekkan keahlian, media pengungkapan perasaan, dan mengambil kesempatan untuk mempengaruhi penonton dengan hiburan. Bagi penonton, film merupakan pelajaran tentang penampilan, bahasa, atau hubungan antar manusia.

Kemajuan sebuah negara dapat terlihat dari film mereka. Dalam film terdapat semua unsur budaya, maka film akan memiliki pengaruh kuat pada kehidupan masyarakat penontonnya sehari-hari. Demikian halnya, film nasional dapat mempengaruhi fungsi sosialnya sebagai media massa dan berperan kultural edukatif yang menjadi cerminan dari manusia Indonesia yang berbudaya dan mendidik.

Kebangkitan film nasional yang momentumnya dimulai sejak film *Kuldesak* (1997) sampai sekarang, justru disalah artikan oleh para produser sebagai kesempatan untuk memperbanyak jumlah produksi film demi meraup keuntungan sebesar - besarnya. Tema - tema dalam film Indonesia terasa monoton dan terkesan mengikut-ikut. Para pembuat film terkesan hanya menjadi *follower* atas film - film yang telah sukses sebelumnya, hal ini dikarenakan modal dan keuntungan menjadi prioritas utama dalam membuat film. Selera pasar menjadi penentu segalanya, sehingga film yang diproduksi harus berpatokan pada selera pasar.

Dominasi tema terlihat sejak tahun 2005, ketika tema percintaan yang tak lekang oleh zaman dengan latar belakang gaya hidup remaja, mendominasi pentas film nasional. Tahun 2006 sampai pertengahan 2007 menjadi tahun

dimana film horor "bergentayangan". Mengingat tema *urban legend* sangat jarang gagal di pasaran, maka tak heran tema horor menjadi tren perfilman Indonesia tahun 2006 – 2007. Menjelang akhir tahun 2007 sampai pertengahan 2008 ini, film komedi menjadi barang dagangan yang laris manis. Pemicunya mungkin saja dikarenakan kian banyaknya masyarakat Indonesia yang hidup susah, sehingga membutuhkan hiburan untuk melupakan kepenatannya, dan film komedi adalah salah satu solusinya.

Fenomena keseragaman tema ini akhirnya berdampak pada menurunnya jumlah penonton yang datang ke bioskop untuk menonton film Indonesia. Masyarakat Indonesia mulai jenuh menonton film nasional karena unsur-unsur yang ada dalam film Indonesia sangat monoton dan bisa ditebak. Ketika penonton mulai bosan dengan keseragaman, muncul film yang menawarkan sesuatu yang berbeda dari film – film yang ada sebelumnya. Mengangkat tema religius, "Ayat – Ayat Cinta" mengisahkan lika – liku kehidupan seorang pemuda desa menghadapi turun-naiknya persoalan hidup dengan cara Islam.

Tersebutlah Fakhri bin Abdullah as-Shiddiq ( Fedi Nuril ), mahasiswa Indonesia yang berusaha meraih gelar masternya di Universitas Al Azhar Kairo, seorang yang inklusif dalam bermasyarakat tapi tetap eksklusif dalam beriman. Fakhri berada dalam kebimbangan mengejar target menikah di usianya yang menginjak 24 tahun. Karena sosoknya yang sempurna, Fakhri dicintai empat wanita sekaligus. Ada Nurul (Melanie Putria), mahasiswi yang begitu memujanya sebagai cahaya hidup, Noura (Zaskia Adhya Mecca),



seorang gadis yang diselamatkannya dari kezaliman sang ayah angkat, dan Aisha (Rianti Cartwright), perempuan bercadar yang dikaguminya dari sebuah insiden di kereta karena memberikan tempat duduk pada seorang turis Amerika, serta Maria (Carissa Putri), wanita yang paling dekat dengan Fahri. Seorang Kristen koptik, teman se-flat Fahri yang begitu tertarik dengan Islam.

Fahri kemudian memilih pendampingnya, namun kemudian ia terjebak ke dalam tuduhan perkosaan yang dilemparkan Noura pada dirinya. Saat situasi berujung tak terduga, Fahri harus bertarung dengan segala pergolakan jiwanya demi tercapainya sebuah pencerahan hati.

Tak berlebihan jika Ayat – Ayat Cinta dikatakan fenomenal. Film yang sejatinya, dirilis 29 Desember 2007, lalu molor sampai tanggal 23 Februari, terbukti dalam kurun waktu 2 minggu, mampu menyedot perhatian 2juta pasang mata. Penontonpun bahkan rela mengantri berjam – jam hanya untuk mendapatkan karcis bioskop. Mengingat 80% jumlah penduduk Indonesia beragama Islam , tak salah jika Ayat-Ayat Cinta mendapatkan animo yang luar biasa utamanya masyarakat muslim. Ayat – Ayat Cinta juga mendapat anugerah 9 Nominasi dalam Festival Film Bandung 2008.

Bahkan Film Ayat – Ayat Cinta berhasil mendapat penghargaan MURI dengan jumlah penonton terbanyak di bioskop yaitu 3,8juta orang lebih, sebuah sejarah baru dalam dunia perfilman Indonesia. Tak tanggung – tanggung Presiden SBY bersama 80 duta besar Negara dunia bersedia menyempatkan waktu menonton Ayat – Ayat Cinta. Sebelumnya Ketua MPR Hidayat Nur Wahid, Wakil Presiden Jusuf Kalla bersama menteri, BJ Habibie



dan Ketua Muhammadiyah Din Samsudin juga menyempatkan diri menonton film ini.

Ayat – Ayat Cinta mencoba mengambil momentum di tengah keminiman film-film religius yang beredar di Indonesia. Tapi, jauh sebelum film Ayat – Ayat Cinta ini dirilis, novel berjudul sama karangan Habiburrahman El Shirazy sudah lebih dulu menghipnotis banyak pembaca. Novel Ayat-Ayat Cinta sudah dicetak ulang delapan kali. Sehingga ketika novel ini difilmkan, tak ayal lagi "Ayat – Ayat Cinta" menjadi film yang paling dinantikan tahun ini.

Selama bertahun – tahun, novel populer merupakan sumber bahan untuk film komersial. Bahkan novel populer sekarang ini diatur sedemikian rupa, sehingga memiliki kemungkinan untuk dijadikan film. Namun bagaimanapun film memang berbeda dengan novel. Film adalah bahasa visual sedangkan novel adalah bahasa tulis (teks). Teks mampu membimbing imajinasi secara bebas, sedangkan visual memberikan bentuk 'nyata' yang kadang tak sesuai dengan imajinasi. Selain itu, keterbatasan durasi film, membuat penyampaian seluruh isi pesan dalam novel sulit tertuangkan seluruhnya. Menurut Hanung Bramantyo, sutradara Film Ayat – Ayat Cinta:

Mengadaptasi novel ke film lebih rumit daripada membuat film itu sendiri. Mengadaptasi novel ke film merupakan karya tersendiri yang terbebas dari karya novel itu sendiri. Sebab ketika teks dalam novel sudah muncul berbentuk gambar, itu merupakan bagian dari proses kreatif penciptaan.

Sebuah hasil pemikiran akan selalu memiliki pihak-pihak yang pro dan kontra. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan dalam pola pikir, sudut

pandang, alat analisa, wawasan, ilmu, dan perbedaan pada beragam hal lainnya. Tidak terkecuali hasil pemikiran yang berbentuk karya seni. Hal ini yang terjadi dalam Film Ayat-Ayat Cinta. Kritik-kritik yang muncul lebih kepada ketidaksesuaian film dengan novel. Film Ayat – Ayat Cinta dinilai lebih mirip sinetron-sinetron religi yang sering ditayangkan di televisi.

Selain itu, Film Ayat – Ayat Cinta juga mengangkat tema poligami, sebuah polemik yang terjadi di kehidupan masyarakat Indonesia. Dalam Film Ayat – Ayat Cinta, poligami yang dilakukan Fakhri ditampilkan karena terdesak dan atas permintaan Aisha. Kisah itu mengesankan bahwa poligami bukanlah kehendak laki-laki, tapi justru keinginan para perempuan. Wacana poligami dalam Film Ayat – Ayat Cinta dikritik terlalu menyederhanakan masalah, yaitu poligami dianggap sebagai salah satu jalan keluar mengangkat penderitaan perempuan. Padahal realitasnya, mayoritas perempuan tidak ada yang mau dipoligami.

Yang tak kalah menariknya, konon Film Ayat – Ayat Cinta terlambat ditayangkan karena mendapat ganjalan di LSF. Lembaga ini mengatakan bahwa Film Ayat – Ayat Cinta dikhawatirkan akan mempengaruhi keyakinan agama lain, karena ada tokohnya yang beragama kristen tapi suka dengan Al-Quran. Malahan masuk Islam karena terpesona dengan sosok seorang laki-laki muslim. Hal ini memang berpotensi menyinggung umat Nasrani.

Namun di luar semua kontroversi yang ada, Hanung Bramantyo (peraih Citra 2004 dan 2007), patut diacungi jempol karena berani menyajikan tema film yang berbeda. Di tengah kejenuhan film horor yang kampung dan

film pergaulan remaja yang kebablasan, Film Ayat – Ayat Cinta hadir. Sarat muatan pendidikan Islam yang semakin lama semakin banyak ditinggalkan oleh generasi muda sekarang. Ayat – Ayat Cinta mengangkat sisi religi keislaman, tentang bagaimana cara muslim yang baik dan benar dalam berpacaran dan menikah, bagaimana cara suami dan istri berperilaku dalam rumah tangga saling menghargai dan mencintai.

Tak salah memang jika Ayat – Ayat Cinta dikatakan film pembangun jiwa, sesuai dengan judul novelnya. Apalagi Ayat – Ayat Cinta juga menampilkan sense yang lain dari pada umumnya, lokasi yang eksotis, alur cerita dan background yang belum ada sebelumnya. Lokasi syuting yang seharusnya total dilakukan di Mesir, akhirnya gagal karena terkendala masalah besarnya biaya produksi. Syuting akhirnya dilakukan di India, Semarang dan Jakarta, serta beberapa tempat di Mesir untuk stok gambar. Meskipun hasil yang diperoleh sedikit berbeda dengan gambaran nyata keadaan Mesir, namun hasilnya tidak mengecewakan. Kerja para pembuat Film Ayat – Ayat Cinta memang patut diacungi jempol, Ayat – Ayat Cinta mampu memberikan atmosfir yang berbeda dalam suasana perfilman nasional.

Film Ayat – Ayat Cinta mendapatkan respon yang positif di berbagai lapisan masyarakat, utamanya kalangan mahasiswa. Penulis mengambil obyek penelitian Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unhas mengingat film merupakan kajian dari disiplin Ilmu Komunikasi. Terbukti dengan mata kuliah yang terdapat dalam kurikulum pengajaran Ilmu Komunikasi seperti Komunikasi Massa, Fotografi, Produksi Media Audio Visual, dan Teknik Cinematografi.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unhas merupakan penonton potensial yang mempunyai kapasitas untuk memberikan pernyataan kritis dan penilaian terhadap Film Ayat – Ayat Cinta.

Berdasarkan fenomena Film Ayat – Ayat Cinta dan identifikasi masalah diatas, maka penulis menetapkan judul:

“ TANGGAPAN MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS  
HASANUDDIN TERHADAP FILM AYAT – AYAT CINTA “

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tanggapan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas terhadap Film Ayat – Ayat Cinta?
2. Faktor - faktor apa yang mempengaruhi Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas dalam menonton Film Ayat - Ayat Cinta?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui tanggapan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunisasi Fisip Unhas terhadap Film Ayat – Ayat Cinta.
- b. Untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas dalam menonton Film Ayat - Ayat Cinta.

## **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan teori dan disiplin ilmu komunikasi
- b. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian lebih lanjut dan bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian tentang film Indonesia.

## **D. Kerangka Konseptual**

Sebagai media komunikasi massa, film adalah sarana untuk berkomunikasi. Film sebagai salah satu bentuk media massa modern makin lama makin disadari mampu menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pesan. Film mampu menonjolkan kreasi baru dalam mengungkapkan ide dan gagasan seseorang dalam hal ini para pembuat film ( komunikator ) dan pada saat yang bersamaan film adalah sarana bagi para penonton ( komunikan ) menerima ide, gagasan dan informasi.

Menurut Liliweri (1991:38) komunikan dalam suatu komunika massa merupakan masyarakat umum yang sangat beragam, heterogen, dalam segi demografis, geografis, maupun psikografi. Sehingga efek komunikasi massa yang diterima tiap individu, berbeda – beda. Dalam Liliweri (1991:39) ada 3 pengaruh yang ditimbulkan oleh media massa (film) yaitu efek kognitif (pengetahuan), efek afektif (perasaan), efek konatif (sikap dan tindakan). Begitupun, reaksi setiap individu dalam menerima dan menanggapi pesan yang bersifat umum dan universal dari komunikator. Hal ini dikarena, pesan

yang diterima, disaring, dipikirkan, dan dipertimbangkan.

Menonton adalah sebuah proses ketika panca indera kita bekerja menyerap informasi ( pesan ) baik itu verbal maupun non verbal. Ketika menonton, gambar – gambar yang disajikan dalam film terekam dalam memori kita yang memberikan stimulus pada organ – organ tubuh untuk memberikan reaksi berupa tanggapan terhadap film tersebut.

Rahmat (2007:51) menjelaskan tanggapan adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sementara itu, McQuail dalam Zulqamar (2007:11) menjelaskan bahwa tanggapan adalah suatu proses dimana individu berubah atau menolak perubahan sebagai tanggapan terhadap pesan yang dirancang untuk mempengaruhi pengetahuan sikap dan perilaku.

Proses komunikasi yang terjadi antara pembuat film dan penonton menghasilkan reaksi berupa tanggapan. Tanggapan terbentuk antara lain berdasarkan kognisi, motif, dan sikap. Kognisi berupa kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dimiliki tentang film. Motif merupakan latar belakang alasan menonton film tersebut. Sikap merupakan perilaku setiap individu dalam menonton sebuah film.

Film sebagai media komunikasi massa sifatnya satu arah antara pembuat film dengan penontonnya. Pembuat film tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud dengan “tidak mengetahui” adalah tidak mengetahui secara langsung pada waktu khalayak





menonton film tersebut, sehingga dalam proses komunikasinya, umpan balik tidak berlangsung pada saat itu juga (*delayed feedback*). Menurut Rakhma (2007:191) umpan balik adalah pesan yang dikirim kembali dari penerima ke sumber, memberi tahu sumber tentang reaksi penerima, dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya. Dalam hal ini, umpan balik (*feedback*) berperan penting dalam keberlanjutan atau terhentinya komunikasi yang dilancarkan komunikator. Pada saat seseorang selesai menonton sebuah film, proses umpan balik pun terjadi melalui tanggapan terhadap film yang ditontonnya.

Tanggapan yang muncul bisa saja berbeda – beda. Menurut De Fluer dalam Depari (1995:5):

Setiap orang akan memilih mass media berdasarkan kepentingan mereka, disesuaikan dengan kepercayaan serta nilai – nilai sosial. Pengaruh media terhadap individu yang berbeda satu sama lain, prinsip – prinsip mengenai atensi selektif serta persepsi selektif dibentuk berdasarkan kepribadian individu. Tiap individu tidak sama perhatiannya, kepentingannya, maupun nilai – nilainya. Maka dengan sendirinya, selektivitas mereka terhadap komunikasi massa berbeda pula.

Adanya perbedaan persepsi individual disebabkan setiap orang mempunyai potensi biologis pengalaman belajar dan lingkungan yang berbeda. Hal ini menyebabkan pengaruh media massa berbeda pula. Setiap individu akan memberi perhatian secara selektif terhadap pesan komunikasi massa yang sesuai / cocok dengan kepentingannya, kepercayaan, maupun nilai – nilainya, sehingga tanggapan setiap individu terhadap isi media berbeda, sesuai dengan kepribadiannya atau psikologinya.

Adanya selektifitas terhadap isi media, membuat setiap individu berperan aktif untuk memilih dan menggunakan media yang sesuai dengan kepribadiannya, sehingga setiap individu dalam memilih isi media, berbeda, berdasarkan motif – motif tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Dari pendekatan di atas lahir *Uses and Gratifications Theory*, oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Menurut Tan dalam Liliweri (1991:133):

Pertanyaan utama dalam model penelitian ini bukan pada sejauh mana media tersebut dapat mengubah sikap dan perilaku kita, tetapi pada sejauh mana media tersebut dapat mempertemukan kebutuhan sosial dengan kebutuhan pribadi. Jadi tekanannya adalah pada khalayak yang dianggap aktif, yang dengan sengaja menggunakan media massa untuk mencapai tujuan tertentu.

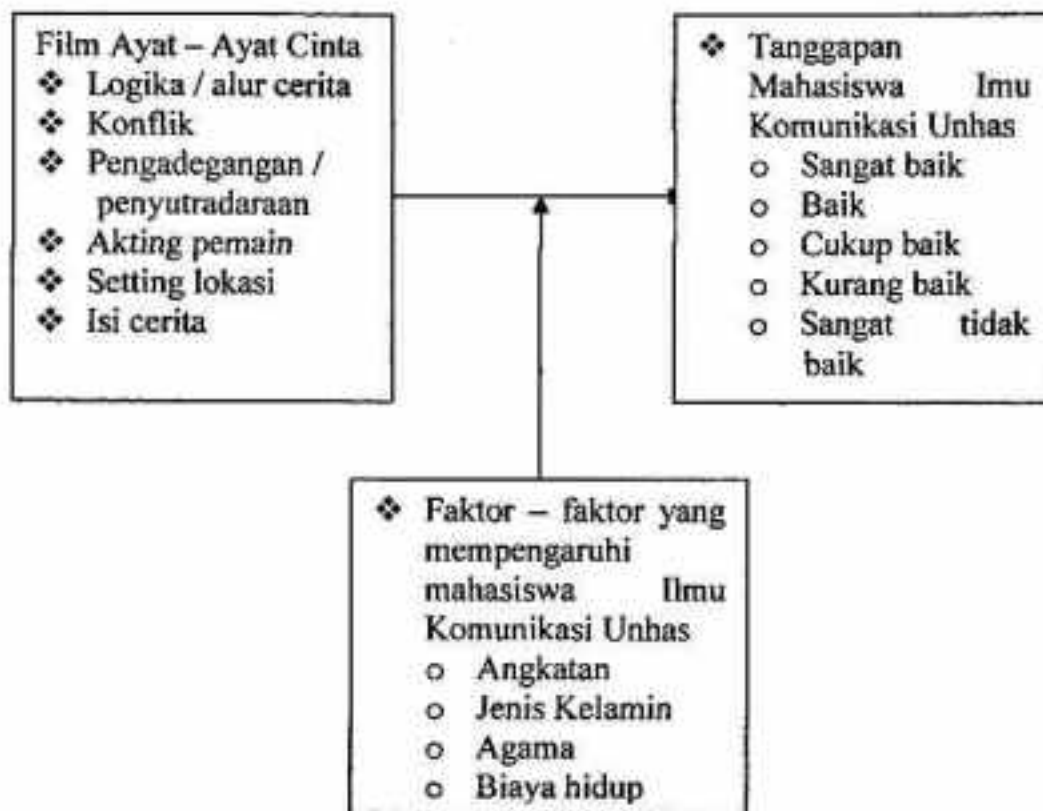
Ada berbagai kebutuhan individu yang mampu dipenuhi oleh media masa. Pada saat yang sama, kebutuhan tersebut dapat dipuaskan oleh sumber lain selain media massa. Setiap individu mengetahui alasannya untuk menggunakan media massa, sehingga masing-masing individu berbeda tingkat pemanfaatan mediana. Perbedaan motif dalam konsumsi media massa inilah yang menyebabkan individu memiliki tanggapan yang berbeda terhadap isi media massa. Tanggapan memiliki peranan penting, sebab dari umpan balik yang terjadi dapat dilihat apakah media massa sudah mampu memenuhi kebutuhan tiap individu, dalam hal ini Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.

Media massa memang berpengaruh terhadap individu, tetapi pengaruh ini disaring, diseleksi bahkan mungkin ditolak sesuai dengan faktor – faktor



personal yang mempengaruhi tanggapan mereka. Asumsi ini didukung dengan teori perbedaan individu yang menyatakan bahwa perbedaan respon yang muncul disebabkan setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda yang akan mempengaruhi perilaku mereka dalamanggapi sesuatu yang disesuaikan dengan kepercayaan dan nilai sosial mereka dalam hal ini Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.

Dalam penelitian tanggapan ini, Film Ayat – Ayat Cinta dijelaskan dalam beberapa aspek yaitu logika cerita, konflik, akting pemeran utama, setting lokasi, isi cerita yang ditanggapi oleh responden (Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Hasanuddin). Teori perbedaan individu terjabarkan dalam aspek jenis kelamin, agama, angkatan, dan biaya hidup sebulan. Sebagai hasil penelitian, yaitu tanggapan terhadap Film Ayat – Ayat Cinta dan teori use and gratification dipakai dalam memperlihatkan faktor – faktor yang mempengaruhi responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta. Berdasarkan uraian tersebut maka kerangka konseptual dari penelitian ini adalah:



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

## E. Definisi Operasional

### 1. Tanggapan

Pernyataan subyektif Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas terhadap Film Ayat – Ayat Cinta.

Indikator jawaban seorang responden terhadap kuisioner berada pada range nilai:

Sangat tidak baik : 10 - 17

Kurang baik : 18 – 25

Cukup Baik : 26 – 33

Baik : 34 – 41

Sangat baik : 42 - 50

## 2. Logika cerita

Dalam hal ini adalah plot atau alur cerita yang dibangun dalam sebuah film yang menimbulkan jalinan peristiwa demi peristiwa yang berkesinambungan, saling mengikat, rasional, logis, sehingga membangun hubungan kausalitas yang tidak dapat dipisahkan

## 3. Konflik

Konfrontasi masalah yang terbangun dalam sebuah cerita.

## 4. Pengadegan / penyutradaraan

Kemampuan sutradara mengarahkan pemain / tokoh sesuai dengan karakter dalam cerita berupa akting yang natural, bertujuan untuk membangun struktur dramatik dari sebuah film

## 5. Akting Pemain

Sebuah proses pemahaman dan penciptaan seorang aktor atau aktris tentang perilaku dan karakter pribadi seseorang yang diperankan.

## 6. Setting lokasi

Tempat pengambilan gambar yang sesuai dengan skenario film. Dalam penelitian ini Film Ayat – Ayat Cinta

## 7. Isi cerita

Alur yang berupa pesan yang akan disampaikan kepada penonton oleh sutradara dalam kerangka cinematografi.

## 8. Biaya Hidup Sebulan

Biaya yang dikeluarkan responden dalam sebulan untuk memenuhi kebutuhannya. adapun indikatornya:

Rendah :  $\leq$  Rp. 300.000,-/perbulan

Sedang : Rp. 300.001 – Rp. 700.000,-/perbulan

Tinggi :  $\geq$  Rp. 700.001,-/perbulan

## F. Metode Penelitian

### 1. Lokasi dan waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas. Waktu penelitian ini berlangsung selama dua bulan (Agustus – Oktober 2008).

### 2. Tipe penelitian

Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kuantitatif yaitu menggambarkan atau menjelaskan objek penelitian berdasarkan analisis data dari jawaban responden yang diteliti melalui kuisisioner.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Data Primer**

##### **- Observasi**

Pengumpulan data dengan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti, dalam hal ini Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas.

##### **- Kuisisioner**

Pengumpulan data dengan menyebarkan sejumlah daftar pertanyaan yang berkenaan dengan masalah penelitian dan jawaban atas pertanyaan tanggapan menggunakan skala Likert

##### **- Wawancara**

Pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung kepada pihak – pihak yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

##### **- Data Sekunder**

Data yang diperoleh dengan kajian pustaka yang relevan dengan permasalahan penelitian.

### **4. Populasi dan Sampel**

- a. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas tahun masuk 2004 – 2007 yang mengambil strata satu (S1) dan masih berstatus mahasiswa. Penulis membatasi jumlah mahasiswa yang diteliti hanya mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas yang masih aktif dari tahun 2004 – 2007.

Berikut bagan jumlah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas.

Jumlah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas  
Per tahun masuk 2004 - 2007

No	Tahun Masuk	Jumlah Mahasiswa
1	2004	47
2	2005	50
3	2006	78
4	2007	74
	Jumlah	249

Tabel 1.1

Sumber: Bagian Akademik Komunikasi Fisip Unhas 2008

b. Sampel, penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *propotionate stratified random sampling*. Dengan kriteria responden:

- Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unhas 2004 – 2007
- Agama Islam, Kristen, Hindu, Budha
- Pernah menonton Film Ayat – Ayat Cinta

Adapun teknik penentuan jumlah sampel menggunakan formula Krejcie and Morgan

$$S = \frac{X^2 N P ( 1 - P )}{d^2 ( N - 1 ) + X^2 P ( 1 - P )}$$

Dimana :

S : Jumlah anggota sampel

N : Jumlah Anggota Populasi

P : Proporsi Populasi (0,5)

D : Derajat Ketelitian (0,05)

X<sup>2</sup> : Nilai Tabel (3,841)

Sehingga:

$$S = \frac{X^2 N P (1 - P)}{d^2 (N-1) + X^2 P (1 - P)}$$

$$S = \frac{3,841 \cdot 249 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{(0,05)^2 \cdot (249 - 1) + 3,841 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}$$

$$S = \frac{239,10225}{1,58025}$$

$$S = 151,3066$$

$$S = 151$$

Sampel yang diperoleh 151 orang

Selanjutnya dari setiap populasi mahasiswa berdasarkan tahun masuknya ditarik sampel melalui alokasi proporsional

$$nI = \frac{NI \times n}{N}$$

Dimana:

$n_i$  : Banyaknya sampel pertahun masuk mahasiswa

$NI$  : Banyaknya sampel secara keseluruhan

$N$  : Banyaknya populasi secara keseluruhan

$n$  : Banyak populasi pertahun masuk mahasiswa

Maka diperoleh sampel berdasarkan tahun masuk Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi seperti pada tabel 1.3 di bawah ini:

No	Tahun Masuk	Jumlah Mahasiswa
1	2004	29
2	2005	30
3	2006	47
4	2007	45
	Jumlah	151

Tabel 1.2

Jumlah Sampel Per Tahun Masuk (2004-2007)

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif.

Tujuannya untuk menggambarkan karakteristik sampel yang diteliti dalam bentuk tabel frekuensi dan presentase serta tabel silang.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tanggapan**

##### **I. Pengertian Tanggapan**

Menurut Mulyana ( 2000:49) tanggapan adalah proses internal ketika manusia memilih, mengevaluasi, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungannya.

Rakhmat (1985:64) sendiri berpendapat bahwa tanggapan adalah pengalaman tentang obyek peristiwa atau hubungan – hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Sementara itu, Achmad (1990:8) mengatakan bahwa persepsi merupakan proses mengamati, membeda – bedakan, memilih – milih dan menggolong – golongan informasi. Dengan kata lain persepsi terbentuk oleh proses kategorisasi yang dilakukan oleh individu yang bersangkutan.

Setiap saat, manusia dihadapkan oleh pesan – pesan dan ia dituntut untuk memberikan reaksi pada pesan - pesan tersebut, hingga timbulah proses kategorisasi terhadap pesan tersebut. Individu membuat kategorisasi karena otak manusia tidak mampu mengolah semua rangsangan yang diterima oleh alat inderanya.

Dalam proses komunikasi, jika ketegorisasi yang digunakan komunikan berbeda dengan kategorisasi yang digunakan oleh komunikator, maka makna pesan yang dikirim bisa berbeda dengan makna pesan yang diterima. Perbedaan

tersebut timbul, karena setiap manusia memiliki pengalaman dan pengetahuan yang berbeda – beda sehingga proses pemberian makna pada pesan akan cenderung berbeda pula. Komunikasi akan berjalan lebih efektif apabila terdapat kesamaan dalam pengetahuan dan pengalaman antara komunikator dengan komunikan.

Salah satu hasil akhir yang diharapkan oleh komunikator ketika pesan dikirim adalah umpan balik terhadap isi pesan berupa tanggapan dari komunikan. Sehingga sangatlah perlu untuk seorang komunikator memahami betul sejauh mana pengetahuan komunikan terhadap pesan yang dikirim sehingga partisipasi dari komunikan dapat terwujud. Akan lebih mempermudah proses pemahaman jika antara komunikator dan komunikan memiliki kerangka berfikir yang sama sehingga lahirlah tanggapan yang diharapkan oleh komunikator.

Effendy dalam Zulqamar ( 2007:23) mengatakan bahwa umpan balik terbagi 2: umpan balik verbal yaitu tanggapan komunikan yang dinyatakan dengan lisan dan umpan balik nonverbal yaitu tanggapan yang dinyatakan bukan dengan kata.

Namun, sebuah persepsi tak akan muncul, jika alat indera manusia tidak diberi rangsangan terlebih dulu. Seringkali manusia diberikan rangsangan yang sama namun tanggapannya berbeda – beda. Hal ini dikarenakan tidak ada satu manusia pun di dunia yang persis sama dengan manusia lain, baik itu dari segi kemampuan alat indera , ataupun dari pengalaman social yang didapat dari lingkungannya.

## **II. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tanggapan**

Leavitt dalam Sobur (2003:445) mengatakan bahwa persepsi adalah bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Setiap individu, sangat mudah melakukan perbuatan melihat atau mendengar menggunakan inderanya. Namun rangsangan seringkali datang secara bersamaan sehingga tidak semua rangsangan yang masuk ke dalam indera dirasakan secara sadar. Untuk mencapai sebuah persepsi dibutuhkan perhatian terlebih dahulu. Perbedaan antara persepsi dengan perhatian sangat tipis, sehingga dalam banyak hal keduanya sulit dibedakan.

Perhatian berfungsi untuk mengarahkan rangsangan yang sampai ke alat indera sehingga proses penerimaan tidak kacau. Perhatian selalu mendahului persepsi. Disekeliling kita selalu terdapat berbagai stimulus yang tidak kita perhatikan. Kerja otak akan terlalu berat, ketika harus memperhatikan setiap stimulus tersebut. Sehingga otak hanya akan memilih hal – hal yang berkaitan dengan situasi kejadian yang sedang berlangsung.

Seseorang dapat mempersepsi sesuatu ketika ia memperhatikan hal tersebut. Namun seringkali dalam situasi yang sama, diamati secara berbeda oleh semua orang yang memperhatikannya. Hal ini menurut Vernon dalam Achmad (1990:13) karena setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda sebelumnya dan sejauh mana pengalaman tersebut mempengaruhi apa yang mereka harapkan untuk dilihat.

Ketika salah satu alat indera kita lebih menonjol dan mengesampingkan stimulus yang timbul dari alat indera yang lain maka terjadilah perhatian. Namun,

apa yang kita perhatikan tidak hanya tergantung pada stimulus yang ada, hal ini juga bergantung pada proses kognitif yang merefleksikan minat, tujuan, dan harapan seseorang pada saat itu (Sobur:2003).

Dalam memberikan tanggapan, ada beberapa faktor eksternal ( stimuli ) dan faktor internal ( personal ) yang mempengaruhi perhatian seseorang.

- Faktor Eksternal Penarik Perhatian

- Intensitas

Individu akan memperhatikan rangsangan yang lebih intensif dan menonjol dibanding rangsangan lainnya.

- Ukuran

Umumnya, benda yang lebih besar menarik perhatian individu.

- Kontras

Hal – hal yang lain dari biasa yang kita lihat akan lebih menarik perhatian.

- Gerakan

Sesuatu yang bergerak lebih menarik perhatian dibanding hal – hal yang diam.

- Pengulangan

Sesuatu yang sering diulang akan menarik perhatian. Akan tetapi pengulangan yang terlalu sering dapat menghasilkan kejenuhan.

- Keakraban

Manusia akan lebih memperhatikan seseorang yang dia kenal. Setiap individu cenderung lebih ingin berkomunikasi dengan orang



yang telah dia ketahui terlebih dahulu dan kemungkinan besar proses komunikasinya berjalan efektif

o Sesuatu Yang Baru ( Novelty)

Faktor ini bertentangan dengan keakraban. Akan tetapi, hal yang baru dan berbeda juga mampu menarik perhatian. Penonton bioskop akan lebih tertarik menonton film yang temanya berbeda dari tema film yang kebanyakan beredar. Tanpa hal – hal baru, rangsangan akan menjadi monjeman dan membosankan sehingga nantinya akan lepas dari perhatian.

• Faktor Internal Penarik Perhatian

o Kebutuhan Psikologis

Hal – hal yang bersangkutan paut dengan kebutuhan. Individu akan lebih memperhatikan rangsangan yang sesuai dengan kebutuhannya saat itu. Misalnya jika seseorang yang sedang kehausan biasanya melihat air di banyak tempat meskipun dia sedang berada di padang pasir ( fatamorgana)

o Latar Belakang

Seorang komunikator akan lebih mudah berkomunikasi dengan komunikan yang memiliki latar belakang yang serupa, misalnya latar belakang pendidikan.

o Pengalaman

Sama halnya dengan latar belakang, pengalaman juga mempengaruhi perhatian seseorang. Pengalaman mempersiapkan

seseorang untuk mencari orang dan hal – hal yang serupa dengan pengalaman pribadinya

- o Kepribadian

Berbagai faktor dalam kepribadian mempengaruhi perhatian. Orang yang berkepribadian extrover, mungkin akan lebih tertarik untuk bergaul dengan orang yang berkepribadian sama dengan dirinya

- o Sikap dan Kepercayaan Umum

Sikap dan kepercayaan umum juga mempengaruhi persepsi. Seseorang yang memiliki kepercayaan tertentu terhadap sesuatu hal, kemungkinan akan melihat berbagai hal kecil yang tidak diperhatikan orang lain.

- o Penerimaan Diri

Individu yang lebih ikhlas menerima kenyataan dirinya akan lebih tepat menyerap sesuatu dibanding mereka yang kurang ikhlas menerima realitas dirinya. Individu yang bisa menerima keadaan dirinya apa adanya lebih berfikiran terbuka terhadap hal – hal yang baru.

### **III. Proses Terjadinya Tanggapan**

Tanggapan merupakan inti dari komunikasi, karena tanpa tanggapan yang tepat tidak mungkin terjadi komunikasi yang efektif. Akan tetapi tanggapan

tidak lahir begitu saja dari seorang komunikan, membutuhkan sebuah proses yang kompleks yang terjadi dalam dirinya.

Berikut ini proses terjadinya persepsi:



Gambar 2.1  
Proses Persepsi

Sumber: DeVito dalam Sobur (2003:449)

Mula – mula alat indera dirangsang ( distimulasi). Seringkali alat indera manusia dirangsang oleh berbagai stimuli pada saat yang hampir bersamaan. Tahap kedua, rangsangan terhadap alat indera tersebut diatur. Dalam proses komunikasi, seorang komunikan menerima pesan yang berselang tidak lama setelah pesan yang lain, maka komunikan akan menganggap pesan tersebut saling berkaitan satu dengan lainnya. Kedua pesan tersebut akan ditata oleh komunikan menurut pola yang bermakna bagi dirinya. Tahap ketiga, adalah penafsiran – evaluasi. Pada tahap ini, seorang komunikan melakukan proses evaluasi secara subyektif. Setiap individu memiliki cara yang berbeda – beda dalam menafsirkan sebuah pesan. Hal ini disebabkan, karena proses penafsiran – evaluasi seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh rangsangan dari luar, beberapa faktor internal juga



turut mempengaruhi misalnya, pengalaman terdahulu, motivasi, sistem nilai, keadaan fisik serta emosi saat itu.

Dalam proses terjadinya tanggapan, komunikasi intrapersonal yaitu antara komunikasi dengan dirinya sendiri sangat berperan penting. Setiap orang mempersepsi rangsangan, sesuai karakteristik personalnya. Untuk itu, sangatlah penting bagi seorang individu untuk mengenal dirinya sendiri, karena akan berpengaruh pada persepsinya tentang dunia sekitarnya.

Sama halnya ketika seseorang menonton film. Rangkaian gambar dan rentetan peristiwa dalam film merupakan rangsangan yang diterimanya. Ketika film mulai ditonton, penonton kemudian menguji apakah film ini rasional atau tidak. Proses ini disebut penalaran dan perasaan. Pada sebuah film, penonton akan menyimak apakah jalan ceritanya masuk akal atau tidak. Hal ini juga tergantung kepada harapan atau gambaran awal seorang penonton ketika akan menonton film. Penonton cenderung lebih senang melihat dan mendengar yang mereka sukai, daripada yang mereka tidak sukai, yang mereka ketahui dibanding yang tidak diketahui, dan yang pernah mereka rasakan dibanding yang tidak pernah mereka rasakan. Intinya film akan lebih mudah diterima ketika film tersebut mendekati atau sesuai dengan kerangka rujukan penonton. Pada proses penalaran ini, perasaan penonton ikut terlibat dalam memberikan tanggapan.



## B. Tinjauan Umum Tentang Film

### I. Definisi Film

Sebuah film terbentuk dari sekian banyak shot yang berupa gabungan dari sekian banyak gambar – gambar yang dirangkai menjadi suatu kegiatan yang berkesinambungan yang bercerita kepada penonton.

James Monaco (1984:233) mengungkapkan beberapa definisi film. Menurut Monaco, ahli – ahli teori Perancis senang sekali membedakan pengertian film dengan sinema. Film atau "filmis" merupakan aspek seni yang berkenaan dengan hubungannya dengan dunia sekitarnya sementara sinema atau "sinematis" lebih mempersoalkan estetika dan unsur internal dari seni film.

Dalam bahasa Inggris terdapat kata ketiga dari "film" dan "sinema" yaitu "movies" yang bersal dari kata *move* yang berarti bergerak, sehingga *movies* bisa diartikan sebagai gambar yang bergerak atau gambar hidup. Namun pada perkembangan selanjutnya istilah film merupakan yang paling umum dipakai dengan konotasi yang paling sedikit.

Film merupakan cerminan realita kehidupan masyarakat sekitarnya. Film dapat melibatkan berbagai interaksi sosial budaya, ekonomi dan politik dimana film tersebut diproduksi dan dikonsumsi, sehingga film dapat dikatakan langsung berhubungan dengan massa atau masyarakatnya. Oleh karena itu, film selalu bertautan dengan nilai – nilai yang ada dalam masyarakat.

Dari aspek sinematis, film pada hakekatnya merupakan bentuk ekspresi seni dari para pembuat film. Penempatan angle kamera, komposisi gambar, sampai proses editing sangat mempengaruhi nilai estetika sebuah film.

*Movies* sendiri merupakan istilah film jika dinilai dari aspek ekonominya. Produksi sebuah film bersifat sangat padat modal dan padat karya. Artinya film membutuhkan biaya yang sangat besar dengan jumlah tenaga kerja yang sangat banyak. Kekuatan dan kemampuan film menjangkau berbagai segmen sosial, menjadikan film sebagai konsumsi massa yang menjanjikan keuntungan yang sebesar – besarnya bagi produsen pembuat film. Para produsen, lebih senang membuat film yang sesuai dengan selera konsumen. Hasilnya hanya sedikit sekali diantara banyak film yang dibuat, yang memberikan kesan lain dari yang lain.

Sebagai suatu komoditi ekonomi, film dianggap sebagai sesuatu yang menyajikan jasa yang pada dasarnya bersifat psikologis. Penonton rela membayar agar kebutuhan psikologisnya terpenuhi. Hal inilah yang disadari oleh para produsen film. Yang paling penting bagi mereka adalah nilai hakiki komoditi yang mereka hasilkan dan cenderung mengesampingkan kualitas dari film itu sendiri.

Pasal 1 ayat 1 Undang – Undang tentang perfilman memberi batasan tersendiri tentang pengertian film (Zulqamar, 2007:29).

Film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media massa pandang / dengar yang dibuat berdasarkan asa sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik atau lainnya, dengan tanpa suara, yang dapat dipertunjukkan dan / atau ditayangkan dengan proyeksi mekanik, elektronik dan / atau yang lainnya.

Film merupakan media audio visual sehingga rangkaian gambar dan suara dalam film mampu dengan mudah ditangkap oleh setiap orang. Apalagi film

layaknya media massa, dipaksa untuk merefleksikan masyarakat agar mampu menarik perhatian khalayak luas. Sehingga sebuah film seringkali menampilkan gambaran yang realistik yang sangat dekat dengan gambaran kehidupan khalayaknya.

Menurut Monaco dalam Sonny (2007:14) gambar hidup sebagai cikal bakal film dalam sejarah perkembangannya dikatakan bahwa sebenarnya muncul hanya melengkapi nasib seni lukis yang sudah berabad – abad sebelumnya dikembangkan untuk merekam kenyataan. Film juga mendapat pengaruh dari dunia fotografi, yang pada perkembangannya telah berhasil menangkap dan memproduksi suatu citra menjadi sebuah produksi potret. Namun kemudian, film menjadi lebih dekat dengan pertunjukan drama teater. Sepintas lalu, film drama kelihatannya dekat sekali dengan drama panggung. Karena kesamaan struktural antara film dan teater, maka keduanya lebih sering berinteraksi. Tetapi film berbeda dengan drama panggung dalam beberapa hal. Film memiliki kesanggupan bercerita yang jauh lebih besar. Selain itu, film mampu menciptakan sejumlah efek tertentu yang tak mampu dipindahkan di atas panggung. Hal itu disebabkan karena film mampu direkam secara terputus – putus (Monaco, 1984:41)

Perkembangan selanjutnya, film dengan cara berceritanya yang begitu khas memiliki potensi yang besar untuk berkongsi dengan novel. Hal ini disebabkan, karena baik novel maupun film mengisahkan cerita – cerita yang panjang dengan detail yang cukup kaya, dan hal ini dilakukan dari sudut pandang seorang pengisah yang seringkali menyisipkan suatu tingkatan yang ironik laik suatu gema, antara kisah dan pembaca ( Monaco, 1984:34). Apapun yang

diceritaka dalam sebuah novel, mampu digambarkan dalam film. Terlebih lagi dengan perkembangan teknologi dunia perfilman yang semakin hari mendekati sempurna, penggunaan efek – efek khusus dalam film mampu menggambarkan sebuah fantasi yang luar biasa sekalipun dari seorang penulis novel.

Namun, kedua bentuk seni ini memiliki perbedaan yang mencolok dan tajam. Penggambaran antara kisah dengan gambar (film) dan kisah dengan linguistik (novel), jelas berbeda. Teks mampu menggambarkan secara detil suasana hati, sudut lokasi secara berurutan berikut kiasan-kiasannya, juga memaparkan latar belakang persolan dengan sebebaskan - bebasnya. Tapi visual, dengan sifatnya yang nyata, bukan berarti tidak mampu melakukan hal tersebut, akan tetapi memiliki karakteristik yang berbeda. Ketika sebuah teks telah divisualkan, gambaran tersebut belum tentu memiliki kekuatan yang sama dengan teksnya. Hal ini terjadi karena teks yang dipindahkan dalam bentuk gambar, belum tentu sama dengan imaji seseorang ketika membaca teks tersebut.

Selain itu, film memiliki durasi waktu sehingga ia bersifat lebih terbatas. Tidak semua adegan dalam novel, bisa muncul dalam film, sehingga tak bisa dielakkan hilangnya sejumlah besar detail peristiwa. Namun begitu, film memiliki keistimewaan dibanding novel. Menurut James Monaco (1984:35) dalam film, penonton memiliki kebebasan untuk memilih memperhatikan satu detail daripada lainnya. Sehingga, novel dan film dengan karekteristik serta keunikannya yang berbeda, memiliki penikmatnya masing – masing.

## II. Fungsi, Jenis dan Khalayak

Film sebagai media komunikasi massa merupakan sebuah perpaduan antara penyampaian pesan melalui gambar bergerak, pemanfaatan teknologi, seni serta suara . Film menjadi jembatan bagi sutradara dalam menyalurkan ide serta gagasannya kepada penonton. Film apapun itu, dibaliknya diyakini memiliki pesan tersendiri bagi penontonnya.

Film merupakan proses komunikasi. Rangkaian gambar dari film merupakan sebuah pesan yang divisualisasikan oleh para pembuat film. Teknik perfilman, baik peralatannya maupun pengaturannya telah berhasil menampilkan gambar – gambar yang semakin mendekati kenyataan. Sehingga, dalam hal ini orang – orang film mampu sekali menciptakan hubungan psikologis antara film dengan penontonnya.

Pada dasarnya, sebuah film diproduksi untuk konsumsi massal. Sejalan dengan media komunikasi massa lainnya, film memiliki beberapa fungsi komunikasi, yang menurut Lasswell dalam Effendy (1999:27) antara lain:

1. *The surveillance of the environment.* Artinya media massa berfungsi sebagai pengamatan terhadap lingkungannya. Media massa mengumpulkan informasi berbagai kejadian dan peristiwa dari berbagai sumber lalu menginformasikannya kepada masyarakat.
2. *Correlations of the components of society in making response to the environment.* Berbagai informasi yang diperoleh media massa, tidak serta merta langsung diberikan secara keseluruhan kepada masyarakat. Terlebih

dulu, media massa melakukan proses seleksi terhadap informasi tersebut, mengenai apa yang pantas dan perlu untuk disiarkan.

3. *Transmission of the social inteherence*. Media massa mencoba meneruskan atau mewariskan sesuatu ilmu pengetahuan, nilai dan norma yang terdapat dalam masyarakat tertentu, dari generasi ke generasi selanjutnya.

Semakin pesatnya dunia perfilman, membuat masyarakat semakin selektif terhadap berbagai jenis film yang akan mereka konsumsi. Menurut Prof. Onong Uchjana Effendy (2003:210) terdapat beberapa jenis film menurut sifatnya:

1. Film cerita (story film)

Film cerita adalah jenis film yang menyajikan kepada publik sebuah cerita. Film jenis ini lazim dipertontonkan di bioskop dengan pemain para bintang film terkenal. Film cerita didistribusikan layaknya barang dagangan, untuk semua kalangan masyarakat, dimanapun ia berada.

2. Film berita (newsreel)

Film berita adalah film mengenai fakta peristiwa yang benar – benar terjadi. Kerena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus mengandung nilai berita.

3. Film Dokumenter (documentary film)

Film dokumenter dilihat dari segi subjek dan pendekatannya adalah penyajian hubungan manusia yang didramatisir dengan kehidupan kelembagaannya, baik lembaga industri, social, maupun politik, dan jika dilihat dari segi teknik merupakan bentuk yang kurang penting dibanding isinya.



#### 4. Film Kartun (cartoon film)

Titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis. Satu persatu gambar dilukis dengan seksama untuk kemudian dipotret satu per satu pula. Dan apabila rangkaian lukisan sebanyak 16 buah, setiap detiknya diputar dalam proyektor film, sehingga lukisan tersebut menjadi hidup.

Menurut Lois Savary dan J. Paul Carico dalam Liliweri (1991:153)

khalayak film dibagi dalam empat kelompok yaitu:

##### 1. Kelompok Highbrow

Kelompok ini menonton film, karena ingin memuaskan minat intelektual mereka. Mereka menilai film dari segi kesinambungan cerita yang dianggap bermutu, musik dan suara yang indah serta teknik penyutradaraan yang baik dan suguhan kamera yang canggih.

##### 2. Kelompok Middlebrow

Kelompok ini menonton film hanya sesekali. Selain untuk meningkatkan pengetahuan, mereka juga menilai film sebagai media hiburan, untuk melepaskan diri dari ritunitas sehari – hari.

##### 3. Kelompok Lowbrow

Kelompok ini umumnya menonton film karena film tersebut sedang ramai ditonton oleh banyak orang. Kelompok ini menjadikan film sebagai media pelarian untuk keluar dari kemelut hidup. Seringkali pulan mereka menonton film hanya untuk melihat akting bintang – bintang film tertentu.



#### 4. Kelompok Postbrow

Kelompok ini memiliki penilaian yang paling kompleks terhadap sebuah film dibandingkan dengan kelompok lainnya. Pengetahuannya akan film sangat luar biasa sehingga penilaian didasari oleh faktor - faktor yang rasional, namun juga memiliki perasaan yang sangat kuat terhadap film yang ditontonnya.

### III. Sejarah Perfilman Indonesia

Pada tanggal 5 Desember 1900, sistem bioskop dipraktekkan di daerah kolonial Hindia Belanda. Di tahun 1926, film pertama yang diproduksi di Bumi Indonesia, Loetoeng Kasaroeng. Selanjutnya, pasangan bintang film berdarah Indonesia pertama, Roekiah-Raden Mochtar berperan di film karya Albert Balink yang berjudul Terang Boelan di tahun 1938.

Setelah periode kemerdekaan Indonesia, pada tanggal 31 Maret 1950, Usmar Ismail mendirikan Perfini (Perusahaan Film Nasional Indonesia). Film Darah dan Doa diproduksi, pengambilan gambar pertama dilakukan pada tanggal 30 Maret, yang kemudian ditetapkan sebagai Hari Film Nasional dan baru diakui pemerintah, pada masa pasca reformasi di tahun 1999.

Ajang Festival Film Indonesia untuk pertamakalinya, diselenggarakan pada tanggal 20 Maret-5 April 1955, Lewat Djamb Malam menjadi film terbaik FFI saat itu. Festival Film Indonesia (FFI)

sempat mengalami pasang surut selama beberapa kali. Mandek dalam waktu yang cukup panjang, hingga tahun 1973 FFI kembali digelar, lalu bertahan cukup lama, hingga vakum kembali pasca tahun 1992.

Hal disebabkan, karena terlalu banyak peraturan dan kebijakan pemerintah terhadap kontrol sosial dan budaya khususnya, industri perfilman yang diterapkan. Hingga akhirnya, membelenggu perkembangan industri perfilman tanah air di masa itu, dan ketidakjelasan skema investasi film di Indonesia, tidak hanya membuat produksi film Indonesia tersendat – sendat.

Perkembangan film Pasca reformasi dimulai pada tahun 1998, saat film *Kuldesak*, proyek omnibus Riri Riza, Rizal Mantovani, Mira Lesmana dan Nan T. Achnas selesai pembuatannya dan memperoleh sambutan yang hangat dari generasi muda yang haus akan tontonan lokal di berbagai jaringan bioskop tanah air, jelang akhir tahun 1999.

Di awal tahun 2000, pencerahan pun mulai terjadi pada dunia perfilman di Indonesia, dengan jumlah penonton yang merangkak naik tajam untuk film-film, seperti: *Petualangan Sherina*, *Jelangkung*, dan *Ada Apa Dengan Cinta*. Lalu, mulailah produksi film-film Indonesia, bergulir dari karya insan-insan sineas muda Indonesia.

Melihat perkembangan yang semakin pesat tersebut, maka di tahun 2004, FFI kembali digelar dengan sebuah misi besar. Namun, pelaksanaannya masih banyak bolong di sana-sini. Pada bulan Desember

2006, penyelenggaraan FFI dan kriteria pemilihan filmnya, justru semakin tidak jelas dan memburuk.

Puncaknya, pada tanggal 3 Januari 2007, para sineas yang aktif membuat film di era pasca Orde Reformasi mengembalikan piala-piala Citra yang pernah diperoleh sejak tahun 2004 dan menuntut pemerintah untuk segera membenahi kebijakan perfilman nasional.

Para sineas film ini, lantas bergabung dalam sebuah organisasi yang mereka bentuk, Masyarakat Film Indonesia (MFI), sebagai wadah dan forum untuk menyuarakan aspirasi mereka kepada pemerintah, agar lebih memperhatikan nasib perfilman nasional yang cukup memprihatinkan.

### **C. Film sebagai Media Dakwah**

Ada fenomena menarik di tahun 2008. Sukses film *Ayat-ayat Cinta* seolah menjadi lokomotif bagi gerbong film yang bergenre sejenis. Film religius Islam kurun beberapa waktu ini mengisi ruang perfilman Indonesia. Gelombang film religi kini mulai melanda dengan tampilnya *Kun Fayakuun*, *Mengaku Rasul*, *Doa yang Mengancam*, dan yang akan rilis *Ketika Cinta Bertasbih* yang juga diangkat dari novel yang berjudul sama karangan Kang Abik, penulis novel *Ayat – Ayat Cinta*.

*Ayat – Ayat Cinta* mempelopori bangkitnya kembali fenomena film religi Indonesia. Kebangkitan film Islami pertama terjadi saat Dedy Mizwar membintangi *Sunan Kalijaga* (1984). Film ini menceritakan kisah hidup Sunan



Kalijaga dan saat itu menjadi film terlaris nomor dua di Jakarta dengan jumlah penonton 575.631 orang, kalah dari film *Maju Kena Mundur Kena* yang ditonton 658.896.

Biarpun berada di urutan kedua, kesuksesan Sunan Kalijaga mengilhami sineas Indonesia untuk mengangkat tema serupa. Bermunculanlah film bertema wali. Seperti, *Sembilan Wali*, *Sunan Kalijaga* dan *Syech Siti Jenar*, serta *Sunan Gunung Jati*. Namun film – film pengikutnya tidak sesukses *Sunan Kalijaga*. Memang saat itu film Indonesia didominasi oleh film humor yang dibintangi grup *Warkop*, *Dono*, *Kasino* dan *Indro*.

Sekarang, di tengah film bertema horor, cinta, komedi atau film berbau sex saat ini film yang lebih bertemakan religi mulai menggeliat. Setelah jeda dua puluh empat tahun dari *Sunan Kalijaga*, *Ayat – Ayat Cinta* menandai kebangkitan kedua film religi. Secara pasti, kehadiran film *Ayat – Ayat Cinta* memang mampu menciptakan genre dan warna baru di dunia perfilman Indonesia, khususnya film bernuansa religius .

Terbukti, selain di putar di Indonesia, *Ayat – Ayat Cinta* juga diputar di bioskop Asia Tenggara. Film *Ayat – Ayat Cinta* tayang serempak di Singapura, Malaysia dan Brunei Darussalam. Tak tanggung – tanggung, gema Film *Ayat – Ayat Cinta* merambat lintas benua sampai Amerika. Bahkan *The Canadian Press* menampilkan berita bertajuk *Movie taps religious pride in the world's most populous Muslim nation* (Film religius menjadi kebanggaan umat muslim paling padat di dunia). Hali ini jelas memperbaiki citra Islam di Amerika yang ambruk pasca serangan teroris 11 September 2001. Selama ini banyak orang yang

menilai Islam erat hubungannya dengan terorisme, kekerasan, serta perang. Film *Ayat – Ayat Cinta* berhasil menunjukkan Islam di jalan positif yang berdasarkan pada cinta, kesabaran, dan pengorbanan.

Film memiliki kemampuan untuk mengubah cara pandang bahkan perilaku masyarakat dibandingkan media massa lainnya. Hal ini dikarenakan, film memiliki kemampuan mengantarkan pesan secara unik. Ini didukung dengan pemanfaatan media audiovisual serta kemajuan teknologi sehingga manipulasi dalam film terlihat begitu nyata.

Film sejak lama telah menjadi media propaganda dalam menyebarkan suatu pemahaman kepada masyarakat. Dengan caranya yang halus (audio visual) film mampu membentuk opini publik tanpa disadari oleh khalayak. Tidak aneh kemudian film yang pada mulanya dianggap sebagai tontonan berubah menjadi tuntunan.

Menyadari hal tersebut, tentu saja film dapat dijadikan media dakwah alternatif. Bukan hanya film yang bertemakan religi, namun film yang menyampaikan nilai-nilai positif seperti perjuangan, ketekunan dan pengorbanan patut dijadikan media pembelajaran bagi masyarakat karena fungsi film yang islami adalah mentransfer pemikiran-pemikiran positif agar bisa sampai ke masyarakat.

Di Indonesia, film Islam atau film dakwah termasuk barang langka. Saat ini yang sering muncul dan laku di pasaran adalah film-film berisi pesan pergaulan bebas. Namun di tengah gersangnya perfilman Indonesia, Film *Ayat –*

Ayat Cinta muncul menjadi gebarakan baru dakwah Islam melalui media layar lebar.

Memang tidak mudah untuk melahirkan film dakwah. Selain mengusung idealisme nilai-nilai Islam, film dakwah juga dituntut memiliki nilai jual di masyarakat. Namun film Ayat – Ayat Cinta telah membuktikan hal tersebut. Bahwa penonton menyukai tema religi asal digarap dengan kreatifitas yang apik.

Ayat – Ayat Cinta mengkusung cerita sederhana , memberikan pesan moral berkisah tentang cinta. Dimana kisah cinta dimuati nilai – nilai syariat Islam mengenai tata cara membina mahligai rumah tangga, penghargaan terhadap kaum perempuan, dan kehidupan bermasyarakat. Ayat – Ayat Cinta juga mampu memberi teladan pada generasi muda sekarang dalam membangun sebuah percintaan.

Masyarakat Indonesia menanti film-film dakwah berkualitas lainnya yang mampu memberikan pencerahan di tengah gencarnya arus globalisasi. Film tersebut diharapkan mampu memberikan alternative tontonan yang bermutu serta media pembelajaran yang positif bagi masyarakat. Sehingga nantinya kita tak akan heran lagi ketika bioskop dipenuhi ibu – ibu pengajian berjilbab putih seperti hendak ke majelis taklim.



#### D. Sinopsis Film Ayat – Ayat Cinta

Film ayat-ayat cinta ini diangkat dari novel karangan Habiburrahman El Shirazy, mengisahkan tentang seorang pemuda Indonesia bernama Fahri yang berasal dari keluarga sederhana dan sedang kuliah s2 di Universitas Al-Azhar mesir. Film ini diperankan oleh 4 pemeran utama, yaitu Fedi Nuril sebagai Fahri, Rianti Cartwright sebagai Aisha, Carissa Puteri sebagai Maria dan Zaskia Adya Mecca sebagai Noura, Melania Putra sebagai Nurul.

Film dibuka dengan adegan Fahri yang tengah kebingungan, karena *file-file* komputernya hilang, sehingga harus meminta bantuan tetangganya, Maria, dengan menampilkan dialog bahasa arab (yang kemudian juga mengisi sebagian film) beserta teks terjemahan.

Lalu, ceritapun bergulir, ke saat Fahri hendak pergi *talaqqi* ke tempat ustadz Usman, dengan runtun tergambar bagaimana Maria kemudian meminta tolong untuk membelikan disket dan menghadiahkan *ashir* mangga kepada Fahri, langkahnya sempat terhenti sebentar oleh adegan Noura yang sedang disiksa oleh Bahadur didepan orang banyak tanpa ada yang berani menghalangi hingga akhirnya ia sampai di tempat ustadz Usman. Perjalanan pulang dari *talaqqi* membawa Fahri dalam perkenalan secara tidak sengaja dengan Aisha, yaitu saat ia hendak menghalangi seorang Mesir yang membentak Aisha karena memberi tempat pada orang Amerika, meski untuk itu ia mendapat pukulan.

Di suatu gang pada malam hari Fahri dari flatnya di lantai 3 melihat Noura dipukul oleh ayahnya Bahadur. Ia kemudian menelpon Maria dan meminta Maria untuk menolong Noura dan membawanya ke flatnya di lantai 1 untuk



menginap sementara. Lalu Fahri membawa Noura ke tempat Nurul untuk mengungsi sementara. Terkuaklah bahwa Noura ingin dijual oleh ayahnya ke rumah pelacuran, dan ternyata Noura telah ditukar sejak kecil. Fahri dengan bantuan temannya di KBRI berhasil mempertemukan Noura dengan orang tua aslinya. Dan Noura pun ternyata diam-diam memendam rasa cinta pada Fahri.

Kemudian guru talaqi Fahri Syeikh Utsman menawarkan Fahri untuk melakukan taaruf dengan kemenakan mantan muridnya ternyata dia adalah Aisha. Fahri pun merasa menemukan jodohnya. Akad nikah pun digelar

Nurul yang mengetahui pernikahan Fahri menangis tersedu karena cintanya bertepuk sebelah tangan. Maria pun pulang dari Hurgada dan akhirnya mengetahui bahwa Fahri telah menikah, maka hancurlah hati Maria. Selang tak beberapa lama, Maria mengalami kecelakaan karena ditabrak oleh mobil. Noura bereaksi sangat keras. Dia yang tengah hamil tiga bulan menyatakan Fakhri sebagai ayah bayinya. Dia mengarang cerita bahwa ketika ditolong Maria, dinihari dia diantar ke kamar Fahri lalu diperkosa. Akhirnya Fakhri pun dijebloskan kepenjara bawah tanah.

Maria adalah satu – satunya saksi yang mengetahui kejadian sebenarnya. Namun semenjak kecelakaan tersebut Maria tak sadarkan diri akibat depresi yang dideritanya karena memendam perasaan cinta kepada Fakhri. Akhirnya Aisha memaksa fakhri untuk menikahi Maria. Maria lalu sembuh, dan menjadi saksi dipersidangan, sehingga Noura mau mengakui kebohongannya, dan Fakhri akhirnya dibebaskan.

Setelah bebas Fakhri, Aisha dan Maria menjalani kehidupan rumah tangga secara poligami. Mulanya Aisha kurang ikhlas menerima keadaan tersebut, namun setelah Fakhri memberikan pemahaman akhirnya Aisha pun bisa menerima. Kebahagiaan mereka tidak berlangsung lama. Maria kembali jatuh sakit dan harus dirawat kembali karena jantungnya yang lemah, sementara itu kehamilan Aisha semakin membesar.

Di tengah sakitnya, Maria meminta diajarkan sholat oleh Fakhri. Mereka bertiga sholat berjamaah. Adegan ditutup dengan meninggalnya Maria dalam solatnya yang pertama dan terakhir.

## E. Deskripsi Teori

### I. Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*)

De Fleur dan Ball-Rokeach melihat pertemuan khalayak dengan media berdasarkan tiga kerangka teoritis, salah satunya perspektif perbedaan individual.

*Individual Differences Theory* beranggapan bahwa perilaku seseorang didorong oleh motivasinya. Motivasi setiap orang terhadap rangsangan yang sama bisa berbeda. Hal tersebut dikarenakan setiap orang memiliki kebutuhan, kebiasaan, persepsi, kepercayaan, nilai – nilai, sikap, dan keterampilan. Selain itu, perbedaan individu juga disebabkan karena perbedaan lingkungan yang menimbulkan perbedaan pandangan akan sesuatu. Faktor lingkungan turut membentuk sikap, nilai – nilai, dan kepercayaan individu yang akhirnya mendasari kepribadian mereka. Sehingga, persepsi seseorang akan tergantung pada kepribadian yang bersangkutan.

Teori psikologi umum telah merumuskan konsep persepsi selektif yang didasarkan pada perbedaan kepribadian individu. Individu aktif mencari informasi di media massa yang sesuai dengan minat dan pendapatnya, sehingga mereka akan menafsirkan pesan yang sesuai dengan kepentingannya. Bahkan ketika pesan media massa yang dia cari multiinterpretatif, individu umumnya akan menafsirkan pesan tersebut sesuai dengan kecenderungan dirinya pula. Sehingga, setiap orang akan menanggapi pesan media massa berdasarkan kepentingan mereka yang disesuaikan dengan kepribadian yang bersangkutan dilandaskan kepercayaan serta nilai – nilai sosial mereka.

Selain itu, lingkungan menjadi faktor penentu terhadap terbentuknya persepsi seseorang. Setiap individu yang dibesarkan pada lingkungan yang berbeda akan memiliki pola pikir dan cara pandang yang berbeda dalam menanggapi rangsangan yang sama. Faktor inilah yang mendasari lahirnya tanggapan yang berbeda pada dalam penelitian ini.

## **II. Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*)**

Herbert Blumer dan Elihu Katz adalah orang pertama yang mengenalkan teori ini pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives and Gratifications Research*. Menurut Jalaluddin Rakhmat (1985:197) teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber lainnya, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan.

Dengan kata lain, komunikasi sebagai individu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Individu berusaha mencari media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Sehingga, teori ini mengasumsikan bahwa individu memiliki pilihan alternatif dalam memenuhi kebutuhannya.

Menurut Tan dalam Liliweri ( 1991:134) konsep *Uses and Gratifications* secara teoritik dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Asumsi Dasar

Teori ini dilandaskan pada kesamaan asumsi antara lain:

1. Penggunaan media massa akhirnya memiliki satu tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang sifatnya spesifik. Kebutuhan tersebut berkembang dalam lingkungan sosial individu.
2. Individu memilih jenis dan isi media berdasarkan kebutuhannya. Jadi, individu terlibat dalam proses komunikasi massa dan mereka dapat mempengaruhi media untuk kebutuhan – kebutuhan mereka secara lebih cepat dibandingkan dengan media yang dapat menguasai mereka.
3. Disamping media massa sebagai sumber informasi, ada sumber lain yang dapat memuaskan kebutuhan individu sehingga media massa harus bersaing dengan sumber – sumber lain. Sumber lain bukan media yang dapat memuaskan kebutuhan individu antaranya keluarga, teman – teman, mengisi waktu luang, dan lain sebagainya.
4. Individu mengetahui kebutuhan tersebut, dan tahu cara memenuhinya. Individu mengetahui alasan untuk menggunakan media massa dan bukan sumber yang lain begitupun sebaliknya.



## b. Kebutuhan Khalayak Terhadap Media Massa

Secara umum Katz, Guveritch, dan Haas mengklasifikasikan kebutuhan manusia dengan media dalam lima kelompok:

### 1. Kebutuhan Kognitif

Yaitu kebutuhan – kebutuhan yang berkaitan dengan usaha – usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan, serta pengertian tentang lingkungan. Keinginan kognitif terpenuhi oleh adanya dorongan seperti keingintahuan dan menjelajahan.

### 2. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan yang berhubungan dengan peneguhan pengalaman – pengalaman estetis dan menyenangkan sehingga mencapai tingkat emosional tertentu.

### 3. Kebutuhan Integratif Personal

Kebutuhan yang berhubungan dengan usaha – usaha memperkuat kepercayaan, peneguhan kredibilitas, stabilitas, dan status individual. Kebutuhan ini tercipta karena keinginan individu untuk meningkatkan harga diri.

### 4. Kebutuhan Integratif Sosial

Kebutuhan yang berkaitan dengan usaha memperkuat kontak dengan keluarga, teman, dan lingkungannya yang didasarkan pada kebutuhan individu untuk berafiliasi.

### 5. Kebutuhan Akan Pelarian

Kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari realita kehidupan, melepaskan ketegangan dan tekanan dan hasrat akan keanekaragaman.

c. Fungsi dan Kegunaan Media Massa

Menurut Harold D Lasswell yang kemudian diperbaiki oleh Mc. Quail, Blumer, dan Brown, fungsi media massa berdasarkan pendekatan *Uses and Gratification* adalah:

1. *Surveillance* : media massa melengkapi individu dengan informasi tentang lingkungan sekitarnya.
2. *Escape / devirslon* : media massa melengkapi kita sebagai pelarian untuk melepaskan ketegangan dari masalah yang menghimpit serta sarana mengeluarkan perasaan.
3. Media massa merupakan sarana untuk menunjukkan kepribadian, meneliti realitas, dan memperkuat nilai.
4. Media melengkapi informasi kita untuk berhubungan dengan lingkungan sosial kita serta lingkungan sosial lainnya.

d. Karakteristik Media Massa

Katzs, Gurevitch, dan Haas telah memperkenalkan dan mendefenisikan variable kegunaan media massa yang dapat memberikan petunjuk bagi pemuasaan suatu media. Karakteristiknya meliputi:

1. Isi media Massa, contoh: berita – berita, cerita bersambung / sinetron, drama kejahatan di televisi dan sebagainya
2. Sifat – sifat media massa, contohnya: media cetak melawan media elektronik yang cara penerimaannya dengan dibaca melawan media pandang dengar.
3. Ciri – ciri situasi terpaan media, contoh: situasi dalam rumah melawan diluar rumah, situasi seorang diri melawan situasi orang lain secara bersama – samaan.

Dari uraian di atas kita dapat menarik kesimpulan bahwa melalui *Uses and Gratification*, individu aktif memilih media mana yang harus dipih untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya manusia mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media massa sesuai dengan motif dan kebutuhannya. Sehingga pemanfaatan media massa oleh individu bergantung pada seberapa besar media massa mampu memuaskan motif dan kebutuhan individu, serta sejauh mana media massa mampu bersaing dengan media lainnya dalam pemenuhan kebutuhan tersebut. Yang menjadi fokus dalam teori ini adalah tujuan komunikasi sehingga teori ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani kebutuhan individu.



### BAB III

#### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

##### A. Sejarah Singkat Jurusan Ilmu Komunikasi UNHAS

Perguruan tinggi swasta "Pers dan Publisiteit" mengawali terbentuknya jurusan Ilmu Komunikasi tahun 1960-an di Makassar. Sebuah gerakan dari kalangan mahasiswa yang pada saat itu menjalani studinya di "Akademi Wartawan" Universitas Sawerigading. Para mahasiswa ini merasa khawatir dengan proses belajar mengajar yang kurang efektif, seperti dosen yang tidak pernah hadir dan berbagai masalah lainnya.

Kekhawatiran ini berujung dengan sebuah gerakan yang dipelopori oleh 2 (dua) orang mahasiswa ini yaitu A. S Achmad dan Abdullah Suara yang menginginkan adanya normalisasi akademik sebagai salah bentuk solusi dari permasalahan di atas.

Prof. Nurdin Syahadat selaku rektor universitas Sawerigading yang pada saat itu bersama-sama dengan dekan akademi Idrus Effendi merespon gerakan mahasiswa tersebut dengan memberikan jawaban yang kurang memuaskan. Permasalahan dana yang tidak ada membuat keinginan tersebut belum dapat diwujudkan.

Merasa keinginannya tidak terpenuhi, kedua mahasiswa tadi akhirnya mengajukan permintaan dana kepada Panglima Kodam yang pada saat itu dijabat oleh M. Yusuf. Pengajuan ini disambut positif, oleh beliau pemberian dana bantuan harus dikelola secara khusus. Perjuangan pun berlanjut dengan

menyerahkan dana bantuan tersebut kepada rektor untuk merealisasikan keinginan mereka. Hasilnya, kedua mahasiswa tersebut dipecah melalui surat keputusan rektor.

Atas saran Idrus Effendi, kedua mahasiswa tersebut kembali menghadap Panglima M. Yusuf untuk mengembalikan dana bantuan. Dan oleh kepala stafnya yakni Kapten Bahtiar kedua mahasiswa tersebut diberikan dorongan dan motivasi untuk senantiasa terus berkreaitivitas. Tak kenal menyerah, kedua mahasiswa tadi kemudian menyampaikan ide dan keinginan mereka untuk mendirikan sebuah perguruan tinggi swasta baru kepada Idrus Effendi. Hasilnya terbentuklah perguruan tinggi "Pers dan Publisiteit" yang diketuai oleh Idrus Effendi dan disahkan oleh notaris Mr. Zulkarnaen.

Perguruan tinggi ini bertujuan untuk menghasilkan kader wartawan yang berpendidikan tinggi. Hingga pada saat itu jumlah mahasiswanya sekitar 100 orang dan bertempat di sebuah gedung jalan Riburane (kantor Pembantu Gubernur wilayah III Makassar). Tidak lama kemudian, setelah mendapat izin dari pusat Panglima M. Yusuf membuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Perguruan tinggi "Pers dan Publisiteit" akhirnya dilebur ke dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Publisiteit. Dan untuk pertama kalinya, G. R Pantouw memimpin jurusan Ilmu publisistik.

## B. Jurusan Ilmu Komunikasi UNHAS

Dalam perkembangan selanjutnya, jurusan Publisistik berganti nama menjadi jurusan Ilmu komunikasi. Jumlah program studi yang dikembangkan telah perubahan dan pengurangan berdasarkan kurikulum yang berlaku. Saat ini kurikulum yang berlaku adalah kurikulum 2002/2003.

Jurusan Ilmu komunikasi mengemban misi untuk menghasilkan Sarjana Strata 1 (satu) yang memiliki kemampuan dalam pengelolaan bidang-bidang jurnalistik (kewartawanan), Public Relations (kehumasan), dan komunikasi perusahaan dan bisnis.

Berdasarkan kurikulum yang berlaku, jurusan Ilmu komunikasi mengembangkan 2 program studi yaitu:

- Program studi Jurnalistik
- Program studi Public Relations

Dalam menunjang kegiatan proses belajar mengajar pada jurusan Ilmu komunikasi, jumlah tenaga pengajar (dosen) dan staf berdasarkan data terakhir tahun ajaran 2007/2008 sebanyak 29 orang dengan rincian sebagai berikut:

1. Guru Besar (Professor)	: 1 Orang
2. Doktor	: 8 Orang
3. Magister	: 16 Orang
4. Staf Administrasi	: 4 Orang

Dalam kurikulum 2002/2003 dituliskan mengenai keberadaan dan tugas penasihat akademik, beberapa diantaranya seperti wajibnya mahasiswa memiliki seorang penasihat akademik, pengangkatan penasihat akademik oleh dekan atas

usul ketua program, tugas penasehat akademik selama 3 (tiga) tahun serta beban tugas seorang penasehat akademik setara dengan 3 (tiga) SKS persemester.

Berdasarkan kurikulum baru, terdapat beberapa tujuan khusus yang ingin dicapai oleh jurusan Ilmu komunikasi diantaranya:

Keluaran S-1 Ilmu komunikasi diharapkan memiliki kemampuan penguasaan dalam bidang analisis komunikasi.

- a. Memiliki pengetahuan yang baik tentang kelembagaan.
- b. Mampu menerjemahkan konsep-konsep pembangun dalam bahasa praktis dan mudah diserap.
- c. Mampu memahami tingkah laku manusia, memiliki adaptabilitas, keluwesan, keinovatifan dalam berfikir dan bersikap.
- d. Memiliki pendekatan kreatif dalam pemecahan masalah.
- e. Tanggap dan peka terhadap perkembangan lingkungan.

Sedangkan tujuan dari setiap program studi pada jurusan Ilmu Komunikasi sesuai yang tertera pada kurikulum yang berlaku adalah:

1. Jurnalistik Komunikasi Massa
  - a. Menguasai pengetahuan dan keterampilan khusus dunia kewartawanan dan komunikasi massa pada umumnya.
  - b. Memahami dengan baik organisasi dan teknik bekerjanya media kontemporer (elektronik cetak) serta perangkat-perangkat kerasnya (Hardware).

- c. Mampu menerapkan dan mengembangkan jurnalistik pembangunan dan jurnalisme lain yang berorientasi terhadap keobyektifan fakta dan kebenaran.
  - d. Dapat memimpin dan mengelola organisasi perusahaan siaran (media massa) khususnya dalam bidang perangkat lunak (software).
  - e. Menguasai dengan baik berbagai teknik penulisan kreatif (Creative writing) dan pelaporan jurnalistik (Journal report).
2. Public Relations
- a. Memiliki kemampuan analisis kebijaksanaan dan perencanaan Public Relations.
  - b. Menguasai kemampuan Human Relations.
  - c. Menguasai penggunaan berbagai saluran komunikasi massa secara efektif.
  - d. Mampu menjadi komunikator dan mediator berbagai instansi ke dalam dan ke luar (internal dan eksternal).
  - e. Sanggup memimpin dan mengelola sumber-sumber informasi yang berhubungan bagi kegunaan instansinya.
  - f. Terampil dalam mengelola dan melaksanakan kegiatan promosi dan periklanan
  - g. Mampu berperan sebagai Manager Public Relations yang menuju tinggi hak etik.

Seiring dengan perkembangan kajian di bidang Ilmu komunikasi yang begitu pesat, hingga saat ini jurusan Ilmu komunikasi Unhas telah memiliki laboratorium audiovisual, stasiun radio, dan laboratorium komputer untuk menunjang kegiatan belajar mengajar khususnya dalam bentuk aplikasi teori. Perkembangan yang signifikan juga terlihat dari jumlah mahasiswa yang diterima di jurusan Ilmu komunikasi Unhas dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Perkembangan dan jumlah mahasiswa jurusan Ilmu komunikasi

No	Tahun Masuk	Jumlah Orang
1	2003	37
2	2004	55
3	2005	62
4	2006	90
5	2007	76
6	2008	79

Tabel 3.1

Sumber: Akademik jurusan Ilmu komunikasi 2008

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. HASIL PENELITIAN**

Penelitian mengenai tanggapan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unhas terhadap Film Ayat – Ayat Cinta menggunakan kuisoner sebagai instrumen penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 151 responden yang terdiri dari angkatan 2004, 2004, 2005, dan 2007 mahasiswa jurusan Ilmu komunikasi Fisip Unhas. Jumlah populasi 249 orang, sampel yang diambil menggunakan teknik non random sampling dengan sistem purposif dimana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu.

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dalam penelitian ini dikelompokkan dalam empat kategori yakni karakteristik responden, faktor-faktor yang mempengaruhi responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta, tanggapan responden terhadap Film Ayat – Ayat Cinta dan tabulasi silang untuk mengetahui hubungan antara variabel kontrol terhadap tanggapan mahasiswa jurusan Ilmu komunikasi Fisip Unhas terhadap Film Ayat – Ayat Cinta.



## 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden Film Ayat – Ayat Cinta terbagi menjadi delapan kategori, berdasarkan: angkatan responden, umur responden, jenis kelamin responden, agama responden, dan biaya hidup responden dalam sebulan, frekuensi menonton responden, media yang digunakan responden dalam menonton, cara responden mendapatkan VCD/DVD.

### a. Angkatan Responden

Data mengenai angkatan responden menunjukkan frekuensi terbesar responden adalah angkatan 2006 dengan jumlah 47 orang (31,1%), kemudian angkatan 2007 dengan jumlah 45 orang (29,8%), angkatan 2005 dengan jumlah 30 orang (19,9%) dan angkatan 2004 dengan jumlah 29 orang (19,2%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Distribusi responden menurut angkatan**

N = 151

Angkatan	Frekuensi	Persentase
2004	29	19,2
2005	30	19,9
2006	47	31,1
2007	45	29,8
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

### b. Usia Responden

Kategori usia responden menunjukkan frekuensi terbesar responden adalah usia 20-22 tahun dengan jumlah 89 orang (58,9%), kemudian berusia 17-19 tahun dengan jumlah 55 orang (36,4%), dan responden yang berusia 23-25

tahun dengan jumlah 7 orang (4,6%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Distribusi responden menurut usia**

N = 151

Usia	Frekuensi	Persentase
17-19 tahun	55	36,4
20-22 tahun	89	58,9
23-25 tahu	7	4,6
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

c. Jenis Kelamin Responden

Kategori yang ketiga adalah jenis kelamin. Tabel 4.3 menunjukkan frekuensi responden terbanyak adalah perempuan dengan jumlah 96 orang (63,6%) kemudian laki – laki dengan jumlah 55 orang (36,4%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Distribusi responden menurut jenis kelamin**

N = 151

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki – laki	55	36,4
Perempuan	96	63,6
Jumlah	151	100

Sumber: data primer diolah tahun 2008

d. Agama Responden

Agama responden merupakan kategori yang keempat. Data mengenai agama responden menunjukkan frekuensi terbanyak adalah yang beragama Islam

123 orang (81,5%) kemudian agama kristen 28 orang (18,5). Sementara itu peneliti tidak menemukan responden yang beragama Hindu dan Budha sehingga presentase masing – masing 0%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Distribusi responden menurut agama**

N – 151

Agama	Frekuensi	Persentase
Islam	123	81,5
Kristen	28	18,5
Hindu	0	0
Budha	0	0
Jumlah	151	100

Sumber : Data primer diolah tahun 2008

e. Biaya Hidup Responden dalam Sebulan

Biaya hidup responden dalam sebulan terbagi dalam tiga kategori yaitu rendah (biaya hidup sebulan kurang atau sama dengan Rp.300.000,-), sedang (biaya hidup sebulan Rp.300.001 – Rp.700.000,-), dan tinggi (biaya hidup sebulan lebih dari atau sama dengan Rp.700.001,-). Frekuensi responden terbanyak adalah responden dengan biaya hidup dalam sebulan sedang berjumlah 108 orang (71,5%) kemudian biaya hidup sebulan tinggi 22 orang (14,6%) dan biaya hidup sebulan rendah 21 orang (13,9%). Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Distribusi responden menurut biaya hidup**

N = 151

Biaya Hidup	Frekuensi	Persentase
≤ Rp. 300.00,-	21	13,9
Rp. 300.001 – Rp. 700.000,-	108	71,5
≥ Rp. 7001.000,-	22	14,6
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer dioalha tahun 2008

f. Frekuensi Menonton Responden

Berdasarkan hasil pengolahan data, frekuensi menonton responden terbanyak adalah yang menonton sebanyak 2-3 kali berjumlah 75 orang (49,7%), kemudian yang menonton hanya 1 kali berjumlah 70 orang (46,4%), lalu yang menonton 4-5 kali sebanyak 3 orang (2%) dan yang menonton >5 kali sebanyak 3 oarang (2%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Disribusi responden menurut frekuensi menonton**

N = 151

Frekuensi Menonton	Frekuensi	Presentase
1 kali	70	46,4
2-3 kali	75	49,7
4-5 kali	3	2
>5 kali	3	2
Jumlah	151	100

Sumber: data primer diolah tahun 2008

Dari tabel 4.6 menunjukkan minat responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta terbilang ckup tinggi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya

responden yang menonton Film Ayat – Ayat Cinta lebih dari satu kali, bahkan tiga orang responden menonton Film Ayat – Ayat Cinta lebih dari lima kali.

g. Media yang Digunakan Responden dalam Menonton

Data mengenai media yang digunakan responden dalam menonton film Ayat – Ayat Cinta menunjukkan frekuensi responden terbanyak adalah menonton di bioskop dengan jumlah 51 orang (33,8%), kemudian DVD 29 orang (19,2%), diikuti VCD 25 orang (16,6%), lalu bioskop + DVD 21 orang (13,9%), kemudian bioskop + VCD 11 orang (7,3%), lalu bioskop + VCD + DVD 6 orang (4%), kemudian lainnya 5 orang (3,3%) terakhir VCD + DVD 3 orang (2%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.7**  
Distribusi responden menurut media yang digunakan untuk menonton  
N = 151

Media untuk menonton	Frekuensi	Persentase
Bioskop	51	33,8
VCD	25	16,6
DVD	29	19,2
Menjawab lainnya	5	3,3
Bioskop + VCD	11	7,3
Bioskop + DVD	21	13,9
VCD + DVD	3	2
Bioskop + VCD + DVD	6	4
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Tabel 4.7 diatas menunjukkan kalau bioskop menjadi ruang yang paling diminati oleh responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta. Dengan menonton di bioskop kita terisolasi dari semua pengaruh yang mengganggu.

Sege nap perhatian dan seluruh perasaan tercurahkan dalam film yang ditonton. Dalam keadaan gelap di bioskop, penonton menyaksikan suatu cerita yang seolah – olah benar terjadi di hadapannya sehingga penonton ikut larut dalam jalinan cerita tersebut.

Responden yang memilih menjawab lainnya dikarenakan menonton Film Ayat – Ayat Cinta melalui internet dan copy file melalui komputer. Sementara itu, bagi responden yang menonton Film Ayat – Ayat Cinta berulang kali, umumnya menggunakan berbagai media untuk menonton. Terlebih lagi semakin maraknya VCD dan DVD bajakan dengan kualitas yang cukup bagus yang beredar saat ini, membuat orang semakin mudah mendapatkan Film Ayat – Ayat Cinta tanpa harus ke bioskop.

#### h. Cara Responden Mendapatkan VCD / DVD Film Ayat – Ayat Cinta

Sebagian responden menonton Film AAC melalui VCD/DVD. Cara responden mendapatkan VCD / DVD Film Ayat – Ayat Cinta menunjukkan frekuensi terbanyak adalah dengan meminjam teman 61 orang (40,4%), lalu menyewa di rental dan membeli sama – sama 14 orang (9,3%), terakhir lainnya 6 orang ( 4%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:



**Tabel 4.8**

**Distribusi responden menurut cara mendapatkan VCD / DVD**

**N = 151**

<b>Cara mendapatkan VCD/DVD</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Menyewa di rental	14	9,3
Meminjam teman	61	40,4
Membeli	14	9,3
Menjawab lainnya	6	4
Tidak menjawab	56	37,1
<b>Jumlah</b>	<b>151</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Dari tabel 4.8 di atas menjelaskan bahwa responden sebagian besar memilih menonton Film Ayat – Ayat Cinta melalui VCD / DVD dengan cara meminjam dari teman. Kondisi ini cenderung disebabkan karena faktor gratis dan kemudahan dalam mendapatkan VCD / DVD Film Ayat – Ayat Cinta. Sedangkan responden yang memilih menjawab lainnya dikarenakan dengan alasan : menonton bersama teman, kebetulan di putar sama teman, dan membakar VCD / DVD dari teman. Sementara itu responden yang memilih tidak menjawab dikarenakan alasan, menonton Film Ayat – Ayat Cinta di bioskop atau lainnya, bukan melalui VCD / DVD.

## **2. Tanggapan Responden Terhadap Film Ayat – Ayat Cinta**

Tanggapan responden terhadap Film Ayat – Ayat Cinta terbagi menjadi sebelas kategori, berdasarkan: logika/alur cerita, konflik, penyutradaraan, akting pemeran utama pria, akting pemeran utama wanita, akting pemeran pendukung, seting lokasi, isi cerita, realitas poligami yang ditampilkan, pindah agama /



keyakinan yang dilakukan salah satu tokoh, dan kualitas Film Ayat – Ayat Cinta secara keseluruhan.

a. Logika / Alur Cerita

Data mengenai logika bercerita menunjukkan frekuensi terbanyak menilai film Ayat – Ayat Cinta cukup logis dengan jumlah 67 orang (44,4%), kemudian logis sebanyak 62 responden (41,1%), diikuti kurang logis sebanyak 14 orang (9,3%), lalu sangat logis sebanyak 5 orang (3,3%) dan sangat tidak logis 3 responden (2%). Berikut tabel distribusinya:

**Tabel 4.9**  
**Distribusi responden menurut tanggapan logika bercerita Film AAC**  
N = 151

Logika bercerita	Frekuensi	Persentase
Sangat logis	5	3,3
Logis	62	41,1
Cukup logis	67	44,4
Kurang logis	14	9,3
Sangat tidak logis	3	2
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa logika cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta dinilai cukup logis. Jawaban ini merujuk pada jalinan peristiwa demi peristiwa yang terjalin erat dalam Film Ayat – Ayat Cinta sehingga cerita dirasakan oleh penonton cukup realistis.

b. Tanggapan terhadap Konflik

Konflik adalah konfrontasi atau masalah yang terbangun dalam sebuah cerita. Sebuah masalah akan mengiring penonton untuk terlibat larut di dalamnya.

Tabel 4.10 di bawah menunjukkan bahwa konflik yang terbangun dalam film Ayat – Ayat Cinta dinilai menarik sebanyak 76 responden (50,3%), kemudian cukup menarik 43 orang (28,5%), diikuti sangat menarik sebanyak 24 responden (15,9%), lalu kurang menarik sebanyak 7 orang (4,6%) dan sangat tidak menarik sebanyak 1 responden (0,7%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Daftar tabel 4.10**  
**Distribusi responden terhadap konflik Film AAC**

N = 151

Konflik Film AAC	Frekuensi	Persentase
Sangat menarik	24	15,9
Menarik	76	50,3
Cukup Menarik	43	28,5
Kurang menarik	7	4,6
Sangat tidak menarik	1	0,7
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Dari tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap konflik dalam Film Ayat – Ayat Cinta dinilai menarik. Konflik adalah inti dari sebuah drama. Ketika konflik cukup kuat akan mengakibatkan cerita yang menarik , mengalir dengan adanya ketegangan dan membangun rasa ingin tahu dan penasaran dari penonton.

c. Tanggapan terhadap Pengedegangan dalam Film Ayat – Ayat Cinta

Tanggapan terhadap pengedegangan terbagi dalam lima kategori yaitu sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, dan sangat tidak baik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.11**  
**Distribusi responden terhadap pengadegangan dalam Film AAC**

N = 151

Pengadegangan	Frekuensi	Persentase
Sangat baik	24	15,9
Baik	84	55,6
Cukup Baik	38	25,2
Kurang baik	4	2,6
Sangat tidak baik	1	0,7
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pengedegangan dalam Film Ayat – Ayat Cinta dinilai baik sebanyak 84 responden (55,6%), diikuti cukup baik sebanyak 38 orang (25,2%), lalu sangat baik sebanyak 24 responden (15,9%), kemudian kurang baik sebanyak 4 orang(2,6%) dan sangat tidak baik 1 responden (0,7%).

Pengadegangan dalam Film Ayat – Ayat Cinta dinilai baik oleh sebagian besar responden. Hal ini terjadi karena kemampuan Hanung Bramantyo sutradara Film AAC dalam mengarahkan para pemainnya. Sehingga karakter tokoh dalam film AAC terasa sangat pas diperankan oleh para pemain.

**d. Tanggapan terhadap Akting Pemeran Utama Pria dalam Film AAC**

Akting pemeran utama pria adalah kemampuan pemahaman dan penciptaan seorang aktor tentang perilaku dan karakter pribadi seseorang yang diperankan. Dalam Film Ayat – Ayat Cinta tokoh utama pria bernama Fakhri yang diperangkan oleh Fedi Nuril. Tanggapan responden terhadap akting Fedi Nuril dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.12**  
**Distribusi responden menurut tanggapan terhadap akting aktor**  
**N = 151**

Akting pemeran utama pria	Frekuensi	Persentase
Sangat menjiwai	21	13,9
Menjiwai	71	47,0
Cukup menjiwai	46	30,5
Kurang menjiwai	12	7,9
Sangat tidak menjiwai	1	0,7
Jumlah	151	100

Sumber : data primer diolah tahun 2008

Pada tabel 4.12 diatas, sebagian besar responden menilai akting pemeran utama pria terbilang baik. Sebanyak 71 responden (47,0%) menilai menjiwai, kemudian 46 responden (30,5%) menilai akting pemain cukup menjiwai, diikuti 21 orang (13,9%) menilai akting pemeran pria sangat menjiwai, lalu 12 responden (7,9%) menilai kurang menjiwai dan 1 orang responden(0,7%) menilai akting pemeran utama pria sangat tidak menjiwai.

Fedi Nuril dianggap mampu memerankan sosok Fakhri dengan baik dan tepat. Meskipun sosok Fedi Nuril dan Fakri bertolak belakang, namun Fedi Nuril mampu melepaskan kepribadian dan penampilan fisiknya, menggantinya dengan watak dan kepribadian seorang Fakhri. Hal ini didukung dengan pengalaman dan kemampuan berakting Fedi Nuril, yang telah bermain di beberapa judul film sebelum memerankan Fakhri dalam Film AAC.

e. **Tanggapan terhadap Akting Pemeran Utama Wanita**

Kategori yang kelima adalah tanggapan terhadap akting pemeran utama wanita. Data yang diperoleh menunjukkan frekuensi terbesar sebanyak 73

responden (48,3%) menilai menjiwai, diikuti cukup menjiwai sebanyak 45 responden (29,8%), kemudian dinilai sangat menjiwai sebanyak 25 responden (16,6%), lalu 7 orang responden (4,6%) menilai kurang menjiwai dan terakhir 1 responden (0,7%) menilai sangat tidak menjiwai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.13**  
Distribusi responden menurut tanggapan terhadap akting aktris

N = 151

Akting pemeran utama wanita	Frekuensi	Persentase
Sangat menjiwai	25	16,6
Menjiwai	73	48,3
Cukup menjiwai	45	29,8
Kurang menjiwai	7	4,6
Sangat tidak menjiwai	1	0,7
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Yang dimaksud dengan akting pemeran utama wanita adalah kemampuan seorang aktris untuk ikut larut dalam peran yang dibawakannya, sehingga mampu melepaskan identitas dirinya dan kepribadiannya secara alamiah dan alih mengambil sepenuhnya watak tokoh yang diperankannya secara penuh sehingga karakter tokoh yang dia bawakan sangat kuat

Pada tabel 4.13 diatas menunjukkan tanggapan responden terhadap akting pemeran utama wanita dinilai baik. Rianti Cartwright yang notabene seorang VJ di salah satu stasiun TV swasta dinilai mampu memerankan sosok Aisha dengan sangat pas. Apalagi dalam Film AAC, Aisha memakai cadar sehingga totalitas akting sangat diperlukan. Hal ini dikarenakan hanya sebagian

dari wajah Aisha yang diperlihatkan ( pada bagian mata ), sehingga segala ekspresi dan emosi harus mampu ditampilkan aktris hanya lewat mata. Tentu saja ini memerlukan pendalaman karakter yang cukup susah dari seorang aktris dan Rianti Cartwright dinilai sangat menjiwai perannya sebagai Aisha.

f. **Tanggapan Responden terhadap Akting Pemeran Pendukung**

Peran pemeran pendukung dalam sebuah film tak kalah pentingnya dengan pemain utama. Tanggapa respondenn terhadap akting pemeran pendukung dalam Film AAC, diperoleh hasil dengan frekuensi terbesar sebanyak 69 responden (45,7%) menilai menjiwai, diikuti cukup menjiwai sebanyak 61 responden (40,4%), kemudian dinilai sangat menjiwai sebanyak 13 responden (8,6%), lalu 7 orang responden (4,6%) menilai kurang menjiwai dan terakhir 1 responden (0,7%) menilai sangat tidak menjiwai. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Distribusi responden menurut tanggapan terhadap akting pemeran pendukung**

N = 151

<b>Akting pemeran utama wanita</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat menjiwai	13	8,6
Menjiwai	69	45,7
Cukup menjiwai	61	40,4
Kurang menjiwai	7	4,6
Sangat tidak menjiwai	1	0,7
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa akting para pemeran pendukung Film Ayat – Ayat Cinta dinilai cukup bagus. Kondisi ini terjadi karena pemahaman akting dari para pemainnya. Selain itu, kemampuan seorang sutradara dalam mengarahkan pemainnya cukup berperan. Adanya hubungan yang sinergis antara seorang sutradara dengan para pemain akan membantu dalam membangun karakter tokoh yang diinginkan dalam sebuah cerita.

g. Tanggapan terhadap Setting Lokasi dalam Film Ayat – Ayat Cinta

Distribusi responden mengenai tanggapan terhadap setting lokasi dalam Film Ayat – Ayat Cinta menunjukkan frekuensi responden terbanyak adalah memilih setting lokasi yang ditampilkan baik sebanyak 67 responden (44,4%), diikuti cukup baik sebanyak 36 responden (23,8%), lalu 27 orang (17,9%) menilai sangat baik, kemudian sebanyak 20 orang (13,2%) menilai kurang baik, dan 1 orang responden (0,7%) menilai sangat tidak baik.

**Tabel 4.15**  
**Distribusi responden menurut tanggapan terhadap setting lokasi**  
N = 151

Setting lokasi	Frekuensi	Persentase
Sangat baik	27	17,9
Baik	67	44,4
Cukup baik	36	23,8
Kurang baik	20	13,2
Sangat tidak baik	1	0,7
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Setting lokasi adalah tempat pengambilan gambar yang sesuai dengan skenario film. Dalam Ayat – Ayat Cinta setting film menampilkan suasana kota



Kairo yang dikelilingi padang pasir nan tandus, menara – menara mesjid, sungai nil, dan Al Azhar University of Cairo. Meskipun syuting tidak dilakukan di ibukota Mesir tersebut namun, dari tanggapan responden berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa setting lokasi dalam Film Ayat – Ayat Cinta terbilang baik. Hal ini juga dikarenakan perkembangan teknologi dalam dunia perfilman semakin memudahkan para pembuat film untuk merekayasa tempat pengambilan gambar tanpa mengurangi kualitas gambar itu sendiri.

#### h. Tanggapan terhadap Isi Cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta

Isi cerita yang dimaksud adalah alur yang berupa pesan yang akan disampaikan kepada penonton oleh sutradara dalam kerangka cinematografi. Tanggapan terhadap isi cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.16**  
Tanggapan responden terhadap isi cerita Film AC

N = 151

Isi Cerita	Frekuensi	Persentase
Sangat baik	22	14,6
Baik	86	57,0
Cukup baik	31	20,5
Kurang baik	11	7,3
Sangat tidak baik	1	0,7
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Berdasarkan tabel 4.16 di atas menunjukkan tanggapan responden terhadap isi cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta, baik sebanyak 86 responden (57%), kemudian sebanyak 31 responden (20,5%) menilai cukup baik, diikuti

penilaian terhadap isi cerita sangat baik sebanyak 22 orang (14,6%), lalu menilai kurang baik sebanyak 11 responden (7,3%) dan 1 responden (0,7%) menilai isi cerita dalam film Ayat – Ayat Cinta sangat tidak baik.

Isi dari cerita sebuah film mengandung pesan yang ingin disampaikan sutradara kepada penonton. Isi cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta cukup bermanfaat. Mengingat Film Ayat – Ayat Cinta adalah film religi yang dikemas secara apik, maka isi cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta bisa dijadikan sebagai bahan pelajaran bagi penonton, khususnya umat muslim.

i. Tanggapan terhadap Realitas Poligami dalam Film Ayat – Ayat Cinta

Berdasarkan data dari tabel 4.17 menunjukkan tanggapan responden terhadap realitas poligami dalam Film Ayat – Ayat Cinta dengan frekuensi terbesar menjawab kurang setuju dengan jumlah responden sebesar 47 orang (31,1%), kemudian disusul dengan jawaban cukup setuju sebanyak 39 orang (25,8%) lalu responden yang memilih menjawab sangat tidak setuju dan setuju sama-sama sebesar 28 responden (18,5%) dan sangat setuju sebesar 9 responden (6%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel dibawah ini:

**Tabel 4.17**  
**Distribusi responden menurut tanggapan terhadap poligami**

N = 151

Poligami dalam Film AAC	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	9	6
Setuju	28	18,5
Cukup setuju	39	25,8
Kurang setuju	47	31,1
Sangat tidak setuju	28	18,5
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Tabel 4.17 diatas menunjukkan sebagian besar responden tidak setuju dengan realitas poligami yang ditampilkan dalam Film Ayat – Ayat Cinta. Hal ini dimungkinkan karena jumlah responden lebih dari 60% adalah perempuan. Selama ini poligami dalam situasi apapun dinilai sangat merugikan pihak perempuan. Sehingga poligami dalam Film Ayat – Ayat Cinta kurang disetujui oleh responden.

**j. Tanggapan terhadap Pindah Agama**

Kategori yang kesepuluh dalam tanggapan terhadap Film AAC adalah pindah agama. Hasil distribusi menunjukkan tanggapan responden terhadap pindah agama yang dilakukan dalam Film Ayat – Ayat Cinta dengan frekuensi terbesar menjawab setuju dengan jumlah responden sebesar 63 orang (41,7%), kemudian disusul sangat setuju sebanyak 34 orang (22,5%) lalu kurang setuju sebesar 22 responden (14,6%) kemudian responden yang memilih cukup setuju

sebesar 17 orang (11,3%) dan sangat tidak setuju setuju sebesar 15 responden (9,9%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel dibawah ini:

**Tabel 4.18**  
Distribusi responden menurut tanggapan terhadap pindah agama

N = 151

Pindah agama dalam Film AAC	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	34	22,5
Setuju	63	41,7
Cukup setuju	17	11,3
Kurang setuju	22	14,6
Sangat tidak setuju	15	9,9
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Berdasarkan tabel 4.18, sebagian besar responden setuju dengan pindah agama yang dilakukan salah satu tokoh dalam Film Ayat – Ayat Cinta. Hal ini mungkin disebabkan karena dengan berpindah agamanya salah satu tokoh dalam Film AAC ikut menambah ketegangan / konflik, sehingga membuat penonton semakin penasaran.

k. Tanggapan secara Umum terhadap Kualitas dalam Film AAC

Tabel 4.19 di bawah menunjukkan tanggapan responden secara umum terhadap kualitas Film Ayat – Ayat Cinta dinilai baik oleh responden sebanyak 100 orang (66,2%), kemudian cukup baik sebanyak 32 responden (21,1%), lalu sangat baik sebanyak 15 orang (9,9%), diikuti kurang baik sebanyak 3 orang (2%) dan seorang responden (0,7%) menjawab sangat tidak baik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.19**  
**Distribusi responden menurut tanggapan terhadap kualitas AAC**

N = 151

Kualitas Film AAC	Frekuensi	Persentase
Sangat baik	15	9,9
Baik	100	66,2
Cukup baik	32	21,2
Kurang baik	3	2,0
Sangat tidak baik	1	0,7
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Distribusi responden menurut tanggapan terhadap Film AAC secara keseluruhan dari tabel 4.19 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kualitas Film Ayat – Ayat Cinta secara umum, baik. Penggararapan Film Ayat – Ayat cinta mulai dari pra produksi hingga pasca produksi memakan waktu hampir 1,5 tahun dan menelan biaya yang terbilang tidak sedikit untuk standar biaya produksi sebuah film nasional. Sehingga kualitas dari Film Ayat – Ayat Cinta sendiri tidak mengecewakan karena telah direncanakan dengan matang. Meskipun pada proses produksinya mengalami berbagai macam hambatan namun tidak menyebabkan penurunan kualitas film secara umum.

### **3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Responden menonton Film Ayat – Ayat Cinta**

Faktor yang mempengaruhi responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta terbagi menjadi dua kategori: motivasi responden menonton Film Ayat

– Ayat Cinta dan unsur yang paling diminati responden dalam Film Ayat – Ayat Cinta.

a. Motivasi Responden Menonton Film Ayat – Ayat Cinta

Data mengenai responden menonton Film Ayat – Ayat Cinta menunjukkan frekuensi responden terbanyak adalah pernah membaca Novel Ayat – Ayat Cinta sebanyak 72 orang (47,7%), diikuti mencari hiburan 26 orang (17,2%), kemudian memilih menjawab lainnya 19 orang (12,6%), lalu menambah pengetahuan 18 orang (11,9 %) dan yang terakhir mengisi waktu luang 16 orang (10,6%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.20**

**Distribusi responden menurut motivasi menonton Film Ayat – Ayat Cinta**  
N = 151

Motivasi Menonton Film AAC	Frekuensi	Persentase
Pernah membaca Novel AAC	72	47,7
Mengisi waktu luang	16	10,6
Mencari hiburan	26	17,2
Menambah pengetahuan	18	11,9
Menjawab lainnya	19	12,6
Jumlah	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Film Ayat – Ayat Cinta di angkat dari Novel berjudul sama karangan Habiburrahman El Shirazy. Novel ini mendapat predikat mega bestseller karena telah dicetak ulang sebanyak delapan kali. Begitu diluncurkan akhir 2004, Novel Ayat – Ayat Cinta langsung disukai apalagi dikalangan remaja. Tak heran ketika Novel Ayat – Ayat Cinta difilmkan, banyak pembaca yang tak sabar untuk menontonnya.

Hasil analisis data menunjukkan hal yang relevan. Berdasarkan tabel di atas, frekuensi terbesar dari motivasi responden menonton Film Ayat – Ayat Cinta dikarenakan pernah membaca novelnya 72 orang (47,7%). Sementara itu, responden yang memilih menjawab lainnya dikarenakan dengan alasan: booming Film Ayat – Ayat Cinta dimana – mana sehingga menimbulkan rasa penasaran, dengar dari teman serta sosialisai dan publikasi yang banyak.

b. Unsur yang Diminati Responden dari Film Ayat – Ayat Cinta

Data mengenai unsur yang paling diminati mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Unhas dari Film Ayat – Ayat Cinta menunjukkan frekuensi responden terbanyak adalah yang menyenangi cerita / skenario dengan jumlah responden sebanyak 56 orang (37,1%), kemudian yang menyenangi kontroversi yang ditimbulkan Film Ayat – Ayat Cinta sebanyak 49 orang (31,1%), lalu sutradaranya sebanyak 19 responden ( 12,6%), disusul responden yang menyenangi aktor dan aktris Film Ayat – Ayat Cinta sebanyak 16 orang (10,6%), kemudian yang menyenangi setting lokasinya sebanyak 9 orang ( 6%), dan memilih menjawab lainnya sebanyak 4 orang (2,6%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:





**Tabel 4.21**

**Distribusi responden menurut unsur yang diminati dalam Film**

**N = 151**

<b>Unsur yang Diminati</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sutadarnya	19	12,6
Skenario / ceritanya	56	37,1
Pemainnya	16	10,6
Setting lokasinya	9	6,0
Issue / kontroversi	47	31,1
Menjawab lainnya	4	2,6
<b>Jumlah</b>	<b>151</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer diolah tahun 2008

Berdasarkan tabel di atas, responden sebagian besar menyenangi skenario / cerita dari Film Ayat – Ayat Cinta. Hal ini disebabkan penonton mulai jenuh dengan keseragaman tema dalam film nasional. Unsur – unsur yang ada dalam film nasional selama ini sangat monoton dan bisa ditebak. Ketika Film Ayat – Ayat Cinta dirilis, film ini menyajikan cerita yang baru dari film – film yang sudah ada sebelumnya. Mengangkat tema religius, Ayat – Ayat Cinta mengisahkan lika – liku kehidupan seorang pemuda desa menghadapi turunnainya persoalan hidup dengan cara Islam.

Sementara itu, issue / kontroversi dari Film Ayat – Ayat Cinta mendapatkan perhatian responden cukup banyak. Sebagian besar responden menyenangi kontroversi perbedaan antar novel dan film Ayat – Ayat Cinta, yang lainnnya menyenagi poligami dan pidah agama yang menjadi bahan perdebatan masyarakat luas.

Responden yang memilih menjawab lainnya dikarenakan dengan alasan: menyenangi iklan / poster / baliho dari film Ayat – Ayat Cinta.

#### 4. Tabel Silang

Pada bagian ini akan dianalisis pengaruh variable kontrol yaitu angkatan, jenis kelamin, agama, dan biaya hidup responden dalam sebulan terhadap bebas yaitu tanggapan terhadap Film Ayat – Ayat Cinta secara keseluruhan dan faktor yang mempengaruhi responden menonton Film Ayat – Ayat Cinta. Sementara itu faktor yang mempengaruhi responden dalam menonton film Ayat – Ayat Cinta terbagi dalam dua kategori yaitu: motivasi dan unsur yang paling diminati dalam AAC.

##### a. Tanggapan Responden terhadap Kualitas Film AAC

##### • Angkatan Responden

Pada bagian ini dianalisis pengaruh angkatan responden terhadap tanggapan kualitas Film AAC secara umum. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.22**

**Tabel silang antara angkatan responden dengan tanggapan kualitas film**  
N = 151

Tanggapan	Angkatan								Jumlah	
	2004		2005		2006		2007			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Sangat baik	3	10,3	3	10	5	10,6	4	8,9	15	9,9
Baik	16	55,2	21	70	33	70,2	30	66,7	100	66,2
Cukup baik	9	31	6	20	6	12,8	11	24,4	32	21,2
Kurang baik	1	3,4	0	0	2	4,3	0	0	3	2
Sangat tidak baik	0	0	0	0	1	2,1	0	0	1	0,7
Total	29	100	30	100	47	100	45	100	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang ditunjukkan pada Tabel 4.22 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menurut angkatan menilai kualitas Film Ayat – Ayat Cinta secara keseluruhan, baik. Jika dijabarkan menurut angkatan maka angkatan 2004 menilai baik kualitas Film AAC sebanyak 16 orang (55,2%) dari total 29 orang (100%), lalu angkatan 2005 sebanyak 21 orang (70%) dari total 30 orang (100%), kemudian angkatan 2006 sebanyak 33 responden (70,2%) dari total 47 responden (100%) dan yang terakhir angkatan 2007 sebanyak 30 orang (66,7%) dari total responden 45 orang (100%).

- Jenis Kelamin

Pada bagian ini dianalisis pengaruh jenis kelamin responden terhadap tanggapan kualitas Film AAC secara umum. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.23**

**Tabel silang antara jenis kelamin responden dengan tanggapan kualitas film**  
N = 151

Tanggapan	Angkatan				Jumlah	
	Laki – laki		Perempuan		F	%
	F	%	F	%		
Sangat baik	4	7,3	11	11,5	15	9,9
Baik	35	63,6	65	67,7	100	66,2
Cukup baik	13	23,6	19	19,8	32	21,2
Kurang baik	2	3,6	1	1	3	2
Sangat tidak baik	1	1,8	0	0	1	0,7
Total	55	100	96	100	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang ditunjukkan pada tabel 4.23 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menurut jenis kelamin menilai kualitas Film Ayat – Ayat Cinta secara keseluruhan, baik. Responden laki – laki sebanyak 35 orang (63,6%) dari total 55 responden (100%) dan responden perempuan sebanyak 65 orang (67,6%) dari total 96 orang (100%).

- Agama Responden

Pada bagian ini dianalisis pengaruh agama responden terhadap tanggapan kualitas Film AAC secara umum. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.24**

**Tabel silang antara agama responden dengan tanggapan kualitas film**  
N = 151

Tanggapan	Angkatan				Jumlah	
	Islam		Kristen		F	%
	F	%	F	%		
Sangat baik	11	8,9	4	14,3	15	9,9
Baik	84	68,3	16	57,1	100	66,2
Cukup baik	25	20,3	7	25	32	21,2
Kurang baik	3	2,4	0	0	3	2
Sangat tidak baik	0	0	1	3,6	1	0,7
Total	123	100	28	100	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang ditunjukkan pada tabel 4.24 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menurut agama menilai kualitas Film Ayat – Ayat Cinta secara keseluruhan, baik. Responden beragama Islam sebanyak 84

orang (68,3%) dari total responden 123 orang (100%) dan responden beragama Kristen sebanyak 16 orang (57,1%) dari total 28 orang (100%).

- Biaya Hidup Responden dalam Sebulan

Pada bagian ini dianalisis pengaruh biaya hidup responden terhadap tanggapan kualitas Film AAC secara umum. Biaya hidup dibagi dalam tiga kategori yaitu: rendah ( $\leq$ Rp.300.000,- perbulan), sedang (Rp.300.001 – Rp.700.000,- perbulan) dan tinggi ( $\geq$  Rp.700.001,- perbulan). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.25**

**Tabel silang antara biaya hidup responden dengan tanggapan kualitas film**  
N = 151

Tanggapan	Biaya Hidup						Jumlah	
	Rendah		Sedang		Tinggi		F	%
	F	%	F	%	F	%		
Sangat baik	2	9,5	12	11,1	1	4,5	15	9,9
Baik	14	66,7	74	68,5	12	54,5	100	66,2
Cukup baik	4	19	19	17,6	9	40,9	32	21,2
Tidak baik	1	4,8	2	1,9	0	0	3	2
Sangat tidak baik	0	0	1	0,9	0	0	1	0,7
Total	21	100	108	100	22	100	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang ditunjukkan pada tabel 4.24 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menurut biaya hidup sebulan menilai kualitas Film Ayat – Ayat Cinta secara keseluruhan, baik. Responden dengan biaya hidup rendah sebanyak 14 orang (66,7%) dari total 21 orang (100%), responden dengan biaya hidup sedang sebanyak 74 orang (68,5%) dari total 108 orang (100%) dan

responden dengan biaya hidup tinggi sebanyak 12 orang (54,5%) dari total 22 orang (100%).

b. Motivasi Responden dalam Menonton Film AAC

• Angkatan Responden

Pada bagian ini dianalisis pengaruh angkatan responden terhadap motivasi responden dalam menonton Film AAC. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.26**  
Tabel silang antara angkatan responden dengan motivasi menonton film  
N = 151

Motivasi	Angkatan								Jumlah	
	2004		2005		2006		2007			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Pernah membaca Novel AAC	9	31	17	56,7	26	55,3	20	44,4	72	47,7
Isi waktu luang	2	6,9	2	6,7	4	8,5	8	17,8	16	10,6
Mencari hiburan	8	27,6	6	20	6	12,8	6	13,3	26	17,2
Menambah pengetahuan	4	13,8	1	3,3	7	14,9	6	13,3	18	11,9
Lainnya	6	20,7	4	13,3	4	8,5	5	11,1	19	12,6
Total	29	100	30	100	47	100	45	100	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Dari hasil olah data yang ditunjukkan pada Tabel 4.26 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menurut angkatan menonton Film Ayat – Ayat Cinta dengan alasan karena pernah membaca Novel AAC sebelumnya. Angkatan 2004 sebanyak 9 orang (31%) dari total 29 orang (100%),

lalu angkatan 2005 sebanyak 17 orang (56,7%) dari total 30 orang (100%), kemudian angkatan 2006 sebanyak 26 responden (55,3%) dari total 47 orang (100%) dan yang terakhir angkatan 2007 sebanyak 20 orang (44,4%) dari total 45 orang (100%).

- **Jenis Kelamin**

Pada bagian ini dianalisis pengaruh jenis kelamin responden terhadap motivasi responden dalam menonton Film AAC. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.27**  
**Tabel silang antara jenis kelamin responden dengan motivasi responden**  
**N = 151**

Motivasi	Angkatan				Jumlah	
	Laki – laki		Perempuan		F	%
	F	%	F	%		
Pernah membaca Novel	16	29,1	56	58,3	72	47,7
Isi waktu luang	9	16,4	7	7,3	16	10,6
Mencari hiburan	12	21,8	14	14,6	26	17,2
Menambah pengetahuan	8	14,5	10	10,4	18	11,9
Lainnya	10	18,2	9	9,4	19	12,6
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>100</b>	<b>96</b>	<b>100</b>	<b>151</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang ditunjukkan pada tabel 4.27 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden perempuan sebanyak 56 orang (58,3%) dari total 96 orang (100%) mempunyai motivasi menonton film Ayat – Ayat Cinta karena pernah membaca novel Ayat – Ayat Cinta. Sementara itu motivasi responden laki – laki sebanyak 16 orang (21,9%) adalah pernah membaca novel dan 12 orang



(21,8%) adalah untuk mencari hiburan dari total responden laki – laki 55 orang (100%).

- Agama

Pada bagian ini dianalisis pengaruh agama responden terhadap motivasi responden dalam menonton Film AAC. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.28**  
**Tabel silang antara agama responden dengan motivasi responden**  
N = 151

Motivasi	Agama				Jumlah	
	Islam		Kristen		F	%
	F	%	F	%		
Pernah membaca Novel	62	50,4	10	35,7	72	47,7
Isi waktu luang	12	9,8	4	14,3	16	10,6
Mencari hiburan	21	17,1	5	17,9	26	17,2
Menambah pengetahuan	11	8,9	7	25	18	11,9
Lainnya	17	13,8	2	7,1	19	12,6
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100</b>	<b>28</b>	<b>100</b>	<b>151</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang ditunjukkan pada tabel 4.28 di atas menunjukkan bahwa lebih dari setengah jumlah responden yang beragama Islam memilih menonton Film Ayat – Ayat Cinta karena didorong oleh faktor motivasi pernah membaca novel AAC yaitu sebanyak 62 orang (50,4%) dari total 123 orang (100%) dan responden yang beragama Kristen sebanyak 10 orang (35,7%) juga memiliki motivasi yang sama sementara itu 7 orang ( 25%) memiliki motivasi untuk menambah pengetahuan dari total responden yang beragama Kristen sebanyak 28 orang (100%)

- **Biaya Hidup Responden dalam Sebulan**

Pada bagian ini dianalisis pengaruh biaya hidup responden dalam sebulan terhadap motivasi responden dalam menonton Film AAC. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.29**  
**Tabel silang antara biaya hidup responden dengan motivasi menonton film**  
**N = 151**

Motivasi	Biaya Hidup						Jumlah	
	Rendah		Sedang		Tinggi			
	F	%	F	%	F	%	F	%
Pernah membaca Novel	10	47,6	52	48,1	10	45,5	72	47,7
Isi waktu luang	4	19	9	8,3	3	13,6	16	10,6
Mencari hiburan	2	9,5	20	18,5	4	18,2	26	17,2
Menambah pengetahuan	3	14,3	14	13	1	4,5	18	11,9
Lainnya	2	9,5	13	12	4	18,2	19	12,6
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>	<b>108</b>	<b>100</b>	<b>22</b>	<b>100</b>	<b>151</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar responden menurut biaya hidup responden dalam sebulan memiliki motivasi menonton AAC dikarenakan pernah membaca Novel AAC, yaitu sebanyak 72 orang (47,7%) dari total 151 responden (100%). Biaya hidup rendah sebanyak 10 orang (47,6%) dari total 21 orang (100%), biaya hidup sedang sebanyak 52 orang (48,1%) dari total 108 orang (100%) dan responden dengan biaya hidup tinggi sebanyak 10 orang (45,5%) dari total 22 orang (100%).

c. Unsur yang Diminati dalam Film AAC

- Angkatan

Pada bagian ini dianalisis pengaruh angkatan responden terhadap unsur yang paling diminati responden dalam menonton Film AAC. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.30**

**Tabel silang antara angkatan responden dengan unsur yang diminati**  
N = 151

Unsur	Angkatan								Jumlah	
	2004		2005		2006		2007			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Sutradaranya	2	6,9	4	13,3	5	10,6	8	17,8	19	12,6
Skenarionya	12	41,4	11	36,7	14	29,8	19	42,2	56	37,1
Pemainnya	0	0	4	13,3	8	17	4	8,9	16	10,6
Setting lokasi	2	6,9	3	10	2	4,3	2	4,4	9	6
Issue/kontroversi	12	41,4	8	26,7	16	34	11	24,4	47	31,1
Lainnya	1	3,4	0	0	2	4,3	1	2,2	4	2,6
Total	29	100	30	100	47	100	45	100	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Dari hasil olah data yang ditunjukkan pada Tabel 4.30 di atas menunjukkan jawaban yang berbeda dari tiap angkatan terhadap unsur yang paling diminati dalam Film Ayat – Ayat Cinta. Angkatan 2004 dengan jumlah responden sebanyak 29 orang memilih unsur yang diminati dalam Film Ayat – Ayat Cinta adalah skenario/cerita dan issue/kontroversinya masing – masing sebanyak 12 orang (41,4%). Angkatan 2005 sebanyak 11 orang (36,7%) dari total 30 orang memilih skenario/cerita sebagai unsur yang paling diminati. Angkatan 2006 dengan total responden terbanyak 47 orang, sebanyak 16 orang (34%)

memilih issue/kontroversi, sementara itu, 14 orang (29,8%) memilih skenario/cerita. Dan angkatan 2007 sebanyak 19 orang (42,2%) memilih skenario/cerita sebagai unsur yang paling diminati dari jumlah responden 45 orang.

- Jenis Kelamin

Pada bagian ini dianalisis pengaruh jenis kelamin responden terhadap unsur yang diminati dalam menonton Film AAC. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.31**

**Tabel silang antara jenis kelamin responden dengan unsur yang diminati**  
N = 151

Unsur	Angkatan				Jumlah	
	Laki – laki		Perempuan			
	F	%	F	%	F	%
Sutradaranya	7	12,7	12	12,5	19	12,6
Skenarionya	15	27,3	41	42,7	56	37,1
Pemainnya	4	7,3	12	12,5	16	10,6
Setting lokasi	4	7,3	5	5,2	9	6
Issue/kontroversi	24	43,6	23	24	47	31,1
Lainnya	1	1,8	3	3,1	4	2,6
Total	55	100	96	100	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang ditunjukkan pada tabel 4.31 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden laki – laki menyukai issue/kontroversi yang ada dalam Film Ayat – Ayat Cinta, yaitu sebanyak 24 orang responden (43,6%) dari total responden 55 orang, sementara itu responden perempuan lebih memilih

skenario/cerita sebagai unsur yang paling diminati, sebanyak 41 orang (42,7%) dari total 96 orang.

- Agama

Pada bagian ini dianalisis pengaruh agama responden terhadap unsur yang paling diminati responden dalam menonton Film AAC. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.32**

**Tabel silang antara agama responden dengan unsur yang diminati**  
N = 151

Unsur	Agama				Jumlah	
	Islam		Kristen			
	F	%	F	%	F	%
Sutradaranya	14	11,4	5	17,9	19	12,6
Skenarionya	48	39	8	28,6	56	37,1
Pemainnya	14	11,4	2	7,1	16	10,6
Setting lokasi	9	7,3	0	0	9	6
Issue/kontroversi	34	27,6	13	46,4	47	31,1
Lainnya	4	3,3	0	0	4	2,6
Total	123	100	28	100	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang ditunjukkan pada tabel 4.32 di atas menunjukkan bahwa responden yang beragama Islam lebih menyenangi skenario/cerita dari Film Ayat – Ayat Cinta, yaitu sebanyak 48 orang (39%) dari total 123 responden. Sementara itu, responden yang beragama Kristen, sebanyak 13 orang (46,4%) menyenangi kontroversinya, dan 8 orang (28,6%) menyenangi ceritanya, dari total responden beragama Kristen sebanyak 28 orang.

- Biaya Hidup Responden dalam Sebulan

Pada bagian ini dianalisis pengaruh biaya hidup responden dalam sebulan terhadap unsur yang paling diminati dalam menonton Film AAC. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.33**

**Tabel silang antara biaya hidup responden dengan unsur yang diminati**  
N = 151

Unsur	Biaya Hidup						Jumlah	
	Rendah		Sedang		Tinggi			
	F	%	F	%	F	%	F	%
Sutradaranya	2	9,5	15	13,9	2	9,1	19	12,6
Skenarionya	10	47,6	36	33,3	10	45,5	56	37,1
Pemainnya	2	9,5	13	12	1	4,5	16	10,6
Setting lokasi	1	4,8	7	6,5	1	4,5	9	6
Issue/kontroversi	6	28,6	34	31,5	7	31,8	47	31,1
Lainnya	0	0	3	2,8	1	4,5	4	2,6
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>	<b>108</b>	<b>100</b>	<b>22</b>	<b>100</b>	<b>151</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar responden menurut biaya hidup responden dalam sebulan memilih menyenangi unsur skenario / cerita Film AAC. Responden dengan biaya hidup rendah sebanyak 10 orang (47,6%), biaya hidup sedang sebanyak 36 orang (33,3%) dan responden dengan biaya hidup tinggi sebanyak 10 orang (45,5%).

- Biaya Hidup Responden dalam Sebulan

Pada bagian ini dianalisis pengaruh biaya hidup responden dalam sebulan terhadap unsur yang paling diminati dalam menonton Film AAC. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.33**

**Tabel silang antara biaya hidup responden dengan unsur yang diminati**  
N = 151

Unsur	Biaya Hidup						Jumlah	
	Rendah		Sedang		Tinggi		F	%
	F	%	F	%	F	%		
Sutradaranya	2	9,5	15	13,9	2	9,1	19	12,6
Skenarionya	10	47,6	36	33,3	10	45,5	56	37,1
Pemainnya	2	9,5	13	12	1	4,5	16	10,6
Setting lokasi	1	4,8	7	6,5	1	4,5	9	6
Issue/kontroversi	6	28,6	34	31,5	7	31,8	47	31,1
Lainnya	0	0	3	2,8	1	4,5	4	2,6
Total	21	100	108	100	22	100	151	100

Sumber: Data primer diolah tahun 2008

Hasil olah data yang diperoleh menunjukkan bahwa sebagian besar responden menurut biaya hidup responden dalam sebulan memilih menyenangi unsur skenario / cerita Film AAC. Responden dengan biaya hidup rendah sebanyak 10 orang (47,6%), biaya hidup sedang sebanyak 36 orang (33,3%) dan responden dengan biaya hidup tinggi sebanyak 10 orang (45,5%).



## B. PEMBAHASAN

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan mahasiswa ilmu komunikasi Unhas terhadap Film AAC dan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi mahasiswa ilmu komunikasi Unhas dalam menonton Film AAC.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 151 orang dan tanggapan terhadap Film AAC dibagi menjadi sepuluh kategori, diantaranya: logika/alur cerita, konflik, penyutradaraan, akting pemeran utama pria, akting pemeran utama wanita, akting pemeran pendukung, setting lokasi, isi cerita, realitas poligami yang ditampilkan, pindah agama / keyakinan yang dilakukan salah satu tokoh.

### 1. Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unhas terhadap Film AAC

*Individual Differences Theory* beranggapan bahwa persepsi seseorang terhadap rangsangan yang sama bisa berbeda. Hal ini dikarenakan kebutuhan, nilai serta kepercayaan seseorang akan sesuatu berbeda pula. Kebutuhan, nilai, serta kepercayaan seseorang terbentuk dari faktor lingkungan yang akhirnya mendasari kepribadian mereka. Sehingga, persepsi seseorang akan tergantung pada kepribadian yang bersangkutan.

Setiap orang akan menanggapi isi media massa berdasarkan kepentingan masing – masing yang disesuaikan dengan kepercayaan dan nilai sosialnya sehingga selektivitas individu terhadap isi pesan media massa berbeda pula.

Dari 67 responden (44,4%), menanggapi logika bercerita Film AAC cukup logis. Hal ini dikarenakan Ayat – Ayat Cinta mengusung cerita yang sederhana, yang dekat dengan kehidupan sehari – hari responden. Selain itu alur cerita dalam Film AAC berkesinambungan dari awal hingga akhir, sehingga saat menonton responden tidak mengalami lompatan logika dari tiap – tiap adegan sehingga memudahkan responden dalam memahami isi cerita Film AAC.

Ketertarikan pada sebuah film juga terletak pada konfliknya. Ketika konflik yang terbangun sejak awal sampai akhir mampu menggugah emosi dan perasaan penonton, penonton terlibat secara emosional terhadap masalah yang diderita tokoh dalam cerita tersebut. Sehingga secara psikologis mereka seakan – akan masuk dan berada pada posisi tokoh tersebut. Faktor inilah yang menciptakan kedekatan antara penonton dengan film.

Dari 151 responden, 76 responden (50,3%) menilai konflik yang terbangun dalam Film Ayat – Ayat Cinta menarik. Penilaian ini menggambarkan bahwa, kuatnya pengembangan konflik dalam Film Ayat – Ayat Cinta . Konflik yang muncul dikarenakan rentetan dari masalah yang ada dan penyelesaian konflik tersebut dengan cara yang wajar dan masuk di akal. Sehingga konflik yang rumit dan bertubi – tubi namun penyelesaiannya dengan cara sederhana, menjadi kekuatan tersendiri dalam Film Ayat – Ayat Cinta.

Tanggung jawab seorang sutradara tidak hanya meliputi aspek kreatif sebuah film. Seorang sutradara bukan hanya memiliki tanggung jawab secara teknis terhadap film yang dia buat, bagaimana adegan – adegan dirangkaikan satu dengan yang lain, sudut pengambilan gambar, dan lain sebagainya. Lebih dari itu

pengedegangan juga menjadi bagian dari kerja kolaboratif antara sutradara dengan pemainnya.

Pengadegangan dalam Film *Ayat – Ayat Cinta* dinilai baik oleh 84 responden (55%). Kondisi ini menggambarkan adanya pengadegangan yang baik dari para pemain Film *Ayat – Ayat Cinta*. Akting yang kuat serta natural dari para pemain, tak lepas dari campur tangan sutradara dalam mengarahkan para pemainnya sehingga totalitas berakting seorang pemain dapat terwujud.

Terlepas dari hal di atas, akting yang kuat serta natural dari para pemain juga dipengaruhi oleh kemampuan berakting aktris dan aktor bersangkutan. Bakat alamiah serta pengalaman berakting yang cukup turut menjadi kunci kesuksesan seorang aktor/aktris dalam membawakan peran yang ia mainkan.

Penilaian terhadap akting pemain dalam Film *Ayat – Ayat Cinta* di bagi menjadi tiga kategori: Akting pemeran utama pria, akting pemeran utama wanita, serta akting pemeran pendukung. Secara umum, akting pemain dalam Film *Ayat – Ayat Cinta* dinilai baik oleh responden dari total 151 responden: 71 responden (47,0%) untuk kategori akting pemeran utama pria, lalu 73 responden (48,3%) untuk kategori akting pemeran utama wanita, kemudian 69 responden (45,7%) untuk kategori akting pemeran pendukung.

Berakting merupakan sebuah proses pemahaman dan penciptaan seorang aktor atau aktris tentang perilaku dan karakter pribadi seseorang yang diperankan. Semakin dalam pemahamannya semakin kuat pendalaman karakternya sehingga ia mampu melepaskan identitas diri dan kepribadiannya menjadi karakter tokoh yang ia perankan.

Kebangkitan perfilman Indonesia turut memunculkan wajah – wajah baru baik itu sutradara maupun para pemainnya. Semakin ketatnya persaingan di dunia layar perak, ikut mendorong kinerja para aktris dan aktor untuk berakting secara maksimal. Bukan hanya bermodalkan wajah yang tampan dengan postur tubuh yang ideal, namun kemampuan berakting juga menjadi hal yang utama ketika seorang aktor/aktris ingin berkandah di dunia perfilman.

Sebuah film terbentuk dari sekian banyak shot. Shot mendefenisikan suatu rangkaian gambar hasil rekaman kamera tanpa interupsi (Mascelli:8). Gambar yang di ambil berdasarkan tempat dimana kejadian dilangsungkan. Namun sebuah film, jika tidak dimungkinkan mengambil gambar di tempat kejadian, karena masalah teknis ataupun pertimbangan biaya produksi, para pekerja kreatif di dunia perfilman biasanya dengan mudah membuat setting lokasi sehingga gambar yang dihasilkan sama atau serupa dengan tempat aslinya.

Dalam Film Ayat – Ayat Cinta, meskipun syuting tidak dilakukan di tempat yang sesuai dengan skenario, namun kemampuan para pekerja kreatif ini patut diacungi jempol. Meskipun hasil yang diperoleh sedikit berbeda dengan gambaran nyata keadaan Mesir, namun hasilnya tidak mengecewakan. Sebanyak 67 responden (44,4%) menilai setting lokasi dalam Film Ayat Ayat Cinta, baik. Kondisi ini menggambarkan bahwa, Ayat – Ayat Cinta mampu menampilkan sense yang lain dari pada umumnya, lokasi yang eksotis dan background yang belum pernah ada sebelumnya menjadikan daya tarik tersendiri bagi yang menontonnya.

Film merupakan media bagi seorang sutradara sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan kepada penonton atau komunikan. Pesan tersebut mengandung ideologi atau nilai – nilai yang dianut oleh sutradara yang dirangkai sedemikian menjadi isi cerita dalam film tersebut. Film yang menarik tentunya harus didukung dengan isi cerita yang berkualitas. Berdasarkan penilaian responden, isi cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta dinilai baik oleh sebagian besar responden yaitu sebanyak 86 orang (57,0%).

Isi cerita merupakan alur berupa pesan yang akan disampaikan kepada penonton oleh sutradara dalam kerangka cinematografi. Penilaian ini menggambarkan bahwa Film Ayat – Ayat Cinta memiliki isi cerita berupa pesan yang cukup kuat dalam membujuk responden untuk menganut suatu sikap atau nilai – nilai budaya dalam film tersebut. Sebuah pesan yang dapat dijadikan sebagai media pembelajaran bagi responden.

Membuat film Indonesia dengan tema yang disukai adalah hal wajar mengingatkan besarnya dana yang digunakan dalam membuat sebuah film. Maka tema-tema seperti cinta, komedi dan horor menjadi tema utama dalam membuat film karena tema itu terbukti mampu menarik penonton. Namun mengangkat tema yang menjadi kontroversi di masyarakatpun memiliki nilai jual yang tak kalah tinggi.

Salah satu tema dalam Film Ayat – Ayat Cinta adalah poligami. Dari 151 responden, sebanyak 47 responden (31,1%) kurang setuju dengan poligami dalam Film Ayat – Ayat Cinta. Hal ini dikarenakan, poligami masih menjadi polemik dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Wacana poligami di Indonesia

selalu menjadi topik yang hangat di perbincangkan. Sehingga ketika realitas poligami diangkat dalam sebuah film, tak ayal timbul pro dan kontra dari kalangan penikmat film itu sendiri.

Setelah dirilis pada tanggal 28 Februari lalu, film *Ayat – Ayat Cinta* selalu menuai kontroversi. Bukan hanya karena realitas poligami yang disajikan, namun pindah agama yang dilakukan salah satu tokoh dalam film tersebut cukup mengundang kritikan tajam. Hal ini tentu saja dikhawatirkan dapat menyinggung agama lain. Namun responden Film *Ayat – Ayat Cinta*, setuju dengan pindah agama yang dilakukan oleh salah satu tokoh yaitu sebanyak 63 orang (41,7%). Kondisi ini menggambarkan bahwa, responden menilai bahwa pindah agama yang dilakukan salah satu tokoh menjadi kelebihan tersendiri dalam Film *Ayat – Ayat Cinta*. Mereka menilai hanya sebatas kesinkronannya dengan isi cerita dalam Film *Ayat – Ayat Cinta*, tanpa melihat dampaknya bagi keyakinan agama lain dalam kehidupan beragama sehari – hari.

Berdasarkan penilaian dari sepuluh kategori di atas, tanggapan terhadap kualitas Film *Ayat – Ayat Cinta*, menunjukkan sebagian besar responden yang berjumlah 100 orang (66,2%) menilai kualitas Film *Ayat – Ayat Cinta* secara umum, baik. Kondisi ini menggambarkan, Film *Ayat – Ayat Cinta* yang dinilai oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki kekuatan baik itu dari segi logika cerita, konflik yang terbangun, pengadegan, akting pemain, setting lokasi, serta isi cerita.

Menurut *Individual Differences Theory*, tanggapan seorang responden berdasarkan faktor – faktor personal, dalam penelitian ini berupa angkatan, jenis



kelamin, agama, serta biaya hidup responden dalam sebulan. Tabulasi data yang dilakukan bertujuan untuk melihat sejauh mana faktor personal seorang responden turut mempengaruhi tanggapannya.

Berdasarkan hasil tabel silang antara variable kontrol yaitu angkatan responden, jenis kelamin, agama, serta biaya hidup responden dalam sebulan dengan tanggapan responden terhadap Film Ayat – Ayat Cinta menunjukkan penilaian responden terhadap Film Ayat – Ayat Cinta dinilai baik. Terbukti dari total 151 responden, 100 orang (66,2%) (tabel 4.19) memiliki tanggapan yang sama terhadap kualitas Film Ayat – Ayat Cinta.

Dari data yang ditemukan, penulis dapat menyimpulkan, bahwa faktor personal seperti, angkatan, jenis kelamin, agama dan biaya hidup sebulan tidak terlalu mempengaruhi tanggapan responden terhadap kualitas Film Ayat – Ayat Cinta. Responden berdasarkan angkatan cenderung memiliki tanggapan yang sama terhadap kualitas film Ayat – Ayat Cinta dikarenakan latar belakang pendidikan yang sama. Selain itu, penulis juga melihat bahwa tanggapan responden lebih dipengaruhi oleh faktor penyajian film itu sendiri, baik dari segi alur cerita, konflik yang terbangun, pengadeganan, akting pemain, setting lokasi, serta isi cerita.

## 2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Responden dalam Menonton Film Ayat – Ayat Cinta

Faktor – faktor yang mempengaruhi responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta terbagi menjadi dua kategori, yang pertama motivasi



menonton, yang merupakan faktor pendorong dari diri seorang responden untuk menonton film Ayat – Ayat Cinta dan yang kedua, unsur yang paling diminati, yang merupakan faktor penarik yang terkandung dalam Film Ayat – Ayat Cinta itu sendiri.

Faktor utama yang mempengaruhi seorang responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta yaitu karena pernah membaca novel AAC yang dinyatakan oleh 72 responden (47,7%) (tabel 4.20). Novel AAC memang populer dikalangan mahasiswa. Sehingga ketika novel tersebut difilmkan, tak salah jika alasan utama sebagian besar responden menonton Film Ayat – Ayat Cinta karena pernah membaca novelnya.

Setiap orang memiliki motivasi yang berbeda – beda ketika menggunakan media massa. Ada harapan tertentu yang menimbulkan pemenuhan kebutuhan dari penggunaan media massa itu sendiri. Menurut teori *uses and gratifications* penggunaan media massa akhirnya memiliki satu tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang sifatnya spesifik. Kebutuhan tersebut berkembang dalam lingkungan sosial individu.

Dalam penelitian ini faktor utama yang mendorong seorang responden untuk menonton Film Ayat-Ayat Cinta karena telah membaca novel AAC. Responden ingin melihat bentuk visual dari novel yang pernah mereka baca. Dalam hal ini, untuk memenuhi kebutuhan afektifnya yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan penguatan pengalaman – pengalaman estetis dan menyenangkan sehingga mencapai tingkat emosional tertentu.

Faktor kedua yang mempengaruhi seseorang ketika menonton Film Ayat – Ayat Cinta adalah unsur yang terdapat dalam film itu sendiri. Mahasiswa Ilmu Komunikasi menilai unsur ketertarikan dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta adalah skenario atau ceritanya yang dinyatakan oleh 56 responden (37,1%) (tabel 4.21).

Skenario atau cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta menjadi daya tarik tersendiri bagi responden melebihi unsur – unsur lain seperti ketenaran dari seorang aktor/ aktris ataupun eksotika lokasi yang ditampilkan. Hal ini menandakan bahwa apresiasi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap film sebagai suatu karya seni cukup tinggi, karena memilih unsur dramaturgi dari sebuah film seperti unsur cerita atau plot. Sehingga responden dalam hal ini mahasiswa Ilmu Komunikasi, sebagai khalayak film termasuk dalam kelompok penonton *highbrow* yaitu kelompok yang menonton film karena alur ceritanya yang dianggap bermutu.

Selain itu, issue/kontroversi dalam film Ayat-Ayat Cinta juga mendapat perhatian yang cukup besar dari responden, sebanyak 47 orang (31,1%). Ketika dirilis tanggal 28 Februari, Film Ayat – Ayat Cinta telah menuai kontroversi. Mulai dari ketidaksesuaian antara novel dan film, realitas poligami yang ditampilkan, sampai issue keterlambatan tayang Film AAC karena mendapat ganjalan dari LSF, karena dikhawatirkan film ini akan mempengaruhi keyakinan agama lain. Namun justru, hal tersebutlah yang cukup menarik minat responden untuk menonton Film Ayat – Ayat Cinta sampai berulang kali.

Berdasarkan hasil tabulasi data antara angkatan, jenis kelamin, agama, dan biaya hidup responden dengan faktor utama yang mempengaruhi responden menonton Film Ayat – Ayat Cinta diperoleh kesimpulan bahwa variable kontrol berpengaruh pada motivasi seorang responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta. Motivasi utama sebagian besar responden dalam menonton Film AAC, dikarenakan pernah membaca novelnya. Hal ini dilakukan responden untuk memenuhi kebutuhan afektifnya. Namun fungsi film sebagai media hiburan masih memiliki peranan yang cukup kuat. Berdasarkan hasil tabulasi data di setiap kategori, alasan responden untuk menonton Film Ayat – Ayat Cinta juga untuk mencari hiburan memiliki persentase yang cukup besar, begitupun untuk mengisi waktu luang. Hal tersebut dikarenakan fungsi dan kegunaan film sebagai media massa dalam teori *Uses and Gratifications*, adalah sebagai media untuk melepaskan diri dari ketegangan (*escape/devirision*).

Sementara itu, untuk menambah pengetahuan menjadi jawaban terbanyak ketiga dari faktor yang mempengaruhi responden untuk menonton Film AAC. Hal ini dikarenakan usaha untuk memenuhi kebutuhan kognitif individu terhadap media, yaitu untuk memperkuat informasi dan pengetahuannya.

Begitupun hasil tabulasi data antara variable kontrol dengan faktor kedua yang mempengaruhi responden menonton Film Ayat – Ayat Cinta diperoleh hasil bahwa variable kontrol memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap unsur yang diminati responden dalam Film Ayat – Ayat Cinta.

Skenario atau cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta, cukup kuat sehingga mampu menghipnotis sebagian besar responden untuk menonton Film Ayat –

Ayat Cinta lebih dari sekali, selain itu, issue/kontroversinya, juga menjadi faktor yang cukup kuat dalam menonton Film AAC. Berdasarkan hasil tabulasi data, menurut variable jenis kelamin, responden laki – laki dan perempuan, memiliki alasan yang berbeda dalam menonton Film AAC (tabel 4.31). Responden laki – laki memilih issue/kontroversi, sedangkan responden perempuan memilih skenario/cerita. Sementara itu, menurut variable agama (tabel4.32), responden yang beragama Islam memilih skenario, sedangkan responden yang beragama Kristen memilih issue/kontroversi sebagai faktor kedua yang mempengaruhi menonton film AAC.

Teori psikologi umum, merumuskan konsep persepsi selektif, sehingga setiap orang akan menanggapi pesan yang berhubungan dengan media massa berdasarkan kepentingan yang dilandaskan pada kepercayaan dan nilai sosial mereka. Berdasarkan teori di atas, responden yang beragama Islam tentu saja memiliki tanggapan yang berbeda dengan responden yang beragama Kristen. Film Ayat-Ayat Cinta merupakan film yang bertema religi Islam, sehingga responden yang beragama Islam akan memilih unsur cerita sebagai alasan kedua menonton Film AAC. Hal ini dikarenakan, unsur cerita yang terdapat dalam film Ayat – Ayat Cinta sesuai dengan keyakinan atau ideologi kepercayaan yang mereka anut. Berbeda halnya dengan responden yang beragama Kristen, kontroversi mengenai pindah agama dalam Film Ayat – Ayat Cinta, tentu saja dapat mengusik keyakinan mereka, karena hal tersebut bertentangan dengan kepercayaan yang mereka anut. Sehingga tanggapan responden menurut variable agama, memiliki perbedaan yang cukup mencolok.

Untuk variable biaya hidup, sebagi faktor yang mempengaruhi responden menonton Film AAC tidak terlalu berpengaruh. Untuk responden yang dengan biaya hidup rendah, sedang, dan tinggi dalam sebulan, sebagian besar memilih skenario sebagai faktor kedua dalam menonton Film AAC.


Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor – faktor yang mempengaruhi responden dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta, faktor utama yang mempengaruhi penonton menonton Film Ayat Ayat Cinta disebabkan karena pernah membaca novel Ayat – Ayat Cinta. Sedangkan unsur yang paling diminati responden dalam Film Ayat – Ayat Cinta adalah ceritanya.

## PENUTUP

### A. KESIMPULAN

Kesimpulan ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan penelitian. Dari hasil penelitian, maka penulis berkesimpulan bahwa:

1. Tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap Film Ayat – Ayat Cinta, menunjukkan bahwa 100 responden menilai kualitas film secara keseluruhan baik. Berdasarkan penelitian disimpulkan bahwa tanggapan logika bercerita Film Ayat – Ayat Cinta cukup logis, tanggapan mengenai konflik yang terbangun dalam film, menarik. Selain itu, tanggapan terhadap pengadeganan serta akting pemain secara keseluruhan dinilai baik dan menjiwai. Adapun penilaian terhadap isi cerita dan juga mengenai setting lokasi berdasarkan hasil penelitian mendapatkan tanggapan yang baik dari responden. Selain itu, sebagian besar responden kurang setuju terhadap realitas poligami yang ditampilkan dalam Film Ayat – Ayat Cinta. Namun, berbeda halnya dengan pindah agama yang dilakukan oleh salah satu tokoh dalam Film Ayat – Ayat Cinta disetujui oleh sebagian besar responden.
2. Faktor utama yang mempengaruhi mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta adalah yang karena pernah membaca novelnya. Novel Ayat – Ayat Cinta, masih menjadi bayang – bayang yang menaungi kesuksesan Film Ayat – Ayat Cinta.



Sementara itu, faktor yang kedua faktor kedua mempengaruhi adalah unsur cerita yang diusung oleh Ayat – Ayat Cinta, berbeda dengan unsur cerita yang sudah ada sebelumnya dalam kebanyakan film nasional yang dirilis selama ini.

## **B. Saran – Saran**

Dari penelitian ini penulis mengemukakan beberapa saran:

1. Kedepannya diharapkan dunia perfilman Indonesia dihiasi oleh tema perfilman yang beragam. Jangan hanya satu tema, atau hanya mengikuti selera pasar. Sehingga penonton akhirnya memiliki pilihan tontonan yang sesuai dengan selernya masing – masing.
2. Sukses film Ayat-ayat Cinta seolah menjadi lokomotif bagi gerbong film yang bergenre sejenis. Film religius Islam kurun beberapa waktu ini mengisi ruang perfilm Indonesia. Kehadiran film – film Islami akan memberikan warna baru bagi perfilman Indonesia. Namun jangan sampai keadaan ini disalah artikan oleh sebagian orang, hanya untuk memperoleh keuntungan semata. Masyarakat Indonesia sudah seharusnya disuguhi tontonan yang bermutu, baik dari teknik penggarapan maupun isi pesannya. Bermunculannya film religi diharapkan jangan hanya mengikuti tren yang ada tanpa mempertimbangkan kualitas dari film itu sendiri.



3. Fenomena Film Ayat – Ayat Cinta tak lepas dari kesuksesan novelnya. Hal ini diharapkan mampu mengilhami sineas – sineas lainnya untuk membuat sebuah film yang berasal dari sebuah novel tanpa kehilangan identitas cerita dari novel yang dibuat. Sehingga media cetak khususnya novel mampu berjalan beriringan dengan media audiovisual khususnya film, keduanya saling mendukung dan bersinergi menciptakan media hiburan yang bermutu bagi masyarakat Indonesia.
4. Unsur cerita merupakan faktor penarik yang mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam menonton Film Ayat – Ayat Cinta. Keunikan cerita serta kreatifitas pembuat Film AAC dalam meramunya, menjadi jurus ampuh memikat hati penonton. Namun, yang tak kalah pentingnya sebuah cerita yang bagus haruslah mengandung isi pesan yang bermanfaat bagi penontonnya. Sehingga fungsi film sebagai media pembelajaran masyarakat bisa terwujud.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A.S. 1990. *Manusia dan Informasi*. Ujung Pandang: Hasanuddin University Press
- \_\_\_\_\_. 1992. *Komunikasi, Media Massa & Khalayak*. Makassar: Hasanuddin University Press
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Makassar: Hasanuddin University Press
- Bramanto, Hanung. 2007. *Novel dan Film*. (<http://hanungbramantyo.multiply.com>.) Diakses 2 April 2008 pukul 13.34 WITA)
- Cheach, Philip. Dkk. 2002. *Membaca Film Garin*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Depari, Eduar dan Collin Mc. Ndrew. 1995. *Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Effendy, Onong U. 1999. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- \_\_\_\_\_. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Haryadi, Rohmat. 2008. *Saat Bioskop Menjadi Majelis Taklim, Sihir Film Ayat – Ayat Cinta*. Bandung: PT. Mizan Publika
- Irawanto, Budi. 1999. *Film, Ideologi, dan Militer, Hegemoni Militer dalam Sinema Indonesia*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Malik, Dedy Djamaluddin dan Yosol Iriantara. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Bandung: remaja Rosdakarya
- Mascelli, Joseph V, A.S.C. 1977. *The Five C's of Cinematography*. Alih bahasa; H. Misbach Yusa Biran. Jakarta: Penerbit yayasan Citra
- McQuail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga
- Monaco, James. 1984. *Cara Membaca Sebuah Film*. Terjemahan oleh Drs. Asrul Sani. Jakarta: Yayasan Citra

- Mulyana, Deddy, M.A. 1999. *Nuansa – Nuansa Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Nugroho, Fajar. 2007. *Cara Pintar Bikin Film Dokumenter*. Yogyakarta: Indonesia Cerdas
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- \_\_\_\_\_. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada
- Shirazy, Habiburrahman El. 2008. *Ayat Ayat Cinta (Sebuah Novel Pembangun Jiwa)*. Jakarta: Republika
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum dalam Lintasan Sejarah*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sonni, Alem Febri. 2007. *Strategi Periklanan "Cinemagoers" dalam Film Cast Away (Analisi Ideologi Brand dan Persepsi Konsumen)*. Tesis, Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Rahmat, Jalaluddin. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya CV Bandung
- \_\_\_\_\_. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Wiryawan, Hari. 2007. *Dasar – Dasar Hukum Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Wulansari, Sri. 2002. *Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Unhas Terhadap Film Indonesia (Analisis New Indonesian Cinema)*. Skripsi, Makassar: Universitas Hasanuddin
- Zulqamar, Muhammad. 2007. *Tanggapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Hasanuddin Terhadap Film Horor Indonesia Tahun 2006*. Skripsi, Makassar: Universitas Hasanuddin

<http://www.detik.com> diakses 12 April 2008 pukul 14.55 WITA

<http://www.mdentertainment.com> diakses 16 April 2008 pukul 15.00 WITA

# LAMPIRAN



10. Bagaimana penilaian anda secara umum terhadap konflik yang terbangun pada Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat menarik
  2. Menarik
  3. Cukup menarik
  4. Kurang menarik
  5. Sangat tidak menarik
11. Bagaimana penilaian anda secara umum terhadap pengadeganan / penyutradaraan dalam Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat baik
  2. Baik
  3. Cukup baik
  4. Kurang baik
  5. Sangat tidak baik
12. Bagaimana penilaian anda secara umum terhadap akting pemeran utama pria (Fakhri) dalam Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat menjiwai
  2. Menjiwai
  3. Cukup menjiwai
  4. Kurang menjiwai
  5. Sangat tidak menjiwai
13. Bagaimana penilaian anda secara umum terhadap akting pemeran utama wanita (Aisha) dalam Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat menjiwai
  2. Menjiwai
  3. Cukup menjiwai
  4. Kurang menjiwai
  5. Sangat tidak menjiwai
14. Bagaimana penilaian anda secara umum terhadap akting pemeran pendukung dalam Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat menjiwai
  2. Menjiwai
  3. Cukup menjiwai
  4. Kurang menjiwai
  5. Sangat tidak menjiwai
15. Bagaimana penilaian anda secara umum terhadap setting lokasi dalam Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat baik
  2. Baik
  3. Cukup baik
  4. Kurang baik
  5. Sangat tidak baik
16. Bagaimana penilaian anda secara umum terhadap isi cerita dalam Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat baik
  2. Baik
  3. Cukup baik
  4. Kurang baik
  5. Sangat tidak baik

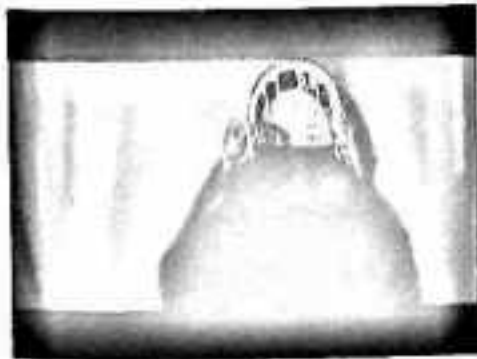
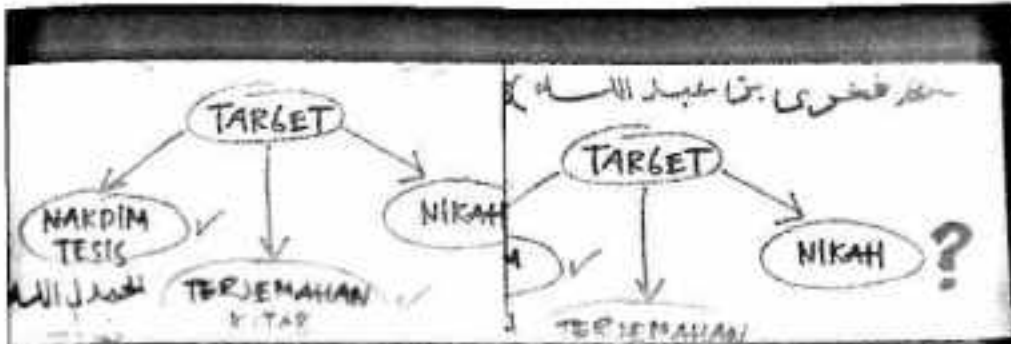
17. Bagaimana penilaian anda secara umum terhadap realitas poligami yang ditampilkan dalam Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat setuju
  2. Setuju
  3. Cukup setuju
  4. Kurang setuju
  5. Sangat tidak setuju
18. Bagaimana penilaian anda secara umum terhadap pindah keyakinan/agama yang dilakukan salah satu tokoh dalam Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat setuju
  2. Setuju
  3. Cukup Setuju
  4. Kurang Setuju
  5. Sangat tidak setuju
19. Bagaimana tanggapan anda secara umum terhadap kualitas Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sangat baik
  2. Baik
  3. Cukup baik
  4. Kurang baik
  5. Sangat tidak baik

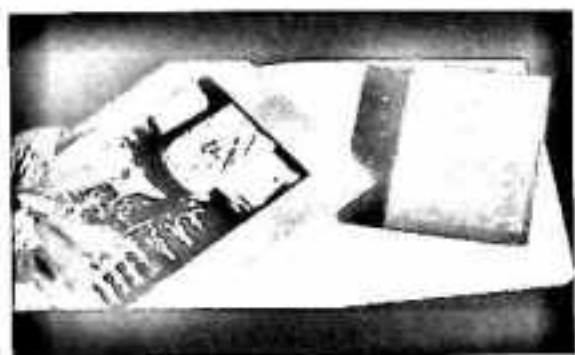
**E. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RESPONDEN DALAM MENONTON FILM AYAT – AYAT CINTA**

20. Apa yang mendorong anda untuk menonton Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Pernah membaca Novel Ayat – Ayat Cinta
  2. Mengisi waktu luang
  3. Mencari hiburan
  4. Menambah pengetahuan
  5. Lainnya (sebutkan:.....)
21. Unsur apakah yang membuat anda tertarik pada Film Ayat – Ayat Cinta?
  1. Sutradaranya
  2. Skenario/ceritanya
  3. Pemainnya
  4. Setting lokasinya
  5. Issue / kontroversi
  6. Lainnya (sebutkan: .....) )

...Terima Kasih...







MY PICTURES PRESENTS

Produced by MY PICTURES, Directed by M. HANIF, Casted by



ayatayat  
**cinta**

A FILM BY M. HANIF

CASTED BY M. HANIF

Produced by MY PICTURES, Directed by M. HANIF, Casted by

AYATAYAT CINTA

AYATAYAT CINTA

MY PICTURES

AYATAYAT CINTA



