Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Volume 1, Nomor 2 (2016) 1-18
Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung
https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh

Pengemasan Konsep Film Dakwah pada Komunitas "Salman Film" ITB

Annisa Nuraziza*, Chatib Saefullah, & Aep Wahyudin
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung
**Email: annisa.nuraziza@student.uinsgd.ac.id*

ABSTRAK

Tulisan ini membahas kreativitas ide, proses produksi, pasca produksi dan nilai idiologis yang digagas oleh komunitas Salman Film. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan hirarki. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa (1) kreativitas ide pengemasan konsep film yang dilakukan komunitas Salman Film ini berasarkan ajaran Islam dengan pengemasan yang tidak menggurui penonton, (2) Produksi film yang dilakukan telah memenuhi standar produksi film yang baik yaitu meliputi tata suara, tata artistik, pengambilan gambar, penyutradaraan dan proses shooting, (3) Proses Pasca Produksi yang dilakukan adalah promosi dan distribusi secara konvensional melalui, billboard, kampanye di sosial media. Kemudian iklan di Tv dan juga melakukan wawancara di Tv apabila film layar lebar, dan (4) Idiologi produksi fil Komunitas Salman Film ini adalah konsep Islam *rahmatan lil alamin*.

Kata Kunci : Dakwah Media; Film Dakwan; Komunitas Salman Film

ABSTRACT

This paper discusses creativity of ideas, production processes, post production and idiological value initiated by Salman Film community. The method used in this research is descriptive qualitative method by using approach of hierarchy. The results of this study show that (1) Creativity idea of packing the concept of film by Salman Film community is based on Islamic teachings with packaging that does not patronize the audience. (2) The production of the film has fulfilled the standard of good film production which includes sound system, artistic, shooting, directing and shooting process. (3) Post-

Diterima: April 2016. Disetujui: Mei 2016. Dipublikasikan: Juni 2016

Production Process is done through promotion and distribution conventionally by billboards, social campaign media. Then advert on TV and also do an interview on TV when the movie is big screen. (4) Idiology of production film salman community of this film is the Islamic concept of rahmatan lil alamin.
Keywords: *Da'wah Media; Da'wah Movie; Salman Film Community.*

PENDAHULUAN

Film saat ini menjadi salah satu pilihan masyarakat di seluruh dunia untuk mengejar kesenangan dan memenuhi kebutuhan hiburannya. Selain sebagai hiburan, film juga digunakan sebagai media edukasi dan informasi. Kebutuhan akan edukasi dan informasi atau kebutuhan kognitif ini menurut pandangan psikologi kognitif, didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Menurut Dr. Yusuf Al-Qaradhawy dalam bukunya "*Madkhal li-Ma'rifatil Islam*" (Pengantar Kajian Islam) Agama juga menjadi salah satu kebutuhan manusia. Dalam upaya memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, maka lahirlah film dakwah. Film dapat memainkan peran dirinya sebagai saluran menarik untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu dari dan untuk manusia, termasuk pesan-pesan keagamaan yang lazimnya disebut dakwah.

Banyak dari masyarakat luas pada hari ini yang menggunakan media film sebagai alat untuk berdakwah, hal ini bisa kita jumpai tidak hanya di layar-layar besar seperti di televisi dan bioskop saja, melainkan melalui internet yakni berupa *website* dan *Youtube channel* tertentu. Berbicara mengenai film, maka tak luput dari bagaimana film itu dikemas atau dibuat oleh si *filmmaker* (pembuat film). Pengemasan film dakwah menurut Asep Saeful Muhtadi (2012), tidak harus hadir secara "terus terang" dengan menggunakan simbol "dakwah" atau simbol-simbol eksplisit lainnya, lebih-lebih jika dakwah dimaksudkan untuk kita pahami secara lebih terbuka, sebagai upaya konstruktif seseorang untuk melakukan perubahan suatu situasi menjadi situasi baru yang lebih baik, karena dengan menggunakan pemahaman dakwah seperti itu, banyak film yang dapat dikategorikan sebagai film dakwah.

Banyak film-film bernuansa religi seperti *Kun Fa Yakun, Haji Backpacker, Surga Yang Tak Dirindukan,* dan sebagainya yang membuktikan tingginya minat masyarakat terhadap film-film yang bernuansa religi tersebut, terutama jika melihat momen-momen tertentu seperti saat bulan Ramadhan, *lebaran* dan sebagainya. Dengan kata lain, film-film dakwah juga merupakan proyek yang menjanjikan secara materi.

Berbicara mengenai film, maka tak luput dari bagaimana film itu dikemas atau dibuat oleh *filmmaker* (pembuat film). Pengemasan film dakwah menurut Asep Saeful Muhtadi (2012), tidak harus hadir secara "terus terang" dengan menggunakan simbol "dakwah" atau simbol-simbol eksplisit lainnya, lebih-lebih jika dakwah dimaksud kita pahami secara lebih terbuka, sebagai upaya konstruktif seseorang untuk melakukan perubahan suatu situasi menjadi situasi baru yang lebih baik, karena dengan menggunakan pemahaman dakwah seperti itu, banyak film yang dapat dikategorikan sebagai film dakwah.

Peran seorang produser yang sering kita kenal sebagai orang yang berani menanamkan modal dalam film, kemudian dibuat oleh seorang sutradara berdasarkan naskah yang ditulis oleh seorang *scriptwriter* juga mempengaruhi kemasan dalam sebuah film. Karena berbicara tentang film dakwah pun tidak semata-mata hanya tentang konten belaka, tapi juga bagaimana proses ide cerita dakwah tersebut dibuat berdasarkan nilai-nilai Islam, bagaimana seorang pemeran memainkan perannya (Fatoni, 2008) hingga penonton dapat menangkap pesan positif dari film tersebut dan mengamalkannya, dan bagaimana film itu dapat diterima oleh masyarakat, menjadi pokok-pokok penting dalam pembuatan sebuah film.

Salman Film merupakan organ dari Majelis Budaya Salman dikenal menjadi salah satu komunitas film Bandung yang memproduksi film dakwah. *Salman Film* yang bernaung di Masjid Salman ITB memunculkan identitasnya dengan mengenalkan beberapa filmnya yang menyisipkan nilai-nilai agama, moral dan budaya. *Salman* juga mewadahi pendidikan film dengan lebih fokus pada nuansa Islam tapi dalam artian yang luas, yakni tidak dikerangkeng dalam identitas Islam yang formal, melainkan lebih pada hal-hal substansial dalam ranah yang lebih komprehensif.

Nilai-nilai yang ingin diwadahi identik dengan nilai-nilai kebudayaan secara universal. Ini dilandaskan pada pemikiran bahwa film dapat menjadi sarana perubahan sosial, sebagai media untuk bergerak ke tatanan yang lebih baik. Untuk mewujudkan misinya tersebut, *Salman Film Academy* bekerjasama dengan Pusat Pengembangan Film dan TV (P2FTV) pimpinan Budiyati Abiyoga, produser film nasional, menggagas program Master Class dan Film Class. Kedua program ini adalah program rutin yang akan dijadikan lokomotif bagi pemenuhan tujuan *Salman Film Academy*. (Alfajri, 2015).

Diantara karya-karyanya ialah produksi film panjang pertama yang berjudul "My Sister and I" dan mengadakan launching di Bioskop Majestic,

Braga pada tahun 2004. "Ben" (2005), "Gue" (2006), dan masih banyak lagi, serta memproduksi puluhan film pendek yang dapat ditonton pada situs *Salman TV* yang merupakan Youtube channel. *Salman Film* juga tengah memproduksi film layar lebar pertamanya yang berjudul *"Iqro': Petualangan Meraih Bintang"* yang disutradarai langsung oleh pihak *Salman*, serta melibatkan kru dari *Salman Film Accademy,* juga dibintangi oleh Cok Simbara, Neno Warisman, Meriam Belina, Mike Lucock, dan Adhitya Putri.

Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Salman Film di Yayasan Pembina Masjid Salman ITB yang bertempat di Masjid Salman ITB Jl. Ganesha 7 Bandung 40132. *Salman Film* di pilih karena didirikan langsung oleh Yayasan Pembina Masjid Salman ITB, yang memang sudah dikenal dalam kegiatan ke-Islamannya. Kebanyakan rumah produksi bersifat komersial dan tidak terlalu memikirkan konten/isi medianya sedangkan *Salman Film* didirikan dalam maksud memberikan pendidikan perfilman yang baik, dengan tidak meninggalkan nilai-nilai moral, agama dan budaya. *Salman Film* juga mewadahi dan memberikan ruang pada orang-orang yang menyukai film dan mau berkarya.

Rumusan dari pertanyaan penelitian ini ialah bagaimana kreativitas ide pengemasan konsep film dakwah, bagaimana pelaksanaan produksi film dakwah yang terdiri dari proses tata suara, tata artistik, pengambilan gambar, penyutradaraan dan proses *shooting*, bagaimana pasca produksi film dakwah yang terdiri dari proses editing, promosi dan distribusi, dan bagaimana nilai-nilai / ideologi Salman Film Yayasan Pembina Masjid Salman ITB dalam mengemas film dakwah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode studi kasus.

LANDASAN TEORITIS

Menurut Aliyudin (2010: 194) "Metode dakwah merupakan salah satu unsur dakwah yang memiliki peran penting dan strategis untuk keberhasilan dakwah". Metode dakwah senantiasa mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan situasi dan kondisi jamannya. Media dakwah merupakan peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Hal ini sejalan dengan definisi yang dibuat oleh Moh. Ali Aziz yang menyatakan bahwa media dakwah ialah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah (Aziz, 2004: 405). Film dapat dijadikan media dakwah dengan kelebihannya sebagai audio visual. Media film yang

menyuguhkan pesan hidup dapat mengurangi keraguan yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan (Aziz, 2004: 426).

Dulwahab (2010: 23) berpendapat bahwa Fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa kemajuan penting. Di ranah praktis, konvergensi media tidak saja memperkaya informasi yang disajikan, namun juga memberi berbagai alternatif pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan seleranya. Persis seperti yang dikatakan Preston (2001), bahwa konvergensi media memberikan kesempatan baru dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh informasi, baik yang bersifat visual, audio, data dan sebagainya**.**

Jika film dan sinetron digunakan sebagai media dakwah maka hal pertama yang harus diisi misi dakwah adalah naskahnya, kemudian diikuti skenario, shooting, dan acting-nya. Memang membutuhkan keseriusan dan waktu yang lama membuat film dan sinetron sebagai media dakwah, karena di samping prosedur dan prosesnya lama dan harus profesional juga memerlukan biaya yang cukup besar (Munir, 2013: 121).

Media tabligh, diuraikan dengan kata media yang berasal dari bahasa latin *Medius* yang secara harfiah berarti "Tengah, perantara, atau pengantar". Media adalah segala alat bantu yang dapat digunakan sebagai perantara untuk menyampaikan bahan yang telah direncanakan. Sedangkan tabligh menurut Munawir yang dikutip oleh Sukayat (2009: 87) berasal dari akar kata (*ballagha, yuballighu, tablighan*), yang berarti menyampaikan.

Sukayat (2009: 91) memandang bahwa dari segi pendekatannya, apabila mengacu pada definisi dan contoh *tabligh* yang dilakukan oleh Rasulullah Saw, dapat dibagi menjadi dua, yaitu *tabligh* melalui tulisan (*kitabah*) dan *tabligh* melalui lisan (*khithabah*). Sejalan dengan perkembangan zaman, *tabligh* tidak lagi dipahami dengan penyampaian pesan melalui lisan dan tulisan saja, akan tetapi merambah pada dimensi-dimensi lain yang lebih luas. Selain dari pada kitabah dan khithabah yang sudah populer dan disebutkan dalam berbagai literatur, muncul istilah *i'lam.* Dalam kerangka sistem *tabligh*, *i'lam al-Islam* yaitu proses penyiaran dan penyebarluasan ajaran Islam baik secara lisan maupun tulisan melalui media. (Abudzacky, 2008, dalam https://abudzacky.wordpress.com/2008/10/18/struktur-ilmu-tabligh/, diakses 18 Juli 2016 pukul 09.30 WIB).

Muhtadi (2012: 114) berpendapat dalam penyampaian agama Islam tersebut harus memiliki usaha-usaha dengan memperhatikan unsur-unsur berikut: (1) transformasi, yakni bahwa dakwah Islam merupakan kegiatan

mentransformasikan nilai-nilai ajaran; dan (2) adaptasi, yakni bahwa proses transformasi ajaran itu dilakukan secara adaptif, dengan memperhatikan konteks masyarakat dimana dakwah itu tetap hidup.

Film juga merupakan media massa yang melakukan komunikasi massa, yakni proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayaknya (Stanley, 2008: 7). Karlina (2007: 7-11) berpendapat bahwa karakteristik media massa adalah komunikator terlembagakan, pesan bersifat umum, komunikannya anonim dan heterogen, media massa menimbulkan keserempakan, komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, komunikasi massa bersifat satu arah, stimulasi alat indra terbatas dan umpan balik tertunda (delayed) juga tidak langsung (indirect). Menurut Bambang (2010: 159) media komunikasi massa meliputi media cetak, elektronik, dan internet (multimedia). Media cetak seperti koran, majalah, tabloid, dan buku memiliki karakter yang perlu dipahami agar dapat mengoptimalkan penggunaanya.

Menurut Rosmawati dalam buku *Mengenal Ilmu Komunikasi* yang dikutip oleh Apriadi (2013: 62) bahwa sejarah film di Indonesia dilihat dari hari film nasional yang diperingati oleh insan perfilman Indonesia setiap tanggal 30 Maret, tanggal ini ialah hari pertama pengambilan gambar film "*Darah & Do'a*" dan "*Long March of Siliwangi*" yang disutradarai oleh Usmar Ismail. Film "*Darah & Do'a*" menjadi film yang sakral karena film ini dinilai sebagai film lokal pertama yang bercirikan Indonesia. Selain itu merupakan film pertama yang disutradarai oleh orang Indonesia asli dan dilahirkan dari perusahaan film milik orang Indonesia asli bernama Perfini (Perusahaan Film Nasional Indonesia) yang mana Usmar Ismail sebagai pendirinya.

Karlina (2007: 145) juga berpendapat dari Effendy (1981: 212) bahwasanya sebagaimana halnya televisi siaran, tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif. Hal ini pun sejalan dengan misi perfilman nasional sejak tahun 1979, bahwa selain sebagai media hiburan, film nasional dapat digunakan sebagai media edukasi untuk pembinaan generasi muda dalam rangka *nation and character building*.

Berbicara mengenai film juga berhubungan dengan produksi film, atau bagaimana film itu dibuat. Mekanisme penggarapan sebuah film dihabiskan pada masa-masa praproduksi. Jika dipresentasikan, 20% dihabiskan pada tahap produksi (shooting), 10% tahap pascaproduksi, dan 70% dihabiskan pada tahap praproduksi. Meskipun bukan standar baku,

ada juga yang menghabiskan 70% praproduksi, 15 % produksi, dan 15% pascaproduksi tetapi ini merupakan gambaran mekanisme pembuatan sebuah film. Oleh karena itu dibutuhkan tim produser yang memahami manajemen kerja dengan prosedur kerja yang terarah agar lintasan kerja produksi menjadi terprogram dan terencana (Mabruri, 2013: 24).

Setelah semua persiapan produksi dilakukan dengan tertib, langkah berikutnya adalah tahap produksi, yaitu shooting. Di sini seluruh proses akting akan direkam dengan mengacu pada instruksi langsung dari seorang sutradara. Pematangan konsep produksi pada tahap praproduksi memungkinkan pelaksanaan produksi tak banyak membuang waktu untuk membicarakan dari mana kamera merekam gambar, apa saja yang dilakukan talent saat itu, atau bahkan terlupakannya properti produksi yang seharusnya ada. Dengan kata lain, pelaksanaan shooting hanya tinggal melakukan apa yang telah direncanakan secara matang pada tahap praproduksi. (Anton Mabruri KN, 2013: 87)

Kemudian tahap pasca produksi, Anton Mabruri KN (2013: 88) berpendapat, pada tahap ini yang dilakukan bukanlah sekedar memilih gambar dan menggabungkannya saja, tetapi lebih dari itu. Pemberian sentuhan seni juga perlu dilakukan, seperti memberi visual effect atau sound effect yang mendukung jalannya cerita. Pada tahapan ini, film yang sudah selesai diambil gambarnya akan masuk studio dan laboratorium film. Di laboratorium kita akan melakukan kinetransfer, yaitu proses memindahkan film ke dalam format video untuk diedit. Lalu, dilakukan juga pengoreksian warna. Setelah itu, film siap disebarkan ke bisokop.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salman Film berdiri pada tanggal 24 Maret 2001 di Masjid Salman ITB. Awalnya sebagai unit kegiatan mahasiswa, yang dipelopori oleh 3 aktivis Masjid Salman ITB yaitu Iqbal Alfajri, Amran Subiakto, dan Adi Nugroho dengan nama *Salman Filmmaker Club*. Kemudian bermetamorfosis menjadi *Salman Film*, yang akhirnya lebih serius lagi bukan hanya club tapi membuat satu wadah juga untuk anak sekolah F2PB (Forum Filmmaker Pelajar Bandung). Dengan berfikir harus ada pemupukkan dan pembibitan akhirnya mendirikan *Salman Accademy* yang visinya ingin menjadi sebuah sekolah atau *accademy* yang dibangun dengan komunitas bahkan ingin seperti sekolah atau universitas formal namun hingga saat ini masih diperjuangkan. Karena hanya fokus pada film, akhirnya dikerucutkan menjadi *Salman Film Accademy*.

Kemudian di Masjid Salman dibentuk Majelis budaya yang akhirnya bersinergi dengan *Salman Film*. Sudah 15 tahun *Salman Film* berhasil memproduksi puluhan film pendek, beberapa film panjang, dan tengah memproduksi film layar lebar berjudul *"iqra"*. *Salman Film* memiliki visi menjadi wahana pembelajaran film yang unggul dan mendunia. Misinya ialah menularkan virus membuat film kepada anak muda muslim dan mengkader filmmaker yang berkualitas. *Salman Film* adalah organ Yayasan Pembina Masjid Salman Institut Teknologi Bandung (YPM Salman ITB), dibawah Bidang Pengkajian dan Penerbitan (BPP).

Iqbal Alfajri merupakan direktur dari *Salman Film Accademy*. *Salman Film* berada dibawah Salman tapi bukan karyawan Salman, *Salman Film* menjadi aktivis yang kebetulan bergerak dibidang medianya. *Salman Film* berada di Masjid Salman, di fasilitasi oleh YPM Salman. Bustomi dan Yopi Darfashi Nafis sebagai *eksekutor*. Struktur organisasinya satu, yakni badannya Salman. *Salman Film* sendiri bisa dibilang tidak mempunyai struktur organisasi. Pola yang digunakan selama bertahun-tahun ialah menggunakan sistem kerja seperti halnya dalam membuat film. *Salman Film* bertugas sebagai organ yang bergerak dalam bidang budaya, memantapkan fungsi Masjid Salman ITB sebagai "Sanggar Rohani" bagi jamaah Masjid Salman ITB.

Kreativitas Ide Pengemasan Konsep Film Dakwah Salman Film

Secara garis besar pembuatan film yang biasanya dilakukan oleh *Salman Film* ialah sebagai berikut : a) Development – dalam tahap ini *Salman Film* biasanya dalam merumuskan film yang akan dibuat menggunakan *triangle system* yakni dirumuskan oleh produser sutradara dan *script writer,* b) Praproduksi – dalam tahap ini Salman Film menyiapkan proses syuting, seperti menentukan pemain film, lokasi, *reading* dan lain sebagainya, c) Produksi –Proses syuting dilakukan, pada kegiatan sanlat film yang terdiri dari anak SD, SMP dan SMA, tim produksi dari *Salman Film Accademy* terlibat dalam proses penyutradaraan, sekaligus berperan menjadi pembimbing, d) Pasca-produksi – Proses editing dilakukan sendiri oleh tim produksi *Salman Film Accademy*, baik itu dari *film class* maupun sanlat film, e) Distribusi – hasil akhir film didistribusikan dan ditayangkan. Pada film-film Salman, selain secara konvensional, film Salman juga didistribusikan pada Youtube channel yang dapat diakses melalui Salman TV.

Salman Film melakukan berbagai macam cara dalam memproduksi film, ada yang melalui Salman Accademy, yakni mereka yang mengikuti

kelas film Salman. Ada juga yang melalui sanlat tematik film, yakni mereka yang biasanya mengikuti kegiatan sanlat di Salman, biasanya pelaksanaanya dilakukan ketika bulan Ramadhan. Namun ada juga yang benar-benar *pure* pilihan Salman sendiri seperti pada pembuatan film layar lebar *"iqra"* yang tengah diproduksi.

Proses kreativitas ide pengemasan konsep film dakwah *Salman Film* dalam tataran teknis umumnya tidak ada yang berbeda atau yang khas dari tim produksi lainnya. Bedanya ketika berproses, *Salman Film* selalu menjadikan nilai-nilai Islam sebagai parameternya, *Salman Film* tidak membuat film yang nilai-nilainya berbeda dengan pemahaman-pemahaman atau keyakinan *Salman Film* itu sendiri terhadap nilai-nilai Islam. Ide-idenya pasti dibatasi, dan selalu ada batasan, karena ide itu tidak menjadi acuan, tetapi pemahaman terhadap Islam yang menjadi acuan.

Salman Film dalam mengemas film tidak mengajar dan tidak menggurui, serta harus simpel dan populer. Salman menjadikan film sebagai salah satu pilihan dakwah. *Salman Film* melihat film Islam itu tidak harus tampil dalam bentuk visual pakaian, ritual sholat, ritual ngaji, ritual pergi haji, artinya tidak sempit. Pesan-pesan yang ingin coba disampaikan kepada penontonnya adalah keresahan dari si pembuat film. *Salman Film* juga memandang bahwa peperangan yang nyata pada hari ini sebenarnya ialah perang media, perang bagaimana ide-ide kita sebagai Umat Islam bisa diterima oleh dunia.

Salman Film menganggap film di Salman itu sebagai ide, bukan sekedar film yang dibuat di Salman atau sekedar tempat produksi. Karena *Salman Film* membuat film di Indonesia, dan berbahasa Indonesia, dan nilai-nilainya pun nilai-nilai Indonesia, *Salman Film* secara sadar menargetkan film-film yang diproduksi tersebut tidak lain untuk orang Indonesia, tanpa melihat agama, melihat latar belakang, melihat kota, desa atau segala perbedaanya. Tujuan utamanya adalah bagaimana film bisa menjadi media untuk berdakwah, media untuk mendapatkan inspirasi dan film bisa berkomunikasi dengan penontonnya.

Alur yang biasanya digunakan oleh *Salman Film* biasanya menggunakan struktur tiga babak. Setelah konsep film selesai dibuat maka masuk kedalam tahap praproduksi. Pertama penulisan skenario, hal ini penting karena cerita dibangun berdasarkan hasil karya sebuah skenario. Pemilik cerita dalam hal ini ialah si pembuat film yang terdiri dari anak-anak dari *class film* atau sanlat film menyerahkan ceritanya kepada produser (pihak *Salman Film*). Lalu pihak *Salman Film* akan melihat apakah ceritanya bisa

dibuat di koridor Salman, atau apakah idenya tidak melenceng dari ideologi Salman. Bila sudah sesuai maka dibuatlah skenario. Langkah pembuatan skenario dilakukan dengan cara-cara yang dilakukan oleh tim produksi lain pada umumnya, yakni diantaranya adalah pertama, menentukan ide pokok / tema sebuah cerita, kedua membuat *basic story,* ketiga membuat sinopsis, keempat membuat *treatment,* terakhir Membuat Skenario.

Langkah kedua ialah, *Crew recruitment,* sesudah skenario jadi dan sutradara sudah memahaminya dengan baik, ditentukanlah siapa saja kru yang bertugas dalam pembuatan film tersebut. Ketiga ialah *Director's treatment,* saat ini sutradara mencoba mengimplementasikan visinya secara kreatif berdasarkan skenario yang ada. Keempat, *Film budgeting Salman Film* sendiri melakukan tahap *film budgeting* yang kemudian diserahkan kepada pihak YPM Salman ITB, untuk kemudian dibawa ke pengurus inti, yang kemudian berhak meng-*acc* atau tidak. Selanjutnya *Location reccee/Hunting,* yakni *hunting* lokasi-lokasi yang dibutuhkan untuk shooting. Jika di Sanlat Film sendiri, anak-anak dari sanlat film mendiskusikannya dengan pihak *Salman Film Accademy* untuk diberikan arahan lokasi mana yang pas untuk adegan-adegan tersebut. Kemudian, *Breakdown board, Shot list, Floorpan, Storyboard,* dibuat oleh sutradara bersama asistennya.

Selanjutnya ialah *Casting,* adalah proses pencarian pemain. Biasanya *casting director* bekerja sama dengan produser dan sutradara mencari pemain yang cocok dengan karakter yang ada. Untuk film pendek atau *class film* dari *Salman Film Accademy* biasanya dilakukan casting terbuka, orang datang ke Salman, baik itu orang luar, maupun teman-teman dari si pembuat film dan bukan orang Salman. Kemudian *Talent workshop* dan *Reading,* proses ini merupakan proses pendekatan pribadi atas karakter yang akan diperankan. Terakhir *All departemen's preparation.*

Pelaksanaan Produksi Film Dakwah Salman Film

Dalam pelaksanaan produksi film dakwah, *Salman Film* mengikuti standar film yang baku. Tidak ada proses yang berbeda. *Salman Film* mempunyai guru-guru film, buku-buku film yang dijadikan referensi. *Salman Film* belajar dengan orang-orang film, *Salman Film* juga menggunakan proses triangle sistem, ada tahap *development* kemudian praproduksi, tahap produksi, pasca produksi, semuanya djalani sesuai dengan seharusnya. Yang berbeda hanya kualitasnya saja, kualitas disini artinya orang yang mengerjakan film dan alat-alat yang digunakan. Tahapan-tahapan yang dilakukan ialah semua tahapan yang mungkin *Salman Film* lakukan sebagai

orang film. Dalam tahap produksi ini Salman Film juga memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan laporan syuting, seperti membuat *Script Continuity Report, Camera Report, Sound Sheet Report dan Daily Production Report*.

Proses syuting pada film *"penghulu"* yang diproduksi oleh mahasiswa yang kebetulan aktif di Salman ketika mereka masih SMP-SMA. Ada anak-anak yang masuk dalam *Salman Film*, ketika mereka masih usia sekolah. Sebagian dari anak-anak ini, membentuk tim produksi dan salah satunya membuat film "penghulu". Jadi film penghulu ini bukan film pertama yang mereka produksi. Mereka sudah berinteraksi dengan *Salman Film*, dari semenjak mereka masih SMP, kurang lebih sudah enam tahun di *Salman Film*. Ketika mereka membuat film lagi, maka mereka memproduksi film "*penghulu*".

Penulisnya bernama Aisyah, pada saat memproduksi film "*penghulu*" Aisyah adalah seorang mahasiswa, dia pertama kali belajar membuat film ketika masih kelas 1 SMP, sutradaranya bernama destri, dia juga sudah di Salman dari kelas 1 SMP. Ketika dia menyutradarai film "*penghulu*" dia adalah mahasiswa hukum dari Universitas Parahyangan katolik, tapi dia beragama Islam. Kemudian pemain-pemain dalam film tersebut di *casting*, dan merupakan pemain baru yang bukan orang-orang Salman. Prosesnya berawal dari casting terbuka, mereka mendatangi Salman untuk *casting*.

Film *"penghulu"* bukanlah ide dari *Salman Film,* mereka mencari dana sendiri, mereka mencari pemain sendiri, mereka latihan sendiri, tanpa sepengetahuan *Salman Film*, mereka syuting, mereka kerjakan sendiri. Secara praktis *Salman Film* waktu itu tidak memberikan dana sepeserpun, tapi *Salman Film support* mereka. Dan *Salman Film* mengakui bahwa mereka adalah anak-anak dari Salman. Film tersebut juga mendapat kritikan, ada yang mempertanyakan "ini apa", "film apa", "ngomongin apa". *Salman Film* berusaha untuk membela dan mendukung mereka. Dalam pandangan *Salman Film* yang mereka butuhkan itu sebenarnya adalah dukungan, mereka butuh orang yang mau membela, mau membimbing mereka jika salah dan mengarahkan. Jadi *Salman Film* tidak mendikte. Karena menurut *Salman Film,* mahasiswa itu tidak mungkin didikte. Karena melawan kodrat mereka sebagai seorang mahasiswa.

Semua rencana visualisasi hampir tidak pernah secara keseluruhan terealisasikan di layar. Seperti halnya pada film *"penghulu"* ada adegan pemeran lelaki yang memegang tangan pemeran perempuan, padahal sutradara tidak menginginkan adanya adegan itu, begitu pula dengan penulis skenario. Kendati demikian, dengan mengikuti metode yang sudah kita

pelajari sebelumnya, peluang untuk melakukan kesalahan atau kelalaian dapat direduksi sampai tingkat minimum. Cerita tidak berjalan sebagaimana mestinya, ini juga tanggung jawab sutradara untuk mengatasi.

Kebanyakan film tidak memiliki *style* yang spesifik, dan banyak sutradara yang pada awal-awal berkarya memperlihatkan style yang spesifik, kemudian berubah sejalan dengan perkembangannya. Perubahan ini terjadi umumnya karena kebutuhan cerita yang berbeda-beda. Begitu pula dengan *Salman Film*, dalam pelaksanaan produksinya, seringkali *shot* terancang terlebih dahulu, baru kemudian melakukan pengadeganan pemain untuk mendapatkan shot itu. Berikut ini gambaran kegiatan produksi yang dilakukan komunitas Salman Film.

Gambar 1. Reka adegan persiapan shooting

Pasca Produksi Film Dakwah Salman Film

Pada tahap pasca produksi, proses *editing*, kemudian *sound editing, sound dubbing* segala macam dan semua aspeknya, *Salman Film* coba lakukan itu sendiri/ inhouse. Ada lima faktor yang diadopsi oleh Salman Film dalam mengedit sebuah film, merujuk pada Ray Thompson pada bukunya "Grammar of Edit Second Edition" yakni pertama, informasi. Informasi yang baru merupakan dasar untuk semua pilihan dalam mengedit. Bagaimana shot yang menyusul setelah shot sebelumnya dapat memberikan informasi baru pada mereka, oleh karena itu, penting bagi para editor untuk memposisikan diri sebagai penonton saat sedang mengedit. Kedua, motivasi.

Motivasi disini bukan semata-mata mesti muncul di diri editor, tetapi editor mesti peka dengan aksi yang berlangsung didalam film. Antara aksi yang terjadi pada shot pertama, kemudian lanjut ke shot dua itu mestilah memiliki motivasi. Ketiga, komposisi pada shot. Komposisi menjadi penting dikarenakan ada pengaruhnya bagi penonton yang menyaksikan

film dalam kurun waktu yang cukup lama. Ini terasa pada adegan dialog yang dilakukan dua orang karakter di dalam film, mesti adanya komposisi yang sama antara shot pada karakter pertama dan shot pada karakter kedua. Keempat, *angle* kamera. Ini adalah salah satu elemen kunci dari shot yang akan membantu editor dalam menentukan apakah itu bisa atau harus dipotong ke shot lain penerapan pemilihan shotnya hampir sama dengan komposisi pada shot, namun yang menjadi fokus utama pada pemilihan ini adalah *angle* kamera yang mengahasilkan dua shot yang berbeda *angle*. Kelima, continuity dapat dipahami juga sebagai kesinambungan visual.

Sedangkan untuk proses promosi dan distribusi dilakukan dengan konvensional. *Salman Film* menerapkan strategi marketing yang sama dengan film lainnya. Sedangkan film layar lebar, *Salman Film* membuat iklan di Tv, membuat billboard, kampanye di sosial media, dan juga melakukan wawancara di Tv. Menurut *Salman Film,* film itu standar-standarnya sama saja, baik itu film dakwah maupun film bukan dakwah standarnya tetap sama, jadi tidak ada yang berbeda. Dan untuk beberapa film Salman dapat diakses pada *Youtube channel* Salman, yakni Salman Tv

Nilai-nilai / Ideologi Salman Film dalam Mengemas Film Dakwah

Ideologi *Salman Film* dalam mengemas film dakwah ialah menjadikan nilai-nilai Islam sebagai nilai-nilai dan prinsip acuan dalam setiap membuat karya filmnya. Sebagaimana visi - misi di *Salman* itu sendiri yakni mendalami Agama Islam sebagai *rahmatan lil alamin* sesuai dengan ayat Al-Qur'an yakni QS Al-Anbiya ayat 107:

> Dan Kami tidak mengutus engkau (Muhammad), melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam (Departemen Agama RI. 2002: 332).

Salman tidak mengacu pada kelompok tertentu dalam Islam, karena *Salman* itu sendiri adalah Masjid, bukan ormas dan bukan madzhab tertentu. Sebagaimana Masjid pada umumnya, *Salman* menjadi tempat berkumpul semua golongan dalam Islam yang heterogen, semua komunitas, semua pandangan, semua madzhab yang masih mengakui Islam. Ideologi Salman Film juga merujuk pada QS. Al-Baqarah ayat 208 yang menyatakan bahwa Islam itu *kaffah:*

> Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh ia musuh yang nyata bagimu. (Departemen Agama RI. 2002: 32)

Islam itu *kaffah*. Dalam pandangan *Salman Film,* yang dimaksud kaffah itu ketika kita belajar menjadi ibadah, ketika kita membuka buku hendak ujian menjadi ibadah, ketika kita membuat tesis juga menjadi ibadah. Ibadah itu bukan hanya ketika kita datang ke Masjid, duduk mendengar ceramah, shalat, dan pergi umrah. Umat Islam yang kaffah itu ialah dari bangun tidur hingga tidur lagi adalah ibadah. Tak ada yang lepas dari ibadah, karena seperti itu Islam yang *kaffah* versi *Salman Film*.

Jika melihat teori tentang pemahaman Islam yang kaffah tadi, orang Islam tidak mungkin berbohong, tidak mungkin korupsi, tidak mungkin mengambil harta orang lain, tidak mungkin maksiat, karena Islam itu 24 jam. Itulah pemahaman *kaffah*. Jadi Islam itu tidak hanya terlepas dari fisik, Islam itu adalah sebuah konsep. Jika kita sudah jadi orang Islam, 24 jam, seumur hidup kita, kita harus jadi orang Islam. Tidak mungkin *Salman Film* membuat film-film yang disitu pemainnya memakai pakaian yang tidak karuan, atau pesan dari ceritanya tidak jelas, tidak jelas manfaatnya, menurut *Salman Film* tidak ada ibadah yang disitu kita juga melakukan kemaksiatan.

Artinya apapun disitu harus kembali ke Islam, sehingga film-film Salman pun terkadang membuat orang yang melihatnya berfikir "loh kok ini pakaiannya, kok aktornya, kok pemainnya, belum berkerudung yah" Menurut *Salman Film*, di film itu ceritanya memang tidak mengharuskan pemerannya berkerudung, karena faktanya umat Islam masih banyak yang belum paham tentang berkerudung.

Orang-orang dalam kondisi tersebut tidak mungkin kita abaikan saja, atau kita anggap bukan Islam, karena jelas setiap orang berbeda-beda, ada yang sudah paham dengan hijab dia pakai kerudung, ada yang masih belum. Tapi dia tetap masih orang Islam, karena tidak berkerudung tidak membatalkan syahadat. Jadi ketika *Salman Film* membuat film, tidak harus semua pemainnya berkerudung, walaupun sebaiknya berkerudung, karena itu merupakan aurat, dan ketika dipertontonkan akan menjadi *problem*, tapi sejauh dia masih mau dalam proses kreasinya mengadopsi apa yang *Salman Film* yakini sebagai pemahaman Islam di Salman maka bagi *Salman Film* bukan masalah. Makanya *Salman Film* tidak terlalu ketat dengan menetapkan bahwa seluruh pemainnya berkerudung. *Salman Film* lebih konsen kepada bagaimana orang itu mau datang ke masjid dulu, mau datang pada Islam terlebih dahulu dan melihat Islam itu tidak sempit.

Dakwah itu harusnya mengajak dan bukan memaksa, bukan membuat orang tidak nyaman atau berpikir "belum apa-apa saya sudah diharuskan ini itu yang belum tentu saya paham". Yang pada intinya Islam

itu harus di pahami dengan hati, dengan logika, dengan perasaan sebagai manusia. Manusia punya pilihan, bagaimana berdakwah itu ada seninya. Umat Islam hanya bertugas untuk berdakwah bukan untuk meng-Islamkan. Itulah yang *Salman Film* yakini ketika membuat film.

Salman Film memandang film sebagai sebuah produk budaya, yang mana tidak bisa hanya melihat film sebagai produk yang ada di bioskop semata, tapi *Salman Film* melihat film itu sebagai sebuah ide dan sebuah proses. Jadi dalam pandangan *Salman Film* ketika membawa film ke Masjid sebenarnya merupakan bagian dari bagaimana dakwah itu bisa menarik bagi orang-orang yang selama ini mungkin tidak terlalu tertarik, untuk datang ke Masjid. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan ketua komunitas Salman Film sebagai berikut:

> Kita gak mungkin membuat film yang disitu ada hal-hal yang diluar kemampuan kita sebagai manusia, jadi kalau misalnya ada wilayah-wilayah yang bukan bagian kita, ya kita gak bakal terlalu ngotot disitu. Itu yang kita yakini ketika kita beraktivitas di Salman. Tidak harus satu warna di Salman itu, kalau sempat ngobrol-ngobrol sama orang Salman, itu beda-beda orangnya. Saya beda, si kang ini beda, kang itu beda. Tapi kita masih mau gabung disini, karena kita mencari persamaan. Sama-sama orang Islam, yaudah. Beda-beda ya pasti lah, gak mungkin kita sama. Kalau sama mungkin Allah akan bikin kita sama dari dulu. Gak perlu dibikin aneh-aneh. Muka kita aja kan beda semua, dari situ aja kita harus sadar, bener ya kita udah beda. Cuman kenapa kita bisa damai, karena kita mencari persamaan. Itulah sunnatullahnya, kalau kita mencari perbedaan, di rumah aja kita bisa berantem ade kakak, ya kan. Gak usah jauh-jauh beda agama, ade kakak aja kita udah berantem kalau mencari perbedaan. Tapi karena kita bisa mencari persamaan makanya kita bisa hidup damai. Itulah rahasianya Islam itu sebenarnya, bagaimana perbedaan itu dikelola (wawancara: Iqbal Alfajri, 26 Juli 2016 di Masjid Salman ITB).

Bagi *Salman Film* ketika orang-orang sudah taat, sebenarnya itu bukan porsi film. Orang-orang yang taat itu, dia sudah bisa belajar Islam dengan sendirinya dan tidak butuh film lagi untuk belajar Agama, dia bisa langsung belajar melalui majelis taklim, mencari ustadz, ataupun membaca buku tentang Islam. Yang membutuhkan film itu ialah orang-orang yang Islamnya masih kurang, pemahaman Islamnya masih kurang. Mereka butuh film untuk membuka matanya, mereka butuh film untuk mengenal bahwa Islam itu seperti ini dan itu, karena fenomena saat ini ada orang Islam yang

salah memaknai Islam, dia mengaku Islam, tapi dia benci dengan Islam. Hal ini disebabkan karena pemahaman orang tentang Islam yang berbeda-beda. Masih banyak orang yang tidak paham Islam walaupun dia beragama Islam. Jadi dakwah melalui film menurut *Salman Film* dia menyentuh orang-orang yang kurang pemahamannya. Jadi tugas film sebagai media dakwah ialah mendakwahi orang-orang yang masih kurang pemahaman Islamnya.

Dakwah itu harusnya mengajak dan bukan memaksa, bukan membuat orang tidak nyaman atau berpikir "belum apa-apa saya sudah diharuskan ini itu yang belum tentu saya paham". Yang pada intinya Islam itu harus di pahami dengan hati, dengan logika, dengan perasaan sebagai manusia. Manusia punya pilihan, bagaimana berdakwah itu ada seninya. Umat Islam hanya bertugas untuk berdakwah bukan untuk mengIslamkan. Itulah yang *Salman Film* yakini ketika membuat film. Hal ini sesuai dengan firman Allah QS. Al-Baqarah: 256 :

> Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barangsiapa ingkar kepada *Thaghut* dan beriman kepada Allah, maka sungguh dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha mendengar, Maha Mengetahui. (Departemen Agama RI. 2002: 43)

Melihat sejarah keberhasilan dakwah Rasul juga karena Rasul tidak membeda-bedakan perbedaan warna kulit atau latar belakang seseorang, dan hal itu tidak mempengaruhi keislaman seseorang. Sedangkan agama lain berbeda, pemahaman seperti itu bisa tersirat dari film-film yang *Salman Film* buat. Jadi *Salman Film* dakwahnya lebih tersirat, tidak dengan frontal. Dalam film Salman tidak ada yang ceramah. Kalau ceramah *Salman Film* buat video cermah. Tapi kalau di film-film Salman ialah kisah-kisah sehari-hari, tetapi di situ ada nilai-nilai Islam yang tersirat, yang bisa dirasakan oleh penonton.

Pesan yang mempengaruhi Salman Film dalam membuat film ialah: a) level individu, hal ini berkaitan dengan karakteristik dari setiap pribadi masing-masing. b) Rutinitas media, terbentuk dari aktivitas *Salman Film* yang bisa berupa produk dan program. c) Organisasi Media, pemegang kekuasaan tertingi dari *Salman Film* ialah Salman itu sendiri, atau YPM Salman ITB. d) Institusi Media, yakni pemerintah dan sponsor. e) Sistem sosial/Ideologi media.

PENUTUP

Proses kreativitas ide pengemasan konsep film dakwah *Salman Film* dalam berproses, *Salman Film* selalu menjadikan nilai-nilai Islam sebagai parameternya, *Salman Film* tidak membuat film yang nilai-nilainya berbeda dengan pemahaman-pemahaman atau keyakinan *Salman Film*. Ide-idenya pasti dibatasi, karena ide itu tidak menjadi acuan, tetapi pemahaman terhadap Islam yang menjadi acuan. *Salman Film* dalam mengemas film tidak mengajar dan tidak menggurui, serta harus simpel dan populer.

YPM Salman menjadikan film sebagai salah satu pilihan dakwah. *Salman Film* melihat film Islam itu tidak sempit. Pesan-pesan yang ingin coba disampaikan kepada penontonnya adalah keresahan dari si pembuat film. *Salman Film* menganggap film di Salman itu sebagai ide, bukan sekedar film yang dibuat di Salman. *Salman Film* secara sadar menargetkan film-film yang diproduksi adalah untuk orang Indonesia, tanpa melihat agama, latar belakang, kota, desa atau segala perbedaanya. Tujuan utamanya adalah bagaimana film bisa menjadi media untuk berdakwah, media untuk mendapatkan inspirasi dan bisa berkomunikasi dengan penontonnya.

Dalam pelaksanaan produksi film dakwah, *Salman Film* mengikuti standar film yang baku. *Salman Film* mempunyai guru-guru film, buku-buku film yang dijadikan referensi. *Salman Film* belajar dengan orang-orang film, *Salman Film* juga menggunakan proses triangle sistem, ada tahap *development* kemudian praproduksi, tahap produksi, pasca produksi, semuanya djalani sesuai dengan seharusnya. Yang berbeda hanya kualitasnya saja, kualitas disini artinya orang yang mengerjakan film dan alat-alat yang digunakan. Tahapan-tahapan yang dilakukan ialah semua tahapan yang mungkin *Salman Film* lakukan sebagai orang film. *Salman Film* mencoba untuk mengikuti aturan main sesuai dengan prosedur yang ada.

Pada tahap pasca produksi, proses *editing*, kemudian *sound editing, sound dubbing* segala macam dan semua aspeknya, *Salman Film* coba lakukan itu sendiri/ inhouse. Sedangkan untuk proses promosi dan distribusi dilakukan dengan konvensional. *Salman Film* menerapkan strategi marketing yang sama dengan film lainnya. Sedangkan film layar lebar, *Salman Film* membuat iklan di Tv, membuat billboard, kampanye di sosial media, dan juga melakukan wawancara di Tv. Menurut *Salman Film,* film itu standar-standarnya sama saja, baik itu film dakwah maupun film bukan dakwah standarnya tetap sama, jadi tidak ada yang berbeda.

Ideologi *Salman Film* dalam mengemas film dakwah ialah menjadikan nilai-nilai Islam sebagai nilai-nilai dan prinsip acuan dalam setiap membuat karya filmnya. Sebagaimana visi - misi *Salman* yakni mendalami Agama

Islam sebagai *rahmatan lil alamin* sesuai dengan QS Al-Anbiya ayat 107, *Salman* tidak mengacu pada kelompok tertentu dalam Islam. Ideologi Salman Film juga merujuk pada QS. Al-Baqarah ayat 208 yang menyatakan bahwa Islam itu *kaffah Salman Film* memandang film sebagai sebuah produk budaya, sebagai sebuah ide dan sebuah proses. Dari segi *content* film, sponsor ikut mengatur cerita, tapi tidak merusak prinsip-prinsip dari film tersebut, begitu juga pemerintah melalui lembaga sensornya. Peran YPM Salman ITB ialah sebagai fasilitator, mereka adalah orang-orang yang 100% mendukung apa yang dilakukan oleh *Salman Film*, sekaligus bertanggung jawab. Berkarya merupakan cara yang dilakukan *Salman Film* dalam mempertahankan eksistensinya dengan berusaha setiap tahun mendapat perhatian penonton melalui filmnya. Selanjutnya adalah latar belakang dan karakteristik dari pelaku media, semua orang bisa mengeluarkan idenya, bisa membuat film, bisa menyampaikan keresahannya, selama itu masih satu ideologi dengan *Salman Film*.

DAFTAR PUSTAKA

Alfajri, I. (2015). *Film yang Menjadi Rahmat 2,* diakses 07 April 2016, dari http://salman-academy.com/artikel/film-yang-menjadi-rahmat-2.

Aliyudin. (2010). Prinsip-prinsip Metode Dakwah Menurut Al-Qur'an. dalam Ilmu Dakwah: *Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(15), 194.

Aziz, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana.

Dulwahab, E. (2010). Dakwah di Era Konvergensi Media. Ilmu Dakwah: *Academic Journal for Homiletic Studies*, 5 (16), 23.

Effendy, H. (2002). *Mari Membuat Film Panduan Menjadi Produser*. Jakarta: Yayasan Konfiden.

Fatoni, U. (2008). *Menanti Film Dakwah Berkualitas*. Republika. 22 Februari 2008.

Mabruri, K. N. A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara TV Format Acara Drama*. Jakarta: PT Grasindo.

Muhtadi, A. S. (2012). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Stanley, B. J. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi Massa Jilid 1 edisi 5 (Melek Media & Budaya,* Jakarta: Erlangga.

Sukayat, T. (2009). *Quantum Dakwah*, Jakarta: Rineka Cipta.