

DAKWAH DALAM FILM ISLAM DI INDONESIA (Antara Idealisme Dakwah dan Komodifikasi Agama)

Hakim Syah

Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah dan Komunikasi
STAIN Palangka Raya

Abstrak

Booming-nya film-film bertemakan Islam dewasa ini dalam industri perfilman nasional sesungguhnya bisa dilihat dari dua perspektif, yaitu pertama dari perspektif idealisme dakwah dan kedua dari perspektif komodifikasi agama. Dalam perspektif idealisme dakwah, film-film bertemakan Islam bisa dimaknai sebagai strategi dan politik dakwah yang dikemas melalui artefak budaya. Dakwah harus “berkompromi” dengan teknologi sehingga aktualisasi dakwah semakin bergerak dinamis menyesuaikan dinamika sosial dan budaya. Sementara dalam perspektif komodifikasi agama, film-film bertemakan Islam sesungguhnya merupakan komodifikasi

atas agama oleh produksi massa dalam bentuk budaya populer. Dalam hal ini Islam mengalami komodifikasi ketika kepercayaan dan simbol-simbolnya berubah menjadi “komoditas yang bisa dibeli dan dijual demi keuntungan.” Dalam konteks ini, komodifikasi agama melalui film-film bertemakan Islam cenderung melegitimasi budaya populer di kalangan umat Islam, utamanya kaum muda Islam. Agama pada gilirannya hanya dikonstruksi untuk memenuhi kepentingan industri (pasar) yang menganut prinsip supply dan demand.

Melalui film-film bertemakan Islam, ada semacam upaya mencari visibilitas dan legitimasi di ruang publik nasional bagi agama. Dalam kasus ini, Islam ditampilkan dengan cara yang menarik, segar, dan hybrid dalam rangka membuatnya sebuah alternatif yang menarik bagi budaya kapitalis perkotaan. Di sinilah agama tidak lagi sakral, namun beralih menjadi barang komoditas yang diproduksi oleh pasar. Terlepas dari sejumlah kritik terhadap kehadiran film-film bertemakan Islam, yang pasti film-film bertemakan Islam setidaknya memenuhi “kehausan” dan kerinduan umat Islam terhadap produk budaya yang mewakili kepentingan umat Islam, utamanya dalam kerangka pengembangan dakwah berbasis teknologi modern. Film Islami dengan demikian sesungguhnya tidak sekadar mengusung idealisme dakwah, namun juga telah berkontribusi bagi pelangganan budaya populer melalui komodifikasi agama.

Key words: Film, Industri, Dakwah, dan Komodifikasi

A. Pendahuluan

Film adalah media massa yang sifatnya sangat kompleks.¹ Film menjadi sebuah karya estetis sekaligus sebagai alat informasi yang terkadang bisa menjadi alat penghibur, alat propaganda bahkan alat politik. Beragamnya fungsi film tersebut membawa implikasi, film tidak bisa dilihat dari satu sisi budaya saja, melainkan juga harus dilihat dari sisi historis, sosial, politik maupun ekonomi.

Media massa pada umumnya seperti koran, televisi, dan film dipahami sebagai mesin produksi budaya dan pengkonstruksi realitas. Bahkan dalam banyak hal, media juga mampu menciptakan mitos-mitos yang dilanggengkan masyarakat. Media tidak lagi dipandang sebagai sarana komunikasi an sich, namun media juga dipahami sebagai mesin penanam ideologi tertentu.

Produksi pesan dalam media sesungguhnya merupakan medan benturan pelbagai kepentingan dan kekuasaan. Ruang sosial dan produksi makna yang diisi dan dikonstruksi oleh benturan kepentingan pelbagai pihak. Hal ini senada dengan pernyataan Golding, *'the production of meaning as the exercise of power'*. Produksi makna mengandaikan pertarungan kekuasaan.

Media yang notabene merupakan produk budaya (*cultural goods*), termasuk film, sesungguhnya merepresentasikan ruang dialektis pelbagai kepentingan. Film dalam konteks studi media dan budaya tidak hanya dipandang sebagai artefak hiburan semata, namun sesungguhnya sarat kepentingan dan ideologi yang diper-

¹Dalam tulisan ini penggunaan kata film dan perfilman digunakan secara bergantian tergantung konteksnya. Kata film bermakna pada karya cipta seni dan budaya yang direkam secara audio visual dan dipertunjukkan secara audio visual pula, sedangkan kata perfilman lebih merujuk pada seluruh kegiatan yang berhubungan dengan film, baik produksi, distribusi, dan konsumsi film berikut relasi di antara semua unsur tersebut. Meskipun sebenarnya ruang lingkup perfilman nasional juga meliputi perkembangan film dokumenter maupun film televisi, penulis lebih menitikberatkan kajian pada film cerita yang diproduksi untuk layar lebar. Alasannya selain karena mediumnya yang khas dengan aspek sinematografi yang kental serta audiens yang lebih bersifat intensif, film layar lebar juga melibatkan industri yang lebih besar. Di samping itu, regulasi serta data yang ada juga lebih merujuk pada film cerita layar lebar.

juangkan banyak pihak di dalamnya. Tidak mengherankan jika per-filman pun kemudian menjadi industri yang menjanjikan keuntungan melimpah. Untuk hal ini, industri film *Hollywood* masih menjadi ‘tuan’ dalam jagad industri film di bumi manusia.

Industri film sampai saat ini nampaknya menjadi lahan penghidupan tersendiri bagi para pekerja dalam industri film itu sendiri. Di Indonesia sendiri, industri film mengalami ‘pasang surut’. Secara historis film sebenarnya sudah hadir sejak jaman Belanda. Hanya saja, selama ini tidak ada perkembangan yang berarti, bahkan bagi beberapa sineas muda seperti Nan Achnas, Rudi Sudjarwo, Shanty Harmayn dan Mira Lesmana istilah perfilman nasional dianggap tidak nyata.² Menurut mereka, perfilman nasional akan berarti jika memiliki infrastruktur yang jelas, menyediakan sumber daya manusia yang mencukupi serta memiliki gaya atau tema tertentu yang didapatkan melalui proyeksi dan ekspresi sinematik dari sebuah komunitas nasional.

Perkembangan perfilman Indonesia sesungguhnya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, melainkan juga faktor lain seperti historis, sosial, budaya maupun politik. Dalam pandangan Novi Kurnia, film nasional bukan hanya menghadapi gempuran film asing (terutama *Hollywood*), tetapi juga dililit masalah yang sangat kompleks melibatkan relasi kuasa baik dari negara, pasar maupun publik. Secara berbarengan ketiga hal tersebut membentuk sekaligus memengaruhi produksi, distribusi, dan konsumsi film di Tanah Air. Novi Kurnia, (2006) ‘Lambannya Pertumbuhan Industri Perfilman’ dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM Jogjakarta Volume 9 No 3 Maret*.

Catatan sejarah telah menunjukkan bahwa perfilman Indonesia selalu timbul tenggelam dalam relasi kekuasaan antara negara, pasar, dan publik. Novi Kurnia dkk. (2004) menyatakan bahwa perfilman nasional mengalami perkembangan luar biasa secara kuantitatif dilihat dari angka produksinya adalah pada dekade 1970-an hingga 1980-an. Tingginya angka produksi film pada saat itu antara

²D. Agustinus, “Perfilman Indonesia di Mata Sineas Muda,” dalam Imaji. *Buku Tahunan Perfilman, Pertelevision, Fotografi*. Jakarta: Fakultas Film dan TV IKJ Jakarta dan Asisten Deputi Urusan Fasilitas dan Pengembangan Perfilman, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI, 2002.

lain terjadi karena pemerintah sempat mengeluarkan kebijakan impor film yang dibarengi dengan pembiayaan dalam negeri. Sementara itu, Ahmad Nashih Luthfi menyebutkan bahwa Dirjen RTF Umar Kayam di bawah Menteri Penerangan B.M. Diah pada saat itu mengeluarkan kebijakan SK No. 71 Tahun 1967 yang memacu pertumbuhan film nasional secara kuantitatif.³

Kini, dunia perfilman nasional bisa dikatakan mulai bergeliat kembali dengan kemunculan sutradara-sutradara muda sarat potensi seperti Garin Nugroho, Riri Riza, Rudi Sudjarwo, Hanung Bramantyo hingga Nia Dinata. Kesuksesan memposisikan remaja menjadi penonton potensial film Indonesia inilah yang membawa magnit tersendiri bagi beberapa produser film untuk memproduksi film-film remaja yang merebak beberapa tahun belakangan. Salah satunya adalah kemunculan kembali film-film bertemakan Islam.⁴

Hal itu menarik untuk dicermati dalam perkembangan perfilman nasional saat ini. Kemunculan film-film nasional bertemakan Islam yang mulai banyak diproduksi oleh para sineas muda di Tanah Air sesungguhnya bukan tanpa alasan. Secara statistik 88 persen dari total penduduk atau 215 juta jiwa merupakan muslim sekaligus potensi penonton film terbesar di Indonesia.

Salah satu film bernafaskan Islam yang berhasil menyedot antusiasme masyarakat penonton di Indonesia ialah film *Ayat-Ayat Cinta* garapan Hanung Bramantyo. Film ini diadaptasi dari novel karya Habiburrahman El Shirazy. Mencoba mengikuti 'kesuksesan' film bertemakan Islam pertamanya tersebut, Hanung membuat film sejenis berjudul 'Perempuan Berkalung Sorban'. Namun, film ini justru mendapat protes keras dari sejumlah kalangan, bahkan institusi sekaliber Majelis Ulama Indonesia (MUI) turut mengecam film yang satu ini. Kalangan muslim yang memprotes keras film ini beralasan

³A.N Lutfhi, "Mencari Bentuk Perfilman Nasional: Umar Kayam dan Perfilman Indonesia (1966-1969)." Dalam A. Siregar dan HT Faruk, *Umar Kayam Luar Dalam*. Yogyakarta: Pinus dan Yayasan Seribu Kunang-Kunang, 2005, hal. 77.

⁴Dalam sejarah industri perfilman Indonesia, film-film bertemakan Islam sebenarnya pernah menjadi bagian penting dari pertumbuhan dan perkembangan industri film nasional.

karena isinya justru cenderung mendiskreditkan Islam sendiri. Film yang dibintangi oleh Revalina S. Temat ini pun menjadi film kontroversial yang bernafaskan Islam.

Film bertemakan Islam lainnya yang mendapat sambutan luar biasa dari masyarakat muslim, khususnya kawula muda Islam, adalah film garapan sutradara senior Chaerul Umam berjudul *Ketika Cinta Bertasbih*. Sama dengan film-film bertemakan Islam yang lebih dulu diproduksi, film garapan Chaerul Umam inipun diadaptasi dari novel berjudul *Ketika Cinta Bertasbih*. *Setting* film tersebut yang lebih banyak menggambarkan suasana kota Mesir menjadi daya tarik tersendiri bagi para penonton.

Film *Ketika Cinta Bertasbih* ini termasuk mega film yang pernah diproduksi oleh sineas Indonesia. Biaya produksi untuk film ini mencapai 20 Milyar. Sejak dirilis dan diputar pertama kali pada tanggal 11 Juni 2009 di bioskop-bioskop di Indonesia, film ini mampu menyedot 5 juta penonton lebih. Sebuah angka yang secara kuantitatif bisa dikatakan luar biasa untuk kategori film produksi dalam negeri.

Fenomena maraknya produksi film nasional yang mengusung tema-tema Islam beberapa tahun terakhir dalam dunia perfilman di Indonesia patut untuk dicermati dan diikuti perkembangannya. Potret film Islam dalam industri perfilman nasional bisa dilihat sebagai bentuk idealisme dakwah sekaligus bentuk komodifikasi agama.

B. Ruang Representasi dan Pertarungan Ideologi Dalam Film

Media berkepentingan dalam memproduksi wacana dan menanamkan ideologi dan nilai-nilai kepada khalayak media. Dengan menggunakan media, penanaman ideologi tertentu justru mendapatkan tempatnya. Sulit dibantah bahwa ideologi akan selalu hadir dalam produk-produk media. Film dalam hal ini juga menjadi instrumen penting bagaimana ideologi dan nilai-nilai tertentu disebarluaskan dan ditanamkan ke dalam benak khalayak.

Produksi media (film) sesungguhnya merupakan representasi sebuah ideologi yang ditanamkan tersebut. Penanaman ideologi

berlangsung dengan sangat lembut (*soft practice*). Di sinilah sesungguhnya media merupakan ruang sosial di mana pelbagai kepentingan dibenturkan. Film sebagaimana media massa pada umumnya sama sekali bukan lahir dalam ruang hampa, namun film apapun yang diproduksi selalu menggambarkan praktik produksi wacana dan penanaman ideologi. Dalam konteks ini, media termasuk film sesungguhnya merupakan *ideological apparatus*.

Film tidak sekadar sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak penonton, namun juga menjadi sarana penting untuk menyebarkan dan menanamkan ideologi dan nilai-nilai tertentu. Oleh karena itu, film dan media musti dipahami sebagai arena yang tidak bebas nilai. Media tidak sekadar menjadi penghantar arus informasi, namun ia menghadirkan kembali realitas yang terjadi di masyarakat melalui sudut pandangnya. Pada tahap ini media tidak bisa lagi dimaknai sebagai institusi netral yang bebas kepentingan. Melalui teks media, sebuah ideologi bisa ditengarai bagaimana ia dikonstruksi dan diagregasi kepada khalayak.

Film mampu menjadi instrumen yang efektif dan efisien bagaimana nilai atau wacana dominan didistribusikan dan dipenetrasikan dalam benak orang sehingga bisa menjadi konsensus kolektif. Proses hegemoni yang ditawarkan dalam produksi media menjadi pola yang halus dan sering tidak disadari oleh para konsumennya. Proses hegemoni ideologi tersebut bisa berjalan seolah wajar karena nilai-nilai tersebut tersamar dalam film yang dibuat secara logis, rasional, dan sistematis.

Media adalah instrumen elit untuk menyebarkan ideologi dominan. Media adalah subjek yang mengkonstruksi realitas melalui simbol dan pemaknaannya, lengkap dengan pandangan, bias dan keberpihakannya. Media massa menentukan definisi realitas melalui pemilihan simbol dan bahasa yang tepat. Media sebagai suatu proses simbolik menghadirkan sebuah realita melalui simbol-simbol yang terdapat di dalamnya. Suatu realita yang menyajikan ulang sejumlah nilai, padahal realita itu telah diatur, direncanakan, dan dieksekusi sedemikian rupa. Tampilan media dengan simbol-simbolnya menjadi sebuah representasi terhadap realita.

Dengan demikian, jelaslah di sini bisa dipahami bahwa kata representasi sendiri berarti menggambarkan atau menceritakan, untuk menghadirkan kembali ingatan dengan mendeskripsikan, memerankan, atau mengimajinasikan konsep di dalam pikiran. Merepresentasikan dapat juga berarti mensymbolkan sebagai substitusi. Representasi mendasarkan diri pada realita yang ada pada suatu masyarakat atau realita yang menjadi referensinya; dihadirkan kembali melalui simbolisasi dalam media setelah realita itu diproduksi, dipelihara, diperbaiki dan atau diubah sedemikian rupa sehingga membentuk suatu realita baru yang seolah-olah ideal. Representasi adalah tanda yang dihubungkan dengan sebuah realitas, dan tidaklah sama antara realitas yang menjadi referensi dengan yang direpresentasikan.

Menurut David Croteau (2000) bahwa representasi bukanlah realitas yang sesungguhnya (*real world*), melainkan representasi media mengenai dunia sosial (*social world*).⁵ Jadi akan selalu terjadi kesenjangan antara realitas sesungguhnya (*real world*) dengan representasi media mengenai dunia sosial (*social world*). Dengan kata lain mungkin terjadi kekaburan makna antara nilai-nilai yang sebenarnya dengan nilai-nilai yang direpresentasikan melalui media.

Dikatakan pula oleh Stuart Hall bahwa representasi adalah konstruksi makna yang diproduksi melalui bahasa dengan menggunakan simbol-simbol yang manifestasinya bukan hanya melalui isyarat-isyarat verbal tetapi juga visual. Dalam hal ini, Hall membedakan tiga pendekatan dalam sistem representasi, yakni pendekatan reflektif, pendekatan intensional, dan pendekatan konstruksionis.⁶

Pendekatan reflektif menyatakan bahwa makna terdapat pada objek, orang, ide-ide ataupun kejadian-kejadian dalam kehidupan nyata. Bahasa dalam hal ini berfungsi seperti cermin, merefleksikan makna sebenarnya yang ada di dunia. Dalam pendekatan ini bahasa

⁵David Croteau dan William Hoynes. *Media/Society; Industries, Images, and Audiences*. London: Pine Forge Press, 2000,

⁶Stuart Hall, et.al. eds. *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson, 1980.

bekerja dengan refleksi atau peniruan sederhana tentang kebenaran yang telah ada, atau sering disebut dengan *mimetic*. Pendekatan intensional menyatakan bahwa bahasa dan fenomenanya memiliki pemaknaan atas pribadi penyampainya. Ia tidak merefleksikan tetapi berdiri atas dirinya dengan segala pemaknaannya. Setiap individu, pembicara, pengarang, termasuk sutradara sebenarnya memiliki sisi yang unik dalam memaknai segala sesuatu lewat sistem bahasa. Kata berarti apa yang coba disampaikan oleh si pengarang atau komunikatornya. Bahasa sendiri dalam hal ini tidak menjadi milik *audiens*.

Sementara itu, pendekatan konstruksionis membaca publik dan karakter sosial sebagai bahasa. Ia memperhitungkan bahwa interaksi antarsosial yang dibangunnya justru akan bisa mengkonstruksi sosial yang ada. Dalam pendekatan ini bahasa dan pengguna bahasa tidaklah bisa menetapkan makna lewat dirinya sendiri. Ia harus dihadapkan dengan sesuatu yang lain hingga memunculkan apa yang disebut interpretasi. Teori konstruksionis tidak memandang media massa sebagai sesuatu yang netral melainkan sebagai institusi sosial budaya yang terlibat dalam produksi dan konstruksi makna.

Hector melihat adanya tiga elemen dalam proses representasi. *Pertama*, sesuatu yang direpresentasikan yang disebut dengan objek. *Kedua*, representasi itu sendiri yang disebut dengan tanda, dan *ketiga*, seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan yang disebut dengan *coding*. *Coding* inilah yang membatasi makna-makna yang mungkin muncul dalam proses interpretasi tanda.

Argumen-argumen di atas nampaknya juga berlaku pada film. Film juga bisa dimaknai sebagai representasi golongan dan kelompok tertentu. Melalui film, orang atau kelompok berusaha menampilkan identitas dirinya sekaligus juga mendesakkan ideologi atau nilai-nilai yang diyakininya selama ini agar diterima sebagai sesuatu yang wajar dan alamiah. Hal ini pula yang diyakini selama ini atas peran media, tidak terkecuali film itu sendiri, yakni berperan dalam menanamkan nilai-nilai dan ideologi kelompok atau kelas dominan. Dalam konteks

industri perfilman dan media kekinian, jelas kapitalisme menjadi ideologi yang terus didengarkan.

C. Pencarian Identitas Film Islam dalam Industri Perfilman Nasional

Dalam perjalanan sejarah film Indonesia, sejak awal kehadiran film cerita pertama tahun 1926 (“Lutung Kasarung”) hingga tahun lima puluhan, boleh dibilang hampir tidak ada produser yang tertarik untuk membuat film yang mengumandangkan syiar Islam, meskipun mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Adalah sutradara Asrul Sani yang secara khusus menaruh perhatian terhadap tema-tema cerita yang bernafaskan Islam. Tahun 1959 Asrul yang juga dikenal sebagai salah seorang sastrawan terkemuka, menulis cerita/skenario sekaligus menyutradarai film *Titian Serambut Dibelah Tujuh*, produksi Murni Film. Berikut ditampilkan sejumlah film bertemakan Islam yang hadir dalam perfilman nasional.

Daftar Film Bertemakan Islam

No	Judul Film	Tahun Produksi	Sutradara
1	Titian Serambut Dibelah Tujuh	1959	Asrul Sani
2	Panggilan Nabi Ibrahim	1964	Misbach Jusa Biran
3	Tauhid	1964	Asrul Sani
4	Panggilan Kabah	1977	Chaidar Djafar
5	Al Kautsar	1975	Chaerul Umam
6	Para Perintis Kemerdekaan	1977	Asrul Sani
7	Ya Allah Ampuni Dosaku	1978	Chaidar Djafar
8	Sunan Kalijaga	1984	Sofyan Sharna
9	Sunan Gunung Jati	1985	Bay Isbahi
10	Sembilan Wali	1985	Djun Saptohadi
11	Nada dan Dakwah	1991	Chaerul Umam
12	Fatahillah	1997	Imam Tantowi & Chaerul Umam
13	Kiamat Sudah Dekat	2003	Deddy Mizwar
14	Rindu Kami Pada-Mu	2004	Garin Nugroho
15	Ayat-Ayat Cinta	2007	Hanung Bramantyo
16	Ketika Cinta Bertasbih	2009	Chaerul Umam
17	Perempuan Berkalung Sorban	2009	Hanung Bramantyo
18	Dalam Mihrab Cinta	2010	Habiburahman El Shirazy

No	Judul Film	Tahun Produksi	Sutradara
19	Sang Pencerah	2010	Hanung Bramantyo
20	Laskar Pelangi	2008	Riri Riza
21	Syahadat Cinta	2008	Gunawan Paggaru
22	Kun Fayakun	2008	Guntur Novaris
23	Emak Ingin Naik Haji	2009	Aditya Gumai
24	Di Bawah Langit	2010	Opick & Gunung Nusa Pelita
25	Doa Yang Mengancam	2008	Hanung Bramantyo
26	Tiga Doa Tiga Cinta	2008	Nurman Hakim
27	Sang Murabbi	2008	Zul Ardhia
28	Untuk Rena	2006	Riri Riza
29	Long Road To Heaven	2007	Enison Sinaro
30	Mengaku Rasul	2008	Helfi Kardit
31	Di Bawah Lindungan Ka'bah	2011	Hanny R. Saputra
32	Tanda Tanya	2011	Hanung Bramantyo
33	Sajadah Kabah	2011	Asep Kusdinar
34	Negeri 5 Menara	2012	Afandi Abdul Rachman
35	Cinta Suci Zahrana	2012	Chaerul Umam

Maraknya film-film bertemakan Islam yang diproduksi belakangan ini memunculkan pertanyaan, apa sebenarnya yang dimaksud dengan film Islami itu?. Apakah dua film yang menyedot animo masyarakat muslim Indonesia, yakni film *Ayat-Ayat Cinta* dan film *Ketika Cinta Bertasbih* bisa dikategorikan sebagai film Islami?. Kedua film tersebut memang sangat kental membawa nuansa Islam.⁷

⁷Di luar konteks film “Ayat-ayat Cinta” dan “Ketika Cinta Bertasbih”, memang telah terjadi pergeseran (kalau tidak mau dikatakan pendangkalan) makna terhadap Islam di Indonesia. Islam diidentikkan dengan pakaian panjang menutup aurat (jilbab bagi kaum perempuan dan jubah/gamis bagi kaum pria), jenggot panjang, atau pemakaian frasa-frasa dan bahasa Arab seperti *afwan* (maaf), *antum* (Anda), *akhwat* (wanita), *akhi* (mas atau saudara). Islam juga diidentikkan dengan Arab/Timur Tengah sehingga terjadi kerancuan dalam mengidentifikasi dan membedakan antara budaya Islam dan budaya Arab/Timur Tengah. Akibatnya, cerita cinta bernuansa Arab/Timur Tengah dibilang cerita Islami walaupun ceritanya tidak ada unsur Islamnya sama sekali. Pun begitu, film romantik (*Ayat-ayat Cinta*) dengan alur cerita tentang pergulatan hati seorang pemuda dalam kebingungannya menentukan pilihan di antara 4 wanita yang sama-sama mencintainya disebut-sebut sebagai film Islami hanya karena bersetting Mesir, pemainnya berjilbab dan menggunakan bahasa Arab di beberapa dialognya.

Film Islami bisa diartikan film yang akan memaparkan tentang konsep, realitas, dan kehidupan Islami dan kehidupan orang, komunitas dan masyarakat Islam. Menurut Deddy Mizwar, film Islami bukanlah yang penuh simbol, tapi substansi. Oleh karena itu, menurutnya film yang dibuat oleh orang yang bukan Islam bisa saja dibilang film Islami. Deddy Mizwar mengemukakan sebagai berikut: "Kurangnya film Islami disebabkan kurang berdayanya kita sebagai umat Islam untuk berdakwah melalui film. Karena ketidakmampuan kita dalam membuat film jangan sampai urusan berdakwah Islam diserahkan pada umat lain. Maka dari itu diharapkan para sineas muda membuat karya yang baik-baik."

Deddy juga menekankan pentingnya hubungan *film-maker* dengan keimanan. Menurut pemeran Naga Bonar ini, jika pembuatan film di tangan orang yang beriman maka akan lahir film Islam, karena dia lahir dari keimanan.⁸ Dari apa yang dinyatakan oleh Deddy Mizwar tersebut dapat dikatakan bahwa film Islami bisa dimaknai sebagai film yang lahir dari keimanan. Film bertemakan Islam telah mengundang animo kaum muda Islam untuk menikmatinya. Setidaknya hal ini bisa terlihat dari antusias penonton untuk menonton ketika film-film bernafaskan Islam disajikan ke khalayak. Tanggal 13 Maret 2008 tengah malam, SCTV mengangkat fenomena maraknya animo masyarakat terhadap film 'Ayat-ayat Cinta' dalam acara "Topik Minggu Ini" yang juga menghadirkan produser, sutradara, dan seorang pemain di film tersebut. Film yang berlatar belakang di Mesir ini kembali diulas oleh SCTV Sabtu, 15 Maret 2008, pukul 12.30. Kali ini dalam acara "Potret". Ada yang menarik dari ucapan sang sutradara bahwa film "Ayat-ayat Cinta" adalah film Islami. Selain di dua tayangan SCTV tersebut, Hanung selaku sutradara film tersebut juga mengeluarkan pernyataan serupa di majalah *Annida* edisi Maret 2008. Pada intinya sutradara yang juga terbilang sukses dengan film "Get Married" ini ingin menegaskan bahwa "Ayat-ayat Cinta" adalah film bernuansa Islam yang berbeda dengan film-film Indonesia pada umumnya.

⁸Terarsip di <http://annida-online.com/artikel-1470-deddy-mizwar-film-Islami-lahir-dari-keimanan.html>.

Melalui film-film yang diproduksi, baik secara langsung ataupun tidak, umat Islam sebenarnya berusaha menampilkan identitas dirinya. Salah satu yang bisa dicermati dari beberapa film Islami yang telah tayang di layar lebar adalah kesan untuk ‘membenarkan’ bahwa Islam yang baik adalah Islam sebagaimana tampil di film-film tersebut. Simbol-simbol agama dipandang ‘sakral’ untuk mengukur keislaman seseorang. Hal lain yang boleh jadi sangat memprihatinkan jika khalayak penonton, dalam hal ini kaum muslim, justru menyakini dan membenarkan bahwa Islam adalah arab dan arab adalah Islam.

Film bagaimanapun juga bukanlah medan yang netral dan nir-kepentingan. Film hadir sesungguhnya sebagai medan wacana sekaligus juga medan budaya. Dengan pemahaman seperti ini, maka film apa pun, termasuk film Islami harus dilihat sebagai ajang produksi wacana dan ideologi sekaligus medan untuk melanggengkan nilai-nilai dan budaya masyarakat, tidak terkecuali anggapan tentang pentingnya ‘budaya Islami’ yang selama ini dijunjung dan diperjuangkan oleh sebagian umat Islam di Indonesia.

D. Film Islam Di Antara Idealisme Dakwah Dan Komodifikasi Agama

Beberapa tahun terakhir ini, industri perfilman nasional semakin marak dengan produksi film-film garapan para sineas Indonesia.⁹ Salah satu yang bisa dicermati dari menggeliatnya dunia perfilman di Indonesia yang sempat mengalami kevakuman seiring *booming* sinetron televisi adalah semakin banyak film-film bernapaskan Islam yang diproduksi.¹⁰

⁹ Pertengahan tahun 1990-an telah dikesankan terjadi kelesuan dalam produksi Film Nasional. Data menunjukkan bahwa pada tahun 1994 hanya tercatat 26 judul film yang lahir di Indonesia, tahun 1995 sebanyak 22 film, di tahun 1996 sejumlah 34 film, tahun 1997 sebanyak 32 film dan tahun 1999 sebanyak 4 film. Dari data ini merepresentasikan bahwa film Indonesia pada masa Orde Baru mengalami stagnasi dari sisi produksi. Lihat J.B Kristanto, *Katalog Film Indonesia (1926-2005)*, (Jakarta: Penerbit Nalar), 2005, hal. 380-421.

¹⁰ Corak kehidupan keberagaman yang banyak ditampilkan dalam film-film Islam seperti genre baru dalam perfilman nasional. Menurut JB Kristanto, ada ekspektasi besar saat ini pada Islam sebagai lahan basah yang menggiurkan untuk digarap sebagai karya film. Dimulai dari Kiamat Sudah Dekat yang digawangi Deddy

Film-film tersebut banyak diadaptasi dari sejumlah karya sastra.¹¹

Sejak laris manisnya peluncuran film bertemakan Islam seperti film *Ayat-Ayat Cinta*, banyak sutradara dan produser film memproduksi film-film yang bertemakan Islam. Hanung Bramantyo merupakan salah satu sutradara muda yang film-film besutannya banyak mengusung tema Islam.

Film *Ayat-Ayat Cinta* mencatat rekor luar biasa karena ditonton oleh 3,5 juta orang, meskipun kemudian rekor tersebut mampu dilampaui oleh film *Ketika Cinta Bertasbih* yang menyedot penonton lima juta lebih. Sebuah rekor fantastis yang sulit ditandingi oleh film Indonesia lainnya.

Boleh jadi khalayak penonton muslim menganggap kedua film tersebut sebagai 'film Islami' karena latar belakang kedua film itu menggambarkan suasana Mesir dengan Universitas terkenalnya Al-Azhar yang tentu saja cukup familiar di telinga umat Islam kebanyakan. Selain suasana Mesir yang kental, parameter yang dijadikan ukuran oleh kebanyakan umat muslim boleh jadi juga karena dari sisi penampilan para aktor dan aktrisnya yang berjilbab dan sesekali menggunakan bahasa arab. Terlepas dari parameter yang digunakan, faktanya kaum muslim menganggap kedua film tersebut sangat Islami dan memenuhi kerinduan mereka atas film-film Islam selama ini.

Jika kedua film tersebut terkesan bercitarasa Mesir, maka film *Perempuan Berkalung Sorban*, lebih kental nuansa Islam Indonesia.

Mizwar (2003), diikuti buah tangan Garin Nugroho pada tahun 2004 dalam *Rindu Kami Pada-Mu*, melesatkan religi sebagai aspek yang pula dilirik dalam pangsa pasar film Indonesia. Lihat J.B Kristanto, *Katalog Film Indonesia (1926-2005)*, (Jakarta: Penerbit Nalar), 2005, hal. 418.

¹¹ Melimpahnya buku novel Islami sekarang ini berdampak pada suburnya film yang mengumandangkan syiar Islam. Hal ini seakan sebuah sinyal bahwa karya-karya Islami semakin mendapat tempat di hati khalayak. Beberapa novel dicetak ulang berkali-kali. Bahkan, oplahnya jauh melebihi novel pop terlaris. Tentu, seiring juga dengan menjamurnya lagu-lagu Islami yang dinyanyikan penyanyi dan grup band ternama. Sukses komersial film Islami berdasarkan novel membuat para produser tergiur untuk membuat film sejenis. Bahkan seperti halnya penampilan buku-buku Islami yang mewah, beberapa film Islami berdasarkan novel terlaris juga terbilang mewah karena dibuat dengan biaya mahal, mencapai puluhan miliar, dan beberapa di antaranya melakukan shooting di Timur Tengah.

Dalam film yang bercerita tentang dunia pesantren ini, sebenarnya bisa dibilang menunjukkan perkembangan kemampuan Hanung dalam mengadaptasi sebuah novel bernapaskan Islam. Bahkan kali ini, Hanung berani merasuk ke dalam persoalan yang lebih tajam, dengan mengungkapkan kontradiksi perbedaan pemahaman tentang kedudukan perempuan menurut ajaran Islam, dan kontradiksi itu terjadi di dalam ruang lingkup kehidupan suatu pesantren.

Jika menyimak pesan moral film ini, tidak mustahil akan menjadi film yang sangat “serius”, seperti halnya film “Kartini” (1983) karya Syuman Djaya yang mengungkapkan hak-hak atau emansipasi perempuan. Akan tetapi, justru di sinilah letak kelebihan Hanung. Pesan moral film ini melekat dalam kegetiran dan ketegaran seorang Anissa, putri Kiai Hanan, pemimpin pondok pesantren Nurul Huda, yang dengan “sempurna” diperankan oleh Revalina S. Temat. Hampir sepanjang film yang berdurasi 2 jam 15 menit itu, Revalina mendominasi semua adegan dengan beragam konflik, namun aktingnya tetap stabil. Akting Reva yang sangat hidup, misalnya ketika ia menghadapi suaminya yang kasar, putra seorang kiai terpandang (diperankan dengan meyakinkan oleh Reza Rahadian).

Ketepatan dalam memilih “wajah sendu tanpa dosa” Revalina sebagai pemeran Anissa, sosok yang lembut, berbakti pada orang tua, keras hati, dan kemudian menemukan jati dirinya sebagai seorang perempuan tegar dan berani, membuat film ini sepenuhnya menampilkan seorang “muslimah yang mampu bangkit dari guncangan psikologis akibat kegetiran yang datang bertubi-tubi”. Kalau ada yang bertanya, mengapa film Hanung yang berjudul *Doa yang Mengancam* kurang sukses dalam pemasaran, kurang begitu diminati penonton?. Barangkali jawabannya sudah klasik: umumnya masyarakat penonton kita kurang begitu suka jika tokoh sentralnya, tokoh yang menjadi pusat permasalahannya, adalah tokoh laki-laki. Jangan heran kalau kemudian film itu dianggap “tidak perempuan”.

Padahal film yang selama ini sangat sukses adalah film yang menjual perasaan perempuan. Tentu saja, ketidakberhasilan film tersebut dalam merebut perhatian penonton, bisa juga karena momentumnya kurang pas, atau strategi iklannya kurang gencar. Kendatipun komedian Aming sudah bermain total dan bagus dalam

film *Doa Yang Mengancam*, tetapi ia tidak mewakili perasaan mayoritas penonton yang umumnya perempuan. Penonton tidak akan ikut larut dalam suasana marah, menangis, atau bersimpati terhadap nasib tokoh Madrim yang diperankan Aming. Padahal emosi seperti itulah yang berhasil mengharu biru perasaan penonton manakala larut dengan penderitaan tokoh-tokoh perempuan dalam film *Ayat-Ayat Cinta* dan *Perempuan Berkalung Sorban*.

Jika kita menyimak film-film Islami sebelumnya, ketidakberhasilan menyita perhatian penonton itu, terbukti antara lain karena tokoh sentralnya memang bukan perempuan, melainkan laki-laki, misalnya dalam film *Titian Serambut Dibelah Tujuh* (Chaerul Umam) pemeran utamanya El Manik, sedangkan dalam film *Al Kautsar* (Chaerul Umam) pemeran utamanya Rendra. Berbeda dengan keberhasilan film *Sunan Kalijaga* yang diperankan oleh Deddy Mizwar, sukses komersial film tersebut antara lain karena ketokohan Sunan Kalijaga-nya sudah sangat populer di kalangan umat Islam. Boleh dibandingkan pula dengan sukses film lainnya yang bukan film Islami, ternyata film yang juga menggunakan nama tokoh perempuan, antara lain *Ada Apa dengan Cinta?*, dan *Petualangan Sherina*. Bahkan film hantu yang sukses pun, umumnya hantu perempuan.

Jika film *Ayat-Ayat Cinta* menggambarkan sekian banyak perempuan yang berwajah cantik (Carissa Putri, Rianti Cartwright, Zaskia Mecca), sehingga menjadi film melodrama romantis yang manis, maka film *Perempuan Berkalung Sorban* kebalikannya. Dengan hanya mengandalkan Revalina sebagai tokoh sentral, telah menjadikan sebuah film yang penuh optimisme, malah agak radikal, dan *ending*-nya sesuai dengan judul buku kumpulan surat-surat R.A. Kartini *Habis Gelap Terbitlah Terang*.

Maraknya produksi film Islami belakangan ini dalam industri perfilman di tanah air bisa jadi karena agama telah bersentuhan langsung dengan budaya populer. Agama telah masuk dalam industri budaya melalui produksi film. Bertemunya agama dan budaya populer sesungguhnya bisa dilihat sebagai fenomena kemasakan hiburan keagamaan. Ditopang oleh kekuatan media dan teknologi komunikasi, agama pun menjadi produk industri. Agama pun pada gilirannya menjadi komoditas industri media (film).

Kemunculan film-film Islami beberapa tahun terakhir bisa dibilang sebagai sebuah terobosan baru dan kejelian para pekerja film, termasuk para sutradara film dalam mengikuti dinamika sosial, ekonomi, politik, dan budaya masyarakat. Dengan demikian, kemunculan film-film Islami sesungguhnya tidak bisa dilihat secara normatif, dalam arti mewakili sepenuhnya kepentingan umat Islam di Indonesia.

Melalui media film, agama dikemas sedemikian rupa sebagai komoditas yang penting. Komodifikasi¹² agama pada gilirannya hanya akan menjadikan agama tidak lebih dari barang komoditas industri. Dengan begitu, agama pun larut dalam *mainstream* budaya pop yang ditopang sepenuhnya oleh media. Tidak semua sutradara dan produser film memiliki idealisme untuk mengangkat film-film bertemakan Islam. Hanung Bramantyo sebagai sutradara mungkin memiliki idealisme besar untuk mengangkat Islam dalam film-filmnya. Namun ia belum berhasil menunjukkan hal itu dalam *Ayat-Ayat Cinta*. Ia harus “bertarung” dengan produser yang tidak mau bertaruh dengan idealisme yang terlalu tinggi. Bagi produser idealisme tidaklah penting sepanjang produksinya bisa laku keras. Alih-alih ingin membuat film yang kental dengan Islam, yang terjadi dalam produksi *Ayat-Ayat Cinta* Hanung justru harus menyerah pada keinginan produser untuk menjadikan film tersebut seromantis mungkin.

Dalam konteks kehadiran film-film bertemakan Islam inilah sesungguhnya bisa dikatakan bahwa Islam hanyalah label yang digunakan untuk menarik penonton lebih banyak lagi. Agama tengah “berbulan madu” dengan budaya pop yang banyak ditampilkan dalam film Islami di negeri ini. Dengan kata lain, film tidak juga sepenuhnya membawa idealisme dakwah itu sendiri. Film hadir sebagai ruang representasi dan pertarungan identitas yang dicipta sedemikian rupa. Kehadiran film-film Islam tentu menjadi ruang

¹²Komodifikasi diartikan sebagai proses ketika objek, kualitas, dan penanda diubah menjadi komoditas yang tujuan utamanya adalah untuk dijual di pasar. Lihat Chris Barker, *The SAGE Dictionary of Cultural Studies*. (London: Thousands Oaks), 2004, hal. 28.

budaya yang bisa mewarnai keberagaman muslim atas nama dakwah atau “Islamisasi”.

E. Penutup

Maraknya film bernafaskan Islam belakangan ini merupakan warna baru dalam industri perfilman di tanah air. Fenomena ini bisa diartikan bahwa agama telah bersentuhan langsung dengan budaya populer yang ditopang sepenuhnya oleh kekuatan media komunikasi. Film-film Islami yang banyak diproduksi belakangan ini bisa jadi merupakan upaya untuk menampilkan Islam dan identitas umat Islam. Dengan cara begitu, film pun bisa dilihat sebagai representasi umat Islam untuk mendesakkan nilai-nilai Islam dalam masyarakat. Melalui film-film yang diproduksi, ideologi pun diintegrasikan agar dipandang sebagai sesuatu yang wajar dan berjalan alamiah.

Kepentingan bisnis media, termasuk perfilman diakui ataupun tidak, jelas menjadi faktor lain yang turut mendorong produksi film-film Islami belakangan ini, selain tentu saja faktor politik. Film bagaimanapun juga musti dilihat sebagai medan wacana sekaligus medan budaya yang terus diperebutkan.

Di kalangan umat Islam saat ini telah tumbuh sebuah gaya hidup yang mengacu pada lambang-lambang yang disebut Islami seperti sastra Islami, jurnalisme Islami, wisata Islami, pemukiman Islami, sekolah Islami, pakaian Islami, musik Islami, bank Islami hingga film Islami. Dikotomi Islami-tidak Islami ini telah melahirkan dua pemisahan antara Islam dan tidak Islam yang pada gilirannya telah melahirkan bentuk sensibilitas dan semangat religius yang secara tidak sadar telah berubah menjadi bagian dari industri konsumsi gaya hidup. Sensibilitas keagamaan telah menjalani komodifikasi (komoditas) di pentas konsumsi massa yang dikonstruksi dalam sebuah pola kehidupan masyarakat Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, D. 'Perfilman Indonesia di mata Sineas Muda', dalam Imaji. *Buku Tahunan Perfilman, Pertelevision, Fotografi*. Jakarta: Fakultas Film dan TV IKJ Jakarta, 2002.
- Burton, Graeme, *Media dan Budaya Populer*. Jogjakarta: Jalasutra 2008.
- _____, *Yang Tersembunyi di Balik Media*. Jogjakarta: Jalasutra, - 2008.
- Barthes, Roland, *Mitologi* (terj. Nurhadi & Sihabul Millah. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.
- Bungin, Burhan, *Imaji Media Massa*. Yogyakarta: Jendela. 2001.
- Curran, J. Dan Michael G. Eds. *Mass Media and Society*. London & New York: Edward Arnold. 1992.
- Croteau, David dan William Hoynes. *Media/Society; Industries, Images, and Audiences*. London: Pine Forge Press. 2000.
- Fidler, Roger. *Mediamorfosis* (Terj. Hartono Hadikusumo. Yogyakarta: Bentang Budaya. 2003.
- Hall, Stuart, et.al. eds. *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson. 1980.
- Ibrahim, Idi Subandy. Ed. *Lifestyle Ecstasy Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra. 2004.
- Irawanto, Budi. 'Melepas Jerat Kritik Formalistik: Mencari Dataran Baru Kritik Film Indonesia' dalam Nunung Prajarto (penyunting) *Media Komunikasi: Siapa Mengorbankan Siapa*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi UGM. 2006.
- Imanjaya, Ekky. *A to Z About Indonesia Film*, Bandung: Mizan. 2006.
- Kristanto, J.B. *Katalog Film Indonesia 1926-2005*. Jakarta: Penerbit Nalar. 2005.
- Kurnia, Novi. 'Lambannya Pertumbuhan Industri Perfilman' dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM Jogjakarta Volume 9 No 3 Maret*. 2006.

- Luthfi, A.N. 'Mencari Bentuk Perfilman Nasional: Umar Kayam dan Perfilman Indonesia (1966-1969)'. Dalam Ashadi Siregar dan HT Faruk, *Umar Kayam Luar Dalam*. Yogyakarta: Pinus dan Yayasan Seribu Kunang-Kunang. 2005.
- Piliang, Yasraf Amir. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra. 2003.
- Shoemaker, Pamela J. & Stephen D. Reese. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. London: Longman. 1996.
- Storey, John. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop* (Terj. Laily Rahmawati). Yogyakarta: Jalasutra. 2007.
- Tester, Keith. *Immor(T)alitas Media*. Jogjakarta: Juxtapose. 2009.
- _____. *Media, Budaya dan Moralitas* (terj. Muhammad Syukri). Yogyakarta: Juxtapose. 2003.