

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MEMBANGUN KARAKTER
DALAM FILM MIRACLE IN CELL NO.7
(Studi Kasus Pada Karakter Tokoh Utama Dodo)**

Serafim Eforia Tulung

Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

E-mail: serafimtulung@icloud.com

Abstrak

Film *Miracle in Cell No. 7* merupakan salah satu karya sinematik yang berhasil memadukan elemen emosional dan naratif untuk menyampaikan pesan-pesan moral kepada penonton. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif yang digunakan dalam membangun karakter Dodo, tokoh utama dalam film tersebut, serta bagaimana strategi tersebut berkontribusi pada pembentukan nilai-nilai karakter yang relevan dengan kehidupan sosial. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui analisis isi film pengamatan adegan kunci, serta kajian literatur yang relevan. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa elemen komunikasi persuasif yang diterapkan, antara lain penggunaan simbol-simbol visual, dialog emosional, hubungan interpersonal antar tokoh, dan situasi dramatik yang menonjolkan sisi kemanusiaan Dodo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dalam film ini berhasil membangun karakter Dodo sebagai sosok yang sederhana, penuh kasih sayang, dan memiliki integritas meskipun dihadapkan pada situasi sulit. Strategi ini diperkuat oleh teknik narasi yang menggugah emosi, sehingga menciptakan ikatan emosional yang kuat antara karakter dan penonton. Selain itu, interaksi Dodo dengan karakter lain, seperti anaknya dan penghuni sel lainnya, menjadi elemen penting dalam menyampaikan nilai-nilai moral seperti kesetiaan, pengorbanan, dan cinta tanpa syarat. Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian komunikasi dalam media film, khususnya dalam memahami bagaimana strategi komunikasi persuasif dapat digunakan untuk membangun karakter yang berdampak pada pembentukan persepsi dan emosi penonton. Temuan ini juga relevan bagi praktisi perfilman yang ingin menciptakan karya dengan pesan moral yang kuat dan berkesan.

Kata Kunci — Komunikasi Persuasif, Strategi Komunikasi, Film , *Miracle In Cell No. 7*, Karakter Dodo.

Abstract

*The film *Miracle in Cell No. 7* is a cinematic work that successfully combines emotional and narrative elements to convey moral messages to the audience. This study aims to analyze the persuasive communication strategies used in shaping the character of Dodo, the main character in the film, and how these strategies contribute to the formation of values relevant to social life. The research approach is qualitative, using a case study method. Data were collected through content analysis of the film, observation of key scenes, and a review of relevant literature. The study identifies several elements of persuasive communication applied in the film, including the use of visual symbols, emotional dialogue, interpersonal relationships between characters, and dramatic situations that highlight Dodo's humanity. The results indicate that persuasive communication in the film successfully builds Dodo's character as a simple, loving figure with integrity, even when faced with difficult situations. This strategy is reinforced by emotional storytelling techniques, creating a strong emotional bond between the character and the audience. Additionally, Dodo's interactions with other characters, such as his daughter and fellow inmates, become important elements in conveying moral values such as loyalty, sacrifice, and unconditional love. This*

research contributes to the study of communication in film media, particularly in understanding how persuasive communication strategies can be used to build characters that impact the formation of audience perception and emotions. The findings are also relevant to film practitioners who wish to create works with strong and meaningful moral messages.

Keywords — *Persuasive Communication, Communication Strategy, Film, Miracle In Cell No. 7.*

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan hal yang paling krusial, sebab ia merupakan tahapan penyampaian pesan dari individu kepada yang lainnya dengan maksud menciptakan pemahaman yang sama. Sebuah komunikasi memerlukan unsur-unsur yang dapat mendukung prosesnya agar bisa efektif, yaitu komunikator sebagai pengirim pesan, isi pesan atau konten, komunikan orang yang menerima pesan, media atau saluran, dan respon balasan atau feedback. Komunikasi bertujuan menyampaikan pendapat, saling bertukar pikiran serta mempengaruhi perilaku lawan bicara sesuai yang diinginkan (Kustiawan et al., 2022). Jadi, komunikasi adalah suatu proses pertukaran pesan yang dilakukan manusia untuk kelangsungan hidupnya dan beradaptasi dengan lingkungannya.

Komunikasi sendiri terbagi atas dua bentuk, komunikasi verbal dan non-verbal, komunikasi verbal disampaikan melalui kata-kata, baik menggunakan lisan, maupun tulisan. Komunikasi verbal pun seringkali digunakan di dalam komunikasi hubungan antarmanusia, dikarenakan lebih mudah untuk saling bertukar makna, dan pikiran yang ada, penyampaian komunikasi verbal seringkali disampaikan dalam bentuk isyarat atau bahasa diam, atau apapun kecuali penyampaian melalui kata-kata, Komunikasi dalam bentuk verbal saat ini telah melahirkan bentuk komunikasi yang lebih canggih, dalam bentuk audio visual. Tindakan menyebarkan informasi kepada khalayak umum menggunakan media massa serta untuk penyebaran informasi secara luas (Taufik, 2020: 100).

Media massa adalah proses komunikasi antar individu maupun kelompok yang melibatkan penggunaan alat teknologi seperti film, radio, televisi, koran untuk menyebarkan pesan/konten kepada masyarakat yang heterogen dan menyebar diwaktu yang sama. Media massa berfungsi memberikan informasi, melakukan persuasif, menghibur dan transmisi budaya pada masyarakat (Hadi et al, 2020: 34).

Film juga dianggap sebagai alat komunikasi massa yang efektif menjangkau target audiens karena format audio visualnya yang memungkinkan mereka menyampaikan beberapa cerita dengan waktu yang singkat. Ketika menyaksikan suatu film, penonton merasa seakan-akan film tersebut memiliki kemampuan melampaui ruang dan waktu, menyampaikan pelajaran hidup, bahkan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi penontonnya (Asri, R, 2020: 74).

Film berfungsi sebagai media yang mengilustrasikan kehidupan sosial didalam masyarakat dan memberikan pelajaran serta gambaran hidup yang berharga kepada pemirsanya, sehingga menjadikannya sebagai bentuk komunikasi yang paling efektif. Sebagai semacam inovasi budaya, film menawarkan pelajaran hidup dan gambaran realistik kepada pemirsa. Kemampuan sebuah film untuk menyampaikan kondisi kesadaran manusia sangat dipengaruhi oleh kualitas konten audiovisualnya (Alfiyatun, 2019:1-2). Film disebut juga sebagai cinematographie yang diambil dari kata cinema dan *tho/phytos* bermakna gerak serta cahaya. Sehingga film secara harafiah diartikan sebagai sebuah gambar yang bergerak dengan bantuan cahaya. Film digunakan sebagai sarana menyebarkan sebuah pesan atau informasi kepada masyarakat luas, khususnya bagi yang menontonnya (Alfathoni, 2020: 2).

Film merupakan salah satu bentuk media yang lebih unggul dibandingkan bentuk

komunikasi lainnya karena mampu menjangkau khalayak yang lebih luas seta berbagai lapisan masyarakat dan film tersebut bisa berdampak bagi pengikutnya. Sebuah film yang dibuat harus memperhatikan genre dan makna yang ingin disampaikan pada penontonnya (Masni, 2020: 197).

Film memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan tentang karakter. Salah satunya adalah cara karakter tersebut digambarkan. Karena film dapat menampilkan adegan atau contoh karakter yang realistis dan dapat dijadikan teladan dalam kehidupan sosial.

Karakter merupakan sifat, watak, atau elemen dasar yang ada dalam diri seseorang, sesuatu yang bersifat abstrak. Orang sering menyebutnya sebagai kepribadian. Karakter ini merupakan inti dari diri manusia yang memengaruhi segala pikiran dan tindakannya. Kepribadian dan karakter berkaitan dengan kecenderungan untuk menilai perilaku seseorang berdasarkan norma moral dan etika. Sikap serta perilaku individu dinilai oleh masyarakat sekitar, apakah sesuai dengan harapan atau tidak, apakah dipuji atau dikritik, serta apakah dianggap baik atau buruk. (Rukhayati, 2019 : 29)

Salah satu film yang bisa menjadi alternatif dalam pembentukan karakter adalah *Miracle in Cell No.7* versi Indonesia. Film ini disutradarai oleh Hanung Bramantyo dan diperankan oleh Vino G. Bastian, Graciella Abigail, Mawar de Jongh, Marsha Timoty, Indra Warkop, Tora Sudiro, Indra Jegel, Rigen Rakelna, Bryan Domani, serta Denny Sumargo.

Film berjudul *Miracle in Cell No.7* merupakan adaptasi dari film Korea Selatan yang dirilis pada tahun 2013, yang diambil dari kisah nyata pada tahun 1972. Film ini telah di-remake dengan judul yang sama oleh beberapa negara, seperti versi India yang dirilis pada 2017, versi Turki pada 2019, dan versi Filipina pada 2019. Meskipun setiap versi memiliki perbedaan, seperti alur cerita, peran karakter, dan akhir cerita, secara umum, film ini mengisahkan tentang seorang ayah dengan kebutuhan khusus yang hidup sederhana bersama putrinya, hingga suatu peristiwa mengharuskan mereka terlibat dengan hukum.

Keberhasilan Film *Miracle in Cell No.7* versi Indonesia meraih posisi ketiga sebagai Film Indonesia dengan jumlah penonton terbanyak dan paling populer pada tahun 2022, dengan total 5.851.595 penonton dalam 22 hari penayangan. Banyaknya peminat dan antusiasme masyarakat Indonesia terhadap film ini menjadi alasan peneliti memilih *Miracle in Cell No.7* sebagai objek penelitian.

Film *Miracle in Cell No.7* mengisahkan perjuangan seorang ayah, Dodo Rozak (Vino G. Bastian) dan putrinya Kartika (Graciella Abigail/Mawar de Jongh). Dodo adalah seorang penjual balon yang memiliki keterbatasan intelektual dan autisme, yang membuatnya berperilaku seperti anak-anak. Meskipun demikian, Dodo sangat mencintai dan bertanggung jawab penuh terhadap putrinya, Kartika, yang diperankan oleh Graciella Abigail/Mawar de Jongh. Dodo membesarkan Kartika seorang diri setelah istrinya, Juwita (Marsha Timoty), meninggal. Setiap hari, Dodo dan Kartika menjalani hidup yang penuh kebahagiaan dan kesederhanaan. Mereka selalu menikmati suara kereta api yang lewat di dekat rumah mereka, baik pagi, siang, sore, maupun malam. Kartika dengan sabar mengingatkan ayahnya untuk makan tepat waktu dan mengenakan pakaian dengan benar. Meskipun Dodo memiliki perilaku seperti anak-anak, Kartika tidak merasa malu. Sebaliknya, ia merasa sangat bangga dan peduli terhadap ayahnya. Mereka tinggal di pinggiran kota dekat rel kereta, dikelilingi oleh masyarakat yang ramah dan menerima mereka apa adanya. Segalanya berubah ketika niat baik Dodo Rozak untuk menyelamatkan seorang gadis kecil yang tenggelam dikolam renang disalahartikan oleh pembantu dan tukang kebun. Akibat kesalahpahaman tersebut, Dodo Rozak terlibat dalam kasus yang menyeretnya ke hukuman mati atas tuduhan palsu pembunuhan dan pemerkosaan anak seorang pejabat politik. Selama persidangan, Dodo Rozak sama sekali

tidak mendapatkan keadilan, karena ia selalu kalah melawan pengaruh kekuasaan orang tua korban. Kondisi keterbelakangan mental yang dialami Dodo Rozak justru dimanfaatkan dengan kejam. Selama masa tahanan, ia diancam bahwa putrinya akan dicelakai dan dihasut untuk mengakui perbuatan pembunuhan yang tidak dilakukannya. Akibatnya, Dodo Rozak ditahan hingga waktu pelaksanaan hukuman mati tiba. Pengadilan memvonisnya dengan hukuman mati, dan ia dijebloskan ke dalam Sel No. 7, yang dihuni oleh para penjahat kelas berat. Di sana, Dodo akhirnya menjalin persahabatan dengan Forman/Bang Japra (Indro Warkop), Jaki (Tora Sudiro), Bewok (Rigen Rakelna), Atmo (Indra Jegel), dan Asrul "Bule" (Bryan Domani). Namun, kedatangan Dodo di sel tersebut sempat memicu kekacauan karena beberapa penghuni sel tidak menyukai alasan dia dipenjarakan, hingga berujung pada insiden pengeroyokan. Situasi tersebut tidak berlangsung lama setelah Dodo Rozak menyelamatkan Bang Japra dari serangan pisau dan menyelamatkan Hendro Sanusi (Denny Sumargo), seorang kepala sel atau sipir, dari kebakaran. Kebaikan-kebaikan yang dilakukan Dodo Rozak, ditambah dengan keterbatasan yang dimilikinya, membuat beberapa penghuni sel dan sipir mulai merasa empati. Mereka pun berusaha mencari cara untuk membebaskannya dari sel. Ketika Kartika tumbuh menjadi gadis dewasa, ia menjadi seorang pengacara yang bertekad untuk kembali memperjuangkan kasus sang ayah di meja hijau. Dalam proses persidangan, teman-teman ayahnya semasa di tahanan turut memberikan dukungan dan kesaksian untuk membersihkan nama baik Dodo Rozak, meskipun ia telah meninggal dunia akibat hukuman mati.

Hal ini menunjukkan adanya tanggung jawab, keberanian untuk mengungkap ketidakadilan, serta persahabatan yang erat. Film *Miracle in Cell No. 7* menghadirkan nilai-nilai khas seperti kejujuran, kerja keras, toleransi, persahabatan, kepedulian sosial, dan tanggung jawab. Selain itu, film ini menyampaikan pesan penting kepada masyarakat melalui alur ceritanya, yaitu untuk selalu bertindak berdasarkan kebenaran, kejujuran, dan keadilan agar tercipta kehidupan yang harmonis dan damai.

Peneliti tertarik menganalisa bagaimana membangun karakter dengan strategi komunikasi persuasif karena strategi komunikasi persuasif dinilai mampu menjadi acuan bagaimana pengembangan karakter itu dapat terjadi dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Penulis menggunakan pendekatan dengan studi kasus karakter tokoh utama dalam film yaitu dengan mencari informasi mengenai informasi yang bersangkutan.

Berdasarkan landasan tersebut, peneliti ingin meneliti tentang karakter Dodo dalam film *Miracle in Cell no.7*. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan Penelitian dengan judul "Strategi Komunikasi Persuasif Membangun Karakter Dalam Film *Miracle in Cell no.7* (2022) (Studi Kasus Pada Karakter Utama Dodo)".

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah metode ilmiah yang dilakukan untuk memperoleh data untuk tujuan tertentu (Sugiyono 2019:1). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode studi kasus yaitu dengan cara mencari sumber informasi mengenai topik yang bersangkutan yaitu mengamati karakter tokoh utama Dodo dalam film *Miracle in Cell no.7* (2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bab ini, peneliti akan menggambarkan hasil analisis dari studi dokumen yang mencakup 6 adegan dimana peneliti mengkaji tentang bagaimana Dodo sebagai tokoh utama dalam film *Miracle in Cell no.7* menggunakan strategi komunikasi persuasif dengan

3 pendekatan yaitu strategi psikodinamika, strategi persuasif sosiokultural, dan strategi the meaning construction dalam membangun karakter.


A. Analisis Data Hasil Penelitian


1. Strategi Komunikasi Persuasif Tokoh Utama Dodo dalam Membangun Karakter pada Film *Miracle in Cell No 07*

Peneliti berfokus pada bagaimana tokoh utama Dodo dalam membentuk karakter dengan menggunakan strategi komunikasi persuasif yang didalamnya terdapat strategi psikodinamika, strategi persuasif sosiokultural, dan strategi the meaning construction pada scene yang menunjukkan bagaimana Dodo membentuk karakter dengan menggunakan ketiga strategi komunikasi persuasif tersebut adalah sebagai berikut:

a. Strategi Psikodinamika

Tabel 1 dan 2 menunjukkan dua scene dimana menunjukkan adanya Strategi Psikodinamika yang terbagi atas dua yaitu penggunaan proyeksi dan penggunaan katarsis adalah sebagai berikut:


GAMBAR & DIALOG	ANALISIS
<p style="text-align: center;">Gambar 5.1 Menit 17:50</p>  <p style="text-align: center;"><i>Sumber: bstation 2024</i></p> <p>Dodo sedang membuat balon bersama Ika.</p> <p>Dialog: Dodo: “(sambil membuat balon) tanggal 7 Mei bapak ulang tahun, em hadiahnya martabak, tapi martabaknya dibuat telornya jadi tiga hehehe” Ika: “Boleh..”</p>	<p style="text-align: center;">Penggunaan Proyeksi</p> <p>Karakter Dodo dalam film <i>Miracle in Cell No. 7</i> menunjukkan penggunaan proyeksi sebagai salah satu strategi psikodinamika dalam komunikasi persuasif, terutama saat ia membuat balon bersama Ika. Proyeksi ini terlihat dari caranya mengungkapkan emosi dan harapan melalui tindakan simbolis, seperti membuat balon, untuk menyampaikan perasaan kasih sayang dan membangun kedekatan emosional dengan Ika. Tindakan tersebut mencerminkan usahanya untuk mentransfer pengalaman batin dan membangun hubungan yang lebih intim secara tidak langsung, sehingga pesan persuasif dapat diterima dengan lebih empatik oleh Ika.</p>

GAMBAR & DIALOG	ANALISIS
<p style="text-align: center;">Gambar 5.2 Menit 98:12</p> <p>Dodo sedang diancam oleh pengacara kasusnya</p>  <p style="text-align: center;"><i>Sumber: bstation 2024</i></p>	<p style="text-align: center;">Penggunaan Katarsis</p> <p>Dalam film <i>Miracle in Cell No. 7</i>, karakter Dodo menghadapi ancaman dari pengacaranya, yang mencerminkan penerapan katarsis dalam konteks strategi psikodinamika pada komunikasi persuasif. Katarsis di sini menggambarkan pelepasan emosi yang dialami Dodo sebagai respon terhadap tekanan dari pengacaranya. Hal ini digunakan sebagai upaya memengaruhi</p>

Dialog:	kondisi psikologisnya, sesuai dengan
Pengacara: “(sambil menarik kerah baju Dodo) pak Willy adalah orang sangat berkuasa, jadi dia bisa melakukan apa saja untuk membalas tindakan kamu pada Melati, kamu harus berkorban, kamu harus menyaut, kalau kamu masih memikirkan hidup dan masa depan, kamu pikirkan nasib Kartika, dia anakmu toh..”	pendekatan psikodinamika yang berfokus pada emosi dan pengalaman bawah sadar untuk membentuk atau mengubah perilaku melalui persuasi.
Dodo: “(hanya memukul-mukul meja karena tertekan)”	

b. Strategi Persuasif Sosiokultural

Tabel 3 dan 4 menunjukkan dua scene dimana menunjukkan adanya Strategi Persuasif Sosiokultural yang terbagi atas dua yaitu penggunaan emosional dalam membangun simpati dan membangun rasa rela berkorban adalah sebagai berikut:


GAMBAR & DIALOG	ANALISIS
<p style="text-align: center;">Gambar 5.3 Menit 73:09</p> <p style="text-align: center;">Dodo menyelamatkan Hendro Sanusi</p>  <p style="text-align: center;"><i>Sumber: bstation 2024</i></p> <p>Dialog: Hendro: “(berteriak) tolong... tolong.... tolong.. (setelah itu Hendro tidak sadarkan diri) Dodo: “(menerobos ruangan yang terbakar dan melihat Hendro yang tertimpa lemari besi panas) pak Hendro, pak bangun pak, pak api pak hati-hati (lalu Dodo mengangkat lemari panas itu dan menarik Hendro keluar)</p>	<p style="text-align: center;">Rasa Simpati</p> <p>Dalam film <i>Miracle in Cell No. 7</i>, tindakan Dodo yang menolong Hendro Sanusi mencerminkan rasa simpati yang dapat dijelaskan melalui strategi persuasif sosiokultural dalam komunikasi persuasif. Simpati Dodo terhadap Hendro Sanusi menunjukkan bagaimana nilai-nilai budaya dan hubungan sosial memengaruhi perilakunya. Pendekatan sosiokultural ini menekankan pentingnya konteks sosial dan norma budaya dalam membangun koneksi emosional untuk memengaruhi dan membujuk orang lain.</p>

GAMBAR & DIALOG	ANALISIS
<p style="text-align: center;">Gambar 5.4 Menit 110:23 Dodo mengakui tuduhan dalam sidang kasusnya</p>  <p style="text-align: center;">Sumber: bstation 2024</p> <p>Dialog: Jaksa: “(sambil berdiri dan menunjukan Dodo) saudara Dodo, apakah benar anda yang membunuh saudara Melati?” Dodo: “(Dodo kembali pada saat ia diancam oleh Willy Wibisono, ayah dari Melati dan kembali diruangan persidangan Dodo hanya terdiam)” Hakim: “Saudara Dodo harap jawab pertanyaan dari jaksa” Dodo: “(menoleh ke Ika dengan ekspresi tertekan dan sedih lalu mengangguk) iya pak, saya yang membunuh melati Jaksa:”Harap jawab dengan tegas, jangan main-main ini bukan bercanda” Dodo: “(sambil memukul-mukul diri) saya pembunuhnya pak saya pembunuhnya”</p>	<p style="text-align: center;">Rasa Rela Berkorban</p> <p>Dalam film <i>Miracle in Cell No. 7</i>, keputusan Dodo untuk merelakan dirinya dan mengakui sebagai tersangka dalam kasusnya menggambarkan bentuk pengorbanan yang dapat dijelaskan melalui perspektif strategi persuasif sosiokultural dalam komunikasi persuasif. Tindakan Dodo menunjukkan bagaimana norma sosial, nilai budaya, dan hubungan interpersonal memengaruhi keputusan seseorang untuk bertindak secara altruistik, bahkan jika hal itu merugikan dirinya sendiri. Strategi persuasif sosiokultural menekankan bahwa tindakan seseorang sering kali didasarkan pada konteks sosial, keterikatan emosional, dan norma kolektif yang menekankan kepentingan bersama. Dalam kasus Dodo, rasa tanggung jawab dan kasih sayangnya yang mendalam terhadap putrinya mendorongnya untuk mengorbankan dirinya demi</p>

c. Strategi The Meaning Construction

Tabel 5 dan 6 menunjukkan dua scene dimana menunjukkan adanya Strategi The Meaning Construction yang terbagi atas dua yaitu penggunaan simbolisme dan konstruksi sosial adalah sebagai berikut:

GAMBAR & DIALOG	ANALISIS

<p align="center">Gambar 5.5 Menit 127:36 Dodo naik balon udara bersama Ika</p>  <p align="center"><i>Sumber: bstation 2024</i></p> <p>Dialog: Dodo: “Ika jangan lupa..” Ika: “Lupa apa?”</p>	<p align="center">Simbolisme</p> <p>Dalam film <i>Miracle in Cell No. 7</i>, momen ketika Dodo dan Kartika naik balon udara memiliki makna simbolis yang dapat dianalisis melalui strategi <i>the meaning construction</i> dalam komunikasi persuasif. Tindakan tersebut tidak hanya menunjukkan kebersamaan dan kasih sayang antara ayah dan anak, tetapi juga mencerminkan kebebasan, harapan, dan impian yang melampaui situasi sulit yang mereka hadapi. Strategi <i>the</i></p>
<p>Dodo: “Jangan lupa hari ini, jangan lupain bapak (Ika dan Dodo saling berpelukan) Dodo: “Dadah.. kita terbang dulu yah...”</p>	<p><i>meaning construction</i> berfokus pada bagaimana makna tertentu dibangun melalui simbol-simbol yang kuat dan relevan secara emosional. Dalam konteks ini, balon udara menjadi simbol kebebasan dari tekanan hidup yang dirasakan oleh Dodo dan Kartika. Keberadaan mereka di balon udara menciptakan kesan ringan dan penuh harapan, yang mengomunikasikan pesan emosional yang dalam kepada penonton.</p>

<p align="center">GAMBAR & DIALOG</p>	<p align="center">ANALISIS</p>
<p align="center">Gambar 5.6 Menit 78:23 Hendro bertemu Dodo</p>  <p align="center"><i>Sumber: bstation 2024</i></p>	<p align="center">Konstruksi Sosial</p> <p>Dalam film <i>Miracle in Cell No. 7</i>, momen ketika Dodo dipanggil oleh Hendro Sanusi dan ditanya apakah ia membunuh Melati, lalu menjawab bahwa ia bukan pelakunya, menggambarkan sebuah konstruksi sosial yang dapat dijelaskan melalui strategi <i>the meaning construction</i> dalam komunikasi persuasif. Jawaban Dodo mencerminkan upayanya untuk membangun makna yang menegaskan kebenaran dari sudut pandangnya, meskipun berada dalam situasi yang</p>

	<p>penuh tekanan dan bias sosial. Strategi <i>the meaning construction</i> berfokus pada bagaimana individu atau kelompok menciptakan, mempertahankan, atau menantang makna dalam konteks sosial tertentu. Dalam situasi ini, Dodo mencoba membangun makna yang tidak hanya menunjukkan ketidakbersalahannya, tetapi juga menentang stereotip dan prasangka yang melekat padanya sebagai individu dengan keterbatasan intelektual. Melalui jawabannya yang sederhana namun penuh keyakinan, Dodo berusaha menunjukkan bahwa keadilan harus didasarkan pada fakta, bukan asumsi.</p>
--	---

2. Interpretasi Hasil Penelitian

Setelah menganalisis data-data dari hasil penelitian, maka selanjutnya peneliti akan menginterpretasikan data-data tersebut dengan konsep-konsep yang digunakan pada penelitian ini. Interpretasi data sangat penting sebagai upaya menganalisis hubungan antara konsep yang ada dengan yang diperoleh selama penelitian. Untuk menginterpretasikan data, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus secara menyeluruh terkait bagaimana tokoh utama Dodo dalam membangun karakter dengan menggunakan strategi komunikasi persuasif yang terdiri atas strategi psikodinamika, strategi persuasif sosiokultur, dan strategi *the meaning construction*.

Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan, yakni mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang atau audiens, beberapa strategi komunikasi persuasif yang digunakan karakter Dodo dalam membangun karakter yaitu: Strategi psikodinamika dalam komunikasi persuasif merupakan pendekatan yang menekankan peran emosi, motivasi, dan proses bawah sadar dalam memengaruhi perilaku dan sikap individu. Model ini berakar pada teori psikodinamika, yang awalnya dikembangkan dalam psikologi oleh Sigmund Freud dan kemudian dikembangkan oleh para ahli lainnya. Fokusnya adalah pada cara komunikasi dapat memengaruhi emosi dan dorongan psikologis seseorang untuk menghasilkan perubahan sikap atau perilaku yang diinginkan (Ezi, 2019:45). Dodo dan Ika sedang menyiapkan balon yang akan dijual pada besok harinya, adegan ini juga merupakan malam terakhir sebelum Dodo mendapat musibah. Adegan ini memperlihatkan bahwa Dodo adalah sosok ayah yang memiliki proyeksi sebagai ayah dari Ika yang mempunyai rasa tanggung jawab dan mampu menghidupi Ika seperti ayah yang normal pada umumnya, pemahaman emosional akan rasa cinta dan aman dibawah alam sadar Dodo yang menunjukan dimana Dodo mempunyai salah satu strategi komunikasi persuasif model psikodinamika. Lalu, Dodo diancam oleh pengacara dalam kasusnya. Dalam adegan ini Dodo diminta untuk mengakui tuduhan pada kasusnya dan menggunakan anaknya Ika sebagai ancaman jika Dodo tidak mengakui tuduhan pada kasusnya. Adegan menunjukan penggunaan katarsis dimana adegan ini Dodo menunjukan sisi emosional ketika ia diancam oleh pengacara pada kasusnya sendiri, katarsis di sini menggambarkan pelepasan emosi yang dialami Dodo sebagai respon terhadap tekanan dari pengacaranya. Hal ini digunakan sebagai upaya memengaruhi kondisi psikologisnya, sesuai dengan pendekatan psikodinamika yang

berfokus pada emosi dan pengalaman bawah sadar untuk membentuk atau mengubah perilaku melalui persuasif, bisa dilihat bahwa Dodo mempunyai strategi komunikasi model psikodinamika yaitu katarsis.

Strategi persuasif sosiokultural dalam strategi komunikasi persuasif merupakan pendekatan yang berfokus pada pengaruh faktor sosial dan budaya terhadap sikap, nilai, dan perilaku individu atau kelompok. Strategi ini mengacu pada bagaimana norma, tradisi, struktur sosial, dan konteks budaya membentuk cara orang memproses informasi, merespons pesan, dan akhirnya membuat keputusan. Dalam perspektif ini, persuasi tidak hanya bergantung pada pesan yang disampaikan, tetapi juga pada kesesuaiannya dengan konteks sosial dan budaya individu (Ezi, 2019:47). Dodo yang menolong Hendro Sanusi mencerminkan rasa simpati yang dapat dijelaskan melalui strategi persuasif sosiokultural dalam komunikasi persuasif. Simpati Dodo terhadap Hendro Sanusi menunjukkan bagaimana nilai-nilai budaya dan hubungan sosial memengaruhi perilakunya. Pendekatan sosiokultural ini menekankan pentingnya konteks sosial dan norma budaya dalam membangun koneksi emosional untuk memengaruhi dan membujuk orang lain, Dodo menunjukkan strategi komunikasi persuasif model sosiokultural keterikatan emosional dalam lingkungan sosial. Lalu berikutnya, Dodo untuk merelakan dirinya dan mengakui sebagai tersangka dalam kasusnya menggambarkan bentuk pengorbanan yang dapat dijelaskan melalui perspektif strategi persuasif sosiokultural dalam komunikasi persuasif. Tindakan Dodo menunjukkan bagaimana norma sosial, nilai budaya, dan hubungan interpersonal memengaruhi keputusan seseorang untuk bertindak secara altruistik, bahkan jika hal itu merugikan dirinya sendiri. Strategi persuasif sosiokultural menekankan bahwa tindakan seseorang sering kali didasarkan pada konteks sosial, keterikatan emosional, dan norma kolektif yang menekankan kepentingan bersama. Dalam kasus Dodo, rasa tanggung jawab dan kasih sayangnya yang mendalam terhadap putrinya mendorongnya untuk mengorbankan dirinya demi melindungi orang-orang yang ia cintai.

- a) Strategi the meaning construction dalam strategi komunikasi persuasif merupakan pendekatan yang berfokus pada bagaimana makna atau pemahaman dibangun, diciptakan, dan dipersepsikan oleh individu atau kelompok melalui komunikasi. Dalam konteks ini, strategi ini menekankan pentingnya penciptaan makna dalam proses komunikasi yang memengaruhi sikap dan perilaku individu. Strategi ini berhubungan dengan bagaimana pesan persuasif disusun untuk memengaruhi interpretasi atau pemaknaan individu terhadap informasi tertentu (Ezi, 2019:51). Dodo dan Kartika naik balon udara memiliki makna simbolis yang dapat dianalisis melalui strategi the meaning construction dalam komunikasi persuasif. Tindakan tersebut tidak hanya menunjukkan kebersamaan dan kasih sayang antara ayah dan anak, tetapi juga mencerminkan kebebasan, harapan, dan impian yang melampaui situasi sulit yang mereka hadapi. Strategi the meaning construction berfokus pada bagaimana makna tertentu dibangun melalui simbol-simbol yang kuat dan relevan secara emosional. Dalam konteks ini, balon udara menjadi simbol kebebasan dari tekanan hidup yang dirasakan oleh Dodo dan Kartika. Adegan ini menunjukkan simbolisme dimana balon udara disini memiliki makna kebebasan dan harapan. Dodo menunjukkan strategi komunikasi persuasif model the meaning construction dalam bentuk simbolisme. Lalu, Dodo dipanggil oleh Hendro Sanusi dan ditanya apakah ia membunuh Melati, lalu menjawab bahwa ia bukan pelakunya, menggambarkan sebuah konstruksi sosial yang dapat dijelaskan melalui strategi the meaning construction dalam komunikasi persuasif. Jawaban Dodo mencerminkan upayanya untuk membangun makna yang menegaskan kebenaran dari sudut pandangnya, meskipun berada dalam situasi yang penuh tekanan dan bias sosial. Strategi the meaning construction berfokus pada bagaimana individu atau kelompok menciptakan, mempertahankan, atau menantang makna dalam konteks sosial tertentu. Dalam situasi

ini, Dodo mencoba membangun makna yang tidak hanya menunjukkan ketidakbersalahannya, tetapi juga menentang stereotip dan prasangka yang melekat padanya sebagai individu dengan keterbatasan intelektual.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif dalam film *Miracle in Cell No. 7* berhasil membangun karakter tokoh utama Dodo melalui tiga strategi utama yaitu strategi psikodinamika, strategi persuasif sosiokultur, dan strategi the meaning construction. Film ini dapat menjadi contoh efektif dalam mempromosikan kesadaran dan penerimaan penyandang disabilitas. Strategi komunikasi persuasif dapat diterapkan dalam kampanye sosial dan pendidikan. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang dampak film terhadap perilaku masyarakat.

Saran

Berdasarkan penelitian tersebut, para peneliti menawarkan berbagai rekomendasi, termasuk:

- a. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya penelitiannya mengkaji lebih jauh bagaimana Dodo merupakan tokoh utama dengan variasi yang lebih tinggi dengan menggunakan metode analisis yang mendalam.
- b. Penelitian lanjutan tentang strategi komunikasi persuasif dalam film.
- c. Pengembangan program pendidikan untuk meningkatkan kesadaran penyandang disabilitas.
- d. Penerapan strategi psikodinamika dalam kampanye sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Albar & Kulsum. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bogor: Guepedia.
- Alfathoni, M. A., & Manesah, D. (2020). *pengantar teori film*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- Alpansyah. (2020). *Desain Pembelajaran Bahasa Indonesia Berbasis Nilai Karakter*. Indonesia: Guepedia.
- Bordwell, David., Thompson, K., Smith, J. (2020). *Film art*. McGraw- Hill Education. Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). *Komunikasi Massa*.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019).
- Hendrajana, I M, Darsana, I, M Mahendra, I E, & Sukaarnawa, I M. (2023). *Dasar- Dasar Metodologi Penelitian*. Solok: PT Mafy Media Indonesia.
- Hendri, Ezi. 2019. *Komunikasi Persuasif : Pendekatan dan Strategi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hidayahtullah, S., Prastya, D. A., Purnomo, D.A., & Rachmawati, I. K. (2022). *Model Pengembangan Sistem Informasi*. Ponorogo: Anggota IKAPI Jawa Timur.
- Huliyah, M. J. (2021). *Strategi Pengembangan Moral Dan Karakter Anak Usia Dini*. Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Hutasuhut, A. A. (2023). *Pesan Dakwah Dalam Film “Tarung Sarung”*. radenintan
- Ismawati Doembana, Abdul Rahmat, & Muhammad Farhan.2017. "Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. (Yogyakarta: ZAHIR Publishing) Iqra' al-Firdaus. 2020. *Buku Lengkap Tuntunan Menjadi Kameramen Profesional* (Yogyakarta: Buku Biru.)
- Jim Hoy Yam. (2020).*Manajemen Strategi Konsep & Implementasi*. (Penerbit: Nas Media Pustaka).
- Kurnia , M. R. (2023). *pendidikan karakter*. Banten: PT SADA KURNIA PUSTAKA. Masruroh Lina.(2020).“Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia”, (Scopindo Media Pustaka,).
- Mukhtashar. (2020). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Absolute Media Pratista, H. (2020). *Memahami Film*. Jakarta: Montase Press.

- Ponco Dewi Karyaningsih.2020. Ilmu Komunikasi,(Yogyakarta: Samudra Biru). Rukhayati, S. (2019). Strategi Guru PAI Dalam Membina Karakter Peserta Didik SMK AL FALAH SALATIGA. Salatiga: LP2M IAIN Salatiga.
- Rahman, A. S. (2021). Perilaku Organisasi Sebagai Suatu Konsep dan & Analisis, Bandung: nilacakra
- Sitti Roskina Mas dan Phil Ikhfan Haris.(2020). Komunikasi dalam Organisasi (Teori dan Aplikasi), (Gorontalo: UNG Press Gorontalo Anggota IKAPI)
- Situmorang, J. T. (2022). Mengenal Kepribadian Manusia. Yogyakarta: Cahaya Harapan.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi, (Jakarta: Buku Kita, 2009) Suprayitno, A., & Wahyudi, W. (2020). Pendidikan Karakter di Era Milenial. Yogyakarta: Deepublish, 32.
- Tohardi, A (2019). Pengantar Metodologi Penelitian Sosial. Pontianak: Tanjungpura University Press.
- Wahyuningsih, S. (2019). Film dan Dakwah. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Jurnal :**
- Aripin B (2016)Strategi Komunikasi Persuasif Volunteer Earth Hour Tangerang Dalam Hemat Energi (Studi Kasus Masyarakat di Kota Tangerang), (Jakarta: Repository UIN Syarif Hidayatullah,
- Arsyad, L. (2021). Membekali Anak Usia Dini dengan Pendidikan. Jurnal Pendidikan Nilai dan Pembangunan Karakter Vol.5 No.1, 61.
- Christiawan, A., Sinaga, J., & Sinambela, J. L. (2023). Kaleb dan Karakternya: Optimis, Jujur dan Optimis. JKP: Jurnal Khasanah Pendidikan , 105-106.
- Halim, Bobby, and Yosef Yulius. 2020. "Hubungan Peletakan Kamera (Angle) Dalam Iklan Berbentuk Video." JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA 5: 24.
- I Nyoman Payuyasa, K. H. (2020). Meningkatkan Mutu Pendidikan Karakter Dalam Film "Sekolah Rimba". Jurnal Penjaminan Mutu Volume 6 Nomor 2 , 190.
- Muhammad Hanif, Ahda dan Februr Rozi. (2022) . "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang." Journal of Communication and Society 1.01 14-26.
- Nuzuwir Joni, Asmawi Asmawi, and Ernita Arif. (2019) "Strategi komunikasi program tanam jajar legowo kepada masyarakat petani padi." Jurnal Antropologi: Isu-isu Sosial Budaya 21.1
- Subadi, I. (2020). Pesan Pendidikan Karakter Pada Anak Usia Sekolah Dalam Serial Film Animasi Upin & Ipin Episode "Iqra". eJournal Ilmu Komunikasi.