

**KOMODIFIKASI NILAI ISLAM DALAM FILM INDONESIA  
BERNUANSA DAKWAH (Telaah terhadap Film *Laskar Pelangi*,  
*Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal*)**

**DISERTASI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
guna Memperoleh Gelar Doktor  
dalam Studi Islam



Oleh:

**Ahmad Zaini**

NIM: 1400039019

Konsentrasi: Ilmu Dakwah

**PROGRAM DOKTOR STUDI ISLAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama lengkap : **Ahmad Zaini**

NIM : 1400039019

Judul Penelitian : **KOMODIFIKASI NILAI ISLAM DALAM FILM INDONESIA BERNUANSA DAKWAH (Telaah terhadap Film *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal*)**

Program Studi : Studi Islam

Konsentrasi : Ilmu Dakwah

menyatakan bahwa disertasi yang berjudul:

**KOMODIFIKASI NILAI ISLAM DALAM FILM INDONESIA BERNUANSA DAKWAH (Telaah terhadap Film *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal*)**

secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 8 Mei 2019

Pembuat Pernyataan,



**Ahmad Zaini**  
NIM.1400039019



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
PASCASARJANA

Jl. Walisongo 3-5 Semarang 50185, Telp./Fax: 024--7614454, 70774414

FDD: 38

PENGESAHAN MAJELIS PENGUJI UJIAN TERBUKA

Yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa disertai saudara:

Nama : Ahmad Zaini

NIM : 1400039019

Judul : Komodifikasi Nilai Islam dalam Film Indonesia Bernuansa Dakwah

(Telaah terhadap Film *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal*)

telah diujikan pada 31 Juli 2019 dan dinyatakan:

LULUS

dalam Ujian Terbuka Disertasi Program Doktor sehingga dapat dilakukan Yudisium Doktor.

NAMA	TANGGAL	TANDATANGAN
<u>Dr. H. A. Hasan Asy'ari 'Ulama'i, M.Aq.</u> Ketua/Penguji	31/7 2019	
<u>Dr. H. Awaludin Pimay, M.Aq.</u> Sekretaris/Penguji	31/7 2019	
<u>Prof. Dr. Pawito, Ph.D.</u> Promotor/Penguji	31/7 2019	
<u>Dr. H. M. Nafis, MA.</u> Kopromotor/Penguji	31/7 2019	
<u>Prof. Dr. H. Asep Muhyidin, M.Aq.</u> Penguji	31/7 2019	
<u>Prof. Dr. H. Yusuf Suyono, MA.</u> Penguji	31/7 2019	
<u>Dr. H. Ali Murtadho, M.Pd.</u> Penguji	31/7 2019	
<u>Dr. H. Mukhsin Jamil, M.Aq.</u> Penguji	31/7 2019	

## ABSTRAK

Judul : **KOMODIFIKASI NILAI ISLAM DALAM FILM INDONESIA BERNUANSA DAKWAH (Telaah terhadap Film *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal*)**

Penulis : Ahmad Zaini

NIM : 1400039019

Film yang dijadikan sebagai objek riset yaitu *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal*. Tujuan riset untuk: (1) mengemukakan dan menemukan cara penyajian nilai-nilai keislaman yang ditampilkan dalam film bernuansa dakwah, (2) menemukan nilai-nilai keislaman yang dijadikan sebagai komoditi dalam film bernuansa dakwah. Riset ini menunjukkan bahwa: (1) film bernuansa dakwah dijadikan sebagai sarana untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman kepada khalayak luas, sedang cara penyampaiannya dilakukan secara eksplisit melalui dialog dan atribut yang dikenakan para pemerannya, (2) Film *Laskar Pelangi* dan *Ketika Cinta Bertasbih* secara bisnis sangat berhasil dalam menjadikan nilai-nilai keislaman sebagai komoditi, berbeda dengan *Mencari Hilal* sejatinya tema yang disajikan dalam film *Mencari Hilal* sudah menarik, namun belum bisa mencuri perhatian para penikmat film sehingga dari segi bisnis belum meraih keuntungan yang memadai.

**Kata Kunci:** Nilai-nilai Islam, Dakwah melalui Film, Komodifikasi

## الملخص

الموضوع : القيم الإسلامية وتسليعها في أفلام الدعوة (دراسة أفلام  
**‘Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2، Laskar Pelangi**  
**(Mencari Hilal**

الكاتب : أحمد زيني

رقم الدفتر القيد : ١٤٠٠٠٣٩٠١٩

تناول هذا البحث عن الأفلام الإندونيسية وهي **Laskar Pelangi**، و **Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2**، و **Mencari Hilal**. والغرض من البحث هو: (١) إبراز وإيجاد طرق لتقدم القيم الإسلامية المعروضة في الأفلام المحتوية على الدعوة، (٢) إيضاح القيم الإسلامية وتسليعها في الأفلام التي تحكي قصتها عن الدعوة الإسلامية. وتوصل هذا البحث إلى ما يلي: (١) إن أفلام الدعوة يتم استخدامها لنشر القيم الإسلامية على جمهور واسع، وطريقة تقديمها واضحة من خلال الحوارات والسّمات التي يرتديها ممثلوها، (٢) إن فيلمان **Laskar Pelangi** و **Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2** ينجحان نجاحا تجاريا في إضفاء الطابع السلبي على القيم الإسلامية، خلافا عن **Mencari Hilal**، إن هذا الفيلم وإن كان موضوعه مثيرا للاهتمام، إلا أنه لم يستطع سرقة انتباه محبي الأفلام، ولم يحقق أرباحا كافية.

الكلمات المفتاحية: القيم الإسلامية، الدعوة من خلال الأفلام، إضفاء الطابع السلبي.

## ABSTRACT

Title : **ISLAMIC VALUE COMMODIFICATION IN  
INDONESIAN FILM OF DA'WAH NUANCE  
(Review of the *Laskar Pelangi* Film, *Ketika Cinta  
Bertasbih 1 & 2*, and *Mencari Hilal*)**

Author : Ahmad Zaini

NIM : 1400039019

The film is used as object of this research are *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, and *Mencari Hilal*. The purposes of the research are : (1) present and find ways to present Islamic values displayed in a da'wah-nuanced film, (2) find Islamic values that are used as commodities in a film that has nuances of da'wah. This research shows that: (1) da'wah nuanced films are used as a means to spread Islamic values to a broad audience, while the manner of delivery is explicit through dialogue and attributes imposed by the cast, (2) The Business prominence of *Laskar Pelangi* and *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2* is very successful in making Islamic values as commodities, in contrast to *Mencari Hilal*, the actual theme presented in the film *Mencari Hilal* is interesting, but it has not been able to steal the attention of film lovers so that in terms of business it has not achieved adequate profits.

**Keywords:** Islamic Values, Da'wah through Film, Commodification

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**  
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

**1. Konsonan**

No.	Arab	Latin
1	ا	tidak dilambangkan
2	ب	B
3	ت	T
4	ث	ṡ
5	ج	J
6	ح	ḥ
7	خ	Kh
8	د	D
9	ذ	ẓ
10	ر	R
11	ز	Z
12	س	S
13	ش	Sy
14	ص	ṣ
15	ض	ḍ

No.	Arab	Latin
16	ط	ṭ
17	ظ	ẓ
18	ع	‘
19	غ	G
20	ف	F
21	ق	Q
21	ك	K
22	ل	L
23	م	M
24	ن	N
25	و	W
26	هـ	H
27	ء	’
28	ي	Y

**2. Vokal Pendek**

اَ... = a	كَتَبَ	Kataba
اِ... = i	سُئِلَ	su’ila
اُ... = u	يَظْهَبُ	yaẓhabu

**3. Vokal Panjang**

اَ... = ā	قَالَ	qāla
اِي... = ī	قِيلَ	qīla
اُو... = ū	يُقُولُ	yaqūlu

**4. Diftong**

أَيَّ = ai	كَيْفَ	Kaifa
أَوْ = au	حَوْلَ	ḥaula

**Catatan:**

Kata sandang [al-] pada bacaan syamsiyyah atau qamariyyah ditulis [al-] secara konsisten supaya selaras dengan teks Arabnya.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur hanya untuk Allah swt. atas segala nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan disertasi ini, selawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad saw, Nabi yang diutus untuk rahmat bagi semesta jagat alam raya.

Proses penyelesaian disertasi ini berlangsung kurang lebih dua tahun yang membutuhkan pengorbanan yang tidak sedikit dan tekad yang kuat. Dimulai dari bimbingan disertasi oleh Promotor Prof. Drs. H. Pawito, Ph.D dan Ko-Promotor Dr. H. Nafis, MA., membaca, mencari, memahami berbagai literatur, turun ke lapangan untuk menemukan data, mengolah dan menarasikan data dalam karya tulis ilmiah. Tentu banyak kekurangan dalam riset ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat serta dihaturkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.
2. Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Ahmad Rofiq, MA, para pejabat dan staf di lingkungan Pascasarjana yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyelesaian disertasi ini.
3. Prof. Drs. H. Pawito, Ph.D, yang telah bersedia menjadi promotor serta sabar dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan dalam penyelesaian disertasi ini.



4. Dr. H. M. Nafis, MA., yang telah bersedia menjadi Ko-Promotor serta sabar dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan dalam penyelesaian disertasi ini.
5. Para penguji (komprehensif, proposal, tertutup dan terbuka), yang banyak memberikan sumbangsih, kritik dan saran dalam kesempurnaan disertasi ini.
6. Semua dosen Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, yang telah banyak memberikan bimbingan serta pencerahan selama perkuliahan.
7. Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I. Periode 2013-2017 yang telah memfasilitasi izin belajar, Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus, Farida, M.Si. periode 2013-2016 dan Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi Dr. Mubasyaroh, M.Ag. periode 2016-2017 yang telah memberikan motivasi untuk menyelesaikan disertasi.
8. Rektor IAIN Kudus Dr. H. Mundakir, M.Ag. yang telah memfasilitasi izin belajar, Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Kudus, Dr. Masturin, M.Ag. yang telah mendukung dalam penyelesaian disertasi.
9. Ayahanda H. Zainal Aminin, S.E. dan ibunda Hj. Siti Sofiah, ayah mertua Drs. H. Sangidun dan ibu mertua Suwarni, AMd. yang dengan ketulusan dan kasih sayang, mendidik dan membimbing penulis hingga pada posisi sekarang.
10. Istri tercinta Nurul Hidayati, Lc., M.S.I. yang telah memberikan motivasi dan semangat hingga selesainya studi ini.

11. Anak-anakku tersayang: Nabhan Mutsaqqaf Zain, Balqis Magda Zain, dan Zaidan Syauqi Zain, semua saudaraku tersayang; Ida Faridah, Ulfah Haniati, dan adik ipar Agus Sukasno, Fery Ariyanto, Muhammad Aziz Arifin, dan Rafika Alfa Muna, serta para keponakanku tersayang: Ibrahim Labib Azhar el-Jihady (Alm.), Asyraf Zahirul Fikr el-Jihady, Faris Hilmi el-Jihady, Azzahidi Ghaisan Fachry, Aresha Ghania Fahra, Ammar Zafran Azizi dan Hanania Maheswari Azizi.
12. Para sahabat seperjuangan program Doktoral UIN Walisongo angkatan 2014, Dr. Ahmad Atabik, Lc., M.S.I., Dr. Tri Astutik Haryati, M.Si., Dr. Cucu, M.Ag., Dr. Taufiqur Rohman, M.S.I., Dr. Arino Bemis Sado, M.A., H. Mahrus, Lc, M.A., H. Khoirul Basyar, M.A., Mokh. Sya'roni, M. Ag, H. Yogi Prana Izza, Lc, M.A., Nur Kholis, M.A., Abdul Karim, M.A., Mas'udi, S.Fil.I., M.A., M. Rikza Chamami, M.Pd.I., Hasyim Hasanah, M.S.I, dan Imas Musfiroh, M.S.I.

Semoga Allah memberikan pahala yang berlipat ganda atas segala kebaikan bapak, ibu dan saudara berikan, *āmīn*.

Semarang, 8 Mei 2019

Penulis,

Ahmad Zaini

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN DISERTASI UJIAN TERTUTUP</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>TRANSLITERASI</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	11
D. Kajian Pustaka .....	11
E. Metode Penelitian .....	20
F. Sistematika Pembahasan .....	28
<b>BAB II : DAKWAH, FILM, DAN INDUSTRI MEDIA ...</b>	30
A. Dakwah .....	30
B. Film .....	40
C. Representasi Islam dalam Film Bernuansa Dakwah.....	52
D. Industri Perfilman Indonesia Bernuansa Dakwah .....	58
<b>BAB III : PROFIL FILM LASKAR PELANGI, KETIKA CINTA BERTASBIH 1 &amp; 2, DAN MENCARI HILAL</b> .....	72
A. Laskar Pelangi .....	72
B. Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 .....	85
C. Mencari Hilal .....	96

<b>BAB IV : NILAI ISLAM DALAM FILM LASKAR PELANGI, KETIKA CINTA BERTASBIH 1 &amp; 2 DAN MENCARI HILAL. ....</b>	104
A. Nilai Islam dalam Film Laskar Pelangi .....	104
B. Nilai Islam dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 .....	120
C. Nilai Islam dalam Film Mencari Hilal.....	145
<b>BAB V : KOMODIFIKASI NILAI ISLAM DALAM FILM LASKAR PELANGI, KETIKA CINTA BERTASBIH 1 &amp; 2 DAN MENCARI HILAL...</b>	161
A. Laskar Pelangi Diserbu Penonton.....	161
B. Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 Raih Kesuksesan.....	165
C. Mencari Hilal Sepi Pengunjung.....	182
D. Laskar Pelangi, Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 Raih Untung Besar dan Mencari Hilal Merugi.....	189
<b>BAB VI: PENUTUP .....</b>	193
A. Kesimpulan .....	193
B. Implikasi .....	195
C. Saran .....	197
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	199
<b>LAMPIRAN I: .....</b>	211
<b>LAMPIRAN II: .....</b>	213
<b>LAMPIRAN III: .....</b>	216
<b>LAMPIRAN IV: .....</b>	221
<b>LAMPIRAN V: .....</b>	223
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	255

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Para Pemeran Film Laskar Pelangi, 76
Tabel 3.2	Penghargaan Film Laskar Pelangi, 78
Tabel 3.3	Para Pemeran Film Ketika Cinta Bertasbih 1, 87
Tabel 3.4	Penghargaan Film Ketika Cinta Bertasbih 1, 89
Tabel 3.5	Para Pemeran Film Ketika Cinta Bertasbih 2, 92
Tabel 3.6	Penghargaan Film Ketika Cinta Bertasbih 2, 92
Tabel 3.7	Para Pemeran Film Mencari Hilal, 98
Tabel 3.8	Penghargaan Film Mencari Hilal, 99
Tabel 5.1	<i>Product Placement</i> dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2, 167

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 3.1 Poster Laskar Pelangi, 72
- Gambar 3.2 Poster Ketika Cinta Bertasbih 1, 85
- Gambar 3.3 Poster Ketika Cinta Bertasbih 2, 90
- Gambar 3.4 Poster Mencari Hilal, 96
- Gambar 4.1 Ikal dan Pengelola PT Timah, 105
- Gambar 4.2 Orang Tua dan Peserta Didik sedang Mendengarkan Penjelasan Pak Harfan, 108
- Gambar 4.3 Pak Harfan sedang Bercerita dan Salat Berjemaah, 110
- Gambar 4.4 Suasana SD Muhammadiyah Gantung, 112
- Gambar 4.5 Pak Harfan dan Pak Zulfikar sedang Membincangkan tentang Eksistensi SD Muhammadiyah Gantung, 115
- Gambar 4.6 Peserta Didik sedang Melafalkan Pancasila dan Buruh PT Timah sedang Bercengkerama, 117
- Gambar 4.7 Menara Eiffel, Piagam, Ibu Muslimah dan Peserta Didik, 119
- Gambar 4.8 Panorama Mesir, 121
- Gambar 4.9 Pak Ali dan Azzam sedang Membicarakan tentang Jodoh, 123
- Gambar 4.10 Penjelasan Azzam kepada Eliana tentang Muamalah, 126
- Gambar 4.11 Azzam Membeli Buku di Maktabah Ammu Sabir, 128
- Gambar 4.12 Azzam Menganjurkan Eliana untuk Mengenakan Busana Muslimah Bila Menemui Ibunya Azzam, 130
- Gambar 4.13 Eliana Mengenakan Jilbab/Kerudung, 132
- Gambar 4.14 Azzam Menasehati Fadil, 134
- Gambar 4.15 Kiai Lutfi Meminta Azzam sebagai Pengganti, 136
- Gambar 4.16 Jemaah sedang Menyimak Kajian Azzam, 138
- Gambar 4.17 Kiai Lutfi Meminta Pendapat Ana tentang Azzam, 140
- Gambar 4.18 Azzam Pasrah kepada Kiai Lutfi untuk Dicarikan Jodoh, 143
- Gambar 4.19 Suasana Pasar dan Warung Pak Mahmud, 146
- Gambar 4.20 Mahmud Mengajak Saiful untuk Melihat Hilal, 148
- Gambar 4.21 Pak Mahmud Bersikeras Ingin Melihat Hilal, 150

- Gambar 4.22 Pak Mahmud dan Heli sedang Mengamati Hilal, 151  
Gambar 4.23 Mahmud Memakai Peci dalam Kesehariannya, 152  
Gambar 4.24 Musala dan Masjid sebagai Simbol Umat Muslim,  
154  
Gambar 4.25 Pak Mahmud Menasehati Sopir Bis agar Salat  
Dahulu, 156  
Gambar 4.26 Perdebatan Sengit antara Pak Mahmud dan Heli, 158  
Gambar 4.27 Pak Mahmud Berbincang dengan Jemaah Masjid, 159

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era informasi seperti sekarang ini, media komunikasi telah menjadi penghubung bagi aktivitas manusia. Saat ini, media memiliki dampak luas terhadap kehidupan pribadi dan profesional, kelompok dan organisasi, masyarakat sekitar serta masyarakat seluruh dunia.<sup>1</sup> Rata-rata, orang menghabiskan lebih banyak waktu dengan menggunakan media daripada tidak menggunakan media. Sebanyak 41% orang menggunakan media selama 590 menit, 33% beristirahat selama 475 menit dan sisanya sebanyak 26% bebas dari media selama 375 menit.<sup>2</sup> Sementara itu, Lutfie<sup>3</sup> menginformasikan bahwa setiap harinya selama 2 jam 23 menit manusia meluangkan waktu untuk menonton televisi, 3 jam 55 menit menggunakan *mobile*, 8 jam 44 menit memanfaatkan PC/tablet, 3 jam 16 menit memakai media sosial, dan selebihnya menggunakan waktunya untuk membaca koran serta mendengarkan radio selama perjalanan. Ini artinya media komunikasi

---

<sup>1</sup> Brent D. Ruben & Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, terj. Ibnu Hamad, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 214.

<sup>2</sup> Shirley Biagi, *Media/Impact: Pengantar Media Massa*, terj. Mochammad Irfan & Wulung Wira Mahendra, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 5.

<sup>3</sup> Nukman Lutfie, "Media Sosial & Hoax", (Makalah Seminar Nasional Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 07 Maret 2017), 2.



telah menjadi kebutuhan hidup bagi setiap individu, baik untuk berkomunikasi dengan kolega, melihat pesan yang masuk maupun membaca berita.

Cangara, Biagi, dan Noor menegaskan bahwa media adalah sebuah cara, alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada khalayak.<sup>4</sup> McLuhan mengklasifikasikan media menjadi *hot media* dan *cool media*. Yang termasuk *hot media* adalah foto digital, radio, kuliah, buku dan film, sedangkan *cool media* meliputi televisi, kartun, percakapan, seminar dan telepon.<sup>5</sup>

Salah satu media massa yang dapat digunakan untuk menyampaikan bermacam-macam informasi adalah film. Film dapat digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas, termasuk menyebarkan nilai-nilai keislaman. Di antara film yang beredar di Indonesia terdapat film yang bernuansa dakwah. Sejak tahun 2000-an film bertemakan dakwah mulai menampakkan eksistensinya.<sup>6</sup> Dimulai film *Kiamat Sudah Dekat* yang disutradarai oleh Deddy Mizwar. Film drama bergenre remaja yang dibumbui dengan romantisme dan nilai-nilai Islam ini menceritakan tentang

---

<sup>4</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 137, Biagi, *Media/Impact*, 9, Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), 12.

<sup>5</sup> Mengenai *hot media* dan *cool media* lihat Richard West & Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, terj. Maria Natalia Damayanti, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 147-148.

<sup>6</sup> Garin Nugroho & Dyna Herlina S., *Krisis dan Paradoks Film Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2015), 317.

keinginan Fandy untuk menikahi Sarah putri Haji Romli. Syarat agar ia dapat menikahi Sarah adalah harus bisa salat, mengaji serta harus dapat menguasai ilmu ikhlas.<sup>7</sup> Film ini cukup sukses karena dilanjutkan dalam bentuk sinetron.

Di antara film Indonesia bernuansa dakwah yang banyak penontonnya adalah *Laskar Pelangi*. Film garapan Riri Riza ini ditonton sebanyak 4.719.453 orang.<sup>8</sup> Film lain yang juga banyak peminatnya adalah *Ketika Cinta Bertasbih 1* yang diputar tahun 2009. Film yang diadaptasi dari novel Habiburrahman El Shirazy sukses ditonton sebanyak 2.105.192.<sup>9</sup> *Ketika Cinta Bertasbih 1* mampu menggugah para penonton dari kalangan muslim perkotaan—yang mungkin sebelumnya jarang bahkan belum pernah datang ke bioskop—untuk memenuhi kursi bioskop. Sedang film *Ketika Cinta Bertasbih 2* hanya diminati 1.494.739<sup>10</sup> penonton, walaupun sudah diperkuat dengan masuknya Fahri dan Nadia sebagai pemeran tambahan.

Tidak semua film yang mengusung nilai-nilai Islam ditonton oleh banyak orang. Semisal film *Mencari Hilal* garapan Basbeth

---

<sup>7</sup> *Kiamat Sudah Dekat*, diakses 14 Juni 2016.  
[http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k016-03-783572\\_kiamat-sudah-dekat#.WOREeFkghdg](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k016-03-783572_kiamat-sudah-dekat#.WOREeFkghdg).

<sup>8</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016.  
<http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2008#.WIMaG1kxWf0>.

<sup>9</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016.  
<http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XIU9IKMxWf0>.

<sup>10</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016.  
<http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XIU9IKMxWf0>.

hanya meraup 12.000 penonton dari target yang ditentukan yaitu 250.000 penonton dengan biaya 3 miliar berikut promosinya. Bramantyo menyatakan bahwa penyebabnya adalah karakter sang sutradara, Basbeth lebih banyak menggarap film independen daripada komersil. Walaupun dari segi jumlah penonton kurang menggembirakan, film ini mendapat respon positif dari Tokyo International Film Festival.<sup>11</sup>

Studi tentang film telah dikaji oleh insan akademis. Syah<sup>12</sup> meneliti tentang *Dakwah dalam Film Islam di Indonesia (Antara Idealisme Dakwah dan Komodifikasi)*. Ia menyatakan bahwa booming-nya film Indonesia yang bertema dakwah dewasa ini bisa dilihat dari dua perspektif. Pertama, dari perspektif idealisme dakwah. Film-film bertema Islam bisa dimaknai sebagai strategi dan politik dakwah yang dikemas melalui artefak budaya. Kedua, dari perspektif komodifikasi agama. Film bernuansa Islam sesungguhnya merupakan komodifikasi atas agama oleh produksi massa dalam bentuk budaya populer. Agama hanya dikonstruksi untuk memenuhi kepentingan pasar yang menganut prinsip *supply* dan *demand*.

---

<sup>11</sup> Nia Deviyana, "Mencari Hilal, dari Sepi Penonton hingga Tembus Tokyo International Film Festival", diakses 21 Januari 2017. <http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/09/29/175061/mencari-hilal-dari-sepi-penonton-hingga-tembus-tokyo-international-film-festival>.

<sup>12</sup> Hakim Syah, "Dakwah dalam Film Indonesia (Antara Idealisme Dakwah dan Komodifikasi Agama)", *Jurnal Dakwah: Media Dakwah & Komunikasi Islam* (2013): 263-282, Vol. 14, No. 2, diakses 20 Januari 2017. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/283/263>.

Penelitian el Ishaq<sup>13</sup> yang berjudul *Dakwah di Tengah Industrialisasi Media* menguatkan riset yang dilakukan oleh Syah. Hasil risetnya menunjukkan bahwa konten agama yang dimuat oleh media massa cenderung sebagai komoditi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sedang masyarakat memanfaatkan media sebagai alat untuk memperoleh hiburan saja. Karena itu, konten agama dalam media tidak dapat dilepaskan dari unsur hiburan. Tujuan media sebagai media informasi, edukasi, hiburan yang mendidik dan sebagai alat perekat sosial menjadi gagasan yang melangit dan belum terwujud di era demokratisasi media saat ini.

Pandangan yang disampaikan oleh Syah dan el Ishaq tersebut, menurut keduanya memperlihatkan adanya komodifikasi agama dalam industri media sebagai alat untuk menghibur selain informasi, edukasi dan sebagainya. Kedua riset merupakan masukan bagi para pemilik media agar tidak mengedepankan aspek keuntungan saja. Masyarakat perlu diberi pemahaman bahwa konten media bukan sekedar tontonan, tapi juga dapat dijadikan sebagai tuntunan. Film dapat menjadi sarana alternatif untuk menyebarkan ajaran agama.

Problematika di atas menjadi inspirasi untuk mengkaji film Indonesia yang bernuansa dakwah. Maraknya film bertema dakwah yang diproduksi oleh para produser dan sineas menarik untuk dikaji lebih jauh di tengah persaingan industri perfilman di Indonesia. Nilai-

---

<sup>13</sup> Ropingi El Ishaq, "Dakwah di Tengah Industrialisasi Media", *Jurnal Komunikasi Islam* (2013): 137-151, Vol 3, No 1, diakses 20 Januari 2017. <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/18/15>.

nilai Islam yang dijadikan komoditas menjadi menarik untuk dibahas lebih mendalam. Dalam penelitian ini, kajian yang akan dianalisis hanya difokuskan pada film Indonesia yang bertema dakwah pada tahun 2000-an hingga 2015-an. Mulai tahun 2000-an film Indonesia bernuansa dakwah mulai diminati oleh masyarakat yang sebelumnya jarang atau mungkin belum pernah sama sekali menonton film di bioskop. Hal demikian dikarenakan ada sebagian kalangan masyarakat yang menganggap bahwa film dan/atau menonton film di bioskop sebagai perilaku yang tidak memiliki relevansi dengan misi-misi keislaman<sup>14</sup> dan film bertemakan Islam hanya dianggap sebagai komoditas belaka seperti disampaikan oleh sebagian kalangan peneliti, sementara pada kenyataannya banyak film Indonesia bertema dakwah yang mewarnai dunia perfilman sehingga ada nilai-nilai Islam yang disampaikan kepada masyarakat. Hal ini tampak dari banyaknya jumlah penonton yang melihat film yang bertema dakwah di bioskop, walau ada juga film yang sedikit jumlah penontonya, seperti pada film *Laskar Pelangi* (2008), *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2* (2009), dan *Mencari Hilal* (2015) yang dijadikan sebagai subjek riset untuk diteliti.

Berdasar atas uraian tersebut maka riset ini memilih ketiga film tersebut. Seperti telah dijelaskan bahwa sebagian kalangan masyarakat menyatakan bahwa menonton film di bioskop merupakan perbuatan sia-sia, sementara pada kenyataannya film bertema

---

<sup>14</sup> Madina, "Film dan Islam: Maksiat, Syariat, atau Siasat?", diakses 26 Juni 2019. <http://www.madinaonline.id/wacana/perspektif/film-dan-islam-maksiat-syariat-atau-siasat/>

keislaman yang dimaksudkan untuk mewarnai dunia perfilman sehingga ada nilai-nilai Islam yang disampaikan kepada masyarakat. Selain itu, film bernuansa dakwah ada yang laku keras dan ada yang tidak laku, walaupun sebenarnya film yang kurang diminati bagus secara konten keislamannya, ketiga film yakni Laskar Pelangi, Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 dan Mencari Hilal tampak kontras, ada perbedaan di dalamnya. Laskar Pelangi dan Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 tampak mengedepankan nilai-nilai Islam yang populis sehingga diminati oleh banyak penonton, sebaliknya Mencari Hilal terlihat menampilkan nilai keislaman yang kurang populer sehingga berdampak pada sedikitnya penonton. Tampak ada perbedaan secara kontras dalam ketiganya.

Pertama, lokasi *shooting* film Laskar Pelangi seperti yang dikisahkan dalam novelnya, yaitu berada di Kabupaten Belitung Timur dan sekitarnya. Belitung termasuk salah satu pulau terkaya di Indonesia dengan hasil timah yang melimpah ruah, namun rakyat Belitung belum bisa menikmati hasil kekayaan alamnya kecuali hanya sebagai buruh pabrik. Berbeda dengan Laskar Pelangi, lokasi *shooting* Ketika Cinta Bertasbih 1 benar-benar berada di Mesir. Film tersebut menyuguhkan panorama Mesir meliputi Kota Kairo dengan Universitas al-Azhar sebagai salah satu pusat kajian keislaman yang berada di Timur Tengah, Kota Giza yang menyuguhkan kekokohan bangunan Piramid yang masih berdiri hingga saat ini serta Kota Iskandaria yang menonjolkan keindahan pantainya yang eksotik dan kota-kota sekitarnya. Adapun lokasi *shooting* Ketika Cinta Bertasbih 2

berada di Surakarta dan sekitarnya. Sedang film Mencari Hilal menjadikan Yogyakarta sebagai lokasi *shooting* sebagai representasi budaya Jawa.

Kedua, Laskar Pelangi mendatangkan para pemain baru sebagai pemeran utama yang merupakan hasil audisi dan representasi dari penduduk asli pulau Belitung. Selain para pemeran baru, Laskar Pelangi didukung aktor dan aktris kawakan sebut saja Cut Mini, Ikranagara, Slamet Rahardjo, Mathias Muchus dan Teuku Rifnu Wikana.<sup>15</sup> Demikian halnya Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2, para pemeran utama diperoleh dari *roadshow casting* yang digelar di sembilan kota Indonesia. Para tokoh Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 diusahakan dapat memerankan karakter yang sesuai dengan novelnya baik dalam film maupun dalam kehidupan nyata. Para pemeran baru sebagai tokoh utama seperti Kholidi Asadil Alam, Oki Setiana Dewi, dan Andi Arsyil Rahman. Disamping didukung nama-nama besar yang ikut serta dalam pembuatan film ini, seperti Alice Norin, Deddy Mizwar, Didi Petet, Din Syamsudin, Slamet Rahardjo dan El Manik.<sup>16</sup> Tidak ketinggalan pula penulis novel Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2, Habiburrahman El Shirazy turut meramaikan produksi film tersebut. Berbeda dengan kedua film sebelumnya, Mencari Hilal pemeran

---

<sup>15</sup> Film Laskar Pelangi, 01: 56: 49 – 01: 57: 18.

<sup>16</sup> Ketika Cinta Bertasbih 1, 01: 57: 16 – 01: 57: 41.

utamanya hanya Deddy Sutomo dan Oka Antara, dibantu Torro Margens dan Erythrina Baskoro.<sup>17</sup>

Ketiga, Laskar Pelangi disutradarai oleh Riri Riza dan diproduksi oleh Mira Lesmana menelan biaya sebanyak 8 milyar<sup>18</sup> memperoleh dukungan sponsor dari berbagai kalangan, di antaranya Pertamina Foundation, Bank Mandiri, Iluni UI, B Edutainment, Penerbit Bentang, PT Timah (Tbk), Bupati Belitung, Bupati Belitung Timur, dan sebagainya. Sedang media partners yang menyokong beberapa diantaranya: Femina, Gadis, CitaCinta, Cleo, Seventeen, Ayahbunda, Parenting, Reader's Digest, Hai, Female, Delta FM, Ardan, Geronimo, Istara, Kiss, Memora dan sebagainya.<sup>19</sup> Laskar Pelangi ditonton sebanyak 4.719.453 orang dengan pendapatan sebanyak 139 milyar.<sup>20</sup> Ketika Cinta Bertasbih disutradarai oleh Chaerul Umam dan diproduksi oleh Sinemart yang menelan biaya produksi hingga 25 Milyar<sup>21</sup> mendapat sokongan dari berbagai pihak di antaranya Bank Mandiri dan Yamaha. Ketika Cinta Bertasbih 1 dinikmati 2.105.192 penonton, Ketika Cinta Bertasbih 2 ditonton oleh

---

<sup>17</sup> Mencari Hilal, 01: 30: 59 – 01: 31: 23.

<sup>18</sup> Jurnal Footage, Riri Riza: Yang Utama adalah Industri Filem!, 1 Januari 2010, diakses 30 Januari 2019. <http://jurnalfootage.net/v4/riri-riza-yang-utama-adalah-industri-filem/>.

<sup>19</sup> Film Laskar Pelangi, 01: 58: 16 – 01: 59: 14.

<sup>20</sup> *10 Film Indonesia dengan Pendapatan Terbesar Sepanjang Masa*, 4 Maret 2016, diakses 30 Januari 2019. <https://id.bookmyshow.com/blog-hiburan/10-film-indonesia-dengan-pendapatan-terbesar-sepanjang-masa/>

<sup>21</sup> Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 12 Mei 2018.



penikmat film sebanyak 1.494.739. Pendapatan yang diperoleh Ketika Cinta Bertasbih 1 sebanyak 93 milyar, sedang Ketika Cinta Bertasbih 2 memperoleh pendapatan 60 milyar.<sup>22</sup> Selanjutnya, Mencari Hilal disutradarai Ismail Basbeth dan diproduksi oleh MVP Pictures, Studio Denny JA, Dapur Film, Argi Film, Mizan Productions dengan biaya produksi sebesar 2,5 milyar<sup>23</sup> dan hanya ditonton sebanyak 12.000 orang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja nilai-nilai keislaman yang terdapat dalam film *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2* dan *Mencari Hilal* serta bagaimana cara nilai-nilai keislaman itu ditampilkan?
2. Seberapa jauh nilai-nilai keislaman dijadikan sebagai komoditi dalam film *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2* dan *Mencari Hilal*?

---

<sup>22</sup> *10 Film Indonesia dengan Pendapatan Terbesar Sepanjang Masa*, 4 Maret 2016, diakses 30 Januari 2019. <https://id.bookmyshow.com/blog-hiburan/10-film-indonesia-dengan-pendapatan-terbesar-sepanjang-masa/>

<sup>23</sup> *Ada Pelajaran Keberagaman dalam Film Mencari Hilal*, diakses 14 Juni 2016. <http://m.tribunnews.com/seleb/2015/07/13/ada-pelajaran-keberagaman-dalam-film-mencari-hilal>.

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Temuan-temuan riset yang ingin diperoleh dalam penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengemukakan dan menemukan cara penyajian nilai-nilai keislaman yang ditampilkan dalam film bernuansa dakwah.
2. Menemukan nilai-nilai keislaman yang dijadikan sebagai komoditi dalam film bernuansa dakwah.

Sedang manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis riset ini bermanfaat untuk memperkuat film sebagai media dakwah yang berisikan nilai keislaman.
2. Secara praktis penelitian ini berguna untuk mengetahui komodifikasi nilai Islam dalam film bernuansa dakwah.

### D. Kajian Pustaka

Kajian film telah dikemukakan oleh kalangan peneliti. Se jauh penelusuran yang dapat dilacak, telah ditemukan beberapa riset mengenai media elektronik seperti radio, televisi dan film dengan menggunakan berbagai pendekatan, seperti pendekatan *cultural studies* dan pendekatan ekonomi-politik. Sudibyo<sup>24</sup> dalam bukunya *Ekonomi Politik Media Penyiaran* menerangkan bahwa pada aspek produksi isi siaran menunjukkan dinamika media sebagai instrumen industri kapitalis. Produk siaran media televisi lebih ditentukan oleh

---

<sup>24</sup>Agus Sudibyo, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, (Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2004), 349-350.

*the invisible hand* mekanisme pasar yang bertumpu pada kaidah permintaan-penawaran produksi dan konsumsi. Problem *diversity of ownership* bukan hanya terjadi pada lini industri televisi komersial. Fenomena kepemilikan pada satu pemilik juga telah lama menjadi problem industri radio komersial. Permasalahan yang berkembang seiring dengan maraknya konsep jejaring radio pada awal dekade 1980-an. Waktu itu banyak radio menggabungkan diri dalam satu wadah untuk melakukan pertukaran program, teknologi, *sharing* kapasitas, manajerial dan melakukan penjualan bersama. Namun, karena tidak dibarengi dengan regulasi yang kuat tentang batasan-batasan kepemilikan radio yang terjadi sebaliknya yaitu adanya pemusatan kepemilikan ke pihak tertentu. Konglomerasi radio muncul menjadi fenomena di pusat maupun daerah.

Setidaknya ada dua probem yang muncul dalam media penyiaran televisi dan radio yaitu masalah produksi isi siaran dan fenomena kepemilikan pada satu pemilik. Konten siaran pada televisi dan radio mengikuti logika dan keinginan pasar yang berpijak pada prinsip *supply* dan *demand*, sehingga acara yang diproduksi diatur sedemikian rupa agar menarik para pengiklan. Sedang fenomena *diversity of ownership* telah menghinggapi pada industri televisi dan radio. Banyak pemilik televisi dan radio yang bermodalkan besar memiliki jejaring di lini bawahnya. Hal ini menyebabkan para pemilik modal kecil tidak mampu bersaing untuk menyiarkan program siaran yang berkualitas.

Masih berbicara tentang komodifikasi melalui televisi, Pratiwi<sup>25</sup> juga mengkaji tentang komodifikasi agama dalam salah satu acara keagamaan yang ada di televisi. Tulisannya berjudul *Komodifikasi Agama dalam Program Acara “Islam Itu Indah” di Trans TV*. Hasil studi ini menginformasikan bahwa dalam program acara “Islam Itu Indah” telah terjadi komodifikasi isi dan khalayak. Komodifikasi isi terlihat dalam penampilan dan gaya Ustaz Maulana ketika menyampaikan ceramah sehingga menarik para audiens. Yel-yel khasnya yaitu “Jamaah oh Jamaah” menjadi komoditas isi yang menarik untuk dijual untuk memperoleh keuntungan. Komoditas khalayak tampak ketika program “Islam Itu Indah” banyak ditonton maka ratingnya akan tinggi. Rating yang tinggi dijual kepada para pengiklan sehingga banyak slot iklan yang akan dibeli. Para pengiklan memperoleh keuntungan dari banyaknya produk yang terjual.

Riset yang disusun Pratiwi fokusnya hanya pada media televisi dengan pendekatan ekonomi-politik. Hasil risetnya menunjukkan adanya komodifikasi konten agama dan khalayak dalam program siaran televisi. Konten agama dijual kepada pemirsa televisi sehingga dapat menarik para pengiklan untuk beriklan pada program siaran tersebut. Berbeda dengan penelitian Sudibyo, hasil riset yang disampaikan oleh Pratiwi hanya fokus pada komodifikasi, belum

---

<sup>25</sup> Mutia Rahmi Pratiwi, “Komodifikasi Agama dalam Program Acara “Islam Itu Indah” di Trans TV,” dalam *Ekonomi Politik Media: Sebuah Kajian Kritis*, (ed.) Filosa Gita Sukmono, (Yogyakarta: Lingkar Media, 2013), 108.

menyentuh pada bagian lain yaitu bagaimana spesialisasi dan strukturisasi terjadi.

Di atas telah dipaparkan pendekatan ekonomi-politik terhadap berbagai industri media, maka pada bahasan selanjutnya akan dibahas tentang industri film dengan pendekatan ekonomi-politik. Tidak berbeda dengan komodifikasi pada media televisi, dalam media film pun juga terjadi komodikasi. Hal ini seperti yang dibahas oleh Karnanta<sup>26</sup> dalam artikelnya yang berjudul *Ekonomi-Politik Film Dokumenter Indonesia Dependensi Industri Film Dokumenter Indonesia kepada Lembaga Donor Asing*. Karnanta mencermati struktur produksi film dokumenter di Indonesia yang mengandalkan pemberi dana dari lembaga donor asing berpengaruh negatif bagi kemandirian aktivitas produksi film dokumenter. Yang terjadi adalah tidak adanya kekritisian dalam pembuatan film dan sensitif terhadap isu-isu sosio-kultural. Dominasi lembaga donor yang begitu besar berimbas pada ketiadaan sensitivitas pada berbagai hal, bisa dimaknai sebagai kolonialisme dan orientalisme dalam bentuk baru.

Riset yang disusun oleh Karnanta telah menyadarkan kepada khalayak bahwa ketiadaan dana dapat berimbas pada kualitas film dokumenter yang dihasilkan. Ia hanya fokus pada tema yang telah dipesan oleh lembaga donor, sedikit sekali mengkritisi isu-isu politik,

---

<sup>26</sup> Kukuh Yudha Karnanta, "Ekonomi Politik Film Dokumenter Indonesia Dependensi Industri Film Dokumenter Indonesia kepada Lembaga Donor Asing", *LAKON: Jurnal Sastra & Budaya* (2012): 1-11, Volume 1, No. 1, diakses 21 Januari 2017. <http://journal.unair.ac.id/ekonomi-politik-film-dokumenter-article-6615-media-161-category-.html>.

ekonomi, sosial maupun budaya pada filmnya. Film yang ditampilkan telah kehilangan momen untuk menggarap film yang berkualitas. Dengan menggunakan kerangka berpikir *cultural imperialism*, riset ini mengingatkan kepada audiens bahwa sokongan dana yang besar dari pendonor mengakibatkan terjadinya neo-kolonialisme dalam konten film yang dihasilkan. Studi ini seharusnya dapat menyadarkan para pemangku kebijakan agar lebih memerhatikan film dokumenter yang diproduksi oleh para anak bangsa.

Sementara Mwakalinga<sup>27</sup> membahas tentang industri film di Tanzania dari tahun 1960 hingga 2010 dengan judul *The Political Economy of The Film Industry in Tanzania: From Socialism to an Open Market Economy, 1961–2010*. Hasil riset Mwakalinga menegaskan bahwa kebijakan pemerintah, undang-undang dan lembaga kebudayaan telah mempengaruhi pembuatan film di Tanzania. Dengan menggunakan ekonomi-politik sebagai kerangka teori kritis, penelitian ini mengeksplorasi keberhasilan administrasi dari Presiden Julius Kambarage Nyerere (1961-1985) kepada Presiden Mrisho Jakaya Kikwete (2005-sekarang) dan mengungkapkan mekanisme budaya yang pemerintah gunakan dalam mengendalikan industri film. Dampak studi ini mengungkapkan bahwa lembaga-

---

<sup>27</sup> Mona Ngusekela Mwakalinga, "The Political Economy of the Film Industry in Tanzania: From Socialism to an Open Market Economy, 1961–2010" (Disertasi, Film and Media Studies and the Graduate Faculty of the University of Kansas, 2010), iv, diakses 27 Maret 2017. [https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/7623/Mwakalinga\\_ku\\_0099D\\_11247\\_DATA\\_1.pdf?sequence=1](https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/7623/Mwakalinga_ku_0099D_11247_DATA_1.pdf?sequence=1).

lembaga pemerintah seperti Unit Pemerintah Film (Unit Fasilitasi Pengaduan), Perusahaan Film Tanzania (TFC), Audio Visual Institute (AVI), Badan Sensor Film Nasional (NFCB), Film dan Panggung Bermain pada 1976, Kebijakan Budaya, Budaya Trust Fund, UU Hak cipta tahun 1999, Masyarakat Hak cipta Tanzania (COSOTA), dan Festival Film Internasional Zanzibar (ZIFF) didirikan sebagai mekanisme untuk mengontrol produk budaya lokal serta intrusi (penerobosan) produk budaya asing. Kebijakan, legislasi, dan lembaga kebudayaan memberi pemerintah kekuasaan untuk mempengaruhi opini warganya dengan mendikte budaya dan identitas yang diperbolehkan.

Pengkajian ini menunjukkan bahwa ada tiga hal penting yang menjadi hasil telaahnya, yaitu keterlibatan pemerintah Tanzania dalam menggunakan kekuasaan, peraturan dalam bentuk undang-undang serta lembaga kebudayaan yang didirikan untuk memengaruhi konten film yang diproduksi. Dengan menggunakan tiga langkah tersebut, pemerintah Tanzania dengan mudah dapat memengaruhi opini dan mendikte warga negara negaranya, sehingga warga negara tidak bebas memperoleh konten film yang diinginkan. Informasi yang mereka terima telah disensor dan difilter oleh Pemerintah terlebih dahulu. Sebagai warga negara memiliki hak untuk memperoleh informasi dari berbagai macam sumber, termasuk dapat menikmati film yang diproduksi tanpa harus didikte oleh penguasa.

Riset Hsia menguatkan penelitian Mwakalinga di atas. Hsia membahas perkembangan industri film di Taiwan dan Hong Kong

pada tahun 1990-an. Penelitian Hsia<sup>28</sup> yang berjudul *The Film Industry in Taiwan a Political Economy Perspective* menggunakan pendekatan ekonomi-politik untuk menganalisis sejarah industri film dan meninjau perkembangan industri di Taiwan dan Hongkong. Perkembangan industri film di Taiwan telah dipengaruhi oleh kebijakan, terutama oleh subsidi pemerintah. Kebijakan pemerintah ini telah mampu dan mengarahkan industri film Taiwan. Film di Taiwan dianggap sebagai bentuk seni, bukan dianggap sebagai produk budaya komersil sedang film di Hong Kong dibuat utamanya untuk pasar komersial dengan tujuan menghibur penonton.

Riset Hsia apabila dicermati maka pemerintah melalui kebijakannya dapat memengaruhi industri film di Taiwan dan Hongkong. Akibat kebijakan pemerintah, konten film bisa diproduksi sesuai dengan keinginan penguasa. Tampak Hsia mengkritisi kebijakan pemerintah yang terlalu melakukan pemaksaan dalam memproduksi suatu film. Seharusnya pemerintah sebagai regulator cukup memberikan peraturan dan rambu-rambu bagaimana seharusnya film itu dibuat, bukan sebaliknya terlalu ikut campur dalam konten film.

Untuk memperkaya kajian tentang film, maka akan dipaparkan pula studi film dengan pendekatan *cultural studies*,

---

<sup>28</sup> Yun Hsia (Jo), "The Film Industry in Taiwan a Political Economy Perspective", (Disertasi, University of East Anglia School of Political, Social and International Studies, 2011), 2, diakses 27 Maret 2017. <https://ueaeprints.uea.ac.uk/47937/1/2011HsiaYPhD.pdf>.



khususnya yang berkaitan dengan teori hegemoni. Beberapa diantaranya, riset Yecies dan Howson<sup>29</sup> tentang *The Korean “Cinema of Assimilation” and the Construction of Cultural Hegemony in the Final Years of Japanese Rule*. Kajian Yecies dan Howson menjelaskan bahwa pada akhir tahun 1930-an, disaat Jepang sedang meningkatkan persiapan perang melawan China dan setelah Gubernur Jenderal Minami meresmikan ideologi asimilasi “Jepang dan Korea sebagai Satu Tubuh”, bioskop di Korea mengalami transformasi mendasar. Pembuat film Korea tidak punya banyak pilihan selain membuat co-produksi yang bertujuan untuk menarik orang Korea ke cara berpikir dan kehidupan Jepang, sekaligus mempromosikan rasa kesetiaan kepada Kekaisaran Jepang. Dalam konteks kolonial ini dan terutama setelah Undang-Undang Film Korea tahun 1940 memfasilitasi penyerapan industri film Korea ke dalam industri film Jepang. Film yang dijadikan kajian adalah *Angels on the Streets* (1941), *Spring in the Korean Peninsula* (1941), dan *Suicide Squad at the Watchtower* (1943). Tiga film ini digunakan untuk menganalisis konstruksi maskulinitas dan bagaimana penguasa kolonial berusaha untuk mengarahkan kembali khalayak Korea menuju pandangan dunia tertentu melalui sebuah proses yang disebut “bioskop asimilasi” yakni sebuah praktik hegemoni budaya yang dirancang untuk menarik

---

<sup>29</sup> Brian Yecies & Richard Howson, “The Korean “Cinema of Assimilation” and the Construction of Cultural Hegemony in the Final Years of Japanese Rule”, *The Asia-Pacific Journal* (2013): 1-19, Volume 11, Issue 25, No. 4, diakses 10 Desember 2017. <http://apjif.org/-Richard-Howson--Brian-Yecies/4137/article.pdf>.

orang-orang Korea agar lebih dekat pada kebiasaan, sosial dan ekonomi sosial dan prioritas dari penjajah mereka.

Sementara itu Solli<sup>30</sup> mengkaji tentang *The Power of Film in Venezuela and Mexico, 1980-2010*. Hasil studi disertasi Solli menunjukkan bahwa untuk memahami hubungan antara film dan negara, maka harus mempelajari film dari waktu ke waktu dan dalam jumlah tertentu. Kajian ini menyelidiki kecenderungan dominan film dalam menceritakan atau menggambarkan masyarakat mereka dengan menggunakan konsep hegemoni Gramscian. Riset ini berpandangan bahwa film Venezuela antara tahun 1980 dan 1999 merongrong kekuatan negara dengan menggambarkan negara sebagai penindas dan menyoroti keadaan orang miskin yang terpinggirkan. Sejak tahun 2000, bioskop Venezuela tidak menunjukkan satu kecenderungan dominan, meskipun kecenderungan umum menunjukkan bahwa film menggambarkan negara tersebut. Sedang di Meksiko, kebanyakan film antara tahun 1980 dan 1999 mendukung legitimasi negara dengan menyuarakan sedikit keluhan tentang masyarakat atau politik.

Dari beberapa riset tentang film dengan pendekatan *cultural studies* dan ekonomi-politik nampak bahwa pendekatan ini terpisah antara satu dan lainnya. Masing-masing film didekati dengan satu pendekatan, belum ada kombinasi diantara keduanya. Karena itu,

---

<sup>30</sup> Audun Solli, "The power of film in Venezuela and Mexico, 1980-2010", (Disertasi, Faculty of Humanities, University of Oslo, 2014), xi, diakses 10 Desember 2017. <http://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/38322/Solli+2014+PhD+The+Power+of+Film94637.pdf?sequence=2>.

nampaknya kajian film dengan pendekatan *cultural studies* (representasi, ideologi, hegemoni) dan ekonomi-politik belum banyak dikaji sehingga riset ini ingin mengisi kekosongan tersebut. Khususnya lagi terhadap film Indonesia yang bernuansakan Islam. Karena itu, tujuan utama penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menemukan dan mengemukakan menganalisis secara kritis dan membahas industri film Indonesia yang bertemakan Islam dari perspektif *cultural studies* dan ekonomi-politik media.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan Paradigmatik dan Jenis Penelitian**

Setidaknya ada tiga pendekatan penelitian dalam ilmu sosial, yaitu pendekatan positivistik, interpretif dan kritis. Pendekatan positivistik memandang bahwa ilmu alam dan ilmu sosial adalah sama, perbedaannya terletak pada objek kajiannya. Pendekatan positivistik menggunakan logika berpikir deduktif, menganggap sebuah realitas akan berlaku umum dan bersifat sama di semua tempat. Pendekatan interpretif berupaya memahami gejala sosial dengan memosisikan individu sebagai makhluk yang aktif. Pada dasarnya realitas sosial bergantung pada bagaimana manusia memaknai realitas sosial tersebut. Sedang pendekatan kritis berupaya melakukan kritik terhadap realitas sosial serta berupaya mengungkap makna di balik realitas

yang tidak terlihat. Pendekatan ini juga berusaha melakukan perubahan kondisi dan membangun realitas yang lebih baik.<sup>31</sup>

Sementara itu, Denzin & Lincoln memaparkan empat pendekatan paradigmatik, yaitu positivistik, konstruktif, kritis dan interpretif.<sup>32</sup> Riset yang akan dilakukan ini menggunakan pendekatan kritis, yakni berupaya menyelidiki realitas yang riil untuk mengungkap kebenaran yang tidak terlihat.

Sedangkan jenis riset dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami realitas, fenomena atau gejala tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>33</sup>

Studi ini mengambil informan atau subjek riset sebanyak 3 film bernuansa dakwah yang dijadikan sebagai sampel.<sup>34</sup> Tiga

---

<sup>31</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 11-13.

<sup>32</sup> Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, terj. Dariyatno, dkk., (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 123-124.

<sup>33</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 6, lihat juga Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 1-2.

<sup>34</sup> Sampel dalam riset kualitatif disebut informan atau subjek riset. Jumlah informan dalam riset kualitatif bersifat mudah berubah, dapat bertambah atau berkurang tergantung adanya data di lapangan. Lebih jelasnya lihat Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*

film yang dijadikan sebagai subjek riset yaitu: *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal* (Lihat Lampiran). Tiga film tersebut memiliki jumlah penonton yang berbeda, ada yang banyak penontonya, sedang-sedang saja, dan sedikit peminat.

## 2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer adalah data dari hasil informasi tertentu mengenai suatu data dari seseorang tentang masalah yang sedang akan diteliti oleh seorang peneliti (sumber informan). Data primer adalah ragam kasus baik berupa orang, barang, binatang, atau lainnya yang menjadi subjek penelitian (sumber informasi pertama, *first hand* dalam mengumpulkan data penelitian).<sup>35</sup> Data primer, pertama, berupa film *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal* yang berasal dari kepingan CD dan hasil rekaman. Kedua, data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan line produser, sutradara, *filmmaker*, dan penikmat film.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.<sup>36</sup> Sedang sumber sekunder

---

(Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 165, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 225, Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 55.

<sup>35</sup> Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 87.

<sup>36</sup> H. M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik,*

diperoleh dari berbagai literatur dan referensi yang berkaitan dengan masalah penelitian yakni berupa buku, laporan penelitian, film, jurnal, internet, dan sumber lain.

### **3. Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh diri (peneliti) yang secara sadar mengumpulkan data indrawi melalui penglihatan, pendengaran, rasa, bau dan sentuhan. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti melalui penggunaan pancaindra.<sup>37</sup> Metode observasi ini akan digunakan untuk memperoleh data tentang film Indonesia yang bernuansakan Islam yaitu film *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal*.

#### **b. Wawancara**

Koentjaraningrat, Bungin, dan Martono menyatakan bahwa wawancara juga biasa disebut dengan metode *interview*. Metode wawancara adalah proses dan cara memperoleh keterangan dan jawaban pertanyaan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bercakap-

---

*Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 128.

<sup>37</sup> Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, 143, Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial: Konsep-konsep Kunci*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 239.

cakap berhadapan dengan orang yang diwawancarai atau pewawancara dengan responden, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.<sup>38</sup> Dalam hal ini, yang akan diwawancarai beberapa diantaranya *line produser*, sutradara, *filmmaker*, dan penikmat film.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai kumpulan data verbal yang berbentuk tulisan. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, hasil penelitian, foto atau gambar, karya, rekaman pidato, dan sebagainya.<sup>39</sup> Dokumentasi berupa film-film Indonesia yang bertemakan Islam, yaitu film *Laskar Pelangi*, *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, dan *Mencari Hilal* yang bersumber dari kepingan CD dan hasil rekaman.

## 4. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif seperti dijelaskan oleh Creswell<sup>40</sup> dimulai dengan menyiapkan dan mengorganisasikan data (yaitu, data teks seperti transkrip atau data gambar seperti foto) untuk dianalisis, kemudian mereduksi

---

<sup>38</sup> Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama: 1997, 129, Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, 133, Martono, *Metode Penelitian Sosial*, 362, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.

<sup>39</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 92, Martono, *Metode Penelitian Sosial*, 80.

<sup>40</sup> John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan*, terj. Ahmad Lintang Lazuardi, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 251.

data tersebut menjadi tema melalui proses pengodean dan peringkasan kode, dan terakhir menyajikan data dalam bentuk bagan, tabel, atau pembahasan.

Untuk memproduksi suatu film akan dipengaruhi oleh berbagai pihak, mulai dari produser, sutradara, penulis skenario, ataupun lainnya. Dalam studi ini, setelah data terkumpul mulai dari proses observasi, wawancara, dokumentasi maupun catatan lapangan maka akan disusun secara sistematis serta dianalisis dengan teori representasi. Teori representasi digunakan untuk mengkaji konten-konten keislaman yang berdimensi dakwah dan untuk menemukan cara penyajian nilai-nilai keislaman yang ditampilkan dalam film bernuansa dakwah.

Representasi menurut Barker<sup>41</sup> adalah bagaimana dunia ini didesain dan digambarkan secara sosial kepada dan oleh kita. Representasi dan makna kultural memiliki materialitas tertentu, mereka terintegrasi pada bunyi, prasasti, objek, citra, buku, majalah dan program televisi. Mereka diproduksi, ditampilkan, digunakan dan dipahami dalam konteks sosial tertentu.

Pendapat senada ditegaskan oleh Hall<sup>42</sup> yang menyatakan bahwa representasi merupakan keterkaitan makna dan bahasa terhadap budaya. Representasi merupakan bagian penting dari

---

<sup>41</sup> Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, terj. Nurhadi, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011), 9.

<sup>42</sup> Stuart Hall, *Representation Cultural: Representations and Signifying Practices*, (London, SAGE Publications, 2009), 15.



proses produksi makna yang dihasilkan dan dipertukarkan antar anggota suatu budaya. Representasi melibatkan penggunaan bahasa, tanda/symbol (*sign*) dan gambar yang mewakili atau mewakili sesuatu.

Representasi merupakan bentuk konkret (penanda) yang berasal dari konsep abstrak. Contohnya, bagaimana hujan direpresentasikan dalam film, karena hujan yang sebenarnya sulit ditangkap oleh mata kamera dan susah diproduksi. Akan tetapi beberapa representasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan budaya dan politik.<sup>43</sup>

Setelah film yang bermuatan nilai-nilai keislaman dianalisis dengan teori representasi, maka langkah selanjutnya menganalisis nilai-nilai keislaman yang dijadikan sebagai komoditi. Tidak dapat dipungkiri bahwa film merupakan bagian dari industri bisnis yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan. Oleh karena itu, teori komodifikasi yang dicetuskan oleh Mosco digunakan sebagai pisau analisis untuk mengetahui seberapa jauh nilai-nilai keislaman dijadikan sebagai komoditas. Mosco<sup>44</sup> menyatakan bahwa komodifikasi adalah proses transformasi barang atau jasa serta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang memiliki nilai tukar. Semisal, proses mengubah

---

<sup>43</sup> John Hartley, *Communication, Cultural, & Media Studies: Konsep Kunci*, terj. Kartika Wijayanti, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 265-266.

<sup>44</sup> Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication Second Edition*, (London: Sage Publications Ltd., 2009), 2.

cerita yang dinikmati teman menjadi sebuah film atau novel untuk dijual di pasar.

Mosco mengemukakan bahwa komodifikasi memiliki tiga bentuk, pertama, komodifikasi konten yakni proses komodifikasi dalam komunikasi yang melibatkan transformasi pesan dan sekumpulan data ke dalam sistem yang bermakna sehingga menjadi produk yang dapat dipasarkan, kedua, komodifikasi audiens adalah proses produk media untuk menghasilkan khalayak dan mengirimkannya kepada pengiklan, ketiga, komodifikasi pekerja merupakan aktor kegiatan produksi dan distribusi. Para pekerja adalah orang yang memiliki kesatuan konsep, kemampuan berimajinasi, mendesain serta sebagai pelaksana.<sup>45</sup>

Khiabany seperti dikutip oleh Ibrahim dan Akhmad<sup>46</sup> memaparkan bahwa komodifikasi juga merupakan titik masuk untuk memahami praktik-praktik dan institusi-institusi komunikasi yang spesifik. Misalnya ekspansi komodifikasi yang umum dan mendunia pada 1980-an, sebagian dalam menanggapi atas kemerosotan pertumbuhan ekonomi global, membawa pada peningkatan komersialisasi program media, privatisasi institusi-institusi telekomunikasi dan media publik, dan liberalisasi pasar

---

<sup>45</sup> Mosco, *The Political Economy*, 133-139.

<sup>46</sup> Idi Subandy Ibrahim & Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), 20.

komunikasi, termasuk tempat-tempat yang semula dipandang sebagai wilayah rezim yang tertutup, seperti Timur Tengah, yang komodifikasinya dibatasi.

## 5. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan melalui teknik triangulasi. Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.<sup>47</sup> Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.<sup>48</sup>

## F. Sistematika Pembahasan

Langkah penelitian digunakan agar pembahasan yang akan dilakukan bisa tersusun secara sistematis. Adapun langkah-langkah yang akan ditempuh untuk penelitian ini adalah: *pertama*, dalam latar belakang diuraikan tentang peran dan fungsi media khususnya film. Pada tahap ini diterangkan tentang film Indonesia yang bernuansa dakwah. Selanjutnya, akan menelaah pustaka yang berkaitan dengan representasi dan komodifikasi pada media sehingga akan diperoleh pemahaman yang utuh tentang hal tersebut.

---

<sup>47</sup> Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 330.

<sup>48</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 127.

*Kedua*, mendeskripsikan tentang dakwah, tujuan dakwah, media dakwah, dakwah dan perubahan sosial, sejarah film, jenis-jenis film, klasifikasi film berdasarkan genre, film sebagai media dakwah, perkembangan industri perfilman di Indonesia bernuansa dakwah, disamping membahas tentang representasi dan komodifikasi. *Ketiga*, menguraikan tentang profil film Laskar Pelangi, Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 dan Mencari Hilal. *Keempat*, menggali data dan mengemukakan nilai-nilai keislaman dalam ketiga film tersebut. *Kelima*, menemukan dan mengemukakan komodifikasi nilai Islam dalam ketiga film yang dijadikan sebagai sampel. Dan *keenam*, menyimpulkan pembahasan. Kesimpulan ini berupa jawaban dari pertanyaan rumusan masalah yang diungkapkan sebelumnya, temuan penelitian, implikasi dan saran bagi penelitian selanjutnya.

## BAB II

### DAKWAH, FILM, DAN INDUSTRI MEDIA

#### A. Dakwah

##### 1. Pengertian Dakwah

Dakwah secara etimologi berasal dari kata *da'ā yad'ū da'watan* yang berarti menyeru, memanggil, mengajak dan menjamu.<sup>1</sup> Sedang secara istilah dakwah ada beberapa pendapat yang telah disampaikan oleh para ahli yang menggeluti masalah dakwah. Pada prinsipnya antara definisi satu dengan lainnya tidak terlalu jauh berbeda. Berikut pengertian dakwah dari para pakar.

Pertama, dakwah menurut Zaidan<sup>2</sup> adalah:

“Panggilan ke jalan Allah, seperti yang termaktub dalam surat Yusuf ayat 108. Yang dimaksud dengan dakwah kepada jalan Allah adalah menyeru manusia kepada Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad saw. dari Tuhan-Nya. Islam adalah hakikat dari dakwah itu sendiri.”

Kedua, dakwah menurut Hasjmy<sup>3</sup>:

---

<sup>1</sup> Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1990), 127.

<sup>2</sup> Abdul Karim Zaidan, *Uṣūl ad-Da'wah*, (Beirut: Risalah, 2010), 9.

<sup>3</sup> A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut al-Quran*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), 18.

“Mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan akidah dan syariat Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.

Ketiga, dakwah menurut Enjang dan Aliyudin:<sup>4</sup>

“Mengajak manusia kepada jalan Allah (sistem Islam) secara menyeluruh; baik dengan lisan, tulisan, maupun dengan perbuatan sebagai ikhtiar (upaya) muslim mewujudkan nilai-nilai ajaran Islam dalam realitas kehidupan pribadi (*syakhsiyah*), keluarga (*usrah*) dan masyarakat (*jama'ah*) dalam semua segi kehidupan secara menyeluruh sehingga terwujud *khairul ummah* (masyarakat madani).

Keempat, dakwah menurut Saputra:<sup>5</sup>

“Proses menjadikan perilaku seorang muslim untuk menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur *da'i* (subjek), *māddah* (materi), *tarīqah* (metode), *wasīlah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai tujuan dakwah yang melekat dengan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Kelima, menurut Aziz<sup>6</sup> dakwah adalah:

“Proses peningkatan iman menurut syariat Islam. “Proses” menunjukkan kegiatan yang terus-menerus, berkesinambungan, dan bertahap. Peningkatan adalah

---

<sup>4</sup> Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), 5.

<sup>5</sup> Wahidin Saputra, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 2-3.

<sup>6</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 19-20.

perubahan kualitas yang positif, dari buruk menjadi baik atau dari baik menjadi lebih baik.”

Keenam, dakwah menurut Shihab<sup>7</sup> adalah:

“Seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Perwujudan dakwah bukan sekadar usaha meningkatkan pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas.”

Berpijak pada pengertian secara etimologi dan terminologi maka secara ringkas dakwah bisa diartikan sebagai proses mengajak manusia kepada ajaran Islam yang diridai oleh Allah untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Dakwah pada masa saat ini harus lebih berperan menuju kepada pelaksanaan ajaran Islam secara lebih menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan. Sukses-tidaknya suatu dakwah tidak diukur lewat gelak tawa atau tepuk riuh pendengarnya, bukan pula dengan ratap tangis mereka. Sukses tersebut di ukur lewat, antara lain, pada bekas (*a'sar*) yang ditinggalkan dalam benak pendengarnya ataupun kesan yang terdapat dalam jiwa, yang kemudian tercermin dalam tingkah laku mereka. Untuk mencapai

---

<sup>7</sup> M. Quraish Shihab, *Membumikan al-Quran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*, (Bandung: Mizan, 1994), 194.

sasaran tersebut, tentunya semua unsur dakwah harus mendapat perhatian para dai dan daiah/mubalig dan mubaligah.<sup>8</sup>

## 2. Tujuan Dakwah

Islam hadir ke muka bumi melalui Nabi Muhammad saw. untuk menjadi petunjuk bagi semua manusia. Petunjuk Islam diibaratkan buku petunjuk bagi benda elektronik yang dibuat manusia, begitu juga manusia telah diberi pedoman hidup oleh penciptanya, Allah swt. Manusia harus mengikuti pedoman tersebut jika ingin selamat dalam perjalanan hidupnya. Apa yang menjadi perintah atau anjuran dalam Islam pasti memberikan manfaat yang besar bagi manusia dan kehidupannya. Demikian pula, larangan dalam Islam akan berdampak buruk bagi perkembangan manusia dan kehidupannya.<sup>9</sup>

Dakwah yang diwajibkan bagi kaum muslimin untuk melaksanakannya adalah dakwah yang bertujuan dan berorientasi pada: *pertama*, membangun masyarakat Islam, sebagaimana para utusan Allah, yang memulai dakwahnya di kalangan masyarakat jahiliah. Mereka mengajak manusia untuk memeluk agama Allah swt., menyampaikan wahyu-Nya kepada kaumnya dan memperingatkan mereka dari segala perbuatan yang dilarang. *Kedua*, dakwah dengan melakukan perbaikan pada masyarakat

---

<sup>8</sup> Shihab, *Membumikan al-Quran*, 194.

<sup>9</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah*, 113.



Islam yang terkena musibah. Seperti penyimpangan dan berbagai kemungkaran, serta pengabaian masyarakat tersebut terhadap segenap kewajiban. *Ketiga*, memelihara kelangsungan dakwah di kalangan masyarakat yang telah berpegang pada kebenaran, melalui pengajaran secara terus-menerus, pengingatan, penyucian jiwa, dan pendidikan.<sup>10</sup>

Untuk meraih tujuan dakwah secara efektif dan efisien, proses dakwah harus memperhatikan segala yang dapat menunjang terwujudnya tujuan tersebut. Penentuan media untuk menyebarkan dan mensyiarkan nilai-nilai keislaman perlu diperhatikan. Media dakwah harus sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan peradaban manusia, supaya dakwah Islam mampu mewarnai ke seluruh aspek kehidupan manusia. Media dakwah merupakan komponen yang sangat penting dalam pencapaian tujuan dan sasaran dakwah. Di era milenial saat ini sudah menjadi keniscayaan untuk memanfaatkan segala teknologi yang ada untuk mempermudah pencapaian tujuan dakwah dan sasaran dakwah. Tanpa memanfaatkan media-media yang ada dakwah tidak akan mengalami kemajuan.<sup>11</sup> Dengan demikian, untuk menggapai tujuan dakwah dibutuhkan berbagai perangkat

---

<sup>10</sup> Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqh Dakwah*, diterjemahkan oleh Abdus Salam Masykur dari *ad-Da'wah, Qawā'id wa Uṣūl*, (Surakarta: Era Intermedia, 2005), 29.

<sup>11</sup> M. Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Yogyakarta: AK Group, 2006), 135-136.

dan media dakwah untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman tersebut.

### **3. Media Dakwah**

Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Untuk itu komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan atau banyak jumlahnya.<sup>12</sup> Dakwah memerlukan media dalam proses dan pelaksanaannya. Pilihan media yang efektif dan efisien sebagai aktivitas dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam kepada audiensnya akan lebih cepat tersebar bila menggunakan media. Media yang dimaksud seperti melalui pers, film, radio, atau televisi untuk menjangkau sebanyak-banyaknya khalayak. Pers digolongkan media cetak, sedangkan radio, film, dan televisi dikategorikan sebagai media elektronik. Perkembangan semua jenis media massa itu secara teknis didukung oleh perkembangan ilmu dan teknologi, yang sekarang ini telah mencapai teknologi digital. Hal ini lebih akan memudahkan dan mempercepat penyebaran pesan dakwah kepada mitra dakwah (*mad'u*).<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 104.

<sup>13</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 99-100.

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Ya'qub menjelaskan bahwa *wasīlah* dakwah setidaknya meliputi lima hal, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak. *Pertama*, lisan, yang termasuk dalam bentuk ini ialah khutbah, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasihat, dan sebagainya. *Kedua*, tulisan, umpamanya buku, majalah, surat kabar, kuliah tertulis, pamflet, spanduk, dan sebagainya. *Ketiga*, lukisan, yakni gambar hasil seni lukis, foto, dan sebagainya. *Keempat*, audio visual, yaitu suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk ini bisa berupa televisi, sandiwara, radio, film dan sebagainya. *Kelima*, akhlak, yaitu suatu cara yang ditunjukkan dalam bentuk perbuatan yang nyata, semisal: menziarahi orang sakit, silaturahmi, pembangunan masjid, sekolah, poliklinik, dan sebagainya.<sup>14</sup>

Untuk masa sekarang dan mendatang diperlukan pola-pola penyampaian dakwah Islam yang tidak hanya menuntut kehadiran masyarakat secara langsung. Salah satu solusinya, dakwah disampaikan melalui bantuan media komunikasi modern. Media komunikasi kemudian yang akan mengantarkan pesan-pesan hingga menyentuh para jemaah dalam beragam nuansa dan suasana. Dengan begitu, dakwah dapat berjalan terus meskipun

---

<sup>14</sup> Hamzah Ya'qub, *Publisistik Islam; Teknik Da'wah dan Leadership*, (Bandung: C.V. Diponegoro, 1981), 48.

kesempatan mereka telah tersita seluruhnya.<sup>15</sup> Masing-masing media tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan. Dan penggunaannya disesuaikan dengan situasi dan kondisi. Salah satu media komunikasi modern yang dapat digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman pada era milenial sekarang ini kepada masyarakat luas adalah film.

#### **4. Dakwah dan Perubahan Sosial**

Dakwah tidak mesti disampaikan melalui mimbar, ada kalanya dakwah juga memerhatikan kebutuhan sasaran dakwahnya (*mad'u*), dengan istilah lain selain meningkatkan kualitas keimanan, dakwah juga diharapkan dapat memperbaiki kualitas hidup umat yang didakwahi, karena sasaran dakwah memiliki problem yang beragam. Dari sisi geografis, sasaran dakwah ada yang berdomisili di perkotaan maupun perdesaan sehingga pemilihan media menjadi urgen untuk dilakukan.

Muhyiddin<sup>16</sup> menjelaskan bahwa pelaksanaan dakwah mesti menjawab tantangan dan problem sosial. Perubahan sosial-budaya pada era informasi yang ditunjang dengan kemajuan teknologi, persoalan-persoalan kemanusiaan makin terbuka pada hampir setiap lini kehidupan. Karenanya, dakwah harus dapat

---

<sup>15</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekayasa Media, 2012), 5.

<sup>16</sup> Asep Muhyiddin, "Dakwah Perspektif al-Quran", *Kajian Dakwah Multiperspektif: Teori, Metodologi, Problem, dan Aplikasi*, Asep Muhyiddin, dkk. (ed.), (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 29.

menjawab tantangan perubahan sosial-budaya tersebut, lebih-lebih dakwah pada era modern saat ini yang penuh dengan tantangan.

Karakteristik masyarakat modern mengutip pendapat Willis<sup>17</sup> dicirikan oleh hal-hal berikut, diantaranya: pertama, makin banyaknya ibu-ibu ke luar rumah mencari nafkah sedangkan anak-anak diasuh oleh pembantu rumah tangga. Akibatnya pola asuh anak berantakan karena kebanyakan para pembantu kurang pendidikandan agama. Kedua, nilai anak bergeser pula dari amanah Allah menjadi sumber penghasilan atau ekonomi masa depan, tempat orang tua bergantung jika telah tua nanti. Anak-anak harus sekolah tinggi dan harus pintar agar bisa memperoleh kedudukan yang tinggi dan memperoleh uang yang banyak. Ketiga, keluarga besar (*extended family*) bergeser menjadi keluarga inti (*nuclear family*). Hal ini menyebabkan menurunnya nilai atau penghargaan terhadap nenek dan kakek karena dianggap menjadi beban keluarga, apalagi anggota keluarga yang lain. Ketiga, krisis keuangan sering terjadi karena masalah ekonomi, penyelewengan, egoisme, komunikasi yang tersumbat, yang berdampak kepada keretakan dan bahkan perceraian (*broken home*). Keempat, tuntutan orang tua terhadap anak yang berlebihan seperti memaksa anak untuk belajar

---

<sup>17</sup> Sofyan S. Willis, *Konseling Keluarga (Family Counseling)*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2011), 164-165.

insinyur, dokter dan sebagainya, mengharuskan anak belajar keras sehingga bebannya menjadi berat tidak sesuai dengan kemampuan, akibatnya anak menjadi jenuh, bosan, pasif dan mengasingkan diri.

Berpijak pada karakteristik masyarakat modern tersebut, maka dakwah pada zaman *now* harus menggunakan bermacam-macam sarana. Film menjadi salah satu alternatif media yang dapat digunakan untuk melakukan perubahan secara individu maupun secara kolektif. Terlebih kehidupan pada masyarakat perkotaan yang penuh hiruk pikuk, keberadaan bioskop bisa menjadi salah satu hiburan bagi mereka. Film yang diputar di layar lebar tersebut akan tersebar secara luas, karenanya konten keislaman yang disisipkan dalam film bernuansa dakwah mesti memberikan pencerahan sehingga dapat membawa perubahan ke arah yang lebih baik selain sebagai sarana hiburan.

Dikuatkan oleh Achmad<sup>18</sup> ketika dakwah dihadapkan pada masalah kemanusiaan, maka dakwah diharuskan dapat memberikan jawaban yang menyangkut kepentingan manusia dalam berbagai segi kehidupan. Penataan lembaga dakwah dimulai kembali, perumusan pesan ditinjau kembali, penanganan masalah secara kongkrit harus dikedepankan, secara keseluruhan

---

<sup>18</sup> Amrullah Achmad, "Dakwah Islam dan Perubahan Sosial: Suatu Kerangka Pendekatan dan Permasalahan", *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Amrullah Achmad (ed.), (Yogyakarta: Pusat Latihan, Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (PLP2M), 1985), 16.

sistem dakwah mesti ditinjau kembali baik efektivitas, efisiensi maupun jangkauan penanganan masalah yang dihadapi. Karena tanpa upaya yang berkesinambungan dalam pemikiran sistem dakwah, Islam semakin tidak mengakar dalam sistem sosial-budaya yang pada akhirnya, masalah kemanusiaan yang paling fundamental tidak dapat segera tertangani dengan tuntas. Sejalan dengan pandangan tersebut Usman<sup>19</sup> menyatakan bahwa sebagian pakar sosial percaya bahwa pesan atau kandungan ajaran agama dalam proses dakwah dimungkinkan untuk memacu perubahan. Dalam konteks pandangan semacam ini, agama bukan merupakan elemen yang pasif dalam proses perubahahan sosial. Sebaliknya, agama adalah elemen aktif dalam membentuk suatu proses sosial.

## **B. Film**

### **1. Awal Mula Film**

Film atau *movie* adalah rangkaian foto-foto dalam film yang diproyeksikan dengan cepat ke layar dengan menggunakan cahaya, karena fenomena optik yang dikenal sebagai ketekunan penglihatan, ini memberi ilusi tentang gerakan yang aktual, halus dan bergerak secara kontinyu.<sup>20</sup> Pengertian film seperti dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun

---

<sup>19</sup> Sunyoto Usman, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 184.

<sup>20</sup> *Encyclopedia Britannica*, diakses 1 Mei 2017. <http://www.britannica.com/art/motion-picture>.

2009 tentang Perfilman Pasal 1 Nomor 1 adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.<sup>21</sup>

Para teoritikus film menyatakan bahwa film yang kita kenal sekarang ini merupakan perkembangan lanjut dari fotografi.<sup>22</sup> Film diciptakan saat industri Amerika menyambut baik akan setiap hadirnya alat-alat baru yang hadir pada masa itu. Film tidak ditemukan oleh satu orang. Proses ini melibatkan enam orang: Etienne Jules Marey, Eadweard Muybride, Thomas Edison, William K.L. Dickson, dan Auguste dan Louis Lumiere.<sup>23</sup>

Film bermula pada akhir abad ke-19 sebagai teknologi baru, tetapi konten dan fungsi yang ditawarkan masih sangat jarang. Film kemudian berubah menjadi alat presentasi dan distribusi dari tradisi hiburan yang lebih tua, menawarkan cerita, panggung, musik, drama, humor dan trik teknis bagi konsumsi populer. Sebagai media massa, film merupakan bagian respons terhadap penemuan waktu luang, waktu libur dari kerja, dan

---

<sup>21</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman, 2, diakses 1 Mei 2017. [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/5168\\_1434-UU33Tahun2009Perfilman.pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/5168_1434-UU33Tahun2009Perfilman.pdf).

<sup>22</sup> Marselli Sumarno, *Dasar-Dasar Apresiasi Film*, (Jakarta: Grasindo, 1996), 2.

<sup>23</sup> Penjelasan lebih lanjut tentang peran dari masing-masing mereka lihat Biagi, *Media/Impact*, 171.



sebuah jawaban atas tuntutan untuk cara menghabiskan waktu luang keluarga yang sifatnya terjangkau dan terhormat.<sup>24</sup>

Sejak pertama kali film dihasilkan sebagai karya teknik manusia, langsung ia dipakai sebagai alat komunikasi massa, populernya sebagai alat untuk bercerita. Apakah yang diceritakan itu suatu khayalan atau kisah, pada pokoknya segala macam media bercerita, yaitu suatu media baru sebagai hasil karya elektro-teknik dan karya optik.<sup>25</sup> Setidaknya ada tiga elemen penting dalam sejarah film, pertama, yaitu penggunaan film sebagai alat propaganda terutama jika untuk tujuan nasional atau kebangsaan, kedua, munculnya beberapa sekolah seni film dan ketiga, munculnya gerakan film dokumenter.<sup>26</sup> Semisal pada masa orde baru ada satu film yang selalu diputar setiap tahun sebagai sarana propaganda.

Pratista<sup>27</sup> menyatakan bahwa dimensi jarak kamera terhadap objek dapat diklasifikasikan menjadi tujuh.

a. *Extreme Long Shot*

*Extreme long shot* merupakan jarak kamera yang paling jauh dari objeknya. Wujud fisik manusia nyaris tidak tampak.

---

<sup>24</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, terj. Putri Iva Izzati, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 35.

<sup>25</sup> Usmar Ismail, *Usmar Ismail Mengupas Film*, (Jakarta: Sinar Harapan, 1983), 98.

<sup>26</sup> McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, 35.

<sup>27</sup> Himawan Pratista, *Memahami Film*, (Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008), 104-106.

Teknik ini umumnya untuk menggambarkan sebuah objek yang sangat jauh.

b. *Long Shot*

Pada jarak *long shot* tubuh fisik manusia telah nampak jelas, namun latar belakang masih dominan. *Long shot* sering kali digunakan sebagai *establishing shot*, yakni shot pembuka sebelum digunakan *shot-shot* yang berjarak lebih dekat.

c. *Medium Long Shot*

Pada jarak ini tubuh manusia terlihat dari bawah lutut sampai ke atas. Tubuh fisik manusia dan lingkungan sekitar relatif seimbang.

d. *Medium Shot*

Pada jarak ini memperlihatkan tubuh manusia dari pinggang ke atas. Gestur serta ekspresi wajah mulai tampak. Sosok manusia mulai dominan dalam *frame*.

e. *Medium Close-up*

Pada jarak ini memperlihatkan tubuh manusia dari dada ke atas. Sosok tubuh manusia mendominasi frame dan latar belakang tidak lagi dominan. Adegan percakapan normal biasanya menggunakan jarak *medium close-up*.

f. *Close-up*

Umumnya memperlihatkan wajah, tangan, kaki, atau sebuah objek kecil lainnya. *Close-up* biasanya digunakan untuk adegan dialog yang lebih intim. *Close-up* juga memperlihatkan sangat mendetil sebuah benda atau objek.

g. *Extreme Close-up*

Pada jarak terdekat ini mampu memperlihatkan lebih mendetil bagian dari wajah, seperti telinga, mata, hidung, dan lainnya atau bagian dari sebuah objek.

## 2. Jenis-Jenis Film

Pembagian jenis film memiliki ragam pandangan. Sumarno<sup>28</sup>, Effendy<sup>29</sup> dan Pratista<sup>30</sup> memiliki pandangan yang berbeda dalam membagi jenis-jenis film. Pada prinsipnya, merujuk pada ketiga pandangan tersebut setidaknya jenis-jenis film dapat dibagi menjadi tiga jenis, yakni dokumenter, fiksi, dan eksperimental. Pembagian ini didasarkan atas cara bertuturnya, yakni naratif (cerita) dan non-naratif (non cerita).

### a. Film Dokumenter (Film noncerita)

Kunci utama dari film dokumenter adalah penyajian fakta. Film dokumenter berhubungan dengan orang-orang, tokoh, peristiwa, dan lokasi yang nyata. Film dokumenter tidak menciptakan suatu peristiwa, namun merekam

---

<sup>28</sup> Sumarno mengkategorikan jenis film menjadi tiga, yakni film cerita, film noncerita serta film eksperimental dan film animasi (Sumarno, *Dasar-Dasar Apresiasi*, 11-16).

<sup>29</sup> Effendy membagi jenis film ke dalam tujuh, yaitu film dokumenter, film cerita pendek, film cerita panjang, dan film-film jenis lain yang mencakup profil perusahaan, iklan televisi, program televisi dan video klip (Heru Effendy, *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*, (Yogyakarta: Panduan, 2006), 11-14).

<sup>30</sup> Pratista membaginya menjadi tiga jenis, yaitu film dokumenter, film fiksi, dan film eksperimental (Pratista, *Memahami Film*, 4-7).

peristiwa yang sungguh-sungguh terjadi atau otentik.<sup>31</sup> Film dokumenter selain mengandung fakta, ia juga mengandung subyektivitas pembuat. Subyektivitas diartikan sebagai sikap atau opini terhadap peristiwa. Tahun 1920-an merupakan periode penting bagi tumbuhnya pemikiran film dokumenter. Istilah dokumenter dipopulerkan oleh John Grierson berkebangsaan Inggris, untuk menyebut karya Robert Flaherty, warga Amerika Serikat yang berjudul *Moana*, 1926.<sup>32</sup> Di Indonesia, produksi film dokumenter untuk televisi dipelopori oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI). Beragam film dokumenter tentang kebudayaan, flora dan fauna Indonesia telah banyak dihasilkan.<sup>33</sup>

#### **b. Film fiksi (Film Cerita)**

Film fiksi cerita terikat oleh plot. Film fiksi sering menggunakan cerita rekaan di luar kejadian nyata serta memiliki konsep pengadeganan yang telah dirancang sejak awal. Struktur cerita film juga terikat hukum kausalitas. Cerita biasanya juga memiliki karakter protagonis dan antagonis, masalah dan konflik, penutupan, serta pola

---

<sup>31</sup> Pratista, *Memahami Film*, 4.

<sup>32</sup> Sumarno, *Dasar-Dasar Apresiasi Film*, 14, Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), 213-214.

<sup>33</sup> Effendy, *Mari Membuat Film*, 12.

pengembangan cerita yang jelas.<sup>34</sup> Dalam pembuatan film cerita diperlukan proses pemikiran dan teknis. Proses pemikiran berupa pencarian ide, gagasan, atau cerita yang akan digarap, sedangkan proses teknis berupa keterampilan artistik untuk mewujudkan segala ide, gagasan atau cerita menjadi film yang siap ditonton.<sup>35</sup>

### **c. Film Eksperimental**

Film eksperimental adalah film yang tidak dibuat dengan kaidah-kaidah pembuatan film yang lazim. Tujuannya untuk mengadakan eksperimentasi dan mencari cara-cara pengucapan baru lewat film.<sup>36</sup> Film eksperimental tidak memiliki plot namun tetap memiliki struktur. Strukturnya sangat dipengaruhi oleh insting subyektif sineas seperti gagasan, ide, emosi, serta pengalaman batin mereka. Film eskperimental umumnya berbentuk abstrak dan tidak mudah dipahami. Hal ini disebabkan karena mereka menggunakan simbol-simbol personal yang mereka ciptakan sendiri.<sup>37</sup>

---

<sup>34</sup> Pratista, *Memahami Film*, 6.

<sup>35</sup> Sumarno, *Dasar-Dasar Apresiasi*, 13.

<sup>36</sup> Sumarno, *Dasar-Dasar Apresiasi*, 16.

<sup>37</sup> Pratista, *Memahami Film*, 7-8.

### 3. Film sebagai Media Dakwah

Media menurut Lasswell memiliki tiga fungsi, yakni: *the surveillance of the environment* (memberikan informasi tentang lingkungan); *correlation of the components of society in making a response to the environment* (memberikan pilihan untuk memecahkan masalah atau hubungan); dan *transmission of the social inheritance* (sosialisasi serta pendidikan yang dikenal dengan transmisi).<sup>38</sup> Sedang menurut Wright, menambah fungsi media menjadi empat yakni *surveillance*; *correlation*; *cultural transmission* dan *entertainment*.<sup>39</sup>

Film sebagai bagian dari media massa memiliki keunggulan dan karakteristik untuk dijadikan sebagai media dakwah terutama karena film dapat dinikmati oleh semua kalangan dari khalayak yang berpendidikan tinggi sampai kepada yang buta huruf. Film memiliki daya persuasif yang tinggi, terutama karena menyajikan gambar yang bergerak dan bersuara. Kebanyakan persoalan yang bersifat abstrak dan samar-samar serta sulit, dapat disuguhkan oleh film kepada khayalak secara

---

<sup>38</sup> Harold D. Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, 2017, diakses 28 Maret 2019. <https://pracownik.kul.pl/files/37108/public/Lasswell.pdf>, Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 407.

<sup>39</sup> Charles R. Wright. "Functional Analysis and Mass Communication Revisited" In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications*, 205. Beverly Hills: SAGE Publications, Inc, 1974), diakses 28 Maret 2019. [https://repository.upenn.edu/asc\\_papers/86/](https://repository.upenn.edu/asc_papers/86/)

lebih baik dan efisien.<sup>40</sup> Menurut Cangara<sup>41</sup> film dengan kemampuan daya visualnya yang didukung audio yang khas, sangat efektif sebagai media hiburan dan juga sebagai media pendidikan dan penyuluhan. Film bisa diputar berulang kali pada tempat dan khayalak yang berbeda.

Film dalam pandangan komunikasi massa dapat dimaknai sebagai pesan yang disampaikan dalam komunikasi filmis untuk memahami hakikat, fungsi dan efeknya. Perspektif ini memerlukan pendekatan yang terpusat pada film sebagai proses komunikasi. Selain itu, dengan menempatkan film dalam konteks sosial, politik, dan budaya, sama artinya dengan memahami preferensi (kecenderungan, kesukaan) penonton yang pada muaranya menciptakan citra penonton film.<sup>42</sup>

Sebagai media penyampaian informasi (pesan) seperti halnya televisi, film bersifat netral. Baik dan buruk bergantung pada pesan yang disampaikan. Kalau media (film) dijadikan sarana untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman, maka dengan

---

<sup>40</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 107, M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam, (Komparasi Komunikasi Islam dan Barat)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 90, Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, 112, Tamburaka, *Literasi Media*, 63.

<sup>41</sup> Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 150.

<sup>42</sup> Budi Irawanto, *Film, Ideologi, dan Militer: Hegemoni Militer dalam Sinema Indonesia*, Yogyakarta: Media Pressindo, 1999), 11-12.

sendirinya menjadi baik. Pemilihan metode yang cerdas dan tepat sangat membantu dalam menyampaikan pesan dakwah.<sup>43</sup>

Film sebagai media komunikasi massa dapat dijadikan sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai moral dan religiusitas kepada khalayak yang lebih luas. Seperti dinyatakan oleh Ismail<sup>44</sup>, hendaknya bagi senias-senias muslim Indonesia menjadikan film sebagai media perjuangan, media menyebarkan nilai-nilai agama, membela kepentingan kaum kecil serta kaum yang tertindas, kesemuanya itu adalah fardu kifayah baginya.

Pengaruh film itu besar sekali terhadap jiwa manusia. Yang mudah dan dapat terpengaruh oleh film ialah anak-anak dan para pemuda. Sering disaksikan bahwa tingkah laku mereka meniru-niru bintang film. Cara ketawa, bersiul, merokok, duduk, berjalan, menegur dan lain sebagainya meniru-niru gaya bintang film. Celana sempit dengan kemeja kotak-kotak disertai ikat pinggang yang lebar *ala* koboy, topi laken *ala* detektif, dan lain-lain adalah pengaruh film.<sup>45</sup> Apakah tayangan film-film yang sering muncul di televisi, baik film India, China, maupun Korea yang pernah *booming* di Indonesia berpengaruh secara psikologis dan sosial harus diadakan penelitian lebih lanjut. Secara tidak disadari sedikit banyak ada proses peniruan yang diikuti para

---

<sup>43</sup> Asep Muhyiddin & Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 204.

<sup>44</sup> Ismail, *Usmar Ismail Mengupas*, 100-101.

<sup>45</sup> Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat*, 208.



remaja untuk mengikuti gaya dan model yang dikenakan oleh para bintang. Remaja telah terjebak dalam berbagai *trend* yang telah ditampilkan dalam konten film tersebut. Proses komodifikasi isi dan khalayak telah menemui momennya.

Sedang menurut Aziz<sup>46</sup> keunikan film sebagai media dakwah, antara lain: *pertama*, secara psikologis, penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan animation (kegembiraan) memiliki kecenderungan yang unik dalam keunggulan daya efektifnya terhadap penonton. Banyak hal yang abstrak, samar-samar dan sulit diterangkan dapat disuguhkan kepada khalayak lebih baik dan efisien oleh wasilah ini. *Kedua*, bahwa media film yang menyuguhkan pesan yang hidup dapat mengurangi keraguan apa yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kealpaan.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, sehingga menyebabkan para ahli menyatakan bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya.<sup>47</sup> Film memberikan pengaruh yang besar pada jiwa manusia. Dalam satu proses menonton film, terjadi suatu gejala yang disebut ilmu jiwa sosial sebagai identifikasi psikologis. Ketika proses *decoding* (menguraikan isi sandi) terjadi, para penonton kerap meniru seluruh pribadinya dengan salah seorang

---

<sup>46</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 152.

<sup>47</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 127.

pemain film. Film dapat menjadi medium dakwah yang efektif karena nilai-nilai keislaman yang disampaikan kepada penonton dilakukan secara halus dan menyentuh relung hati tanpa mereka merasa digurui, inilah keunikan dan keunggulan film.<sup>48</sup> Dengan demikian dapat dipahami bahwa film mempunyai kekuatan memengaruhi yang sangat besar, dan sumber dari kekuatannya itu ialah pada emosi dari khalayak. Hal ini disebabkan oleh karena khalayak lebih mudah untuk menerima dan mengerti isi film, daripada membaca surat kabar dan majalah.<sup>49</sup>

Maka dari itu, penggunaan film sebagai media dakwah sedikit banyak akan memengaruhi para penonton (*mad'u*). Karena, di antara karakteristik film adalah ada semacam hipnotis yang membuat orang menunggu dan memerhatikan ilusi berbagai gerak dan sedikit sekali penolakan terhadapnya. Dapat menghadirkan kenyataan (*a strong sense of being present*) karena gambar dalam film selalu menggunakan bahasa kekinian. Juga ada suasana alamiah yang konkret (*the concrete of film*) karena selalu menampilkan masyarakat atau benda secara aktual dan yang tak kalah pentingnya adalah dalam film idealismenya bisa terlihat saat semua yang ditayangkan mendominasi penonton.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Aep Kusnawan, dkk., *Komunikasi dan Penyiaran Islam: Mengembangkan Tabligh melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, Film dan Media Digital*, (Bandung: Benang Merah Press, 2004), 93-95.

<sup>49</sup> Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*, 107.

<sup>50</sup> Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, 90.

### C. Representasi Islam dalam Film Bernuansa Dakwah

Definisi film bernuansa dakwah tidak sesederhana yang dibayangkan dan perlu pembahasan serta diskusi mendalam. Film bertema dakwah tidak hanya dilihat dari segi judul yang menggunakan simbol keagamaan ataupun judulnya tidak menggunakan simbol keagamaan tetapi kontennya memuat nilai-nilai keislaman. Demikian juga, film yang bertema dakwah bukan hanya dilihat dari segi judul sedang konten memakai atribut keagamaan. Nilai-nilai keislaman dapat dipahami sebagai nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran Islam. Agama Islam itu sendiri bersumber dari al-Quran dan Sunah Rasulullah saw.<sup>51</sup>

Menurut Ali<sup>52</sup> secara garis besar dasar ajaran Islam dapat diklasifikasikan menjadi akidah, syariah dan akhlak. *Pertama*, keyakinan yang disebut *akidah*, yaitu aspek keimanan terhadap Allah, dan semua yang difirmankan-Nya untuk diyakini. *Kedua*, norma atau hukum yang disebut *syariah*, yaitu aturan-aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan Allah, sesama manusia, dan dengan alam semesta, dan *ketiga*, perilaku yang disebut *akhlak*, yaitu sikap-sikap atau perilaku yang tampak dari pelaksanaan *akidah* dan *syariah*. Ketiga aspek tersebut bertindak berdiri sendiri, tetapi menyatu membentuk kepribadian yang utuh pada setiap diri umat Islam.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Ya'qub, *Publisistik Islam*, 29.

<sup>52</sup> Mohammad Daud Ali, *Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 133.

<sup>53</sup> Ali Anwar Yusuf, *Wawasan Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), 29.

Ma'arif<sup>54</sup> menyatakan bahwa film dapat dikategorikan bernuasa dakwah paling tidak memiliki standar sebagai berikut, yaitu: 1) isi ceritanya membawa kepada penyucian Asma Allah dan pengagungan-Nya sebagai Rabb yang Maha Penyayang, 2) berusaha meningkatkan citra Islam atau meluruskan pemahaman orang yang keliru akan Islam, 3) gaya tampilan busana sopan yang disesuaikan dengan tema film bernafaskan agama, 4) menggunakan berbagai temuan teknologi, tetapi tidak mengumbar mitos, takhayul, seksual, dan kekerasan, 5) unsur musikalitas pengiring film turut mendukung terbinanya kepribadian penontonnya, 6) mensosialisasikan makna-makna kehidupan yang baik, adil dan bijak kepada sesama manusia serta peduli akan alam, 7) dapat menghindari hal-hal yang *sahun* atau *lahun* (lupa diri).

Selanjutnya Ma'arif dan Muhtadi<sup>55</sup> menegaskan bahwa film bertemakan dakwah tidak harus menggunakan simbol keagamaan atau simbol eksplisit lainnya. Namun, film bertemakan dakwah dapat dilihat dari dua sisi, *pertama*, dari sisi judulnya. Judul film menggunakan simbol keagamaan, seperti *Ayat-Ayat Cinta*, *Ketika Cinta Bertasbih*, *Wanita Berkalung Surban*, dan sebagainya. Ada juga yang judulnya tidak menggunakan simbol agama, seperti *Bawang Merah Bawang Putih*, *Laskar Pelangi*, tetapi dalam isi ceritanya

---

<sup>54</sup> Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), 165-166.

<sup>55</sup> Ma'arif, *Komunikasi Dakwah*, 166, Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, 116.

memiliki pesan-pesan religius atau moral. *Kedua*, dilihat dari bahasa gambar.

Sementara itu El-Shirazy menyatakan bahwa yang dimaksud dengan film bertema dakwah dapat dilihat dari tiga sisi, pertama, tema film mengangkat realitas sosial yang terjadi di masyarakat dan Islam dijadikan sebagai solusi dalam kontennya. Kedua, proses pengadeganan dalam film harus menjaga syariat Islam, sehingga kesan masyarakat saat selesai menonton film, keindahan Islam dalam film dapat terlihat, baik secara langsung maupun tidak. Misalnya konten film yang sebenarnya bagus, menceritakan seseorang yang sering berbuat maksiat lalu bertobat, apabila konten maksiat sebanyak 90%, meskipun *ending*-nya tobat, sebenarnya tidak bisa dikatakan islami, karena yang melekat dibenak penonton adalah maksiatnya.<sup>56</sup> Unsur ketiga, yakni artis atau tokoh dalam film. Contoh artis yang memerankan seorang kiai yang sangat kharismatik, maka agar dapat disebut islami harus mencari pemeran muslim yang akhlaknya bagus, karena meskipun film bagian dari fiksi tapi masyarakat sering mengidentifikasi untuk dijadikan sebagai panutan. Misalnya artis yang dalam kesehariannya tidak berperilaku baik memerankan seorang kiai,

---

<sup>56</sup> Hafidz Muftisany, "Film Islami Film Ideal," *Republika*, 15 Januari 2015, diakses 27 Agustus 2017, <http://www.republika.co.id/berita/koran/dialog-jumat/15/01/30/niz95623-film-islami-film-ideal>, Wawancara Pribadi dengan Habiburrahman El-Shiray, tanggal 29 April 2018.

maka hal tersebut kurang pas. Kalau di filmnya bisa dikemas, tapi di luar film itu perlu menjadi pertimbangan.<sup>57</sup>

Pengertian film bernuansa dakwah yang ditegaskan oleh Ma'arif, Muhtadi, dan El Shirazy memberikan informasi bahwa, *pertama*, film yang bertema dakwah adalah kontennya memuat nilai-nilai keislaman, walaupun tidak dijelaskan secara eksplisit, *kedua*, judul film tidak harus memuat simbol agama, namun kontennya memuat pesan-pesan religiusitas dan moral, *ketiga*, dalam proses pembuatan film, pengadegannya dapat menampilkan nilai keislaman dan keempat, artis atau tokoh dalam film memiliki akhlak yang baik.

Kemunculan film yang mempresentasikan nilai-nilai keislaman dapat ditelusuri semenjak menjelang tahun 1980. Diawali film yang berjudul *al-Kautsar* (1977) karya sutradara Chaerul Umam, tujuh tahun berikutnya, muncul film *Sunan Kalijaga* (1984) arahan Sofyan Sharna, tiga belas tahun muncul film *Fatahillah* (1997) yang digarap oleh Chaerul Umam dan Imam Tantowi. Selanjutnya pada tahun 2000-an tepatnya enam tahun setelahnya muncul film *Kiamat Sudah Dekat* (2003) yang disutradarai oleh Deddy Mizwar.<sup>58</sup> Tidak lama waktu berselang *Laskar Pelangi* (2008) yang diadaptasi dari novel *bestseller* karya Andrea Hirata hadir memenuhi ruang bioskop, *Ayat-Ayat Cinta* (2008), *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, keduanya juga berasal dari novel *bestseller* karya Habiburrahman El-Shirazy dan

---

<sup>57</sup> Wawancara Pribadi dengan Habiburrahman El-Shirazy, tanggal 29 April 2018.

<sup>58</sup> Ma'arif, *Komunikasi Dakwah*, 167.

seterusnya hingga kini. Melalui film-film tersebut, Islam telah direpresentasikan secara terstruktur oleh *filmmaker* sehingga dapat dimaknai dari berbagai sudut pandang. Nilai-nilai Islam yang dituangkan dalam film bernuansa dakwah dapat dimaknai dan ditafsirkan oleh penonton yang beragam sesuai dengan pretensinya masing-masing.

Representasi seperti dijelaskan oleh Barker<sup>59</sup> sebelumnya adalah bagaimana dunia ini didesain secara sosial kepada dan oleh kita. Representasi dan makna kultural memiliki materialitas tertentu, mereka terintegrasi pada bunyi, prasasti, objek, citra, buku, majalah dan program televisi. Mereka diproduksi, ditampilkan, digunakan dan dipahami dalam konteks sosial tertentu. Pandangan Hall<sup>60</sup> memperkuat apa yang dijelaskan oleh Barker yang mengemukakan bahwa representasi merupakan keterkaitan makna dan bahasa terhadap budaya. Representasi merupakan bagian penting dari proses produksi makna yang dihasilkan dan dipertukarkan antar anggota suatu budaya. Representasi melibatkan penggunaan bahasa, tanda/symbol (*sign*) dan gambar yang mewakili atau mewakili sesuatu.

Secara garis besar Hall<sup>61</sup> membagi tiga pendekatan untuk menjelaskan bagaimana makna representasi melalui produksi bahasa. Pertama, pendekatan reflektif. Artinya makna yang dipikirkan terletak

---

<sup>59</sup> Barker, *Cultural Studies*, 9.

<sup>60</sup> Hall, *Representation Cultural*, 15.

<sup>61</sup> Hall, *Representation Cultural*, 24-25.

pada objek, orang, ide atau peristiwa di dunia nyata dan fungsi bahasa. Pendekatan ini bagaikan cermin yang merefleksikan makna sebenarnya dari segala sesuatu yang terdapat di dunia. Kedua, pendekatan intensional. Pendekatan ini berpandangan bahwa pembicara atau penulis adalah yang menentukan makna khususnya melalui bahasa di dunia. Kata-kata diartikan berdasarkan pada maksud penulisnya. Namun, inti bahasa adalah komunikasi dan pada gilirannya bergantung pada kesepakatan dan kode kebahasaan secara bersama. Bahasa tidak bisa ditentukan oleh keinginan pribadi. Ketiga, pendekatan konstruktivis. Pendekatan ini tidak boleh meragukan dunia materi, eksistensi manusia, praktik simbolis, proses representasi, makna dan bahasa yang beroperasi. Konstruksi sosial dibangun melalui aktor sosial yang menggunakan sistem budaya, bahasa, serta dikombinasikan oleh sistem representasi lainnya sehingga bermakna dan berarti bagi orang lain.

Representasi merupakan bentuk konkret (penanda) yang berasal dari konsep abstrak. Contohnya, bagaimana hujan direpresentasikan dalam film, karena hujan yang sebenarnya sulit ditangkap oleh mata kamera dan susah diproduksi. Akan tetapi beberapa representasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan budaya dan politik.<sup>62</sup> Hall juga menyodorkan model *encoding-decoding* dari wacana media yang menjelaskan mengenai teks media yang berada di antara produsennya yang memberikan

---

<sup>62</sup> Hartley, *Communication, Cultural, & Media*, 265-266.



kerangka makna dengan cara tertentu dan khalayaknya yang menafsirkan makna menurut situasi sosial dan kerangka interpretasi yang berbeda-beda.<sup>63</sup>

#### **D. Industri Perfilman Indonesia Bernuansa Dakwah**

Tanggal 5 Desember 1900 tercatat sebagai salah satu tanggal penting dalam sejarah perfilman di Indonesia, karena pada tanggal tersebut *Nederlandsche Bioscope Maatschappij* (Perusahaan Bioskop Belanda) mulai mengoperasikan bioskop di sebuah rumah di Kebon Jae, Tanah Abang (Manage) di sebelah pabrik kereta (bengkel mobil) *Maatschappij Fuchss*.<sup>64</sup>

Biran berpandangan bahwa perusahaan yang membuat film cerita pertama adalah N.V. Java Film Company yang didirikan oleh L. HeuvelDROP dari Batavia dan G. Kruegers dari Bandung dengan judul *Loetoeng Kasarung*.<sup>65</sup> Pendapat ini diperkuat oleh Iskandar yang menyatakan bahwa permulaan tahun 1920, di Bandung berdiri N.V. Java Film yang dipimpin oleh L. HeuvelDROP. Perusahaan tersebut banyak membuat film dokumenter. Tetapi pada tahun 1926, N.V. Java Film mulai membuat film cerita berdasarkan cerita rakyat Priangan,

---

<sup>63</sup> McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, 127.

<sup>64</sup> Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 61.

<sup>65</sup> Misbach Yusa Biran, *Sejarah Film 1900-1950: Bikin Film di Jawa*, (Jakarta: Komunitas Bambu, 2009), 60.

*Lutung Kasarung*. L. Heuvelcorp yang jadi sutradara merangkap produser, sedangkan penata kameranya G. Krueger.<sup>66</sup>

Berbeda dengan keduanya, Effendy menyatakan bahwa sejarah perfilman di Indonesia dimulai dengan film yang berjudul *Lely van Java* yang diproduksi di Bandung pada tahun 1926 oleh seorang yang bernama David. Lalu disusul oleh *Eulis Atjih* yang diproduksi oleh Krueger Corporation pada tahun 1927/1928. Dan sampai dengan tahun 1930 masyarakat pada waktu itu telah dihidangi film-film berikutnya, yaitu *Lutung Kasarung*, *Si Conat* dan *Pareh*. Sampai tahun itu, film yang disajikan masih merupakan film bisu dan yang mengusahakannya adalah orang-orang Belanda dan Cina.<sup>67</sup>

Hingga tahun 1950, semua film yang dibuat di Indonesia masih merupakan produksi perusahaan film milik Cina atau Belanda, termasuk teknisi, sebagian sutradara, dan sebagian pemain filmnya.

---

<sup>66</sup> Eddy D. Iskandar, *Mengenal Perfilman Nasional*, (Bandung: Rosdakarya, 1987), 13.

<sup>67</sup> Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat*, 217. Film buatan dalam negeri mulai dibuat pada 1926. Namun, film-film yang dibuat sampai tahun 1949 belum bisa disebut sebagai film Indonesia. Hal ini disebabkan film yang dibuat pada masa itu tidak didasari kesadaran nasional. Semua film pada masa itu dibuat hanya untuk mencari uang dengan misi sekedar memberikan hiburan. Materi cerita diambil dari film Barat maupun Cina. Maka, tontonan tidak memperlihatkan refleksi pribadi bangsa Indonesia. Film yang dibuat pada masa pendudukan Jepang ada yang sudah dengan kesadaran kebangsaan, tapi yang membuat orang Jepang. Pembuatan film yang sudah didasari oleh kesadaran nasional adalah sejak Usmar Ismail membuat *Darah dan Doa/Long March* (1950). Ismail telah membuat film yang bisa mencerminkan *national personality*, kepribadian Bangsa. Sejarah Film Indonesia barulah dimulai dari film Usmar tersebut. Maka rentang sejarah pembuatan film dari 1926-1950 disebut "Sejarah Pembuatan Film di Indonesia", demikian pendapat Biran. Biran, *Sejarah Film 1900-1950*, 45.

Tanggal 30 Maret 1950 merupakan hari bersejarah bagi perfilman nasional, sebab pada saat itulah berdiri perusahaan film nasional PERFINI (Perusahaan Film Nasional Indonesia) yang didirikan oleh Usmar Ismail. Dengan menggunakan modal nasional, tenaga, bintang film serta sutradara asli pribumi memang layak disebut sebagai kebangkitan produksi film nasional. Perfini menggarap produksi film perdananya, *Darah dan Doa* atau *The Long March of Siliwangi*, berdasarkan skenario Sitor Situmorang dan disutradarai oleh Usmar Ismail.<sup>68</sup>

Memasuki tahun 1957 dianggap oleh sementara pengamat film sebagai keadaan yang sudah amat kritis. Perhatian penggemar film nasional terutama hanya tertuju pada Usmar Ismail dan Djamaluddin Malik, dua tokoh perfilman yang tetap gigih bertahan dalam dunia perfilman. Lanjutnya, tahun 1970 dan seterusnya merupakan masa kebangkitan kembali produksi film nasional. Kebijakan Pemerintah Orde Baru yang lebih menekankan kepentingan berkembangnya produksi film nasional, agaknya merangsang kehadiran para produser film. Dengan sendirinya film menjadi lapangan kerja yang terus berkembang peminatnya bagi sutradara baru, penata kamera baru, penata artistik baru, terus bermunculan terutama dari kalangan muda.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> Iskandar, *Mengenal Perfilman Nasional*, 21, Misbach Yusan Biran, *Peran Pemuda dalam Kebangkitan Film Indonesia*, (Jakarta: Kementerian Negara Pemuda dan Olahraga, 2009), 88-89.

<sup>69</sup> Iskandar, *Mengenal Perfilman Nasional*, 39-40.

Menjelang tahun 1980 film Indonesia yang mengusung nuansa dakwah mulai tampak ke permukaan. Diawali film yang berjudul *al-Kautsar* (1977) karya sutradara Chaerul Umam, tujuh tahun berikutnya, muncul film *Sunan Kalijaga* (1984) arahan Sofyan Sharna. 21 tahun kemudian diikuti film *Kiamat Sudah Dekat* (2003) arahan Deddy Mizwar.<sup>70</sup> Setelah itu muncul *Laskar Pelangi* (2008) yang diadaptasi dari novel *bestseller* karya Andrea Hirata, *Ayat-Ayat Cinta* (2008), *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*, keduanya juga berasal dari novel *bestseller* karya Habiburrahman El-Shirazy dan seterusnya hingga kini.

*Laskar Pelangi*, film garapan Riri Riza ini ditonton sebanyak 4.719.453 orang,<sup>71</sup> *Ketika Cinta Bertasbih 1* yang diputar tahun 2009 dan diadaptasi dari novel Habiburrahman El Shirazy sukses ditonton sebanyak 2.105.192.<sup>72</sup> *Ketika Cinta Bertasbih 2* hanya diminati 1.494.739<sup>73</sup> penonton, walaupun sudah diperkuat dengan masuknya Fahri dan Nadia sebagai pemeran tambahan. Berbeda dengan keduanya, *Mencari Hilal* garapan Basbeth hanya meraup 12.000

---

<sup>70</sup> Ma'arif, *Komunikasi Dakwah*, 167.

<sup>71</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016.  
<http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2008#.WIMaG1kxWf0>.

<sup>72</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016.  
<http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XIU9IKMxWf0>.

<sup>73</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016.  
<http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XIU9IKMxWf0>.

penonton dari target yang ditentukan yaitu 250.000 penonton dengan biaya 3 miliar berikut promosinya.<sup>74</sup>

Bangkitnya film bernuansa dakwah sejak tahun 2000-an merupakan fenomena menarik dan perlu dicermati, karena hal tersebut dapat menyebarkan nilai-nilai Islam kepada khalayak luas, walau disisi lain ada sebagian kalangan yang menganggap bahwa dakwah melalui film hanya menjadikan nilai-nilai keislaman sebagai komoditas belaka. Nilai-nilai keislaman dijadikan sebagai produk yang diperdagangkan.

Seperti dinyatakan oleh Syah<sup>75</sup> bahwa *booming*-nya film yang bertema Islam dewasa ini bisa dilihat dari dua perspektif. Pertama, dari perspektif idealisme dakwah. Film bernuansa Islam bisa dimaknai sebagai strategi dan politik dakwah yang dikemas melalui artefak budaya. Kedua, dari perspektif komodifikasi agama. Film bertema Islam sesungguhnya merupakan komodifikasi atas agama oleh produksi massa dalam bentuk budaya populer.

---

<sup>74</sup> Nia Deviyana, "Mencari Hilal, dari Sepi Penonton hingga Tembus Tokyo International Film Festival", diakses 21 Januari 2017. <http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/09/29/175061/mencari-hilal-dari-sepi-penonton-hingga-tembus-tokyo-international-film-festival>.

<sup>75</sup> Hakim Syah, "Dakwah dalam Film Indonesia (Antara Idealisme Dakwah dan Komodifikasi Agama)", *Jurnal Dakwah: Media Dakwah & Komunikasi Islam* (2013): 263-282, Vol. 14, No. 2, diakses 20 Januari 2017. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/283/263>.

Senada dengan Syah, el Ishaq<sup>76</sup> mengemukakan bahwa konten agama yang dimuat oleh media massa cenderung sebagai komoditi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sedang masyarakat memanfaatkan media sebagai alat untuk memperoleh hiburan saja. Oleh karena itu, konten agama dalam media tidak dapat dilepaskan dari unsur hiburan. Tujuan media sebagai media informasi, edukasi, hiburan yang mendidik dan sebagai alat perekat sosial menjadi gagasan yang melangit dan belum terwujud di era demokratisasi media saat ini.

Media (film) sebagai institusi bisnis merupakan pengelolaan media secara ekonomi atau usaha (bisnis) dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan (konsumsi), baik individu, organisasi, maupun masyarakat, dan para pemangku kepentingan lainnya dalam rangka mencari laba.<sup>77</sup> Media telah menjadi sarana utama bagi kebanyakan dari kita untuk mengalami dan belajar tentang berbagai aspek dunia di sekitar kita. Bersamaan dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi serta media massa, banyak yang cemas bahwa bentuk budaya rakyat telah berubah atau makin merosot. Berkat televisi, ustaz-ustaz pop<sup>78</sup> menggeser ulama-ulama tradisional, hadir dalam

---

<sup>76</sup> Ropingi El Ishaq, "Dakwah di Tengah Industrialisasi Media", *Jurnal Komunikasi Islam* (2013): 137-151, Vol 3, No 1, diakses 20 Januari 2017. <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/18/15>.

<sup>77</sup> Noor, *Ekonomi Media*, 13.

<sup>78</sup> Mubalig pop adalah sebutan mubalig (dai, ustaz) yang menggunakan saluran-saluran budaya pop (televisi, film, pers, majalah, musik) sebagai media menyampaikan pesan-pesan Islam beserta perangkat dan konsekuensi yang

ruang keluarga, berkhutbah tentang kebaikan moral, cinta, surga, dan neraka dengan resep *how-to* dalam kilatan lampu kamera.<sup>79</sup>

Sebagai institusi bisnis media massa—termasuk film—melakukan proses ekonomi yang melakukan transaksi di pasar media, tarik menarik antarvolume dan kualitas *supply* (penawaran) dan *demand* (permintaan) menjadi inti bisnis industri media sebagaimana juga transaksi komoditas lain. Artinya disinilah letak kesamaan antara industri media dengan industri lainnya yang bukan media. Aspek *supply* media ialah produk media yaitu media dan isi medianya.<sup>80</sup>

Bentuk-bentuk media, seperti televisi, film, dan media cetak—sama halnya dengan isi media—memengaruhi cara kita berpikir dan melihat dunia. Sebenarnya, media ikut serta dalam penciptaan budaya itu sendiri dan banyak yang percaya bahwa media sangat membantu dalam menyebarkan dan dominasi dalam masyarakat. Karenanya, media merupakan alat bantu bagi ideologi dan hegemoni.<sup>81</sup>

Murdock dan Golding menegaskan bahwa pada dasarnya, institusi media dapat terpengaruh dengan keadaan ekonomi baik itu melalui investasi, kepemilikan saham, kerjasama antar direktur dengan

---

melingkupinya, Lebih lanjut dalam Acep Aripudin, *Sosiologi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 34.

<sup>79</sup> Idi Subandy Ibrahim & Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), 1.

<sup>80</sup> Udi Rusadi, *Kajian Media: Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 40.

<sup>81</sup> Littlejohn & Foss, *Teori Komunikasi*, 437.

industri besar lainnya ataupun melalui iklan. Dan iklan merupakan penopang ekonomi bagi keberlangsungan pers dan televisi komersial. Karenanya, rentan terhadap perubahan situasi dan kondisi ekonomi secara umum.<sup>82</sup> Demikian halnya dakwah melalui film, menurut sebagian hanya akan menjadikan Islam sebagai komoditi belaka sehingga dakwah melalui film menemui berbagai hambatan dan kritikan karena dianggap menjual agama seperti disampaikan oleh Syah dan el Ishaq. Pernyataan ini diperkuat oleh oleh McQuail yang menegaskan bahwa bisnis media bukan bisnis biasa, karena aktivitasnya tidak terpisahkan dengan aspek ekonomi dan politik serta dipengaruhi oleh teknologi yang terus-menerus berkembang.<sup>83</sup> Sebagai institusi bisnis, media akan menyeleksi tema dan beragam pesan yang akan diinformasikan ke publik. Ia selalu melihat perkembangan yang sedang ramai dan dibicarakan oleh khalayak. Karenanya, hal ini akan berpengaruh terhadap isi media.

Seperti halnya film, sebelum membuat film diawali ide cerita, dan ide ini datang dari penulis skenario (*screenwriters*). Penulis skenario bekerja secara independen, memasarkan ide cerita melalui agen yang mempromosikan naskah klien mereka ke studio dan produser independen. Biasanya produser merupakan orang yang

---

<sup>82</sup> Graham Murdock & Peter Golding, "For a Political Economy of Mass Communications", *Socialist Register* (1973): 205-234, Vol. 10, diakses 5 Februari 2017, [http://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5355/2256#.WJbtqGfj\\_IU](http://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5355/2256#.WJbtqGfj_IU).

<sup>83</sup> Rusadi, *Kajian Media*, 44.



membantu mengumpulkan dana untuk membuat proyek film. Pembiayaan dapat berasal dari bank atau dari individu yang ingin berinvestasi di film tertentu. Setelah dana untuk cerita ini lengkap, sutradara mengatur semua tugas yang diperlukan untuk mengubah naskah menjadi film. Sutradara bekerja dengan produser untuk mengelola anggaran film itu.<sup>84</sup> Selain itu, dana tersebut dapat diperoleh dari para calon pengiklan yang tertarik dengan topik film yang akan diproduksi. Dan apabila ada ketertarikan dari pihak pengiklan, maka secara otomatis akan ikut serta dalam membiayai produksinya. Secara tidak langsung telah terjadi komodifikasi terhadap konten dan visualisasi yang akan ditayangkan. Demikian halnya terhadap film bernuansa dakwah akan dipengaruhi oleh *filmmaker* dan pemiliknya.

Komodifikasi nilai-nilai Islam melalui film disisi lain sejatinya dapat digunakan untuk menyebarkan dan memberikan informasi kepada khalayak tentang ajaran Islam. Islam yang direpresentasikan dengan beragam bentuk dapat digunakan sebagai sarana untuk dikenalkan dan disampaikan kepada khalayak luas. Seperti diketahui bahwa representasi<sup>85</sup> merupakan penggunaan tanda (gambar, bunyi, dan lain-lain) untuk menghubungkan, menggambarkan, memotret atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu.

---

<sup>84</sup> Biagi, *Media/Impact*, 188-189.

<sup>85</sup> Marcel Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), 20.

Penggunaan simbol, tanda, dan atribut yang dikesankan sebagai bagian dari Islam yang dikemas secara menarik dan dituangkan dalam film memudahkan para penonton untuk menyerap pesan-pesan yang disampaikan dalam film tersebut.

Film merupakan sumber hiburan yang paling umum dan paling dikenal luas. Industri film adalah konglomerat kapital global, sekaligus merupakan kebudayaan dan kekuasaan yang berpengaruh.<sup>86</sup> Pada media yang memproduksi program hiburan seperti film, musik dan program non-berita lainnya terdapat ketentuan yang membatasi kekuasaan pemilik atas isi media dan keputusan organisasi media hiburan sebagian besar ditentukan oleh pertimbangan pasar (termasuk tuntutan dan respons dari publik).<sup>87</sup> Konten, visualisasi gambar dan musik dalam film menjadi komoditi yang dijual untuk mengeruk keuntungan sehingga menjadi problem bagi konten yang bermuatan nilai-nilai keislaman.

Seperti dijelaskan oleh Mosco<sup>88</sup> bahwa komodifikasi dalam perspektif ekonomi-politik secara historis membidik pada ragam

---

<sup>86</sup> Sardar & Van Loon, *Membongkar Kuasa Media*, 129.

<sup>87</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2013), 260.

<sup>88</sup> Vincent Mosco, "Current Trends in the Political Economy of Communication", *Global Media Journal* (2008): 45-63, Canadian Edition ISSN: 1918-5901 (English), Vol. 1, No. 1, diakses tanggal 26 November 2017, [http://www.gmj.uottawa.ca/0801/inaugural\\_mosco.pdf](http://www.gmj.uottawa.ca/0801/inaugural_mosco.pdf)., Vincent Mosco adalah profesor emeritus bidang sosiologi di Universitas Queens dan profesor ternama dalam bidang komunikasi, Pusat Media Baru, Universitas Fudan, Shanghai. Beliau pernah menjadi anggota riset Kanada bidang komunikasi dan sosiologi ketika di Universitas Queen dan menjadi Ketua Jurusan Sosiologi. Riset yang ditekuni oleh Mosco meliputi

media, semisal radio, media cetak termasuk film. Mosco<sup>89</sup> mengemukakan bahwa komodifikasi memiliki tiga bentuk. *Pertama*, komodifikasi konten yakni proses komodifikasi dalam komunikasi yang melibatkan transformasi pesan dan sekumpulan data ke dalam sistem yang bermakna sehingga menjadi produk yang dapat dipasarkan. *Kedua*, komodifikasi audiens adalah proses produk media untuk menghasilkan khalayak dan mengirimkannya kepada pengiklan. Dan *ketiga*, komodifikasi pekerja merupakan aktor kegiatan produksi dan distribusi. Para pekerja adalah orang yang memiliki kesatuan konsep, kemampuan berimajinasi, mendesain serta sebagai pelaksana.

McQuail<sup>90</sup> berpandangan bahwa teori ekonomi-politik adalah pendekatan kritik sosial yang berfokus pada hubungan antara struktur ekonomi dan dinamika industri media serta konten ideologis media. Dari sudut pandang ini, lembaga media dianggap sebagai bagian dari sistem ekonomi dengan hubungan erat kepada sistem politik. Konsekuensinya terlihat dalam berkurangnya sumber media yang independen, konsentrasi kepada khalayak yang lebih besar, menghindari risiko, dan mengurangi penanaman modal pada tugas media yang kurang menguntungkan.

---

berbagai hal yaitu tentang ekonomi-politik komunikasi, dampak sosial dari teknologi informasi, dan kebijakan komunikasi. Beliau sebagai penulis atau editor dari dua puluh satu buku, di antaranya yang berjudul *The Digital Sublime* (2004) dan *The Political Economy of Communication* (2009), diakses 5 Februari 2017, <https://vincentmosco.com>.

<sup>89</sup> Mosco, *The Political Economy*, 133-139.

<sup>90</sup> McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, 105.

Secara umum teori ekonomi-politik terpusat pada sisi produksi media. Premis utama pendekatan tersebut adalah bahwa media (sebagai lembaga dan konten) merupakan hasil dari organisasi ekonomi. Bentuk dominan pengorganisasian ekonomi adalah kapitalisme, sehingga media ditentukan oleh produksi kapitalis. Media sebagai lembaga berfungsi untuk memaksimalkan keuntungan bagi mereka, sementara isi media dipandang sebagai ideologi dominan dan kelas penguasa.<sup>91</sup>

Mosco<sup>92</sup> menyatakan bahwa ekonomi-politik dalam studi media tidak dapat memberikan penjelasan komprehensif mengenai semua kegiatan komunikasi, tetapi dapat menjelaskan isu-isu tertentu dengan sangat baik dan memberikan konteks yang diperlukan untuk sebagian besar pertanyaan penelitian lainnya terkait komunikasi. Sementara itu, Graham<sup>93</sup> mendefinisikan ekonomi-politik sebagai studi tentang bagaimana beragam nilai dari semua jenis yang diproduksi, didistribusikan, dipertukarkan, dan dikonsumsi (ekonomi); bagaimana kekuasaan diproduksi, didistribusikan, dipertukarkan, dan dilaksanakan (politik); dan bagaimana aspek-aspek dunia sosial terkait di setiap tempat dan waktu dalam rentang sejarah. Karena itu,

---

<sup>91</sup> Eugenia Siapera, *Cultural Diversity and Global Media The Mediation of Difference*, (United Kingdom: Blackwell Publishing, 2010), 66.

<sup>92</sup> Phil Graham, *Political Economy of Communication: A Critique*. Diakses 5 Februari 2017, [http://www.philgraham.net/MME%20Chapter\\_Final.pdf](http://www.philgraham.net/MME%20Chapter_Final.pdf), 19-20.

<sup>93</sup> Phil Graham adalah anggota riset Kanada dalam bidang komunikasi dan teknologi, Universitas Waterloo, Dosen Senior, UQ Business School, Universitas Queensland. Diakses 5 Februari 2017, [http://www.philgraham.net/MME%20Chapter\\_Final.pdf](http://www.philgraham.net/MME%20Chapter_Final.pdf).

ekonomi-politik dalam studi media berkaitan dengan pemahaman tentang bagaimana figur komunikasi dalam formasi ekonomi-politik secara lebih umum.<sup>94</sup>

Sedang menurut Golding dan Murdock<sup>95</sup> bahwa titik awal bagi studi ekonomi-politik pada media adalah media massa. Media massa merupakan industri komersil yang pertama dalam memproduksi dan mendistribusikan komoditas. Selain memproduksi dan mendistribusikan komoditas, media massa juga menyebarkan gagasan tentang struktur ekonomi dan politik. Inilah dimensi kedua dan dimensi ideologis suatu produksi media massa yang memberi arti pentingnya sentralitas. Pendekatan ini bukan terbatas pada masalah ekonomi saja tapi juga politik.

Perhatian utama pendekatan Murdock dan Golding terletak pada kepemilikan dan pengendalian media massa serta produksi budaya. Media massa menjalankan fungsi mereproduksi ketidaksetaraan kelas. Oleh karena itu, jika bisa ditunjukkan bahwa kepemilikan dan pengendalian media massa dipusatkan di tangan sebuah kelas penguasa, maka kelas penguasa ini akan mempertimbangkan kenyataan bahwa media massa menjalankan

---

<sup>94</sup> Graham, *Political Economy*, 2-3.

<sup>95</sup> Graham Murdock & Peter Golding, "For a Political Economy of Mass Communications", dalam *The Political Economy of the Media*, (ed.) Graham Murdock & Peter Golding, (Cheltenham UK: Edward Elgar Publishing Limited, 1997), 4.

fungsi semacam ini.<sup>96</sup> Gagasan yang disampaikan Golding dan Murdock tersebut menegaskan bahwa pengendalian industri media berada di tangan-tangan yang memiliki kekuatan secara ekonomi.

---

<sup>96</sup> Dominic Strinati, *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*, (Yogyakarta, Ar-Ruzz Media, 2010), 215-216.

**BAB III**  
**PROFIL FILM LASKAR PELANGI, KETIKA CINTA**  
**BERTASBIH 1 & 2 DAN MENCARI HILAL**

**A. Laskar Pelangi**

**1. Profil Film Laskar Pelangi**



**Gambar 3.1**  
**Poster Laskar Pelangi**

Sutradara : Riri Riza  
Produser : Mira Lesmana  
Penulis : Salman Aristo, Riri Riza, Mira  
Lesmana

Musik : Titi Syuman, Aksan Syuman  
Distributor : Miles Films, Mizan Production  
Durasi : 125 menit  
Negara : Indonesia  
Bahasa : Bahasa Indonesia  
Anggaran : Rp 8 miliar  
Tanggal Edar : Kamis, 25 September 2008  
Segmentasi : Untuk semua umur/umum  
Tema : Pendidikan, Bangka, Tambang, Islam,  
Muhammadiyah<sup>1</sup>

Laskar Pelangi merupakan film yang dirilis pada tahun 2008 yang diadaptasi dari novel berjudul sama yang disutradarai oleh Riri Riza dan diproduksi oleh Miles Films<sup>2</sup>, Film tersebut

---

<sup>1</sup> *Laskar Pelangi*, diakses 04 Januari 2019.  
[http://filmindonesia.or.id/movie/title/If-I013-08-531212\\_laskar-pelangi#.XS-fRKQxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/If-I013-08-531212_laskar-pelangi#.XS-fRKQxWf0)

<sup>2</sup> Miles Films adalah rumah produksi lokal yang didirikan pada bulan Maret 1995 dan saat ini dipimpin oleh Mira Lesmana dan Riri Riza. Awalnya MILES Films khusus untuk memproduksi film-film televisi dan dokumenter, juga sebagai wadah pelatihan bagi para seniman muda berbakat yang ingin membuat video musik dan iklan TV. Reputasi Miles Films melesit di tahun 1996 berkat kesuksesan mereka memproduksi 13 episode doku-drama berjudul Anak Seribu Pulau. Pada tahun 2008 Miles Films memproduksi film *Laskar Pelangi* (*The Rainbow Troops*), yang ceritanya diambil dari novel mega hit *bestseller* karya Andrea Hirata. Film tersebut memecahkan rekor film lokal dengan penonton terbanyak karena berhasil mengundang 4.5 juta penonton bioskop dalam kurun waktu kurang dari 4 bulan. 'Laskar Pelangi' pun terbukti diminati masyarakat dunia, dimana dalam satu tahun diundang untuk diputar di 20 festival internasional di manca negara dari 5 benua, dan meraih beberapa penghargaan bergengsi. Salah satu diantaranya adalah penghargaan Signis Award dari ajang Asian Film Awards 2008, sebagai film yang sepenuhnya



memperoleh dukungan dari berbagai kalangan, di antaranya Pertamina Foundation, Bank Mandiri, Iluni UI, B Edutainment, Penerbit Bentang, PT Timah (Tbk), Bupati Belitung, Bupati Belitung Timur, dan sebagainya. Sedang media partners yang menyokong beberapa diantaranya: Femina, Gadis, CitaCinta, Cleo, Seventeen, Ayahbunda, Parenting, Reader's Digest, Hai, Female, Delta FM, Ardan, Geronimo, Istara, Kiss, Memora dan sebagainya.<sup>3</sup> Film garapan Riri Riza ini ditonton sebanyak 4.719.453 orang.<sup>4</sup> Pendapatan yang diraih oleh Laskar Pelangi dengan biaya produksi 8 milyar sebanyak 139 milyar.<sup>5</sup>

Pendapatan sebanyak itu tidak bisa nafikan dari pemutaran film tersebut di 100 layar bioskop di 25 kota menyedot lebih dari 3.993.000 penonton sejak diputar pada tanggal 25 September 2008 hingga tanggal 12 November 2008. Jumlah penonton itu belum termasuk penonton layar tancap untuk menjangkau penonton di daerah yang belum memiliki gedung bioskop. Layar tancap di tiga lokasi di Belitung, tempat cerita berlokasi, menyedot penonton lebih dari 60.000 dan di

---

mengekspresikan kepedulian sosial dan kemanusiaan sekaligus mengangkat nilai-nilai spiritual dan artistik dalam film. Diakses 28 Januari 2018. <http://milesfilms.net/about/>.

<sup>3</sup> Film Laskar Pelangi, 01: 58: 16 – 01: 59: 14.

<sup>4</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2008#.WIMaG1kxWf0>.

<sup>5</sup> *10 Film Indonesia dengan Pendapatan Terbesar Sepanjang Masa, 4 Maret 2016*, diakses 30 Januari 2019. <https://id.bookmyshow.com/blog-hiburan/10-film-indonesia-dengan-pendapatan-terbesar-sepanjang-masa/>

Bangka sekitar 80.000-an orang. Pemutaran layar tancap juga dilakukan di Rantau (Sumatera Utara) dan dilakukan di Natuna, Aceh (enam lokasi), Lombok, serta Papua di Timika, Sorong, dan Jayapura.<sup>6</sup>

Sementara, Mizan Productions merupakan rumah produksi yang berdiri tahun 2008. Bekerja sama dengan Miles Films, Mizan Production memproduksi film *Laskar Pelangi* (2008) dan *Sang Pemimpi* (2009) yang diadaptasi dari novel *best seller* karya Andrea Hirata.<sup>7</sup> Lokasi *shooting* film *Laskar Pelangi* seperti yang dikisahkan dalam novelnya, yaitu berada di Kabupaten Belitung Timur dan sekitarnya. Belitung termasuk salah satu pulau terkaya di Indonesia dengan hasil timah yang melimpah ruah, namun rakyat Belitung belum bisa menikmati hasil kekayaan alamnya kecuali hanya sebagai buruh pabrik.

Lesmana selaku produser menyatakan bahwa *Laskar Pelangi* merupakan film yang merepresentasikan Islam. Islam dipandang sebagai perilaku, seperti kejujuran, kebaikan, berbagi, dan memaafkan. Nilai-nilai budi pekerti terakomodasi dalam film tersebut, itulah Islam.<sup>8</sup> *Laskar Pelangi* mendatangkan para

---

<sup>6</sup> *Laskar Pelangi Pecahkan Rekor*, diakses 24 Januari 2019. <https://tekno.kompas.com/read/2008/11/15/00495412/laskar.pelangi.pecahkan.rekor>

<sup>7</sup> *Mizan Productions*, diakses 24 Januari 2019. [www.mizan.com/mizan-productions](http://www.mizan.com/mizan-productions).

<sup>8</sup> Angga Rulianto, *Jurnal Ruang*, diakses 24 Januari 2019. <https://jurnalruang.com/read/1503075479-mira-lesmana-banyak-yang-melihat-kami-tolol>.

pemain baru sebagai pemeran utama yang merupakan hasil audisi dan representasi dari penduduk asli pulau Belitung. Selain para pemeran baru, Laskar Pelangi didukung aktor dan aktris kawakan sebut saja Cut Mini, Ikranagara, Slamet Rahardjo, Mathias Muchus dan Teuku Rifnu Wikana.<sup>9</sup> Adapun pemeran Laskar Pelangi secara lengkap tampak terlihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Para Pemeran Film Laskar Pelangi<sup>10</sup>**

No	Aktor/Aktris	Pemeran
1	Cut Mini	Ibu Muslimah
2	Ikranagara	Pak Harfan
3	Slamet Rahardjo	Pak Zulkarnaen
4	Mathias Muchus	Bapak Ikal
5	Teuku Rifnu Wikana	Pak Bakri
6	Rieke Diah Pitaloka	Ibu Ikal
7	Jajang C Noer	Istri Pak Harfan
8	Alex Komang	Bapak Lintang
9	Robby Tumewu	Ayah A Ling
10	Tora Sudiro	Pak Mahmud
11	Lukman Sardi	Ikal Dewasa
12	Ario Bayu	Lintang Dewasa
13	Zulfanny	Ikal
14	Ferdian	Lintang

---

<sup>9</sup> Film Laskar Pelangi, 01: 56: 49 – 01: 57: 18

<sup>10</sup> Film Laskar Pelangi, 01: 56: 49 – 01: 57: 18

15	Verrys Yamarno	Mahar
16	Jeffry Yanuar	Harun
17	Dewi Ratih Ayu Safitri	Sahara
18	Suhendri	A Kiong
19	Marcheilla El Jholla	Flo
20	Febriansyah	Borek
21	Yogi Nugraha	Kucaai
22	M. Syukur Ramadan	Syahdan
23	Suharyadi Syah Ramadhan	Trapani
24	Levina	A Ling

Film Laskar Pelangi pada tahun 2009 telah memperoleh berbagai penghargaan, semisal sebagai pemeran utama wanita terbaik, pemeran utama pria terbaik, pendatang baru terfavorit pria dan sebagainya. Penjelasaannya termaktub dalam tabel berikut ini.

**Tabel 3.2**  
**Penghargaan Film Laskar Pelangi<sup>11</sup>**

No	Tahun	Lokasi	Kategori	Penghargaan	Penerima
1	2009	Pemenang di Indonesian Movie Awards, Indonesia	Pemeran Utama Wanita Terbaik	Piala Layar Emas	Cut Mini
2	2009	Pemenang di Indonesian Movie Awards, Indonesia	Pemeran Utama Pria Terbaik	Piala Layar Emas	Ikranagara
3	2009	Pemenang di Indonesian Movie Awards, Indonesia	Pendatang Baru Terfavorit Pria	Piala Layar Emas	Zulfanny
4	2009	Pemenang di Indonesian Movie Awards, Indonesia	Film Favorit	Piala Layar Emas	-
5	2009	Unggulan di Asian Film Awards, Hong Kong	Best Film	AFA Trophy	-
6	2009	Unggulan di Asian Film Awards, Hong Kong	Best Editor	AFA Trophy	-

---

<sup>11</sup> *Laskar Pelangi*, diakses 28 Januari 2018.  
[http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-l013-08-531212\\_laskar-pelangi/award#.XIU2mKMxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-l013-08-531212_laskar-pelangi/award#.XIU2mKMxWf0).

## 2. Sinopsis Film Laskar Pelangi

Film Laskar Pelangi mengambil *setting* tahun 1970-an diawali oleh kepulauan Ikal Dewasa (Lukman Sardi) dari luar kota menuju kampung halamannya (Desa Gantong, Belitung Timur). Ikal menceritakan tentang masa kecil bersama teman-temannya sewaktu sekolah di SD Muhammadiyah Gantong, satu-satunya sekolah Islam yang ada di Belitung waktu itu. Belitung merupakan salah satu pulau terkaya di Indonesia dengan timah sebagai hasil utamanya. Walaupun kaya dengan timah, tidak semua masyarakat Belitung dapat menikmati hasilnya. Timah yang melimpah ruah sumber daya alamnya hanya dinikmati oleh segelintir orang saja.

Pagi itu Ikal akan masuk sekolah dasar untuk pertama kalinya. Ibunya (Rieke Diah Pitaloka) berharap ada sepuluh murid yang mendaftarkan diri di sekolah yang akan Ikal tempati. Angka sepuluh menjadi nomor keramat bagi Ikal dan kawan-kawan, karena sepuluh murid merupakan syarat mutlak dari Dinas Pendidikan untuk dapat melanjutkan pembelajaran. Ia diantar ayahnya (Mathias Muchus) dengan naik sepeda. Jalanan yang dilewati oleh keduanya dipenuhi para buruh yang sedang berangkat kerja di PN Timah. Di antara buruh itu ada yang *nyeletuk* untuk apa sekolah, kalau nantinya juga menjadi buruh juga.

Disisi lain, Ibu Muslimah (Cut Mini) salah satu guru SD Muhammadiyah Gantong berpamitan kepada ibunya ketika akan

berangkat. Setibanya di sekolah, Ibu Muslimah sudah melihat ada satu calon murid yang tiba di sekolah, Lintang namanya. Ia berasal dari Desa Tanjung Kelumpang (Dendang, Belitung Timur). Jarak rumahnya menuju SD Muhammadiyah Gantong kurang lebih 40 km. Ia menjadi calon murid pertama bagi SD tersebut. Ibu Muslimah takjub dengan semangat Lintang yang datang sendirian, karena anak sekecil itu harus mengayuh sepeda dengan jarak tempuh yang jauh dan ayahnya harus melaut.

Setelah bertemu Lintang, Ibu Muslimah bertemu dengan Pak Harfan (Ikranagara) selaku kepala sekolah SD Muhammadiyah Gantong. Ia mengatakan kepadanya tentang keyakinannya akan memperoleh 10 murid. Tidak lama kemudian, sudah ada 9 calon murid yang mendaftar di SD Muhammadiyah. Pak Harfan membuat kesepakatan dengan Ibu Muslimah untuk menunggu sampai pukul 11.00. Apabila pukul 11.00 belum genap 10 calon murid, acara akan tetap dimulai. Mendekati pukul 11.00, Ibu Muslimah menjadi cemas karena kurang satu calon murid.

Di saat SD Muhammadiyah kekurangan murid, SD PN Timah telah dipenuhi murid baru dengan didukung sarana dan prasarana yang lengkap. Semisal pakaian seragam yang berbeda di setiap harinya, sangat kontras sekali dengan SD Muhammadiyah. Jangankan seragam, di antara mereka ada yang tidak memakai sepatu.

Pukul 11.00 lewat Pak Harfan membuka pembicaraan. Disinilah masalah dimulai, karena sudah pukul 11.00 lebih

jumlah murid belum genap 10 siswa. 10 menjadi angka penting bagi SD Muhammadiyah pada waktu itu. Di tengah-tengah Pak Harfan memulai sambutannya, Ibu Muslimah mulai cemas dan memotong pembicaraan Pak Harfan. Ia mengatakan akan mencari seorang murid lagi. Pak Harfan mencegahnya, terjadilah silang pendapat di antara keduanya. Saat perdebatan antara keduanya berlangsung, datanglah Harun, seorang calon murid yang sangat “istimewa”. Harun menjadi penyelamat bagi teman-temannya, sehingga sekolah tidak jadi ditutup. Ibu Muslimah sangat senang dengan kedatangan Harun.

Suatu hari turun hujan di lingkungan sekolah. Sekolah yang hampir roboh itu, gentingnya sudah pada berlubang. Akibatnya ketika turun hujan kelas menjadi becek dan kotor. bocor mengakibatkan bocor, Pak Harfan menyuruh Muslimah untuk mengajak anak-anak belajar di luar sekolah. Pak Harfan lalu membersihkan kelas.

Zulfikar teman Pak Harfan, merasa khawatir akan keberadaan sekolah Muhammadiyah, karena kurangnya sarana dan pra sarana. Pak Harfan menjelaskan secara gamblang kepada Pak Zulfikar, bahwa agama dan budi pekerti menjadi dasar bagi pendidikan. Karena, kecerdasan bukan dilihat dari angka-angka tapi dari hati.

Suatu hari, anak-anak SD Muhammadiyah harus mengikuti ujian di SD PN Timah. Anak-anak merasa malu karena keadaan mereka. Guru SD PN Timah meremehkan Harun karena



menjawab ujian dengan menggambar kucing. Muslimah merasa tersinggung atas hal tersebut, namun diredam oleh Pak Harfan.

Setelah memikirkan dan mempertimbangkan segala aspek, Pak Bakri selaku salah satu guru SD Muhammadiyah menerima tawaran untuk mengajar di SD Bangka padahal anak-anak di SD Muhammadiyah sudah kelas 5. Ibu Muslimah merasa kecewa atas keputusan rekan kerjanya.

SD Muhammadiyah akan mengikuti lomba dalam karnaval yang akan diadakan pada bulan Agustus. Ibu Muslimah memilih Mahar untuk menjadi ketua kelompok dalam menentukan kesenian yang akan ditampilkan pada saat lomba karnaval. Mahar diingatkan oleh Pak Harfan bahwa sekolah tidak memiliki dana. Akhirnya, Mahar dan kawan-kawan berlatih dengan giat untuk menghadapi lomba tersebut.

Di akhir lomba, SD Muhammadiyah memenangkan lomba di karnaval karena penampilan Mahar dan kawan-kawan telah mencuri perhatian para dewan juri lomba. Setelah, dinyatakan menang, keesokan harinya Flo salah satu murid SD PN Timah ingin pindah sekolah ke SD Muhammadiyah karena tertarik dengan kesenian yang ditampilkan oleh Mahar dan kawan-kawannya. Kehadiran Flo membawa pengaruh yang negatif terhadap Mahar dan teman-temannya. Flo dan Mahar mengajak teman-temannya cukup menemui dukun supaya dapat memperoleh nilai yang bagus. Sepulang dari pulau, Mahar membawa sobekan kertas dan membawa ke teman-temannya, lalu

membacanya bersama-sama: “Kalau nak pintar belajar, kalau nak berhasil usaha.”

Di saat Ibu Muslimah memanggil Pak Harfan untuk diajak pulang, dia mendapati beliau telah meninggal di kursi tempat kerjanya. Ibu Muslimah sangat sedih dan merasa kehilangan sekali. Ia tidak mengajar selama beberapa hari sehingga Lintang, Ikal, Mahar dan teman-teman tidak masuk sekolah. Di saat-saat Ibu Muslimah kehilangan semangat untuk mengajar karena tengah dirundung kesedihan, Lintang memberi semangat kepada Ikal untuk masuk sekolah lagi. Kalau keduanya mengajak kawan-kawan lainnya untuk sekolah. Lintang yang menjadi gurunya. Pak Zulfikar memberi semangat kepada Ibu Muslimah agar tetap semangat mengajar.

Lintang dan kawan-kawan akan mengikuti lomba cerdas cermat. Lintang belum datang karena harus menunggu buaya agar lewat terlebih dahulu. Ibu Mus dan murid-murid mulai cemas. Tidak lama kemudian, Lintang datang. Awalnya SD Muhammadiyah tertinggal jauh dengan lawan-lawannya. Namun, ketika soal yang berkaitan dengan pelajaran Matematika, SD Muhammadiyah mulai mengejar ketertinggalannya. Akhirnya Lintang, Mahar dan Ikal memenangkan perlombaan cerdas cermat.

Ayah Lintang meninggal, Lintang tidak masuk sekolah. Anak-anak sedih atas kepergian Lintang. Film diakhiri dengan tibanya Ikal di kampung halaman. Ia bertemu dengan Lintang.

Ikal bercerita kepada Lintang bahwa ia mendapat beasiswa ke Sorbon, Paris.

### **3. Biografi Sutradara Riri Riza**

Riri Riza memiliki nama asli Muhammad Rivai Riza mengenyam pendidikan film di Institut Kesenian Jakarta (IKJ), lalu melanjutkan studi pada program master penulisan skenario di Royal Holloway, University of London, Inggris. Salah satu pencetus gerakan antisensor di Indonesia ini pernah menjadi anggota Dewan Kesenian (DKJ) 2006-2009 serta menggagas dan mendirikan Rumata, rumah budaya di Makassar, pada 2010. Film pendek tugas akhir kuliahnya, *Sonata Kampung Bata* (1994) memperoleh penghargaan di festival film pendek di Oberhausen, Jerman, dan kemudian juga ditayangkan di beberapa festival di Asia, Eropa dan Amerika. Pada 2002 menulis sekaligus menyutradarai *Eliana*, *Eliana* (2002) untuk kelompok pembuat film independen, I-Sinema. Bersama Mira Lesmana dengan bendera Miles Films memproduksi sejumlah film yang tidak hanya memperoleh banyak penghargaan di dalam dan luar negeri, tetapi juga mencetak hasil penjualan yang bagus.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> *Riri Riza*, diakses 28 Januari 2018. [http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad6b2124b\\_Muhammad-Rivai-Riza#.XIU3SqMxWf1](http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad6b2124b_Muhammad-Rivai-Riza#.XIU3SqMxWf1).

## B. Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2

### 1. Profil Film Ketika Cinta Bertasbih 1



**Gambar 3.2**  
**Poster Ketika Cinta Bertasbih 1**

Sutradara : Chaerul Umam  
Produser : Mitzy Christina dan Cindy Christina  
Penulis Cerita : Habiburrahman El Shirazy  
Skenario : Imam Tantowi  
Musik : Anto Hoed, Melly Goeslaw  
Sinematografi : Rudy Kurwet  
Penyunting : Rizal Basri  
Distributor : SinemArt  
Durasi : 120 menit

Negara : Indonesia  
Bahasa : Indonesia, Arab  
Tanggal Edar : Kamis, 11 Juni 2009  
Segmentasi : Remaja  
Tema : Percintaan, Perjuangan, Islam, Mesir, al-Azhar<sup>13</sup>

Lokasi *shooting* Ketika Cinta Bertasbih 1 berada di Mesir seperti yang termaktub dalam novelnya. Film tersebut menyuguhkan panorama Mesir meliputi Kota Kairo dengan Universitas al-Azhar sebagai salah satu pusat kajian keislaman yang berada di Timur Tengah, Kota Giza yang menyuguhkan kekokohan bangunan Piramid yang masih berdiri hingga saat ini serta Kota Iskandaria yang menonjolkan keindahan pantainya yang eksotik dan kota-kota sekitarnya. Adapun lokasi *shooting* Ketika Cinta Bertasbih 2 berada di Surakarta dan sekitarnya.

Ketika Cinta Bertasbih 1 merupakan film karya Chaerul Umam yang dirilis pada tahun 2009 dan diadaptasi dari novel berjudul sama serta diproduksi oleh Sinemart Pictures. Para pemeran utama Ketika Cinta Bertasbih 1 banyak diisi oleh aktor pendatang baru hasil audisi dari berbagai kota di Indonesia dan didukung aktor kawakan yang telah melang buana dalam

---

<sup>13</sup> *Ketika Cinta Bertasbih*, diakses 04 Januari 2019. [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k020-09-954828\\_ketika-cinta-bertasbih#.XIU4xqMxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k020-09-954828_ketika-cinta-bertasbih#.XIU4xqMxWf0).

blantika perfilman. Berikut ini para aktor dan aktris yang tergabung dalam produksi film Ketika Cinta Bertasbih 1.

**Tabel 3.3**

**Para Pemeran Film Ketika Cinta Bertasbih 1<sup>14</sup>**

No	Aktor/Aktris	Pemeran
1	Kholidi Asadil Alam	Abdullah Khoirul Azzam
2	Oki Setiana Dewi	Anna Altafunnisa
3	Alice Norin	Eliana Pramesty Alam
4	Andi Arsyil Rahman	Furqon Andi Hasan
5	Meyda Sefira	Ayatul Husna
6	Rahmi Nurullina	Lia Humaira
7	Deddy Mizwar	KH. Lutfi Hakim
8	Niniek L. Karim	Ibu Malikatun
9	Didi Petet	Pak Ali
10	Habiburrahman El Shirazy	Ustadz Mujab
11	Aspar Paturusi	Pak Hasan (Ayah Furqon)
12	Din Syamsudin	Cameo
13	Slamet Rahardjo	Pak Alam (Dubes RI untuk Mesir)
14	El Manik	Pak Junaedi (Dubes RI untuk Turki)
15	Cut Yanthi	Ibu Maylaf (Ny. Hasan)
16	Lucky Perdana	Teuku Fadil

Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2, para pemeran utama diperoleh dari *roadshow casting* yang digelar di sembilan kota Indonesia. Para tokoh Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 diusahakan dapat memerankan karakter yang sesuai dengan novelnya baik dalam film maupun dalam kehidupan nyata. Tidak ketinggalan pula penulis novel Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2, Habiburrahman

---

<sup>14</sup> Ketika Cinta Bertasbih, 01: 57: 16 - 01: 57: 41.

El Shirazy turut meramaikan produksi film tersebut. Ketika Cinta Bertasbih disutradarai oleh Chaerul Umam dan diproduksi oleh Sinemart yang menelan biaya produksi hingga 25 Milyar<sup>15</sup> mendapat sokongan dari berbagai pihak di antaranya Bank Mandiri dan Yamaha. Ketika Cinta Bertasbih 1 dinikmati 2.105.192 penonton<sup>16</sup> adapun Ketika Cinta Bertasbih 2 ditonton oleh penikmat film sebanyak 1.494.739.<sup>17</sup> Pendapatan yang diperoleh Ketika Cinta Bertasbih 1 sebanyak 93 milyar, sedang Ketika Cinta Bertasbih 2 memperoleh pendapatan 60 milyar.<sup>18</sup> Pendapatan ini tentu sangat besar dengan modal yang digelontorkan sebanyak 25 milyar. Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 telah meraih keuntungan yang melimpah. Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 menurut Hilmi<sup>19</sup> diputar di seluruh jaringan XXI, maknanya ini diedarkan di 48 kota Indonesia. Dapat dibayangkan bila perolehan keuntungan yang diraih oleh *production house* tersebut. Selain itu, film tersebut juga ditayangkan di Mesir, Brunei, Malaysia, Singapura, Hong Kong, Taiwan dan Australia. Bahkan puluhan warga Singapura ikut antri untuk menonton film

---

<sup>15</sup> Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 12 Mei 2018.

<sup>16</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XIU9IKMxWf0>.

<sup>17</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XIU9IKMxWf0>.

<sup>18</sup> *10 Film Indonesia dengan Pendapatan Terbesar Sepanjang Masa*, 4 Maret 2016, diakses 30 Januari 2019, <https://id.bookmyshow.com/blog-hiburan/10-film-indonesia-dengan-pendapatan-terbesar-sepanjang-masa/>

<sup>19</sup> Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 22 Juni 2019.

Ketika Cinta Bertasbih di dua bioskop 21 dan XXI di Batam.<sup>20</sup> Antusiasme penonton dari negara tetangga begitu besar karena ingin menikmati hasil karya Chaerul Umam yang diadaptasi dari novel Kang Abik.

Film Ketika Cinta Bertasbih 1 pada tahun 2010 telah memperoleh berbagai penghargaan, seperti pemeran pembantu wanita terpuji, penata *editing* terpuji, pendatang baru wanita terbaik dan sebagainya. Penjelasannya termaktub dalam tabel berikut ini.

**Tabel 3.4**  
**Penghargaan Film Ketika Cinta Bertasbih 1<sup>21</sup>**

No	Tahun	Lokasi	Kategori	Penghargaan	Penerima
1	2010	Pemenang di Festival Film Bandung	Pemeran Pembantu Wanita Terpuji	Festival Film Bandung	Alice Norin
2	2010	Pemenang di Festival Film Bandung	Penata Editing Terpuji	Festival Film Bandung	Rizal Basri
3	2010	Pemenang di Indonesian Movie Awards	Pendatang Baru Wanita Terbaik	Piala Layar Emas	Oki Setiana Dewi
4	2010	Pemenang di	Pendatang	Piala Layar	Kholidi

---

<sup>20</sup> *Warga Singapura Antre Nonton Film KCB di Batam*, diakses 04 Januari 2019, <https://www.kapanlagi.com/showbiz/film/indonesia/warga-singapura-antre-nonton-film-kcb-di-batam.html>

<sup>21</sup> *Ketika Cinta Bertasbih*, diakses 04 Januari 2019. [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k020-09-954828\\_ketika-cinta-bertasbih/award](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k020-09-954828_ketika-cinta-bertasbih/award).



		Indonesian Movie Awards	Baru Pria Terbaik	Emas	Asadil Alam
5	2010	Pemenang di Indonesian Movie Awards	Pemeran Pembantu Wanita Terfavorit	Piala Layar Emas	Oki Setiana Dewi

## 2. Profil Film Ketika Cinta Bertasbih 2



**Gambar 3.3**  
**Poster Ketika Cinta Bertasbih 2**

Sutradara : Chaerul Umam  
 Produser : Mitzy Christina, Cindy Christina  
 Musik : Anto Hoed, Melly Goeslaw  
 Sinematografi : Rudy Kurwet

Penyunting : Rizal Basri  
Distributor : Sinemart Pictures  
Tanggal rilis : Jumat, 18 September 2009  
Durasi : 120 Menit  
Negara : Indonesia  
Bahasa : Indonesia, Arab  
Segmentasi : Remaja  
Tema : Percintaan, Perjuangan, Islam, Pesantren<sup>22</sup>

Ketika Cinta Bertasbih 2 merupakan film lanjutan dari Ketika Cinta Bertasbih 1 yang dirilis pada hari Jumat, tanggal 18 September 2009 yang juga disutradarai oleh Chaerul Umam. Para pemeran Ketika Cinta Bertasbih 2 sebagian besar adalah aktor dan aktris yang ikut berperan pada saat Ketika Cinta Bertasbih 1, disamping juga ada pemeran pendatang. Berikut ini para aktor dan aktris yang ikut meramaikan film Ketika Cinta Bertasbih 2.

---

<sup>22</sup> *Ketika Cinta Bertasbih 2*, diakses 04 Januari 2019. [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k021-09-593411\\_ketika-cinta-bertasbih-2/award#.V4ciFjUXVpk](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k021-09-593411_ketika-cinta-bertasbih-2/award#.V4ciFjUXVpk).

**Tabel 3.5**  
**Para Pemeran Film Ketika Cinta Bertasbih 2<sup>23</sup>**

No	Aktor/Aktris	Pemeran
1	Kholidi Asadil Alam	Abdullah Khoiril Azzam
2	Oki Setiana Dewi	Anna Altafunnisa
3	Andi Arsyil Rahman	Furqon Andi Hasan
4	Alice Norin	Elliana Pramesti Alam
5	Meyda Sefira	Ayatul Husna
6	Deddy Mizwar	K.H. Lutfi Hakim
7	Ninie L. Karim	Ibu Malikatun
8	Dude Herlino	Ustaz Muhammad Ilyas
9	Asmirandah	dr. Vivi
10	Aspar Paturusi	Ayah Furqon (pak Hasan)
11	Neno Warisman	Bu Fadilah
12	Nungki Kusumastuti	Bu Edi
13	Meidiana Hutomo	Bu Nyai

Film Ketika Cinta Bertasbih 2 pada tahun 2009 telah memperoleh berbagai penghargaan, semisal sebagai pemeran pendukung pria terbaik dan pemeran pendukung wanita terbaik. Keterangan lebih lanjut dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 3.6**  
**Penghargaan Film Ketika Cinta Bertasbih 2<sup>24</sup>**

No	Tahun	Lokasi	Kategori	Penghargaan	Penerima
1	2009	Unggulan di Festival Film	Pemeran Pendukung Pria Terbaik	Piala Citra	Deddy Mizwar

<sup>23</sup> Ketika Cinta Bertasbih 2, 02: 02: 09 – 02: 02: 35.

<sup>24</sup> *Ketika Cinta Bertasbih 2*, diakses 04 Januari 2019. [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k021-09-593411\\_ketika-cinta-bertasbih-2/award#.V4ciFjUXVpk](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k021-09-593411_ketika-cinta-bertasbih-2/award#.V4ciFjUXVpk).

		Indonesia			
2	2009	Unggulan di Festival Film Indonesia	Pemeran Pendukung Wanita Terbaik	Piala Citra	Ninieck L Karim

### 3. Sinopsis Film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2

Abdullah Khairul Azzam (Kholidi Asadil Alam) merupakan mahasiswa Indonesia yang sedang mencari ilmu di Universitas Al-Azhar Kairo Mesir. Sambil kuliah, Azzam sebagai anak tertua berjualan tempe dan membuka jasa catering untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, ibu dan adik-adiknya yang berada di Indonesia. Lulus dari Universitas Al-Azhar, Azzam pulang ke tanah kelahirannya di Solo. Gelar sarjana yang diperolehnya dari luar negeri tidak memuluskan jalan baginya untuk mencari kerja. Apalagi ada anggapan bahwa lulusan Universitas Al-Azhar secara otomatis akan menjadi kiai atau ulama. Suatu ketika, Ibu Azzam pun minta Husna (Meyda Sefira), adiknya Azzam agar mencarikan kerja bagi kakaknya, apapun pekerjaannya asal Azzam keluar dari rumah supaya terkesan bekerja.

Azzam pun mencoba berbisnis jasa pengiriman buku-buku dari Mesir ke Indonesia, namun ibunya kurang berkenan. Berbekal pengalaman bisnisnya saat kuliah di Mesir, Azzam lebih memilih untuk membuka usaha. Atas saran Husna, adiknya, Azzam membuka warung bakso yang diberinya nama “Bakso Cinta”. Di saat Azzam sedang memikirkan masalah pekerjaan,

Azzam juga menghadapi persoalan jodoh, ibunya menginginkan Azzam agar segera menikah. Wanita yang dulu dipinangnya ketika di Mesir, Anna Altafunnisa (Oki Setiana Dewi), sudah dipinang oleh sahabatnya sendiri, yaitu Furqon Andi Hasan (Andi Arsyil Rahman). Sedangkan, Eliana Pramesti Alam (Alice Norin) yang mencintai Azzam dianggapnya bukan wanita muslimah yang ia dambakan. Ibunya kurang setuju jika Azzam beristrikan seorang aktris.

Perjalanan Azzam mencari jodoh dipenuhi dengan aral yang merintang, sudah banyak orang yang mencarikan jodoh bagi Azzam, namun selalu gagal dengan berbagai sebab. Hingga pada suatu hari Azzam menemui Kiai Lutfi, meminta kepadanya untuk dicarikan jodoh, Azzam pasrah kepadanya. Azzam memberikan cincin kepada Kiai Lutfi yang sebelumnya telah diberikan kepada wanita yang dipinangnya. Tidak lama kemudian, Kiai Lutfi menceritakan kepada Azzam ada seorang wanita yang telah menikah tetapi masih suci. Wanita itu taat kepada ajaran agama yang dianutnya dan mematuhi kedua orang tuanya. Wanita itu tidak lain adalah putri Kiai Lutfi sendiri, Anna Altafunnisa. Tidak banyak berfikir, Azzam pun setuju dengan tawaran yang disampaikan oleh Kiai Lutfi kepadanya. Akhirnya Azzam dinikahkan dengan putri Kiai Lutfi.

#### 4. Biografi Sutradara Chaerul Umam

Chaerul Umam dilahirkan pada 4 April 1943 di Tegal dan meninggal pada 3 Oktober 2013. Umam mengenyam pendidikan di Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (Tingkat III). Sebelum terjun ke dunia film, Umam aktif jadi aktor teater di Teater Amatir (1964-1966), lalu ikut Bengkel Teater Rendra (1966-1970). Tahun 1970 Umam pindah ke Jakarta dan bergabung dengan Teater Kecil pimpinan Arifin C Noer (alm). Mulai terjun ke film dalam Bing Slamet Dukun Palsu (1973) sebagai asisten sutradara (astrada). Penyutradaraannya pertama ialah dalam Tiga Sekawan (1975). Tahun 1977 membuat film bernuansa dakwah berjudul Al-Kautsar, yang memenangkan penghargaan khusus pada Festival Film Asia di Muangthai. Umam meraih unggulan sebagai sutradara terbaik dalam Titian Serambut Dibelah Tujuh (FFI 1983), Kejarlah Daku Kau Kutangkap (FFI 1986), dan Joe Turun ke Desa (FFI 1990). Film Ramadhan dan Ramona (FFI 1992) mengantarkannya meraih Piala Citra. Bersama Imam Tantowi, Umam menyutradarai Fatahillah (1977), yang juga disinetronkan.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> *Imam Setyantono Chaerul Umam*. Diakses 28 Januari 2018. [http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad39d6e61\\_chaerul-umam#.Wm3SUDUghdg](http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad39d6e61_chaerul-umam#.Wm3SUDUghdg).

## C. Mencari Hilal

### 1. Profil Film Mencari Hilal



**Gambar 3.4**  
**Poster Mencari Hilal**

Sutradara : Ismail Basbeth  
Produser : Raam Punjabi, Putut Widjanarko, Salman Aristo  
Distributor : MVP Pictures, Studio Denny JA, Dapur Film, Argi Film, Mizan Productions  
Durasi : 94 menit  
Negara : Indonesia  
Bahasa : Indonesia  
Tanggal Edar : Rabu, 15 Juli 2015

Segmentasi : Usia 13 tahun ke atas  
Tema : keluarga, Islam, toleransi<sup>26</sup>

Mencari Hilal merupakan film yang beredar pada tahun 2015 dan disutradarai oleh Ismail Basbeth. Tokoh utama dalam film Mencari Hilal Deddy Sutomo yang berperan sebagai Pak Mahmud dan Oka Antara sebagai Halida. Film tersebut didukung oleh MVP Pictures, Studio Denny JA, Dapur Film<sup>27</sup>, Argi Film, dan Mizan Productions<sup>28</sup> dengan biaya produksi sebesar 2,5 milyar<sup>29</sup> dan hanya ditonton sebanyak 12.000 orang dari target yang ditentukan yaitu 250.000 penonton dengan biaya 3 miliar

---

<sup>26</sup> *Mencari Hilal*, diakses 14 Juni 2016. [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-m012-15-029238\\_mencari-hilal#.XIU-KKMxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-m012-15-029238_mencari-hilal#.XIU-KKMxWf0).

<sup>27</sup> Dapur Film didirikan pada tanggal 31 Desember 2003 di Jakarta, Indonesia. Dapur film bertujuan untuk menciptakan ruang bagi para pembuat film dimasa yang akan datang, yang ingin mengembangkan bakat mereka dalam pembuatan film melalui lokakarya dan aplikasi langsung dengan magang dalam produksi film. Dapur film juga bertujuan untuk membuat film yang bagus secara komersial dan berkualitas. Misinya adalah memproduksi film artistik yang menantang dan unik. *Siapa Kami*, diakses 4 Februari 2019. [www.dapurfilm.com](http://www.dapurfilm.com).

<sup>28</sup> Mizan Productions merupakan rumah produksi yang berdiri pada tahun 2008. Pada awalnya Mizan Productions hanya menggarap berbagai karya televisi yang bersifat edukatif. Bekerja sama dengan Miles Films, Mizan Productions kemudian memproduksi film *Laskar Pelangi* (2008) dan *Sang Pemimpi* (2009). *A Brief History*, diakses 4 Februari 2019. [www.mizanproduction.com/profil](http://www.mizanproduction.com/profil). Mizan Productions telah berkembang menjad salah satu rumah produksi terkemuka di Indonesia, dengan film-filmnya antara lain *Garuda 19*, *Ada Surga di Rumahmu*, *Ayat-Ayat Adinda*, *Mencari Hilal*, dan *Mau Jadi Apa*. *Mizan Productions*, diakses 4 Februari 2019, [www.mizan.com/mizan-productions](http://www.mizan.com/mizan-productions).

<sup>29</sup> *Ada Pelajaran Keberagaman dalam Film Mencari Hilal*, diakses 14 Juni 2016. <http://m.tribunnews.com/seleb/2015/07/13/ada-pelajaran-keberagaman-dalam-film-mencari-hilal>.



berikut promosinya.<sup>30</sup> Setelah sepekan rilis, perolehan sementara jumlah penonton sedang *Mencari Hilal* yang banyak dipuji hanya mengumpulkan 7 ribuan penonton.<sup>31</sup> Bramantyo menyatakan bahwa penyebabnya adalah karakter sang sutradara, Basbeth lebih banyak menggarap film independen daripada komersil. Walaupun dari segi jumlah penonton kurang menggembirakan, film ini mendapat respon positif dari Tokyo International Film Festival.<sup>32</sup> *Mencari Hilal* menjadikan Yogyakarta sebagai lokasi *shooting* sebagai representasi budaya Jawa.

**Tabel 3.7**

**Para Pemeran Film Mencari Hilal<sup>33</sup>**

No	Aktor/Aktris	Pemeran
1	Deddy Sutomo	Mahmud
2	Oka Antara	Heli
3	Torro Margens	Arifin
4	Erythrina Baskoro	Halida

---

<sup>30</sup> Nia Deviyana, “Mencari Hilal, dari Sepi Penonton hingga Tembus Tokyo International Film Festival”, diakses 21 Januari 2017. <http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/09/29/175061/mencari-hilal-dari-sepi-penonton-hingga-tembus-tokyo-international-film-festival>.

<sup>31</sup> Ade Irwansyah, “Kenapa Penonton Mencari Hilal Sedikit?”, diakses 04 Januari 2019. <https://www.liputan6.com/showbiz/read/2280614/kenapa-penonton-mencari-hilal-sedikit>.

<sup>32</sup> Nia Deviyana, “Mencari Hilal, dari Sepi Penonton hingga Tembus Tokyo International Film Festival”, diakses 21 Januari 2017. <http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/09/29/175061/mencari-hilal-dari-sepi-penonton-hingga-tembus-tokyo-international-film-festival>.

<sup>33</sup> *Mencari Hilal*, 01: 30: 59 – 01: 31: 23.

Film Mencari Hilal walaupun tidak banyak ditonton oleh penikmat film Indonesia, namun pada tahun 2015 dan 2016 banyak menyabet beragam penghargaan, semisal sebagai pemeran utama pria terpuji, penata artistik terpuji, pemeran pembantu pria terpuji dan sebagainya. Keterangan lebih lanjut dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

**Tabel 3.8**  
**Penghargaan Film Mencari Hilal<sup>34</sup>**

No	Tahun	Lokasi	Kategori	Penghargaan	Penerima
1	2015	Pemenang di Festival Film Bandung	Pemeran Utama Pria Terpuji	Pemeran Utama Pria Terpuji	Deddy Sutomo
2	2015	Unggulan di Festival Film Bandung	Penata Artistik Terpuji	Penata Artistik Terpuji	Allan Sebastian
3	2015	Unggulan di Festival Film Bandung	Pemeran Utama Pria Terpuji	Pemeran Utama Pria Terpuji	Deddy Sutomo
4	2015	Unggulan di Festival Film Bandung	Pemeran Pembantu Pria Terpuji	Pemeran Pembantu Pria Terpuji	
5	2015	Unggulan di Festival Film Indonesia	Penulis Skenario Asli Terbaik	Piala Citra	Salman Aristo, Bagus Bramanti, Ismail Basbeth
6	2015	Unggulan di Festival Film	Penata Musik	Piala Citra	Charlie Meliala

---

<sup>34</sup> *Mencari Hilal*, diakses 14 Juni 2016. [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-m012-15-029238\\_mencari-hilal/award#.XIU-e6MxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-m012-15-029238_mencari-hilal/award#.XIU-e6MxWf0).

		Indonesia	Terbaik		
7	2015	Unggulan di Festival Film Indonesia	Pengarah Artistik Terbaik	Piala Citra	Allan Sebastian
8	2015	Unggulan di Festival Film Indonesia	Penyunting Gambar Terbaik	Piala Citra	Wawan I Wibowo
9	2015	Pemenang di Festival Film Indonesia	Pemeran Utama Pria Terbaik	Piala Citra	Deddy Sutomo
10	2015	Unggulan di Festival Film Indonesia	Sutradara Terbaik	Piala Citra	Ismail Bazbeth
11	2015	Unggulan di Festival Film Indonesia	Film Terbaik	Piala Citra	
12	2016	Unggulan di Indonesian Movie Actors Awards	Pemeran Pria Utama Terfavorit	Indonesia Movie Awards	Deddy Sutomo
13	2016	Unggulan di Indonesian Movie Actors Awards	Pemeran Pria Pendukung Terfavorit	Indonesia Movie Awards	Oka Antara
14	2016	Unggulan di Indonesian Movie Actors Awards	Pemeran Wanita Pendukung Terfavorit	Indonesia Movie Awards	Erythrina Baskoro
15	2016	Unggulan di Indonesian Movie Actors Awards	Film Terfavorit	Indonesia Movie Awards	
16	2016	Unggulan di Indonesian Movie Actors Awards	Pasangan Terbaik	Indonesia Movie Awards	Deddy Sutomo, Oka Antara
17	2016	Unggulan di Indonesian Movie Actors Awards	Ansambel Terbaik	Indonesia Movie Awards	Ismail Basbeth

## **2. Sinopsis Film Mencari Hilal**

Di benak Mahmud (60 tahun), tak ada yang lebih mulia selain tulus berjuang menerapkan perintah Islam secara kaffah dalam semua aspek hidup. Bertahun-tahun lamanya Mahmud berdakwah agar setiap orang percaya bahwa Islam adalah satu-satunya solusi semua persoalan hidup.

Sayangnya semangat Mahmud tercederai saat mendengar isu sidang Isbat Kementrian Agama yang menelan dana sembilan milyar untuk menentukan hilal. Realita itu membuatnya teringat lagi tradisi mencari hilal yang dilakukan pesantrennya dulu. Sebuah tradisi yang tak berjalan lagi sejak pesantrennya bubar puluhan tahun lalu.

Mahmud ingin mengulang tradisi itu untuk membuktikan kepada semua orang bahwa ibadah tidak dibuat untuk memperkaya diri. Hilal bisa ditemukan tanpa harus menelan biaya milyaran. Sayangnya upayanya itu terhalangi oleh anaknya. Mereka mengkhawatirkan kesehatan Mahmud yang menurun.

Mahmud bersikeras pergi. Mahmud boleh pergi hanya jika ditemani Heli (Hilal) (28 tahun), anak bungsunya yang sejak lama pergi dari rumah karena selalu bertentangan dengannya. Heli, aktivis lingkungan hidup, kerap membuat Mahmud gerah dengan kritik sekuler liberal yang menurutnya sesat.

Heli terpaksa menuruti permintaan kakaknya yang bekerja di kantor imigrasi, agar membantunya mengurus paspornya yang kadaluarsa bertepatan dengan libur lebaran. Dia

butuh secepatnya keluar negeri membantu para aktivis dunia berjuang melawan perusakan lingkungan di Nicaragua. Dalam perjalanan terjadilah dialog bapak-anak yang berbeda pandangan, apalagi mereka menemukan peristiwa-peristiwa yang memaksa mereka menyatakan posisi pendiriannya.

### **3. Biografi Sutradara Ismail Basbeth**

Ismail Basbeth dilahirkan di Wonosobo, 12 September 1985. Basbeth telah mempelajari musik tradisional Indonesia di Bandung sebelum dia pindah ke Yogyakarta untuk mempelajari Ilmu Komunikasi. Di Yogyakarta, Basbeth menjadi mulai terlibat dalam beberapa proyek bersama para pembuat film Indonesia lainnya. Akhirnya dia membuat film pendek pertamanya di tahun 2008, dengan judul “Hide and Sleep”. Basbeth telah memproduksi dan menyutradarai beberapa film, dokumenter maupun fiksi, seperti *Hide and Sleep* (2008), *Harry van Yogya* (2010) dan *Shelter* (2011). Dengan dua rekannya dia mendirikan sebuah rumah produksi alternatif di Yogyakarta yang bernama Hide Project Indonesia. Dia juga terlibat dalam beberapa proyek dengan pembuat film Indonesia maupun manca negara, di tahun 2011 dia mendapat *fellowship* untuk belajar di Asian Film Academy (AFA) di Busan, Korea Selatan dan memenangkan

BFC & SHOCS *Scholarsip Fund* karena memiliki potensi yang besar dan sangat antusias dalam mengikuti program tersebut.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> *Ismail Basbeth*, diakses 28 Januari 2019.  
<http://www.indonesianfilmcenter.com/profil/index/director/13474/ismail-basbeth>.

**BAB IV**  
**NILAI ISLAM DALAM FILM *LASKAR PELANGI, KETIKA***  
***CINTA BERTASBIH 1 & 2 DAN Mencari Hilal***

**A. Nilai Islam dalam Film Laskar Pelangi**

**a. *Setting***

Lokasi *shooting* film Laskar Pelangi seperti yang dikisahkan dalam novelnya, yaitu berada di Kabupaten Belitung Timur dan sekitarnya. Belitung termasuk salah satu pulau terkaya di Indonesia dengan hasil timah yang melimpah ruah, namun rakyat Belitung belum bisa menikmati hasil kekayaan alamnya kecuali hanya sebagai buruh pabrik. Film yang diangkat dari novel dengan judul sama ini menceritakan masa kecil Ikal, Lintang dan kawan-kawannya yang terjadi pada tahun 1970-an. Saat itu mereka memasuki usia sekolah dasar. Di Kabupaten Belitung Timur tepatnya di Kecamatan Gantong terdapat SD Islam tertua, SD Muhammadiyah Gantong, tempat Ikal, Lintang dan kawan-kawan menimba ilmu. Berkat kesungguhan dan kegigihan sepuluh murid yang dinamai oleh Ibu Muslimah sebagai Laskar Pelangi, mereka dapat bersaing dengan sekolah favorit pada waktu itu, yaitu sekolah milik PT Timah yang berdiri megah di samping SD Muhammadiyah Gantong. Berikut dialog dan ilustrasi yang menjelaskan tentang lokasi *shooting*.

Ikal Dewasa	: “Aku biasa dipanggil Ikal, anak asli Belitung. Gambar-gambar ini merupakan bukti tak terbantah Belitung adalah salah satu pulau terkaya di Indonesia. Pulau dengan urat-urat timah yang melimpah-limpah. Urat-urat yang menggoda bangsa lain untuk datang mengambil alih semua potensi pulau ini. Setelah negeri ini merdeka pun rakyat Belitung belum bisa menikmati harta alamnya sendiri tanpa tembok-tembok birokrasi. Tembok-tembok yang mengkotak-kotakkan kesempatan dan harapan. Namun, tembok-tembok itu tidak pernah bisa mematahkan semangat kami. Terutama semangat seorang anak pesisir miskin yang kemudian tumbuh menjadi orang paling luar biasa yang pernah aku jumpai seumur hidupku.” <sup>1</sup>
-------------	---



**Gambar 4.1**

### **Ikal dan Pengelola PT Timah**

Teknik *close-up* digunakan untuk mengambil wajah Ikal. Pengambilan sosok Ikal secara *close-up* menegaskan bahwa dirinya sebagai fokus utama dalam adegan ini. Gambar sebelah

---

<sup>1</sup> Dialog dalam Film Laskar Pelangi, 00: 00: 38 – 00: 01: 28.



kanan *long shot* yang menampakkan secara utuh gambaran para pengelola perusahaan timah yang dimiliki oleh orang asing. Ikal sedang melakukan perjalanan ke kampung halamannya. Sepanjang perjalanan Ikal mengamati keadaan sekitarnya dibalik jendela bis yang dinaikinya. Ikal mengkisahkan bahwa pulau Belitung memiliki kekayaan yang melimpah ruah, namun kehidupan ekonomi warganya belum sejahtera. Kemiskinan yang menimpa penduduk Desa Gantong ini sebagai representasi bahwa belum meratanya distribusi hasil sumber daya alam kepada warga desa Gantong, Belitung. Para pemilik PT Timah sebagai pemilik modal direpresentasikan telah menguasai dan mengeksploitasi kekayaan bumi Belitung sedang masyarakat di sekitarnya hanya sebagai buruh murahan. Sedang SD PN Timah yang berada dalam naungannya digambarkan sebagai sekolah yang hanya menerima para wali murid dan peserta didik dari kalangan berduit, gaya hidup yang elitis, serta dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang lengkap.

Sekolah menjadi salah satu lokasi yang sering diambil suasananya sebagai produksi film *Laskar Pelangi*. Saat pertama kali masuk tahun ajaran baru Pak Harfan dan Ibu Muslimah sedang cemas, karena baru ada sembilan calon murid, harus menunggu satu calon murid lagi seperti yang disyaratkan oleh Penilik Sekolah Pusat setempat. Pukul 11.00 tepat Pak Harfan, selaku kepala sekolah memulai pembicaraan walaupun belum genap sepuluh orang murid. Sementara itu, Ibu Muslimah masih

berada di luar kelas berharap ada satu murid yang mendaftar. Setelah mengucapkan salam kepada para wali murid dan calon peserta didik, Pak Harfan menyampaikan bahwa di SD Islam tertua yang ada di Tanah Belitung ini, merupakan sekolah yang berlandaskan dasar budi pekerti demi tegaknya akhlakul karimah. Sementara itu, di sekolah tetangga, yaitu milik PT Timah telah dipenuhi oleh calon murid yang didukung dengan peralatan sekolah yang sangat memadai. Berikut dialog dan kondisi yang mengilustrasikan tentang nilai Islam yang bernuansa dakwah.

Pak Harfan	:	<i>“Assalāmu’alaikum warahmatullāhi wa barakātuh.”</i>
Wali Murid dan Calon Murid	:	<i>“Wa’alaikumsalām warahmatullāhi wa barakātuh.”</i>
Pak Harfan	:	“Syukur, alhamdulillah kita ucapkan kepada Allah swt. karena kehadiran bapak-bapak dan ibu-ibu di sini adalah untuk menyelamatkan pendidikan di SD Islam tertua di Tanah Belitung ini. Sekolah dengan dasar budi pekerti demi tegaknya akhlakul karimah, akhlak yang baik. Namun demikian, kalau kita tidak bisa memperoleh sepuluh orang murid baru, maka kita tidak bisa membuka kelas baru. Sebaiknya semua ini kita terima dengan hati yang lapang. <sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Dialog dalam Film Laskar Pelangi, 00: 07: 12 – 00: 08: 12.



**Gambar 4.2**

**Orang Tua dan Peserta Didik sedang Mendengarkan  
Penjelasan Pak Harfan**

Teknik pengambilan pada sebelah kiri adalah *long shot*. Tampak jelas para wali murid dan calon peserta tampak serius menyimak penjelasan Pak Harfan. Dinding sekolah terlihat sudah tidak terawat dan hampir roboh, gaji guru yang tidak pasti kapan diberikan, sedang para calon peserta tidak mengenakan seragam sekolah seperti pada umumnya. Kondisi ini menggambarkan keadaan sekolah yang sangat memprihatinkan, tidak seperti di sekolah PT Timah yang memakai seragam lengkap. Kendati demikian, guru dan murid-muridnya memiliki semangat yang tinggi dalam belajar dan beribadah.

Sedang sebelah kanan, sosok Pak Harfan diambil secara *medium shot*. Beliau menjelaskan bahwa budi pekerti merupakan landasan untuk menegakkan akhlak yang baik. Eksistensi SD Muhammadiyah Gantong merupakan penyeimbang keberadaan sekolah disampingnya, SD PN Timah juga sebagai representasi SD yang lebih menekankan nilai-nilai Islam dalam mendidik para

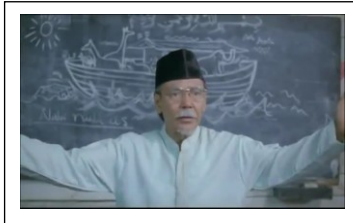
peserta didiknya dibanding sekedar angka. Kecerdasan dilihat bukan dari angka-angka saja, tapi bersumber dari hati yang jernih.

**b. Sekolah, Musala dan Busana**

Pagi itu, Pak Harfan sedang menjelaskan kepada anak didiknya tentang kisah Nabi Nuh a.s. dan kaumnya. Kesombongan umatnya telah membutakan mereka dari hidayah Allah hingga akhirnya diingatkan dengan datangnya banjir bandang. Usai pembelajaran, dilanjutkan wudu. Di sela-sela anak wudu Pak Harfan mengingatkan kepada anak-anak agar tertib dan urut ketika wudu, diawali dari membasuh muka hingga kaki. Lalu mereka salat berjemaah di musala samping sekolah.

Pak Harfan	:	“Hai anak-anak, siapa yang mau mendengarkan kisah Nabi Nuh yang membuat perahu kayu terbesar yang dipernah dibuat oleh manusia, hai.”
Anak-Anak	:	“Mauu.”
Ibu Muslimah	:	“Kucai, menjadi seorang pemimpin adalah tugas yang mulia.”
Sahara	:	“Hai Kucai, al-Quran mengingatkan bahwa kepemimpinan seorang itu akan dipertanggungjawabkan kelak di akhirat.”
Pak Harfan	:	“Mereka yang ingkar, telah diingatkan bahwa air bah akan datang. Namun kesombongan telah membutakan mata dan menulikan telinga mereka. Dan akhirnya, mereka musnah dilamun ombak. Apa yang bisa kita pelajari dari peristiwa ini kita mesti percaya pada tanda-tanda yang ditunjukkan Allah.”

Ikal	:	“Makanya bila kau tak rajin salat pandai-pandailah kau berenang. Tak ada gunanya otot gedemu itu bila tak pandai berenang.” (Ikal berbisik kepada Arai) <sup>3</sup>
------	---	---



**Gambar 4.3**

### **Pak Harfan sedang Bercerita dan Salat Berjemaah**

Posisi Pak Harfan diambil secara *medium shot*. Hal tersebut merepresentasikan bahwa Pak Harfan menjadi fokus bidikan kamera. Sedang di belakang beliau ada lukisan kapal Nabi Nuh a.s. di papan tulis. Sosok Pak Harfan dan lukisan kapal Nabi Nuh a.s. tampak dominan. Sedang teknik pengambilan gambar salat berjemaah diambil secara *long shot*. Salat dimulai dengan takbiratul ihram dan diakhiri dengan salam. Salat berjemaah merupakan simbol persatuan umat Islam. Adapun pakaian yang dikenakan Pak Harfan adalah baju muslim yang menjadi karakteristik budaya Indonesia. Peci hitam yang sering dipakai oleh Pak Harfan dan sarung yang dikenakannya waktu salat berjemaah bersama para murid juga merupakan bentuk rasa

---

<sup>3</sup> Dialog dalam Film Laskar Pelangi, 00: 11: 31 – 00: 15: 55.

kecintaan dan rasa bangga yang dicitrakan sebagai seorang muslim Indonesia pada umumnya. Peci dan sarung dikesankan sebagai representasi budaya umat Islam Indonesia dan bahkan sudah menjadi tradisi secara nasional. Sedang mukena<sup>4</sup> atau rukuh<sup>5</sup> berfungsi untuk menutup aurat wanita muslimah pada waktu salat merupakan bagian dari tradisi Islam yang hadir di bumi Indonesia.

**c. Penokohan Pak Harfan**

Pak Harfan sedang bercerita kepada para murid tentang perang Badar yang hanya diikuti 313 kaum muslim, jumlah yang sedikit dan berkualitas dapat mengalahkan pasukan Quraisy yang jumlahnya ribuan. Kuantitas yang banyak belum tentu menunjukkan kualitas, yang terpenting adalah memiliki semangat dan kemauan yang tertanam kuat untuk mewujudkan cita-cita. Itulah penekanan yang disampaikan kepada anak didiknya.

Pak Harfan	:	“Ada yang ini tahu berapa?”
Murid-Murid	:	“313.”
Pak Harfan	:	“Betul 313 tentara Islam itu mengalahkan ribuan tentara Quraisy bersenjata lengkap. Anak-anakku, kekuatan itu dibentuk oleh iman, bukan jumlah tentara. Jadi ingatlah anak-anakku teguhkan pendirianmu, kalian

---

<sup>4</sup> Mukena adalah kain selubung berjahit (biasanya berwarna putih) untuk menutup aurat wanita Islam pada waktu salat; telekung. Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), 760.

<sup>5</sup> Rukuh adalah kain penutup badan kaum wanita muslim, kecuali muka dan kedua telapak tangan, biasanya dipakai untuk salat; mukena; telekung. Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 966.

	harus punya ketekunan, harus punya keinginan yang kuat untuk mencapai cita-cita. Kalian harus punya keberanian dan pantang menyerah menghadapi tantangan macam apapun. Dan ingat, hiduplah untuk memberi sebanyak-banyaknya bukan untuk menerima sebanyak-banyaknya.” <sup>6</sup>
--	--



**Gambar 4.4**

### **Suasana SD Muhammadiyah Gantong**

Pengambilan gambar terakam secara *extreme long shot* untuk mengeksplorasi panorama sekolah dan sekitarnya. Seperti pada gambar Pak Harfan yang sedang bercerita kepada peserta didiknya. Tampak dari kejauhan para murid sedang khusyuk menyimak penjelasan Pak Harfan, sedang di samping kiri Ibu Muslimah sedang berdiri ikut memerhatikan Pak Harfan. Terlihat dari kejauhan gedung sekolah disangga dengan dua kayu besar dan panjang agar tidak roboh. Angka 313 diambil secara *medium shot* sebagai lambang bahwa jumlah umat Islam yang turut serta dalam perang Badar dan Pak Harfan sambil menunjukkan jarinya

---

<sup>6</sup> Dialog dalam Film Laskar Pelangi, 00: 35: 59 – 00: 37: 15.

diambil secara *medium long shot* sebagai penekanan tentang pentingnya topik yang sedang disampaikan olehnya. Angka 313 sebagai representasi bahwa tentara Islam pada saat itu dapat meluluhlantahkan ribuan tentara Quraisy, maknanya kualitas keimanan seseorang lebih penting daripada kuantitas yang hanya menonjolkan atribut. Diakhir Pak Harfan menegaskan kepada para peserta didik bahwa hidup itu lebih baik memberi sebanyak mungkin, bukan sebaliknya menerima sebanyak mungkin.

Suatu hari, Pak Harfan kedatangan seorang teman dari Dinas Pendidikan, Zulfikar. Pak Harfan diilustrasikan sebagai Kepala Sekolah sekaligus pendidik yang memiliki dedikasi tinggi, berkarakter, dan berhati mulia. Pak Zulfikar menyatakan keprihatinan dan kekhawatiran melihat Pak Harfan yang masih tetap bertahan dengan sepuluh murid, sebaiknya ditutup saja komentar Pak Zulfikar kepada sahabatnya. Pak Harfan menegaskan bahwa kecerdasan bukan sekedar dilihat dari angka ataupun nilai yang tertulis di dalam *raport* dan sekedar melengkapi kurikulum, lebih dari itu kecerdasan adalah yang timbul dari hati. Internalisasi nilai-nilai ajaran agama dan budi pekerti jauh lebih penting ketimbang angka-angka, walau memang angka tidak bisa dinafikan. Dialog dan visual berikut menjelaskan keteguhan Pak Harfan dan keprihatinan Pak Zulfikar.



Pak Zulfikar	:	(Pak Harfan sedang memperbaiki bangku) “Haduh, aku khawatir melihat kau Fan. Udah lima tahun aku melihat kalian mempertahankan sekolah ini. Aku paling-paling cuma bisa bantu-bantu...”
Pak Harfan	:	“Zul, kau sebenarnya sudah membantu kita lebih dari itu. Jangan khawatirlah, aku, Bakri, Muslimah masih tetap bisa bertahan bersama kesepuluh murid-murid karunia Allah itu.
Pak Zulfikar	:	“Tapi mereka kan sudah kelas lima, tahun depan mereka kelas enam, di bawah mereka ndak ada lagi dan kalian kan cuma bertiga di sana, mengajar. Aku tak paham bagaimana cara kalian mempertahankan sekolah ini, biayanya, gajinya.”
Pak Harfan	:	“Zul, sekolah ini adalah sekolah dimana pendidikan agama, pendidikan pekerti bukan sekedar pelengkap kurikulum. Kecerdasan dilihat bukan sekedar dari nilai-nilai, dari angka-angka itu, bukaan. Tapi dari hati Zul.” (Keduanya lalu tertawa ringan.”
Pak Harfan dan Pak Zulfikar	:	“Keduanya mengangkat bangku.”
Pak Harfan	:	“Liat diri kau Zul, dari mana kau dapatkan rasa kepedulian itu? Oraaang, biasanya nih kalau sudah terlalu nyaman, punya kekuasaan, punya uang banyak lupa diri, maunya tambah kekuasaan, tambah kekayaan dengan menghalalkan segala cara, kalau perlu seluruh kekayaan negeri ini untuk keluarganya saja tuh (Keduanya tertawa). Tapi kau Zul, nggak nggak. Karena Kau, hasil didikan sekolah serupa

		di Jogja (Keduanya tertawa). Jadi sekolah ini ndak boleh ditutup.
Zulfikar	:	“Baiklah baiklah Fan, aku akan coba membantu semampuku. Si Widi besok tuh akan datang bawa beras, yah untuk kalian lah. Jadi, Insya Allah bisa cukup untuk dua bulan.”
Harfan	:	“Terima kasih.”
Zulfikar	:	“Assalamu’alaikum.”
Harfan	:	“Wa’alaikumsalam.” <sup>7</sup>



**Gambar 4.5**

**Pak Harfan dan Pak Zulfikar sedang Membicarakan tentang Eksistensi SD Muhammadiyah Gantong**

Pengambilan gambar dimulai dari *extreme long shot*, *medium close-up* secara bergantian antara Pak Harfan dan

---

<sup>7</sup> Dialog dalam Film Laskar Pelangi, 00: 19: 24 – 00: 22: 13.

Zulfikar dan *medium long shot*. *Extreme long shot* untuk menggambarkan suasana sekitar dengan lebih detail, seperti sekolah yang dikelilingi pohon, sawah dan kedatangan Zulfikar dengan mobil. Pada saat pengambilan *medium close-up*, Pak Harfan dan Pak Zulfikar diilustrasikan sedang berbicara serius tapi santai diselingi dengan tertawa ringan. Figur Pak Harfan direpresentasikan sebagai sosok yang *low profile*, sederhana, santun, perhatian dan humoris sehingga anak didiknya merasa terayomi dengan Pak Harfan.

#### **d. Penokohan Ibu Muslimah**

Ibu Muslimah dalam film Laskar Pelangi digambarkan sebagai figur yang penuh semangat, kasih sayang, memiliki dedikasi yang tinggi dan perhatian kepada para anak didiknya. Pendidikan budi pekerti dan internalisasi nilai-nilai ajaran agama lebih ditekankan kepada mereka. Ibu Muslimah tidak sekedar *transfer of knowledge* saja, namun mendidik dengan sepenuh jiwa dan raganya. Ibu Muslimah mengajarkan Pancasila kepada anak-anak. Ia melafalkan Pancasila dan ditirukan oleh Ikal, Lintang dan kawan-kawan. Di saat Ibu Muslimah dan para siswa sedang melafalkan Pancasila, di sisi lain para buruh PT Timah sedang disibukkan dengan pekerjaannya tanpa kenal lelah. Masyarakat Belitung yang tinggal di sekitar PT Timah hanya sekedar menjadi buruh dan pekerja rendahan.

Ibu Muslimah	:	“Pancasila, satu.”
Murid-murid	:	“Pancasila: (1) Ketuhanan yang Maha Esa; (2) Kemanusiaan yang adil dan beradab; (3) Persatuan Indonesia; (4) Kerakyatan yang dipimpin dengan hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan; (5) Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. <sup>8</sup>



**Gambar 4.6**

**Peserta Didik sedang Melafalkan Pancasila dan Buruh PT Timah sedang Bercengkerama**

Gambar para peserta didik diambil secara *medium shot*, mereka sedang serius menirukan lafal Pancasila<sup>9</sup> seperti yang diucapkan oleh Ibu Muslimah. Sementara, para buruh PT Timah diambil secara *medium long shot* dan dibelakang mereka terdapat tulisan yang berbunyi “DI LARANG MASUK buat orang jang

<sup>8</sup> Dialog dalam Film Laskar Pelangi, 00: 13: 16 – 00: 13: 55.

<sup>9</sup> Pancasila merupakan dasar negara serta falsafah bangsa dan negara Republik Indonesia yang terdiri atas lima sila, yaitu; (1) Ketuhanan yang Maha Esa; (2) Kemanusiaan yang adil dan beradab; (3) Persatuan Indonesia; (4) Kerakyatan yang dipimpin dengan hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan; (5) Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa*, 820).

tida punja hak.” Ilustrasi Ibu Muslimah dan anak didik yang melafalkan Pancasila serta diiringi *shooting* para buruh merupakan kritikan dan sindiran terhadap keberadaan PT Timah yang mengeksploitasi sumber daya alam tanah Belitung pada masa itu, masa kini dan masa mendatang. Pancasila kelima seperti diketahui adalah keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Warga Belitung belum bisa menikmati hasil kekayaannya melainkan sedikit.

Lintang dan putrinya sedang memandangi kartu kartu pos bergambar Menara Eifel kiriman dari Ikal, temannya ketika di Sekolah Dasar. Lintang digambarkan sebagai murid yang memiliki semangat yang tinggi, kemauan yang kuat, tidak pantang menyerah, giat dan rajin belajar serta memiliki cita-cita yang tinggi. Kematian ayahnya menyebabkan Lintang tidak bisa melanjutkan pendidikannya karena harus menghidupi adik-adiknya. Film diakhiri dengan nyanyian rukun iman yang dilantunkan oleh Ibu Muslimah yang diikuti oleh para murid SD Muhammadiyah Gantong. Berikut ini ilustrasi Menara Eifel, piagam dan Ibu Muslimah yang melantunkan rukun iman.

Ibu Muslimah dan murid-murid	: (Diawali gambar piagam juara satu cerdas cermat atas nama Lintang dan di atasnya ada kartu pos yang bergambar Menara Eifel, Ibu Muslimah mengajak para murid untuk menyanyikan rukun iman) “Sesungguhnya iman itu ada enam perkara, pertama, mengimankan pada Allah yang kuasa, kedua malaikat,
------------------------------	---

	ketiga kitab-kitab, keempat para rasul, kelima hari kiamat, keenam mengimankan takdir baik dan buruk, itu semua dari Allah.” <sup>10</sup>
--	--



**Gambar 4.7**

**Menara Eifel, Piagam, Ibu Muslimah dan Peserta Didik**

Kartu pos bergambar Menara Eifel di Paris dan Piagam Cerdas Cermat Lintang diambil secara *close-up* dan *medium shot*. Kartu pos gambar Menara Eifel merupakan kiriman dari Ikal kepada Lintang. Lintang selama ini sering bercerita tentang Paris kepada Ikal. Justru Ikal yang akhirnya memperoleh beasiswa ke Universitas Sorbon. Paris sebagai salah satu representasi simbol kemajuan di negara Eropa dalam bidang humaniora, bisnis, seni dan manajemen.

Ibu Muslimah dan para murid pengambilan gambarnya secara *long shot*, mereka secara serentak tampak jelas sedang menyanyikan rukun Iman. Rukun iman merupakan doktrin dan

---

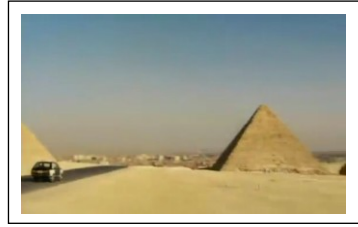
<sup>10</sup> Dialog dalam Film Laskar Pelangi, 01: 54: 44 – 01: 55: 42.

pokok keimanan dalam ajaran Islam yang harus tertanam di dalam diri para muslimin. Pembelajaran rukun iman sedari anak-anak di usia dini akan lebih terpatriti secara kuat dalam jiwa para murid.

## **B. Nilai Islam dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2**

### **a. *Setting***

Lokasi *shooting* Ketika Cinta Bertasbih 1 sama seperti yang dikisahkan dalam novelnya, yaitu sebagian besar diambil di Mesir tepatnya kota Kairo, Iskandari dan sekitarnya. Film diawali dengan panorama Kota Kairo yang diambil dari atas, Universitas al-Azhar dengan dua menara kembarnya, mahasiswa Indonesia yang sedang lalu lalang keluar masuk kampus al-Azhar. Tampak Azzam jalan keluar dari kampus lalu ke pasar membeli bahan-bahan untuk membuat tempe. Selang kemudian Azzam mencari taxi, taxi meluncur menyusuri Kota Kairo menuju daerah Giza. Ketika melewati Kota Giza kemegahan bangunan Piramida sebagai peninggalan kejayaan bangsa Mesir masih kokoh berdiri. Sampailah Azzam ke rumah dan di akhiri membuat tempe.



**Gambar 4.8**  
**Panorama Mesir**

Keindahan panorama Kota Kairo, Universitas al-Azhar, Patung Sphinx, bangunan Piramida di Giza dan sekitarnya diambil secara *extreme long shot*. Pengambilan secara *extreme long shot* ini, memperlihatkan suasana kota Kairo yang dipenuhi berbagai aktivitas penduduknya. Universitas al-Azhar menjadi salah satu lokasi yang sering diambil *capture*-nya sebagai gambaran bahwa Azzam yang sedang menempuh pendidikan di kampus tersebut. Pesan yang disampaikan melalui ilustrasi Universitas al-Azhar adalah sebagai salah satu pusat rujukan studi Islam yang ada di Timur Tengah. Banyak mahasiswa dari penjuru dunia yang menimba ilmu di kampus tertua di Mesir ini. Al-Azhar sebagai representasi kampus yang mengajarkan pemahaman Islam *wasatīyah* (moderasi Islam), Islam yang *rahmatan lil'alamīn*, bukan Islam yang berwajah garang.

Iskandaria merupakan kota yang terletak di daerah utara Mesir berbatasan dengan Laut Mediterania, pantainya berwarna putih kekuningan yang menjadikan kota tersebut tampak eksotik.



Iskandaria dijadikan satu di antara lokasi *shooting* Ketika Cinta Bertasbih 1. Saat itu, Pak Ali sedang berbincang dengan Azzam di sekitar Benteng Qaitbay Iskandaria. Pak Ali ingin menjodohkan Azzam dengan putri guru *ngaji*-nya yang bernama Ana Altafunnisa. Azzam tampak rendah diri karena Ana Altafunnisa putri seorang Kiai, mahasiswi S2 *Kulliyatul Banat* di Al-Azhar Kairo, sedangkan dirinya hanya seorang penjual tempe. Pak Ali berusaha menyakinkan kepada Azzam bahwa Kiai Lutfi orangnya ikhlas, tidak memikirkan harta. Berikut dialog Pak Ali dengan Azzam dan ilustrasi yang merepresentasikan nuansa kota Iskandaria.

Pak Ali	:	“Sebenarnya saya tuh ingin menjodohkan mas Azzam sama putri dari guru ngaji saya namanya, Ana Altafunnisa. Dia itu mahasiswi S2 <i>Kulliyatul Banāt</i> di Al-Azhar Kairo.”
Khairul Azzam	:	Saya belum pernah dengar nama itu pak Ali. Padahal hampir semua mahasiswa asli Indonesia saya kenal.
Pak Ali	:	“La ya iya, <i>wong</i> S1-nya diambil di <i>Kulliyatul Banāt</i> Al-Azhar Alexanderia sini. S2-nya baru dia ngambil <i>Kulliyatul Banāt</i> di sana, Kairo. Nah, dia itu orangnya anggun, salihah, putri dari kiai yang tawadu’ dari Wangen Polan Harjo.
Khairul Azzam	:	Saya tau daerah itu pak Ali, malah tidak terlalu jauh dari desa saya.
Pak Ali	:	Namanya Kiai Lutfi Hakim. Nah beliau itu pengen anaknya segera menikah. Nah, saya pikir yang cocok sama dia itu sampeyan ini mas Azzam. Udah lamar sana sebelum

		dikhitbah sama orang, ayo.
Khairul Azzam	:	“Waduh kayaknya agak berat pak Ali kalau harus pulang ke Indonesia. Baru kemarin saja saya ngirim biaya buat bue dan adik-adik saya di Indonesia.”
Pak Ali	:	“Oo, kamu bisa melamar disini. Ada saudaranya Kiai Lutfi itu yang sedang mengambil S3 disini. Namanya, ustad Mujab, kenal?”
Khairul Azzam	:	“Wah, kenal sekali itu pak. Beliau langganan tempe saya, saya juga sering silaturahmi ke rumahnya. Tapi..., masalahnya apa pantas mahasiswa penjual tempe dan bakso macam saya melamar putri seorang kiai?”
Pak Ali	:	“Kamu ini kok jadi rendah diri begitu sih? Eh, kiai Lutfi itu orangnya ikhlas, dia ndak memikirkan soal harta, ndak. Wes tho, cobo.” <sup>11</sup>



**Gambar 4.9**

**Pak Ali dan Azzam sedang Membicarakan tentang Jodoh**

*Shooting* dimulai dari *extreme long shot* ketika Pak Ali dan Azzam sedang berjalan membelakangi Benteng Qaitbay dan

---

<sup>11</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 1, 00: 14: 48 – 00: 17: 00

dilanjutkan *medium shot*. Pengambilan gambar secara *extreme long shot* untuk mengilustrasikan kondisi sekelilingnya sehingga dapat diketahui informasi secara lebih komprehensif, sebagaimana Pak Ali dan Azzam sedang berjalan tampak di belakangnya berdiri kokoh Benteng Qaitbay yang berlokasi di kota Iskandaria. Pada *medium shot*, Pak Ali dan Azzam terlihat sedang serius membicarakan masalah pernikahan. Pengambilan gambar Benteng Qaitbay di Iskandaria memuat pesan bahwa Mesir memiliki peninggalan bangunan yang eksotik, selain kampus al-Azhar.

**b. Al-Quran dan Hadis**

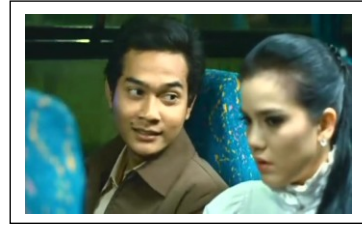
Eliana meminta penjelasan kepada Azzam, karena dirinya telah menolak pemberian hadiah *french kiss*, lalu Azzam menguraikan secara detail kepada Eliana. Azzam memulai penjelasannya dengan menyatakan bahwa setiap manusia memiliki pegangan yang dijadikan sebagai dasar dan prinsip hidupnya. Azzam sebagai muslim memiliki prinsip bahwa dalam berperilaku harus berdasarkan al-Quran dan Hadis. Keduanya sebagai pijakan dan pedoman bagi orang-orang yang beriman agar dapat mengambil ibrah dan hikmah untuk kemudian diimplementasikan dalam kehidupannya. Berpijak pada al-Quran dan Hadis tersebut, maka Azzam menolak ajakan Eliana untuk melakukan *french kiss*.

Khairul Azzam	:	“Gini lho Mbak El, setiap orang pasti punya prinsip dalam hidupnya. Biasanya
---------------	---	--

		kan berdasarkan apa yang diyakini kebenarannya, betul kan Mbak El?”
Eliana	:	“Iyaa.”
Khairul Azzam	:	“Prinsip hidup saya berdasarkan al-Quran dan Hadis. Dalam agama kita, masalah kesucian itu sangat diutamakan. Nah, itu terbukti kenapa pelajaran pertama dalam buku-buku fikih adalah Bab Ṭahārah, tentang bersuci agar penganutnya selalu menjaga kesucian lahir maupun batin. Di antara kesucian-kesucian yang dijaga adalah kesucian antara hubungan pria dan wanita. Kalau saya melakukan ciuman dengan wanita yang tidak halal bagi saya, berarti kan saya telah menodai kesucian saya sendiri dan juga menodai kesucian wanita itu kan? Maaf, Mbak El, itu adalah musibah bagi saya. Mungkin orang akan mengatakan saya kolot, kampungan, ndak jamani, bahkan primitif sekalipun saya tidak peduli, saya bahagia dengan apa yang saya yakini kebenarannya. Mbak El kan pernah studi di negeri orang yang sangat mengagungkan kebebasan, saya yakin Mbak El pasti bisa menghargai pendapat dan keyakinan saya.”
Eliana	:	“Ehm, thank’s ya.” <sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 1, 00: 21: 23 – 00: 17: 00.



**Gambar 4.10**

### **Penjelasan Azzam kepada Eliana tentang Muamalah**

Pengambilan gambar tokoh Azzam dan Eliana dimulai ketika Eliana memasuki bus dan duduk disamping Azzam secara *medium shot*. Ketika dialog keduanya terjadi, gambar diambil secara *medium close-up*. Pada jarak ini memperlihatkan tubuh manusia dari dada ke atas. Sosok tubuh manusia mendominasi *frame* dan latar belakang tidak lagi dominan. Tampak jelas bahwa Eliana menyimak kalimat demi kalimat secara serius setiap untaian kata yang diucapkan dari lisan Azzam hingga ia dapat memahami dan menyadari bahwa setiap orang memiliki prinsip hidup yang berbeda.

Al-Quran dan hadis yang dijadikan dasar dan prinsip hidup Azzam sebagai representasi bahwa Azzam memiliki keteguhan dalam memegang nilai-nilai ajaran agama yang bersumber dari keduanya. Al-Quran dan hadis digunakan sebagai pedoman dan pegangan Azzam dalam mengamalkan nilai-nilai keislaman dalam kehidupannya. Seperti dijelaskan oleh Syauqi bahwa di antara konten yang disampaikan dalam Ketika Cinta

Bertasbih 1 & 2 adalah tentang nilai-nilai ajaran Islam yang mulia, seperti mengatur hubungan laki-laki dan perempuan (Azzam menolak diberi *french kiss* oleh Eliana).<sup>13</sup> Islam telah mengatur hubungan lawan jenis dengan sedetil-detilnya.

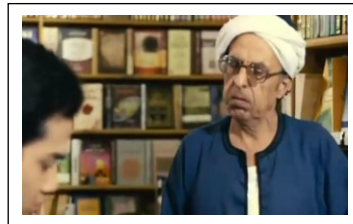
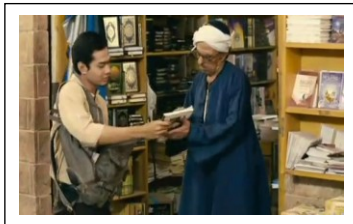
### c. Budaya Arab-Mesir

Azzam menuju *maktabah* (toko buku) untuk membeli diktat kuliah. Ia menemui Ammu Şabir, pemilik toko buku dan meminta buku tafsir tahlili jilid dua untuk tingkat empat. Dialog Azzam dan Ammu Şabir menunjukkan dialek bahasa Arab khas Mesir. Ammu Şabir lalu mencarikan buku yang diinginkan Azzam, setelah mengambil buku yang dimaksud, Ammu Şabir menunjukkan kepada Azzam. Pada umumnya, dosen Al-Azhar menulis diktat kuliah dan mahasiswa membelinya di *maktabah* yang telah ditunjuk. Terlihat pada rak buku, kitab-kitab berbahasa Arab sebagai tanda bahwa nuansa budaya Arab-Mesir telah menghiasi film Ketika Cinta Bertasbih 1.

Khairul Azzam	:	<i>Assalāmu’alaikum yā ‘ammu Şabir</i>
‘Ammu Şabir	:	<i>“’Alaikum salām warahmatullāhi wabarakātuh, na’am ya Indūnīsy Aiz Eh...?”</i>
Khairul Azzam	:	<i>“At-tafsīr at-tahlīli al-juz aš-şāni syu’bah tafsīr sanah rābi’ah.”</i>
‘Ammu Şabir	:	<i>Fin al-juz el-awwal?</i>
Khairul Azzam	:	<i>“A huwa”</i>

<sup>13</sup> Wawancara Pribadi dengan Syauqi (30 th), tanggal 12 Mei 2018.

‘Ammu Şabir	:	“ <i>Lahzah</i> ”
Mahasiswa Indonesia	:	“Mas Azzam! Wee surprise.”
Khairul Azzam	:	“Persiapan, kali ini aku harus lulus, kalau bisa <i>muntaẓ</i> ”
Mahasiswa Indonesia	:	“ <i>Āmīn</i> , insya Allah. Yuk Mas.”
Khairul Azzam	:	“Makasih ya.”
‘Ammu Şabir	:	“ <i>Tafaḍḍal yā Indūnīsy.</i> ”
Khairul Azzam	:	“ <i>Syukran yā ‘ammu</i> ” <sup>14</sup>



**Gambar 4.11**

### **Azzam Membeli Buku di Maktabah Ammu Şabir**

Pengambilan gambar dimulai ketika Azzam memasuki *maktabah* Ammu Şabir yang diambil secara *medium shot*. Adapun dialog keduanya *camera shooting* bekerja melalui *medium close-up*. Gestur dan ekspresi wajah Azzam tampak serius memandangi diktat yang ia pesan, demikian halnya Ammu Şabir. Busana dan dialek Ammu Şabir dalam film Ketika Cinta Bertasbih 1 merepresentasikan tradisi Mesir. Mesir dijadikan

<sup>14</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 1, 00: 55: 49 – 00: 56: 25.

sebagai lokasi *shooting* agar lebih mengena sesuai yang diceritakan dalam novelnya. Dialog Azzam dengan Ammu Şabir dengan bahasa Arab *‘āmiyah* sebagai representasi tradisi Arab-Mesir.

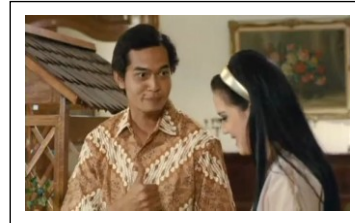
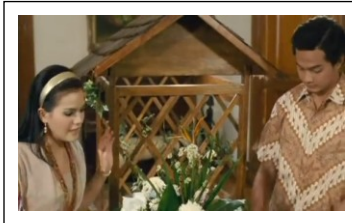
#### d. Busana dan Jilbab

Eliana sebagai putri Duta Besar RI di Kairo Mesir dan lulusan kampus di Perancis, Eropa memiliki pandangan yang terbuka *ala* Barat, ia mudah bergaul dengan siapa pun. Eliana sebagai representasi wanita yang energik dan supel, dalam gaya berpakaian mengikuti *trend* kekinian, tanpa mengenakan jilbab. Berbeda dengan Azzam sebagai mahasiswa al-Azhar, walau tinggal di negeri orang tetap bisa menjaga tradisi dalam berpakaian, ia memakai batik sebagai bentuk kecintaannya terhadap budaya bangsanya. Azzam menyukai wanita yang menutup aurat, dengan bahasa yang persuasif ia membujuk Eliana untuk berbusana muslimah ketika nanti bertemu ibunya di Kartosuro. Berikut dialog dan visual Azzam dan Eliana.

Eliana	:	“Lho, memang rumahnya mas Azzam dimana?”
Khairul Azzam	:	“Di Kartosuro-nya Mbak.”
Eliana	:	“Oh ya?” Kalau gitu aku minta alamatnya ya? Siapa tau kalau ada waktu aku bisa mampir.”
Khairul Azzam	:	“Aa... boleh itu mbak. Pasti ibu dan adik-adik saya senang, mendapat kunjungan artis secantik mbak El. (Sambil tersenyum). Dan akan membanggakan lagi kalau waktu



		mampir Mbak El pake busana muslimah. <i>Wes jan top.</i> (Sambil mengacungkan jempol)”
Eliana	:	“Boleh nanti aku pakai busana muslimah ya. Kan menyenangkan orang itu dapat pahala mas. (Sambil tersenyum).” <sup>15</sup>



**Gambar 4.12**

**Azzam Menganjurkan Eliana untuk Mengenakan Busana Muslimah Bila Menemui Ibunya Azzam**

Visual Azzam dan Eliana diawali secara *medium long shot*, secara perlahan menjadi *medium shot* dan terakhir *medium close-up*. *Medium long shot* memperlihatkan fisik Azzam dan Eliana serta suasana sekelilingnya yaitu penyajian soto Lamongan. Gambar dilanjutkan pada *medium shot* yang hanya menampakkan tubuh Azzam dan Eliana dari pinggang ke atas. Dan terakhir sosok keduanya tampak *medium close-up* sehingga dialog keduanya lebih fokus.

Ilustrasi Azzam yang mengenakan baju batik sebagai bukti bahwa film bernuansa Islam tidak selamanya menampakkan

---

<sup>15</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 1, 01: 25: 14 – 01: 25: 45.

atribut yang dikesankan sebagai ciri khas umat Islam. Pada dasarnya model pakaian merupakan hasil produk budaya yang dimiliki oleh masing-masing daerah (suku, bangsa, negara). Pakaian batik merupakan representasi cinta terhadap budaya Indonesia.

Pada gambar sebelumnya Eliana dicitrakan sebagai wanita yang memiliki pandangan terbuka dan gaya hidup bebas, mengikuti prinsip yang Eliana yakini. Pemikiran Eliana yang terbuka memudahkan dirinya mau menerima pandangan atau pendapat yang berbeda. Eliana terlihat memakai jilbab ketika menemui keluarga Azzam dan memberikan jilbab Turki untuk ibunya. Dan seperti yang ia janjikan, Eliana datang mengenakan busana muslimah. Gaya busana muslimah Eliana yang modern sebagai ilustrasi bahwa walau ia pernah tinggal di Barat, namun ia tetap bisa menerima pandangan lain.

Eliana	:	<i>“Assalāmu’alaikum.”</i>
Khairul Azzam	:	<i>“Wa’alaikumsalām warahmatullāhi wa barakātuh.”</i>
Eliana	:	<i>“Pangling ya?”</i>
Khairul Azzam	:	“Subhanallah, Mbak Eliana, saya kira ustazah dari mana?” (Eliana tersenyum tersipu malu)
Eliana	:	“Lho, Mas Azzam kenapa?”
Khairul Azzam	:	“Tabrakan.”
Husna	:	“Mbak El.”
Eliana	:	“Husna, Bue mana? Ini aku bawain jilbab Turki, aku beli waktu umrah.”
Husna	:	“Bue sudah meninggal.”

Eliana	:	(Kaget) <i>Innalillāhi wainna ilaihi raji'ūn</i> . Padahal aku sudah janji sama beliau kalau datang lagi kesini, akan memakai busana muslimah dan juga akan memberikan jilbab.” <sup>16</sup>
--------	---	---



**Gambar 4.13**

### **Eliana Mengenakan Jilbab/Kerudung**

Eliana turun dari mobil, tampak semua fisik Eliana. Pengambilan *long shot* dimaksudkan untuk memperlihatkan suasana halaman rumah Azzam yang luas. Sampai di rumah Azzam, Eliana melihat Azzam yang sedang duduk di kursi roda. Eliana terkejut dengan kondisi Azzam. Dialog keduanya diambil pada posisi *medium close-up*. Tidak lama kemudian, adik Azzam ikut menemui Eliana. Wanita yang mengenakan jilbab dikesankan sebagai muslimah yang taat dalam menjalankan ajaran Islam.

#### **e. Penokohan Khairul Azzam**

Fadil menemui Azzam untuk menyampaikan permasalahan yang sedang dihadapinya. Usai mendengarkan

---

<sup>16</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 2, 01: 44: 49 – 01: 45: 33, CD 2.

keluh-kesah yang disampaikan oleh Fadil, Azzam menasihatinya supaya tidak menuruti hawa nafsu. Azzam dengan tegas melarang Fadil untuk tidak mengikuti ajakan Tiara yang telah dilamar laki-laki lain. Selanjutnya Azzam mengutip pendapat Ibnu Aṭāillah yang menyatakan bahwa *La yukhriju asy-syahwata illā khaufun muz'ijun aw syawqun muqliqun*. “Tidak ada yang bisa mengusir syahwat atau kesenangan duniawi kecuali rasa takut kepada Allah yang menggetarkan hati dan rasa rindu kepada Allah yang membuat hati kita merana.”

Khariul Azzam	: “Dengar baik-baik Dil! Jika kau ikuti ajakan Tiara, maka kau bukan laki-laki sejati, tapi seorang pecundang, pengkhianat yang tega menikam saudaranya sendiri. Sekarang bayangkan, berapa banyak orang yang sakit hati, jika ide gilamu kau lakukan. Cinta sejati itu menyembuhkan Dil, bukan menyakitkan. Kamu pikir Tiara bisa mengganti sakit hati orang? Enggak Fadil. Kamu jangan kalah oleh perasaanmu, sebab Iblis selalu menunggangi manusia menuju dosa. Ingat sabda Rasul, ikutilah ajaran Nabi. Haram hukumnya bagi seorang muslim melamar di atas lamaran saudara sendiri, apalagi sampai menikahinya.”
Fadil	: “Aku cuma takut kalau sampai Tiara bunuh diri Bang.”
Khariul Azzam	: “Itu tidak mungkin, tidak akan. Kalau Tiara sudah melakukan akad nikah dengan Zulkifli, besoknya pasti dia akan lupa denganmu. Demikian pun kelak, jika kamu sudah menikah, ngerti Fadil? Camkan baik-

	<p>baik perkataan Ibnu Aṭāillāh dalam kitabnya. <i>La yukhriju asy-syahwata illā khaufun muz'ijun aw syawqun muqliqun</i>. “Tidak ada yang bisa mengusir syahwat atau kesenangan duniawi kecuali rasa takut kepada Allah yang menggetarkan hati dan rasa rindu kepada Allah yang membuat hati kita merana.<sup>17</sup></p>
--	---



**Gambar 4.14**

### **Azzam Menasehati Fadil**

Azzam sedang membuat tempe di dapur, pengambilan gambar secara *medium shot*. Tidak lama kemudian, Fadil menemui Azzam untuk menyampaikan keluh kesahnya dan terjadilah dialog yang diambil dari sudut *medium close-up* yang menunjukkan bahwa keduanya sedang serius membicarakan suatu permasalahan.

Nasihat Azzam kepada Fadil menggambarkan keteguhan Azzam dalam memegang prinsip ajaran agamanya. Dengan menyitir petuah Ibnu Aṭāillāh, *La yukhriju asy-syahwata illa khaufun muz'ijun aw syawqun muqliqun*, Azzam mengingatkan

---

<sup>17</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 1, 01: 31: 31 – 01: 33: 42.

Fadil tentang badai dunia akhirat yang akan menyimpannya jika mengikuti rayuan Tiara.

Suatu ketika, Azzam memenuhi janjinya menghadiri acara kajian kitab *al-Hikam* karya Ibnu Aṭāillāh yang diampu oleh Kiai Lutfi. Awalnya Kiai Lutfi akan memberikan kajian, namun beliau mendapat kabar bahwa Kiai Rasyid, kakak kelasnya di Semarang meninggal dan memutuskan untuk takziah pada waktu itu juga. Agar kajian tetap berjalan, maka Kiai Lutfi meminta Azzam untuk menggantikannya. Azzam merendah dan menyampaikan kepada Kiai Lutfi bahwa dirinya belum menguasai karya Ibnu Aṭāillāh, sebaliknya kehadirannya dalam majlis tersebut justru ingin memperdalam kitab *al-Hikam*. Kiai Lutfi meyakini bahwa Azzam bisa mensyarah kitab *al-Hikam* sehingga tetap meminta Azzam untuk menggantikannya. Azzam tidak bisa mengelak lagi selain mematuhi perintah Kiai Lutfi.

Kiai Lutfi	:	“Zam, aku senang kamu menepati janji. Kebetulan kamu datang, aku mau minta tolong, tapi maaf mendadak.”
Khairul Azzam	:	“Iya Pak Kiai.”
Kiai Lutfhi	:	“Kira-kira sepuluh menit yang lalu aku dapat kabar, Kiai Rasyid Teras Boyolali wafat. Dia itu kakak kelasku di Semarang. Aku harus takziah ke sana sekarang sebab bakda Asyar dikebumikan. Kebetulan yang selalu jadi badal kalau aku berhalangan sedang di Jogja. Kasihan kan kalau pengajian diliburkan. Aku minta kamu menggantikannya, ya.”

Khairul Azzam	:	“Menggantikan Pak Kiai menjelaskan isi <i>al-Hikam</i> ?”
Kiai Lutfi	:	“Senyum”
Khairul Azzam	:	“Waduh maaf Pak Kiai, saya masih belum bisa, sungguh! Saya masih belum mampu menguraikan dan memahami karya Ibnu A’taillah.”
Kiai Lutfi	:	“Kamu itu jangan merendahkan tho Zam. Kamu kan lulusan Al-Azhar pasti bisa. Ini pakai kitabku!”
Khairul Azzam	:	“Tapi saya kesini justru untuk memperdalam itu Pak Kiai. Sungguh, saya mohon jangan saya Pak Kiai.”
Kiai Lutfi	:	“Ya ndak ada yang lain. Kalau kamu ndak mau, artinya kamu menyembunyikan ilmu itu. Aku yakin kamu pasti mampu. Nah, ini aku ngajar sampai bab ini.” <sup>18</sup>



**Gambar 4.15**

### **Kiai Lutfi Meminta Azzam sebagai Pengganti**

Posisi Kiai Lutfi saat menemui Azzam gambarnya diambil secara *medium shot* yang menampilkan suasana rumah beliau. Sedang percakapan Kiai Lutfi dan Azzam tampak *medium*

---

<sup>18</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 2, 00: 33: 29 – 00: 34: 47.

*close-up* yang mengilustrasikan bahwa keduanya sedang serius. Kiai Lutfi dalam kesehariannya sering ditampilkan memakai peci dan busana yang dicitrakan sebagai muslim Indonesia.

Tidak lama kemudian, Azzam mengawali kajian kitab *al-Hikam* dengan mengatakan bahwa sebenarnya kedatangan ke majlis taklim untuk mendengarkan kajian dari Kiai Lutfi Hakim bukan menjelaskan kitab. Sebagai santri dirinya tidak bisa menolak kecuali menaati perintah Kiai Lutfi. Selanjutnya Azzam menyampaikan satu kalimat dari Ibnu Aṭāillāh *Man aṣbata linafsihi tawaḍḍu'an fahuwa al-mutakabbiru haqqan*. Barang siapa yang yakin dirinya merasa tawadu', merasa rendah hati, maka berarti dia benar-benar orang yang takabbur. Jemaah terlihat khusyuk menyimak kalimat demi kalimat yang disampaikan oleh Azzam. Berikut untaian ceramah Azzam yang disampaikan kepada para jemaah.

<p>Khairul Azzam</p>	<p>:</p>	<p>“Jemaah sekalian yang dirahmati Allah swt. Sebenarnya kedatangan saya di majlis taklim ini justru untuk mengharapkan siraman ilmu dari Romo Kiai Haji Lutfi, bukan untuk mengajar dan juga bukan untuk menguraikan kitab. Tapi, tiba-tiba beliau meminta saya untuk duduk di depan sini dan saya tidak bisa berkutik apa-apa lagi, kecuali menjalankan kewajiban seorang santri untuk menjalani titah Romo Kiai. Kalimat-kalimat hikmah yang ditulis Ibnu Aṭāillāh begitu indah, begitu menarik. <i>Man aṣbata linafsihi tawaḍḍu'an fahuwa al-mutakabbiru haqqan</i>. Man, barang</p>
----------------------	----------	--



	<p>siapa, <i>aṣbata linafsihi tawaḍḍu'an</i>, yang yakin dirinya merasa tawadu', merasa rendah hati, <i>fahuwa al-mutakabbiru haqqan</i>, maka berarti dia benar-benar orang yang takabbur. Masya Allah, begitu halus syaitan bermain pada perasaan manusia.”</p> <p>“Jemaah sekalian yang dirahmati Allah swt. Marilah kita bersama hayati kalimat hikmah dari Ibnu Aṭāillāh, “<i>Laisa al-mutawaḍḍi'u allaḥi iḥa tawaḍḍa'a ra`ā annahu fauqa ma šana.</i>”<sup>19</sup></p>
--	---



**Gambar 4.16**

### **Jemaah sedang Menyimak Kajian Azzam**

Posisi jemaah diambil secara *long shot*, tampak semua fisik para jemaah yang sedang serius menyimak kajian kitab *al-Hikam* yang disampaikan oleh Azzam, sedang Azzam gambarnya terekam secara *medium shot*. Berdasarkan untaian hikmah Ibnu Aṭāillāh, “*Man aṣbata linafsihi tawaḍḍu'an fahuwa al-mutakabbiru haqqan,*” mengisyaratkan bahwa seseorang tidak perkenankan menganggap dirinya sebagai orang yang tawadu’

---

<sup>19</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 2, 00: 36: 54 – 00: 38: 29, CD 1

dan rendah hati, karena itu merupakan bisikan syaitan, demikian penjelasan Azzam kepada jemaah pengajian.

Kiai Lutfi sepulang takziah menanyakan kepada putrinya, Ana tentang kelebihan Azzam menguraikan kitab *al-Hikam* dibandingkan dengan ayahnya. Dengan lugas, Ana menyampaikan kepada ayahnya bahwa ketika Azzam menerangkan kitab *al-Hikam* terasa mudah dipahami karena disesuaikan dengan konteks kekinian, sebaliknya kitab *al-Hikam* terasa berat dan menyeramkan ketika ayahnya menerangkannya. Kiai Lutfi bersyukur atas informasi yang diberikan putrinya tentang Azzam.

Kiai Lutfi	:	“Apa istimewanya si Azzam mengajar dibanding Abah, menurut pendapat kamu Nduk?”
Ana	:	“Abah kalau menerangkan membuat kitab <i>al-Hikam</i> jadi angker, terasa tua sekali, contoh-contohnya juga ndak langsung pada Rasulullah. Kalau mas Azzam langsung, baru ke yang lain-lain dan sangat kontekstual dengan keadaan sekarang. <i>Al-Hikam</i> jadi terasa ringan, tapi mantab Bah.”
Kiai Lutfi	:	Syukur alhamdulillah, artinya ada penerus perjuangan untuk menegakkan kalimat Allah, itu yang penting nduk.” <sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 2, 00: 40: 46 – 00: 41: 21, CD 2.



**Gambar 4.17**

### **Kiai Lutfi Meminta Pendapat Ana tentang Azzam**

Posisi Kiai Lutfi ketika memasuki rumah terlihat secara *medium long shot*, fisik Kiai Lutfi terekam dari lutut hingga ke atas. Setelah itu, langsung menanyakan acara kajian kitab *al-Hikam* kepada istrinya dan Ana. Terjadilah dialog antara Kiai Lutfi dan Ana yang diambil secara *medium close-up*. Kiai Lutfi menyimak dengan seksama informasi yang disampaikan putrinya.

Empat dialog dan visual tersebut, yakni antara Azzam dan Fadil, Kiai Lutfi dan Azzam, Azzam dan jemaah, Kiai Lutfi, istri dan Ana secara kasat mata menunjukkan bahwa tokoh Azzam dalam film *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2* diilustrasikan sebagai sosok yang teguh dalam memegang prinsip ajaran agamanya yang bersumber pada al-Quran dan Hadis. Dalam kesehariannya Azzam berupaya untuk menerapkan nilai-nilai Islam tersebut dalam berperilaku. Azzam juga direpresentasikan sebagai figur yang supel, humoris, taat kepada orang tua dan guru (kiai), perhatian terhadap keluarga, rendah hati, pandai berbicara serta memiliki jiwa sosial yang tinggi.

#### f. Penokohan Kiai Lutfi

Azzam menemui Kiai Lutfidi kediamannya. Azzam meminta bantuan Kiai Lutfi untuk mencarikan jodoh setelah beberapa kali gagal. Ia pasrahkan cincin miliknya kepada Kiai Lutfi untuk dicarikan jodoh baginya. Pak Kiai lalu menceritakan seorang gadis yang telah menikah tapi masih suci karena suaminya belum melaksanakan kewajibannya, lalu menceraikan gadis tersebut. Azzam menyimak cerita Kiai Lutfi dengan seksama. Selesai bercerita, Kiai Lutfi menyampaikan kepada Azzam, apakah dirinya mau menikah dengan gadis tersebut. Azzam sebagai santri hanya menyampaikan tidak ada keraguan bila dijamin oleh Pak Kiai dan memang pantas baginya. Dan ternyata gadis tersebut adalah Ana Altafunnisa, putri Kiai Lutfi sendiri. Azzam bertambah semangat dan bahagia karena Ana Altafunnisa merupakan wanita yang selama ini ia impikan untuk menjadi istrinya. Berikut petikan dialog Kiai Lutfi dengan Azzam.

Khairul Azzam	:	“Pak Kiai, Pak Kiai. Saya mau minta tolong.”
Kiai Lutfi	:	“Insya Allah kalau aku mampu. Ayo masuk, masuk. Eh sini sini, duduk di sini. Apa? hm, minta tolong apa?”
Khairul Azzam	:	“Begini Pak Kiai, saya sedang ikhtiyar mencari siapa yang pas dan cocok menerima cincin ini Pak Kiai. Di sini kan ada ratusan santriwati, siapa tahu ada satu yang cocok dan mau menerima cincin ini Pak Kiai. Orang tua tunangan saya sudah

		tidak sabar menunggu kesembuhan saya, cincin ini dikembalikan dan gadis itu menikah dengan orang lain. Terus terang saya sudah lelah untuk menemukan jodoh Pak Kiai. Saya pikir, Fifi adalah jodoh saya. Tapi ternyata... saya titipkan cincin ini pada Pak Kiai. Kalau Pak Kiai merasa ada yang pantas dan cocok untuk memakainya silahkan Pak Kiai pakaikan di jarinya. Insya Allah saya <i>sami'nā wa ata'nā</i> Pak Kiai.”
Kiai Lutfi	:	“Nak, aku mau cerita, ini kisah nyata mau kamu mendengarkan?”
Khariul Azzam	:	“Dengan senang hati Pak Kiai.”
Kiai Lutfi	:	“Ada seorang gadis yang sangat halus hatinya, patuh dan bakti pada orang tuanya, patuh sangat patuh, gadis yang salihah, Insya Allah. Dia sangat takut pada Tuhannya, cinta pada Nabinya dan bangga pada agama yang dipeluknya. Suatu hari gadis itu dilamar dan dinikahi oleh seorang pemuda yang dianggapnya bisa memberikan kebahagiaan. Orang tuanya merestui. Bulan berganti bulan, orang tuanya beranggapan putrinya itu sudah mendapat kebahagiaan, tapi ternyata berbeda dengan kenyataannya. Enam bulan pernikahan pemuda itu tidak melaksanakan tugas sebagai suami, gadis itu masih suci. Pemuda itu lalu menceraikannya. Sekarang pertanyaannku mau kamu menikah dengan gadis itu?”
Khariul Azzam	:	“Kalau Pak Kiai yang menjamin, Insya Allah saya mau.”
Kiai Lutfi	:	“Kamu tidak ragu?”

Khariul Azzam	:	“Apa menurut Pak Kiai, dia pantas untuk saya dan saya pantas untuknya?”
Kiai Lutfi	:	“Insya Allah.”
Khariul Azzam	:	“Saya tidak ragu sama sekali Pak Kiai.”
Kiai Lutfi	:	“Kalau begitu, kamu nanti salat magrib di sini. Bakda salat magrib aku nikahkan kamu dengan gadis itu, saksinya masyarakat, jamaah dan para santri, maharnya cincin mas ini.”
Khariul Azzam	:	“Kalau boleh tahu gadis itu asalnya dari mana dan siapa namanya Pak Kiai?”
Kiai Lutfi	:	Dia asli Wangen sini, dia... dia Ana Altafunnisa, putriku.”
Khariul Azzam	:	“Ana? Ana Pak Kiai?”
Kiai Lutfi	:	“Iya”
Khariul Azzam	:	“ <i>Allāhu ya Rabb.</i> ” (Sambil mengusapkan tangan ke wajahnya) <sup>21</sup>



**Gambar 4.18**

### **Azzam Pasrah kepada Kiai Lutfi untuk Dicarikan Jodoh**

Pengambilan gambar diawali dengan cara *long shot*, yakni tubuh fisik manusia telah nampak jelas. Seperti halnya

---

<sup>21</sup> Dialog dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 2, 01: 51: 30 – 01: 55: 44, CD 3.

Azzam menemui Kiai Lutfi di depan rumah beliau yang diambil secara *long shot*. Akhirnya keduanya masuk ke dalam ruang tamu dan berbincang-bincang didalamnya, sedang gambar terekam secara *medium close-up*. Percakapan keduanya dalam *scene* ini dimaknai bentuk ketokohan Kiai Lutfi yang dijadikan sebagai teladan dan panutan ketika seseorang meminta saran dan pendapatnya. Sebagaimana Azzam yang meminta pendapat kepada Kiai Lutfi tentang jodoh, sebagai bentuk penghormatan dan tawadu' terhadap sosok kiai. Figur Kiai Lutfi dalam film digambarkan sebagai orang yang ikhlas, perhatian dengan sesama, konsisten, dan menyayangi keluarganya.

Pengertian kiai yang paling luas dalam Indonesia modern adalah pendiri dan pimpinan sebuah pesantren, yang sebagai muslim terpelajar telah membaktikan hidupnya demi Allah serta menyebarluaskan dan memperdalam ajaran-ajaran dan pandangan Islam melalui kegiatan pendidikan.<sup>22</sup> Seperti Kiai Lutfi dalam Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 diilustrasikan sebagai figur Pimpinan Pondok Pesantren Darul Quran Wangen, Polanharjo, Klaten yang bersahaja, disegani dan dekat dengan jemaahnya. Suasana pesantren, sarung, peci, kerudung/jilbab, dan akhlak

---

<sup>22</sup> Saifuddin Jazuli, "Kiai," dalam Ensiklopedia Islam Nusantara: Edisi Budaya, Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, ed. Suwendi, dkk., (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2018), 200.

kepada kiai merupakan kesan yang digambarkan sebagai tradisi umat Islam khas Indonesia.<sup>23</sup>

### C. Nilai Islam dalam Film Mencari Hilal

#### a. *Setting*

Film Mencari Hilal dibuka dengan tulisan Gerakan Islam Cinta<sup>24</sup> dan Gerakan Indonesia tanpa Diskriminasi.<sup>25</sup> Lanjutnya muncul judul film Mencari Hilal dengan latar belakang Menara Hiro yang ditumbuhi satu pohon yang rindang, dibawahnya terdapat tas yang disandarkan di pohon tersebut serta lautan yang membentang luas di sampingnya. *Shooting* lanjutnya menampilkan pengertian hilal.<sup>26</sup> Beralih suasana pasar, di antara banyak kios terdapat satu kios yang bertulisan di papan “Toko

---

<sup>23</sup> Wawancara Pribadi dengan Majida (30 th), tanggal 31 Mei 2018 dan Musa (41 th), tanggal 4 Juli 2018.

<sup>24</sup> Gerakan Islam Cinta (GIC) dideklarasikan oleh 40 tokoh muslim Indonesia pada tahun 2012 di Jakarta sebagai jawaban kaum muslim moderat terhadap fenomena intoleransi dan radikalisme yang mengatasnamakan agama. GIC terbuka bagi siapa saja yang meyakini bahwa Islam adalah agama cinta (rahmah), damai (salam) dan welas asih. *Gerakan Islam Cinta*, diakses 4 Februari 2019. [www.islamcinta.co](http://www.islamcinta.co).

<sup>25</sup> Gerakan Indonesia Tanpa Diskriminasi atau Gerakan ITD adalah gerakan yang menginginkan terciptanya Indonesia untuk semua: Indonesia tanpa diskriminasi. Gerakan ITD digagas oleh Denny JA dilatarbelakangi atas munculnya berbagai bentuk diskriminasi yang banyak terjadi di Indonesia, khususnya sejak Reformasi 1998. *Gerakan Indonesia Tanpa Diskriminasi*, diakses 4 Februari 2019. [www.dennyjaworld.com/denny-ja/profil/828](http://www.dennyjaworld.com/denny-ja/profil/828).

<sup>26</sup> Hilal adalah istilah bahasa Arab yang berarti bulan sabit pertama yang tampak di kaki langit setiap awal bulan. Kaum Muslim mencari tempat-tempat khusus untuk melihat hilal terutama untuk menentukan masuknya awal bulan Ramadan atau bulan Syawal (VCD Mencari Hilal, 00: 01: 17).



Sembako Mahmud, Yogyakarta” yang secara tidak langsung mengindikasikan bahwa lokasi *shooting* film Mencari Hilal berada di Yogyakarta.

Pembeli	:	“Pak, minta yang ini 50 kilo yaa.”
Busro	:	“Ooo, yang itu di gudang tinggal 70 kilo bu, ibu ambil 20 kilo saja yaa.”
Pembeli	:	“Lho, <i>sampeyan</i> itu gimana <i>tho</i> , kalau perlu yang ini saya naikkan harganya jadi 10 ribu, ambil semua itu stokmu yang di gudang, tak habisin semua.”
Mahmud	:	“ <i>Astaghfirullāh</i> , bu... kalau nanti orang lain membutuhkan <i>piye?</i> ”
Pembeli	:	“ <i>Sampeyan ini piyo tho pak</i> , katanya dagang, diajak untung kok malah ndak mau <i>lho.</i> ”
Mahmud	:	“Saya nggak dagang bu, ibadah!” <sup>27</sup>



**Gambar 4.19**

### **Suasana Pasar dan Warung Pak Mahmud**

Suatu ketika ada pembeli yang ingin membeli beras di warung Mahmud sebanyak 50 kilogram bahkan meminta 70 kilogram sekaligus menghabiskan stok yang di gudang, tapi tidak

<sup>27</sup> Dialog dalam Film Mencari Hilal, 00: 02: 27 – 00: 03: 00.

diperbolehkan oleh Busro dan Mahmud selaku pemilik warung kelontong juga melarangnya dengan alasan bahwa dirinya bukan sekedar berdagang namun ibadah. Berdagang harus dilandasi dengan kejujuran bukan sekedar mencari untung belaka. Kejujuran Mahmud dalam berdagang menyebabkan dirinya tidak disukai pedagang di sekitarnya hingga para pedagang mengajukan protes ke Mahmud dengan mendatangi rumahnya, namun Mahmud tetap dengan pendiriannya.

Prolog pengambilan gambar secara *long shot* untuk menggambarkan suasana pasar, warung dan berbagai kebutuhan pokok yang ditawarkan oleh para penjual kepada para pembeli. Awalnya warung sembako Mahmud terlihat dari kejauhan, sebelum beralih *medium shot*.

#### **b. Hilal**

Mahmud menemui Saiful untuk mengajaknya kirab dan menemui kiai. Mahmud ingin melihat hilal seperti waktu masih di pesantren. Mahmud mendesak Saiful agar ikut, Saiful pun menyatakan keseriusannya. Namun, Mahmud terkejut dan baru mengetahui ternyata Saiful menderita kelumpuhan, hanya bisa duduk di kursi roda.

Mahmud	:	“Ful, kita harus kirab lagi, kita harus pergi ke tempat kiai lagi.”
Saiful	:	“Oooh boleh.”
Mahmud	:	“Kita harus lihat hilal.”
Saiful	:	“Oke.”
Mahmud	:	“Kamu harus ikut Ful.”

Saiful	:	“Oo ikuuut.”
Mahmud	:	“Aku serius lho Ful.”
Saiful	:	“Saya juga seriuuus.”
Mahmud	:	“ <i>Astaghfirullah hal ‘adzim</i> ” (Mahmud sambil melihat kondisi Saiful yang sedang duduk di kursi roda) <sup>28</sup>



**Gambar 4.20**

### **Mahmud Mengajak Saiful untuk Melihat Hilal**

Awal percakapan Mahmud dan Saiful diambil secara *medium close-up* sebagai tanda keduanya sedang serius membicarakan tentang hilal lalu secara *long shot* untuk memperlihatkan keadaan Saiful yang lumpuh. Keesokan harinya Mahmud sambil menjaga warung mendengarkan berita tentang hilal di acara televisi. Pembawa acara televisi mengabarkan bahwa anggaran untuk isbat sejumlah sembilan milyar tidak benar melainkan tidak sampai dua milyar. Sidang isbat menjadi perbincangan di warungnya oleh para pembeli dan Busro selaku karyawannya.

---

<sup>28</sup> Dialog dalam Film Mencari Hilal, 00: 11: 43 – 00: 12: 12.

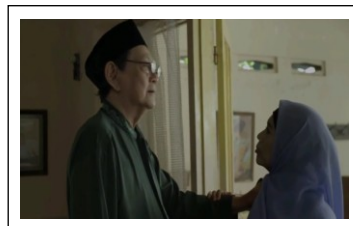
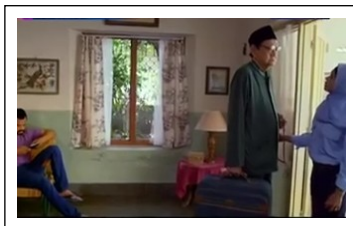
Mahmud (Sedang menonton acara televisi)	:	“Kementerian Agama menegaskan bahwa anggaran sembilan milyar untuk sidang isbat adalah tidak benar, semua anggaran yang dikeluarkan tidak sampai dua milyar rupiah.” (Ucapan pembawa acara televisi)
Pembeli 1	:	“Mati lampu, harga naik, isbat ndak jelas, <i>ealah urip ruwet kok ra uwis-uwis.</i> ”
Busro	:	“Yang gampang-gampang itu ga ada duitnya, orang-orang itu nanti gak punya kerjaan kalau gampang.”
Pembeli 1	:	“Alah, kamu kalau ngomong <i>yo mbok ati-ati Sroo, kuwalat lho</i> nanti, <i>lha wong</i> yang kamu <i>rasani</i> itu bapak-bapak haji lho.”
Busro	:	“Kita tuh udah dibikin susah, <i>mosok ngrasani</i> saja gak boleh.”
Pembeli 2	:	“Hush, <i>jogo omongane.</i> ” <sup>29</sup>

Usai menonton berita tentang hilal yang diduga menghabiskan banyak dana dan sudah diklarifikasi oleh pihak Kementerian Agama, semakin kuat keinginan Mahmud untuk melihat hilal seperti yang ia lakukan dulu ketika masih muda. Mahmud tetap memaksakan diri untuk melihat hilal karena merasa sudah tua sehingga tidak ada banyak waktu lagi. Halida, putrinya mencegah kepergiannya sebab ayahnya sedang sakit. Ia mengizinkan kalau ayahnya periksa terlebih dahulu. Ia akan merasa bersalah bila terjadi apa-apa terhadap ayahnya. Berikut dialog dan visual antara Mahmud dan Halida.

---

<sup>29</sup> Dialog dalam Film Mencari Hilal, 00: 12: 15 – 00: 12: 54.

Mahmud	:	“ <i>Nduk</i> , kalau nanti bapak sampai meninggal belum sempat melihat hilal, bapak nggak ridho!”
Halida	:	“Pak, kalau sampai ada apa-apa, saya nggak bisa maafin diri saya sendiri pak. <i>Sampun tho</i> pak, monggo. Pak, nopo bapak tega membiarkan saya seumur hidup dengan rasa bersalah?”
Mahmud	:	“ <i>Nduk</i> , bapakmu <i>kuwi wes tuwo</i> , udah nggak ada kesempatan lagi.”
Halida	:	“Baapak, orang tua Halida tinggal baapak, tolonglah ngerti pak.” <sup>30</sup>



**Gambar 4.21**

### **Pak Mahmud Bersikeras Ingin Melihat Hilal**

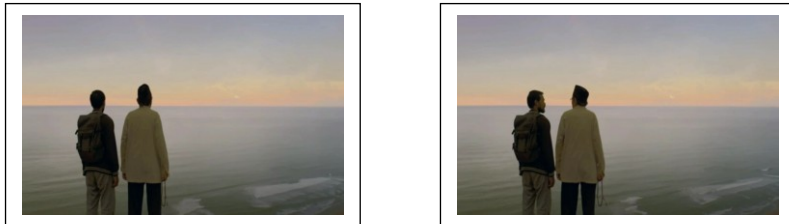
Pada saat Mahmud mengambil tas dan membawanya, gambar diambil secara *close-up* menandakan bahwa dirinya benar-benar ingin melihat hilal dari Menara Hiro. Gambar difokuskan pada percakapan antara Mahmud dan Halida dengan trik *medium long shot* dan *medium close-up*. Halida meminta Heli untuk menemani ayahnya.

---

<sup>30</sup> Dialog dalam Film Mencari Hilal, 00: 17: 09 – 00: 18: 03.

Usai melakukan perjalanan panjang, Mahmud dan Heli sampai di Menara Hiro. Mereka hanya melihat cakrawala di waktu senja dari bukit tersebut, hilal tidak nampak. Mahmud mengucapkan “Hilal, Hilal Nak”. Ternyata Hilal tidak lain adalah Heli itu sendiri.

Mahmud	:	“Hilal, Hilal Nak.”
Heli	:	“Saya Pak.” <sup>31</sup>



**Gambar 4.22**

**Pak Mahmud dan Heli sedang Mengamati Hilal**

Mahmud dan Heli berdiri menghadap langit dan menatap lautan lepas untuk melihat hilal, suasana terekam secara *medium long shot*. Kedunya tampak jelas sedang serius melihat hilal yang dicari, walaupun di akhir cerita hilal yang dimaksud dalam ucapan Mahmud adalah Heli, putranya. Mahmud merasa selama ini telah kehilangan Hilal (Heli) yang terlalu sibuk dengan kegiatannya.

---

<sup>31</sup> Dialog dalam Film Mencari Hilal, 01: 27: 21 – 01: 27: 39.

### c. Kostum

Mahmud dalam kesehariannya digambarkan sering menggunakan peci dan memakai baju takwa yang menjadi karakteristik budaya Indonesia. Selain baju tersebut, Mahmud tampak selalu mengenakan peci berwarna hitam baik dalam salat maupun di luar waktu salat, seperti di pasar maupun rumah. Sekali waktu, Mahmud juga mengenakan sorban. Peci dan bajut akwa yang sering dipakai oleh Mahmud merupakan bentuk rasa kecintaan dan rasa bangga yang menunjukkan dirinya adalah seorang muslim Indonesia pada umumnya. Peci dan baju takwa merupakan ciri khas dan atribut umat muslim di Indonesia. Berikut visual keseharian Pak Mahmud baik di luar maupun di dalam rumah.



**Gambar 4.23**

### **Mahmud Memakai Peci dalam Kesehariannya**

Fisik Mahmud terekam secara *medium close-up*, dimanapun lokasinya Mahmud selalu menggunakan pecinya. Peci (kopiah/songkok), secara umum menjadi identitas orang Islam yang awalnya dikenalkan oleh para pedagang Arab dan India.

Sampai sekarang, penggunaan peci tidak dibatasi untuk kalangan umat muslim dan tidak sekedar dipakai untuk peribadatan saja. Peci juga dipakai dalam acara resmi seperti pertemuan kenegaraan oleh kalangan dan tokoh agamanya non-Muslim sekalipun. Hal demikian, karena peci sudah menjadi identitas nasional.<sup>32</sup>

Mahmud dalam kesehariannya sering digambarkan memakai baju takwa dan peci sebagai simbol bahwa dirinya adalah muslim. Baju takwa pada mulanya berasal dari *kelambi jawan* yang dirancang oleh Raden Mas Said Sunan Kalijaga. Beliau berhasil menjadikan baju takwa sebagai busana yang mencitrakan keislaman seseorang. Awalnya baju takwa hanya dikenakan untuk kegiatan-kegiatan ibadah, seperti salat, membaca al-Quran, menghadiri pengajian, kenduri dan sebagainya. Konsep baju takwa mengalami perkembangan menjadi satu model busana yang cakupannya sangat luas, tidak hanya untuk pakaian lelaki juga perempuan.<sup>33</sup> Bahkan hingga sekarang busana baju takwa mengalami banyak perubahan, baik dari sisi warna, motif, dan modelnya.

---

<sup>32</sup> Ishom Saha, "Peci" dalam *Ensiklopedia Islam Nusantara*, 357-359.

<sup>33</sup> Ulil Hadrawi, "Baju Takwa" dalam *Ensiklopedia Islam Nusantara*, 24-25.



#### d. Musala/Masjid

Musala/masjid dalam film Mencari Hilal termasuk yang sering digunakan sebagai lokasi *shooting*. Musala atau masjid merupakan tempat ibadah bagi umat muslim. Masjid menjadi simbol bagi umat Islam yang digunakan untuk beragam kegiatan, seperti salat jemaah, pengajian, majlis taklim, pemberdayaan umat dan sebagainya.



**Gambar 4.24**

#### **Musala dan Masjid sebagai Simbol Umat Muslim**

Gambar musala dan masjid terekam secara *long shot*. Indonesia memiliki banyak masjid yang berdiri kokoh dan menjulang tinggi, hal tersebut memunculkan kesan bahwa Islam merupakan agama yang banyak dianut oleh mayoritas penduduk nusantara, karena itu harus dapat mengayomi semua golongan.

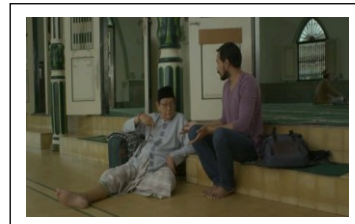
#### e. Ketokohan Mahmud

Mahmud dan Heli naik bis menuju Menara Heli. Keduanya duduk di belakang sopir. Mahmud menyampaikan kepada sopir bis bahwa waktu zuhur telah tiba dan satu masjid telah terlewati. Mahmud menasihati agar bis berhenti dulu untuk melaksanakan salat. Sopir tidak berhenti, bis tetap berjalan.

Bahkan, Mahmud menduga sopir pernah berzina. Tidak tahan dengan ucapan Mahmud, sopir bis marah lalu memerintahkan kondektur untuk menurunkan keduanya. Berikut ini dialog dan ilustrasi yang terjadi antara Mahmud dan sopir bis yang menggambarkan keteguhan Mahmud dalam menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam agar dilaksanakan secara kaffah.

Mahmud	:	“Nak, sudah zuhur.”
Sopir Bus	:	“Ya, memang sudah pak.”
Mahmud	:	“Satu masjid sudah dilewati, tadi ada musala kelewatan, <i>mbok</i> yaa kita ini salat dulu <i>tho</i> nak.”
Sopir Bus	:	“Kita ini musafir kan pak. <i>Nyuwun sewu</i> pak nggih.” (Sambil minum air putih)
Mahmud	:	“Lho, nak ini ndak puasa <i>tho</i> ?”
Sopir Bus	:	“Waduh pak, pekerjaan saya tuh berat dan beresiko, lha gimana nanti kalau saya itu lemes, ngantuk, nasib penumpang-penumpang saya itu lho.”
Mahmud	:	“Nak sudah bayar fidyah?”
Sopir Bus	:	“Duh, dereng pak.”
Mahmud	:	“Nak, orang yang menunda salat itu nanti di alam kubur akan ketemu itu ular yang sering memukul pendosa berkali-kali sampai terjungkal. Itu baru menunda salat, belum yang tidak puasa, belum yang tidak membayar fidyah, apalagi berzina. Wah dosanya, jangan-jangan nak ini pernah berzina?”
Sopir Bus	:	“ <i>Sinten?</i> Ngawur bapak.”
Mahmud	:	“Orang yang tau, pura-pura tidak tau, wah nanti akan dilaknat Allah sebesar-besarnya. <i>Sampeyan</i> ini sopir, jadi kalau nanti di akhirat kamu mau jadi ahli neraka?”

Sopir Bus	:	“Heh bapak ini <i>niki sintene heh?</i> Gusti Allah <i>nopo?</i> <i>Kulo ben kulo, nek mlebu neroko, neroko sak geleme dewe. Jenengan niku Gusti Allah heh?</i> Tuhan?”
Mahmud	:	“ <i>Lho lho</i> , terus jangan sesat begitu kalau diberi petunjuk. <i>Wong</i> sopir itu wah tanggung jawabnya besar, <i>wong nggowo</i> penumpang <i>okeh banget</i> gitu kok. La nanti kalau tiba-tiba <i>sampeyan</i> mati, trus <i>cobo</i> bekal <i>neng akhirate opo?</i> <i>Opo opo opo cobo?</i> ”
Sopir Bus	:	(Sambil marah-marah) “Pak, <i>mudun, mudun</i> , turun! Yak, Yak <i>medun ki Yak, kon medun kon medun.</i> ”
Mahmud	:	“ <i>Mudun?</i> ”
Sopir Bus	:	“Turun turun turun, bapak turun, bapak turun, <i>mudun!</i> ” <sup>34</sup>



**Gambar 4.25**

### **Pak Mahmud Menasehati Sopir Bis agar Salat Dahulu**

Kamera *shooting* diarahkan secara *medium long shot* ketika Mahmud sedang dialog dengan sopir bis. Setelah diturunkan dari bis, Mahmud menuju masjid yang terletak di

---

<sup>34</sup> Dialog dalam Film Mencari Hilal, 00: 22: 09 – 00: 24: 50.

seberang jalan saat mereka diturunkan, Heli pun terpaksa mengikuti ayahnya demi untuk memperoleh bantuan kakaknya.

Keteguhan Mahmud menginformasikan nilai-nilai ajaran Islam yang diyakininya, disampaikan pula terhadap jemaah masjid yang menjamunya, mereka dianggap tidak menjalankan Islam secara kaffah, seperti cara mereka menentukan datangnya bulan Syawal dan Ramadan yang menggunakan metode hisab munjid, karena menurut Mahmud seharusnya hilal dilihat. Usai menceramahi jemaah masjid, Mahmud terlibat perseteruan sengit dengan Heli, hingga menganggap Heli murtad dan tidak mengakuinya sebagai anak lagi karena kemarahan yang memuncak kepadanya. Berikut dialog dan visual yang menggambarkan sengitnya perseteruan antara Mahmud dan Heli.

Mahmud	:	“Sebentar Heli, sebentar biarkan bapak menyampaikan kebenaran Allah.”
Heli	:	“Kebenaran apalagi sih pak? Kebenaran versi siapa dulu yang kita omongin ini?”
Mahmud	:	“Quran, Sunah, dan kebenaran Allah.”
Heli	:	“Semua ngerasa paling ngerti tentang kebenaran Allah Pak, semua ngerasa paling bisa <i>ngebenerin</i> orang lain gak terkecuali dengan orang yang kita temuin kemarin. <i>Wong</i> bapak ustaz yang coba <i>nipu</i> rakyat, orang-orang yang <i>ngelarang</i> orang lain ibadah.”
Mahmud	:	“Sudah sudah! Kalau kamu tidak mengerti agama jangan banyak bicara.”
Heli	:	“Aku lebih nggak ngerti lagi kenapa Tuhan

		<i>ngebikin</i> kita beda? Supaya apa? Supaya saling bunuh-bunuhan? Kenapa gak bikin sama aja? Apa Tuhan cuma <i>bikin</i> ini untuk iseng?”
Mahmud	:	“Murtad!”
Heli	:	“Kenapa? Karena aku punya banyak pertanyaan? Aku banyak nanya juga biar <i>plong</i> rasanya, bukan asal ngelawan bapak. Bapak <i>nggak</i> takut selama ini yang bapak percayai selama ini salah?”
Mahmud	:	“Pergi! Kamu bukan anakku lagi!”
Heli	:	“Demi dakwah <i>lho</i> bapak tinggalin ibu selama ibu sakit, aku juga kalau punya pilihan <i>gak pengen</i> ayah seperti bapak, memang bapak paling <i>ngerti</i> soal agama, tapi <i>gak tau</i> caranya jadi ayah yang baik seperti apa.” <sup>35</sup>



**Gambar 4.26**

### **Perdebatan Sengit antara Pak Mahmud dan Heli**

Perbincangan Mahmud dan Heli diambil secara *medium close-up* dengan suasana yang menegangkan. Heli menganggap ayahnya paling tahu tentang urusan agama. Keduanya terlibat

---

<sup>35</sup> Dialog dalam Film Mencari Hilal, 01: 18: 25 – 01: 02: 21.

konflik yang sengit hingga Heli diusir oleh Mahmud, ayahnya sendiri.

Usai Mahmud bersitegang dengan Heli, Mahmud melanjutkan perbicangannya dengan jemaah masjid selaku tuan rumah. Mahmud diberi kitab oleh lawan dialognya dan disarankan kepadanya untuk membaca serta memahami isinya secara tuntas agar memperoleh pengetahuan yang komprehensif sehingga tidak kaku dalam memahami teks keagamaan dan mau menerima pandangan yang berbeda. Sebelum meninggalkan lokasi Mahmud menegaskan bahwa menguraikan akidah harus jelas, urusan diterima atau tidak tergantung orangnya.

Tuan Rumah	:	“Silahkan dibaca kitab ini Pak, barangkali kalau pemahaman Bapak tidak sepotong-sepotong, cara pandang bapak juga jadi berbeda.”
Mahmud	:	“Berbicara akidah itu memang harus blak-blakan, terserah mau diterima atau tidak. Buku ini saya bawa.”
Tuan Rumah	:	“Silahkan, silahkan.” <sup>36</sup>



**Gambar 4.27**

**Pak Mahmud Berbincang dengan Jemaah Masjid**

<sup>36</sup> Dialog dalam Film Mencari Hilal, 01: 20: 22 – 01: 20: 50.

Kamera bekerja secara *long shot*. Mahmud terlihat jelas sedang berbincang-bincang di teras masjid sambil menikmati makanan ringan dan air putih yang disediakan oleh tuan rumah.

Berpijak pada ketiga dialog dan visual tersebut, dapat diilustrasikan bahwa figur Mahmud memiliki sifat yang keras kepala, memegang teguh prinsipnya, mudah menyalahkan pendapat orang lain yang berbeda dengannya. Seperti cara penyampaian Mahmud tentang ajaran Islam terhadap sopir bis yang cenderung normatif dan menyalahkannya. Begitu juga perbincangan Mahmud dengan jemaah masjid, dengan mudahnya Mahmud menuduh sesat jemaah tersebut hanya karena mereka tidak melihat hilal ketika akan lebaran dan puasa. Terlebih lagi konflik dengan Heli seolah tidak dapat diuraikan sampai mengatakan murtad dan tidak menganggap sebagai putranya lagi hanya karena berbeda sudut pandang.

**BAB V**  
**KOMODIFIKASI NILAI ISLAM DALAM FILM *LASKAR***  
***PELANGI, KETIKA CINTA BERTASBIH 1 & 2 DAN MENCARI***  
***HILAL***

**A. Laskar Pelangi Diserbu Penonton**

Kesuksesan Laskar Pelangi dalam meraih penonton yang membludak tidak bisa dilepaskan dari berbagai hal. Pertama, Laskar Pelangi telah didesain oleh *filmmaker*/sutradara dan produser (Miles Films, Mizan Production) sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk yang bernilai komoditi. Film karya Riza terbilang populer, bersama Miles Film, telah banyak menghasilkan karya yang berbobot, beberapa diantara yang terlaris Petualangan Sherina (2000) disaksikan oleh 1,1 juta penonton<sup>1</sup>, Ada Apa Dengan Cinta (2002) dinikmati oleh 2,7 juta penonton<sup>2</sup>, Gie (2005) telah mengundang 350 ribu penonton<sup>3</sup>, Laskar Pelangi (2008), dan Sang Pemimpi (2009). Kelimanya ini diminati oleh para penonton, sehingga tidak diragukan lagi kepiawaiannya dalam menghasilkan karya yang berbobot, puncaknya

---

<sup>1</sup> *Yuk Intip Film-film Sukses Garapan Miles*, 15 Mei 2016, diakses 30 Januari 2019. <https://m.jpnn.com/news/yuk-intip-film-film-sukses-garapan-miles>

<sup>2</sup> *10 Film Indonesia Terlaris Sepanjang Masa (Termasuk AADC 2 dan My Stupid Boss)*, 20 Juni 2016, diakses 30 Januari 2019. <https://m.teen.co.id/read/281/10-film-indonesia-terlaris-sepanjang-masa-termasuk-aadc-2-dan-my-stupid-boss>

<sup>3</sup> *Yuk Intip Film-film Sukses Garapan Miles*, 15 Mei 2016, diakses 30 Januari 2019. <https://m.jpnn.com/news/yuk-intip-film-film-sukses-garapan-miles>



Laskar Pelangi yang menembus 4 jutaan penonton. Laskar Pelangi dengan mengambil lokasi *shooting* di Kabupaten Belitung dan segmentasi untuk kalangan semua umur (umum) tidak diragukan lagi banyak diminati para penonton Indonesia bahkan hingga ke manca negara, selain digarap oleh sutradara dan produser ternama, keberhasilannya juga tidak terlepas dari larisnya penjualan novel Laskar Pelangi yang telah cetak ulang berkali-kali bahkan diterjemahkan ke dalam berbagai bahasa. Seperti dituturkan oleh Fikri<sup>4</sup> bahwa sutradara harus memikirkan penonton, penonton tidak bisa dinafikan. Film yang dijual meliputi cerita, pemain, sutradara, pembuatan lagu dan sebagainya. Sebagai contoh pembuatan film Laskar Pelangi dan Sang Pemimpi yang jadi acuan adalah para pembaca buku novel. Pada kesempatan lain Fikri dalam laman [www.swa.co.id](http://www.swa.co.id)<sup>5</sup> menyatakan bahwa yang menjadi fokus dalam produksi film adalah hasil karya bukan jualan. Sebagai sutradara tugas utamanya fokus pada struktur cerita sehingga menghasilkan karya film yang berkualitas, bukan memikirkan cara menjual film.

Kedua, biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi Laskar Pelangi cukup fantastis. Laskar Pelangi telah menghabiskan dana

---

<sup>4</sup> Jurnal Footage, Riri Riza: *Yang Utama adalah Industri Film!*, 1 Januari 2010, diakses 30 Januari 2019. <http://jurnalfootage.net/v4/riri-riza-yang-utama-adalah-industri-film/>.

<sup>5</sup> Herning Banirestu, Riri Riza *Fokus Hasilkan Karya Film, Bukan Jualan*, October 21, 2013, diakses 30 Januari 2019. <https://swa.co.id/swa/headline/riri-riza-fokus-hasilka-karya-film-bukan-jualan>.

sebanyak 8 milyar.<sup>6</sup> Film sebagai produk industri yang dijual tidak bisa dinafikan untuk memperoleh keuntungan secara finansial karena film yang diproduksi oleh *production house* membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Gania menegaskan bahwa film merupakan bisnis yang penuh risiko. Kalau paham *marketing*, kemungkinan gagal bisa diperkecil dan yang berhasil melebihi ekspektasi juga ada. Seperti Laskar Pelangi targetnya hanya satu juta penonton. Target dengan angka satu juta membutuhkan biaya produksi sebanyak 8 Milyar. Ditonton oleh satu juta penonton itu sudah untung, ternyata ditonton 4,7 juta.

Ketiga, masih menurut Gania film Laskar Pelangi itu ceritanya sensasional. Ada sepuluh anak dari Belitung yang sebelumnya belum pernah main film, lalu setelah melalui proses *casting* dan pelatihan menjadi gemilang sehingga bagi banyak orang itu merupakan sesuatu yang sensasional.<sup>7</sup> Berpijak pada pernyataan tersebut setidaknya pemilik *production house* harus berfikir keras agar film yang diproduksi dapat kembali modal bahkan memperoleh keuntungan secara ekonomi. Yang dijual dari film bukan hanya konten dan

---

<sup>6</sup> Jurnal Footage, Riri Riza: *Yang Utama adalah Industri Film!*, 1 Januari 2010, diakses 30 Januari 2019. <http://jurnalfootage.net/v4/riri-riza-yang-utama-adalah-industri-filem/>.

<sup>7</sup> Adrian Jonathan Pasaribu & Amalia Sekarjati, *Mira Lesmana: Produser Tidak Sama Dengan Cukong*, diakses 4 Februari 2019. <http://filmindonesia.or.id/article/mira-lesmana-produser-tidak-sama-dengan-cukong#.XFgz66AxWf0>.

visualisasi saja, para pemain film (bintang film), sutradara, pekerja juga dikomodifikasi.

Laskar Pelangi karya Riri Riza yang diproduksi oleh Miles Films terdapat komodifikasi konten yang terekam dari cerita, konten, visualisasi maupun *setting* lokasi *shooting*. Penggunaan visualisasi SD Muhammadiyah (SD Islam) Gantong yang hampir roboh sangat melekat dalam film tersebut. Dari awal hingga akhir cerita secara intens film mengilustrasikan lokasi tersebut, sehingga secara nyata telah terjadi komodifikasi pada visualisasi tersebut. Film Laskar Pelangi yang diadaptasi dari novel *bestseller* dan pengambilan gambar SD Muhammadiyah Gantong yang hampir roboh secara terus-menerus, didukung oleh *soundtrack* musik dari Nidji, *filmmaker* telah menampilkan sisi-sisi buram atau mentransformasikan visualisasi menjadi komoditi yang dijual kepada para khalayak dalam istilah ekonomi-politik.

Keempat, para pemeran Laskar Pelangi, selain didukung oleh 10 pemain hasil audisi diperkuat oleh para aktris kawakan, seperti Cut Mini, Ikranagara, Slamet Rahardjo, Mathias Muchus, Rieke Diah Pitaloka, Jajang C Noer, Alex Komang, Robby Tumewu, Tora Sudiro dan Lukman Sardi. Laskar Pelangi berhasil menembus lebih 4 juta penonton, tepatnya sebanyak 4.719.453. Realitas ini menunjukkan bahwa film sebagai produk industri budaya selain menyisipkan nilai ajaran Islam dan ideologi yang terkandung didalamnya komoditi konten dan visualisasi. Terbukti Laskar Pelangi diikuti sekuel keduanya, Sang Pemimpi yang beredar pada tanggal 17 Desember

2009<sup>8</sup> dengan jumlah 2.005.660<sup>9</sup> penonton serta sekuel yang ketiga, *Laskar Pelangi 2: Edensor*<sup>10</sup> yang beredar tanggal 24 Desember 2013, namun film tersebut tidak banyak diminati para penonton, melainkan hanya 390.810<sup>11</sup> tidak seperti dua sekuel sebelumnya.

## B. Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 Raih Kesuksesan

Beralih pada film berikutnya, yakni *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*. *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2* mengikuti kesuksesan film *Laskar Pelangi* dengan memperoleh pendapatan puluhan milyar, kesuksesan film tersebut tidak dapat dilepaskan dari beragam elemen. *Pertama*, *Ketika Cinta Bertasbih* disutradarai oleh Chaerul Umam. Sedangkan produser film *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2* adalah Sinemart Pictures. Sinemart Pictures merupakan divisi yang difokuskan untuk memproduksi film. Sinemart Pictures sebagai bagian dari Sinemart didirikan pada tahun 2003 oleh Leo Sutanto, Sentot Sahid, Heru Hendriarto dan Lala Hamid. Sinemart Pictures telah berhasil membuat 20 film layar lebar. Sinemart diambil dari 3 kata, ‘sinema’, ‘art’ dan

---

<sup>8</sup> *Sang Pemimpi*, diakses 04 Januari 2019. [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-s011-09-213299\\_sang-pemimpi#.XFg1o6AxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-s011-09-213299_sang-pemimpi#.XFg1o6AxWf0).

<sup>9</sup> *Data Penonton*, diakses 04 Januari 2019. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XFg2sKAXWf0>.

<sup>10</sup> *Laskar Pelangi 2: Edensor*, diakses 04 Januari 2019. [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-1021-13-334156\\_laskar-pelangi-2-edensor#.XFg8oKAXWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-1021-13-334156_laskar-pelangi-2-edensor#.XFg8oKAXWf0).

<sup>11</sup> *Data penonton*, diakses 04 Januari 2019. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2013#.XFg4daAxWf0>.

‘mart’ yang menggambarkan visi dari perusahaannya. Sinemart berusaha menciptakan sebuah campuran sempurna antara ‘seni’ dan ‘dagang’ melalui medium film.<sup>12</sup>

Chaerul Umam merupakan sutradara senior yang telah banyak menghasilkan karya film maupun sinetron. Tahun 1977 membuat film bernuansa dakwah berjudul *Al-Kautsar*, yang memenangkan penghargaan khusus pada Festival Film Asia di Muangthai. Umam meraih unggulan sebagai sutradara terbaik dalam *Titian Serambut Dibelah Tujuh* (FFI 1983), *Kejarlah Daku Kau Kutangkap* (FFI 1986), dan *Joe Turun ke Desa* (FFI 1990). Film *Ramadhan dan Ramona* (FFI 1992) mengantarkannya meraih Piala Citra. Bersama Imam Tantowi, Umam menyutradarai *Fatahillah* (1977), yang juga disinetronkan.<sup>13</sup> Dan yang tidak kalah fenomenal adalah *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2*. Lokasi *shooting* *Ketika Cinta Bertasbih 1* benar-benar berada di Mesir. Film tersebut menyuguhkan panorama Mesir meliputi Kota Kairo dengan Universitas al-Azhar sebagai salah satu pusat kajian keislaman yang berada di Timur Tengah. Sedang lokasi *shooting* *Ketika Cinta Bertasbih 2* berada di Surakarta dan sekitarnya.

Kedua, produksi *Ketika Cinta Bertasbih* telah menelan biaya yang fantastis, besarnya berkisar hingga 25 Milyar.<sup>14</sup> Biaya yang

---

<sup>12</sup> *Sinemart at Glance*, diakses 25 Januari 2019. [www.sinemart.com/profile.php](http://www.sinemart.com/profile.php).

<sup>13</sup> *Imam Setyantono Chaerul Umam*, diakses 28 Januari 2018. [http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad39d6e61\\_chaerul-umam#.Wm3SUDUghdg](http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad39d6e61_chaerul-umam#.Wm3SUDUghdg).

<sup>14</sup> Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 12 Mei 2018.

besar ini telah mengundang penonton untuk melihatnya di bioskop. Data yang terekam, Ketika Cinta Bertasbih 1 telah menarik 2.105.192 penonton<sup>15</sup> adapun Ketika Cinta Bertasbih 2 ditonton oleh penikmat film sebanyak 1.494.739.<sup>16</sup> Nilai-nilai keislaman, visualisasi dan para bintang yang dijadikan komoditi dalam film tersebut telah menarik para pemilik produk untuk mendukung film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2, seperti data dalam tabel berikut ini.

**Tabel 5.1**

***Product Placement dalam Film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2***<sup>17</sup>

<b>No</b>	<b>Produk</b>	<b>Keterangan</b>
1	Kartu Kredit Bank Mandiri	KCB 1, 38.82
2	Motor Mio	KCB 1, 41.10
3	Laptop Apple	KCB 1, 41.50
4	Bank Komersial Roma Italia	KCB 1, 45. 46
5	Vaio Merk Laptop Sony	KCB 1, 46.36
6	Motor Yamaha Mio	KCB 1, 48.01
7	Bank Syariah Mandiri	KCB 1, 48.22
8	RCTI	KCB 1, 58: 56
9	Soto Lamongan	KCB 1, 01.00.23
10	Mobil Toyota	KCB 1, 01.35.06

<sup>15</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XIU9IKMxWf0>.

<sup>16</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XIU9IKMxWf0>.

<sup>17</sup> VCD Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2.

11	Kuwait Airways	KCB 1, 01.46.39
12	Garuda Indonesia	KCB 1, 01.48.20
13	Mobil Toyota	KCB 1, 01.50.42
14	Mobil Toyota Fortuner	KCB 2, 07.56
15	Mobil Mercu, BMW	KCB 2, 00.19.30
16	Rumah Sakit Islam Surakarta	KCB 2, 00.18.11
17	Blue Sky dan Chatay Pasific	KCB 2, 00.25.57
18	Mobil Jaguar dan BMW	KCB 2, 00.40.00

Maka, tidak mengherankan ketika novel Ketika Cinta Bertasbih diangkat dalam layar lebar disokong oleh produser untuk pendanaan produksi film tersebut karena novelnya sudah laku sekitar 5 juta eksemplar. Lakunya novel itu merupakan jaminan para pembacanya yang penasaran tergerak hatinya untuk menonton di bioskop<sup>18</sup>. Kesuksesan Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 dari segi jumlah penonton, selain ditinjau dari sisi hasil penjualan novelnya, tidak dapat dilepaskan juga dari berbagai strategi yang dilakukan. Pertama, mengadakan audisi di lima kota besar di Indonesia yang diikuti 7000 orang. Audisi tersebut berefek pada membludaknya orang-orang yang ingin menjadi pemerannya dan otomatis mereka yang pernah ikut audisi pasti ingin nonton filmnya. Kedua, pemberitaan dan liputan infotainment secara gencar dilakukan selama satu tahun tiada henti mulai dari audisi, produksi film hingga promosinya. Wartawan diajak

---

<sup>18</sup> Wawancara Pribadi dengan Syauqi (30 th), tanggal 12 Mei 2018.

ikut serta meliput dalam audisi maupun ketika *shooting* di lokasi. Ketiga, promosi *tour show*. Para artis diberi tugas untuk *tour show* ke seluruh kota yang ada di Indonesia. Seperti diketahui bahwa sebelum diangkat menjadi layar lebar, novel Ketika Cinta Bertasbih sudah *bestseller* sehingga membuat para pembaca novel penasaran untuk menontonnya.<sup>19</sup>

Diakui oleh Majida bahwa secara finansial membuat film yang bertema Islam membutuhkan biaya yang besar, maka secara otomatis harus dapat mengembalikan modal. Artinya harus banyak orang yang menonton bioskop supaya balik modal. Apabila sudah balik modal bahkan memperoleh keuntungan maka akan membuat film yang berkualitas lagi. Sebaliknya, kalau film yang bertema agama semata tanpa ada hal-hal menarik di dalamnya maka akan sedikit peminatnya sehingga tidak dapat memproduksi film dengan baik.<sup>20</sup>

Pandangan yang disampaikan Majida disepakati oleh Syauqi, lebih jauh Syauqi mengemukakan bahwa membuat film juga harus memperhatikan keinginan pasar. Seperti menentukan pasar umat Islam, maka konten harus dibuat semenarik mungkin. Apalagi tidak semua umat Islam memiliki pandangan yang seragam, artinya tidak semuanya mau menonton di bioskop. Mengenai hal ini, Syauqi mengutip pendapat Kang Abik, apabila dakwah tidak menyentuh ranah bioskop, nanti bintang filmnya diisi pocong, kuntilanak dan

---

<sup>19</sup> Wawancara Pribadi dengan Majida (30 th), tanggal 31 Mei 2018, Syauqi (30 th), tanggal 12 Mei 2018, dan Musa (41 th), tanggal 4 Juli 2018.

<sup>20</sup> Wawancara pribadi dengan Majida (30 th), tanggal 31 Mei 2018.



sebagainya. Rasulullah ketika dakwah menggunakan media yang populer pada saat itu, semisal melalui tulisan. Sunan Kalijaga juga menggunakan wayang. Media sekarang yang paling populer yaitu film, televisi (elektronik).

Senada dengan pendapat Kang Abik seperti disampaikan oleh Syauqi, Hania<sup>21</sup> menyatakan bahwa film dapat berfungsi sebagai ibadah, karena itu merupakan bagian dari syiar Islam secara luas. Selama ini dakwah hanya melalui majlis taklim atau jam'iyah saja. Dakwah harus melihat orang yang didakwahi, seperti remaja dan ibu-ibu muda sehingga perlu memperhatikan sarananya. Film yang bertema dakwah sebagai syiar Islam memiliki nilai kemanusiaan, karena ibadah tidak hanya vertikal saja, tapi juga horisontal. Dan sisi kemanusiaan tampak sekali dalam film yang bernuansa dakwah. Film tidak dilihat dari sisi komersial saja, tetapi sebenarnya secara tersurat maupun tersirat film memiliki pesan moral dan agama. Pengaruh film bertema Islam terhadap penonton dapat diamati adanya kawula muda yang mulai mengenakan jilbab meskipun itu bertahap, karena dia mengidolakan si artis yang ada dalam film. Oleh karena itu, dalam film yang bertema dakwah, pesan-pesan kebaikan harus lebih ditonjolkan karena dengan pesan-pesan kebaikan itu nantinya akan mempengaruhi si penonton itu sendiri. Pandangan Ammar memperkuat apa yang disampaikan Hania. Ammar<sup>22</sup> menyatakan

---

<sup>21</sup> Wawancara Pribadi dengan Hania, tanggal 4 Juni 2019.

<sup>22</sup> Wawancara Pribadi dengan Ammar, tanggal 4 Juni 2019.

bahwa satu di antara film bernuansa dakwah yang pernah dilihatnya adalah yang *setting*-nya di Amerika. Secara eksplisit film tersebut memperlihatkan Islam yang toleran dan menghargai perbedaan, Islam bukan agama yang menganjurkan radikalisme, sebaliknya Islam merupakan agama yang *rahmatan lil'alamīn*. Hal demikian tersebut, dapat menjadi magnet untuk mensyiarkan Islam dan inspirasi bagi penonton, khususnya bagi Ammar sendiri.

Pada prinsipnya *production house* memiliki *style* yang berbeda-beda. Ada yang orientasinya hanya *profit oriented*, ada yang memprioritaskan kualitas film sekaligus profitnya, ada yang hanya memikirkan kualitas saja tanpa berfikir balik modal atau tidak. Kendati demikian, ibarat orang yang berjualan sudah sewajarnya mencari untung. Begitupun dengan pemilik *production house*, sebagai pemilik modal tetap memikirkan cara menghasilkan keuntungan karena memproduksi satu film bisa menelan biaya yang tidak sedikit, apalagi bila *shooting* filmnya dilakukan di luar negeri.

Secara asasi memproduksi film adalah bagaimana membuat orang percaya (*make believe*), karenanya dalam pembuatan film ada teori identifikasi tokoh. Dalam konteks produksi film Ketika Cinta Bertasbih, teori identifikasi tokoh telah diterapkan dalam pemilihan aktor dan aktrisnya. Contohnya, dalam pemilihan pemeran utama, Khairul Azzam dan Ana Altafunnisa. Kalau yang menjadi Khairul Azzam adalah artis yang lagi *ngetop* misalnya Fahri atau sebelumnya ada Farel, maka dalam konteks film itu saja tidak ada masalah. Yang menjadi masalah bila film itu selesai, mereka akan *shooting* film lagi

dengan tema yang berbeda, itu dikhawatirkan akan membingungkan penonton. Dengan kata lain, ketika nonton Ketika Cinta Bertasbih Fahri dicitrakan sebagai laki-laki yang saleh, namun ketika di film lain atau di dunia nyata ternyata berperilaku berbeda tidak seperti dalam film, hal tersebut dapat menyebabkan otak masyarakat rusak. Maka, teori identifikasi tokoh harus dipahami oleh para *filmmaker*. Sekarang yang berkembang di industri film tidak banyak yang memikirkan dampak kepada masyarakat. Sebaliknya, karena kita memikirkan dampak yang akan terjadi, maka para pemerannya dicarikan artis yang bisa konsisten.<sup>23</sup>

Ketiga, tema yang diusung oleh Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 menampilkan pemahaman Islam *wasatīyah* (Islam moderat), Islam *rahmatan lil'ālamīn*, Islam yang sejuk. Pandangan ini seperti ditegaskan oleh Gabriel bahwa pesan yang disampaikan dalam film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 adalah Islam *wasatīyah*-nya al-Azhar. Contoh dalam film Ayat-Ayat Cinta 2 sosok Fahri memiliki tetangga seorang nenek Yahudi. Fahri sudah biasa bergaul dengannya. Bertetangga dengan nenek Yahudi tersebut tidak lantas membuatnya harus ikut berdoa di Klenteng sehingga masyarakat secara umum tidak perlu takut terhadap Islam. Sebaliknya, tidak terlalu liberal yang membolehkan segala sesuatunya.<sup>24</sup> Islam *wasatīyah* (Islam moderat) adalah keislaman yang mengambil jalan tengah (*tawassuṭ*),

---

<sup>23</sup> Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 12 Mei 2018.

<sup>24</sup> Wawancara Pribadi dengan Gabriel (43 th), tanggal 29 April 2018.

berkeselimbangan (*tawāzun*), lurus dan tegas (*i'tidāl*), toleransi (*tasāmuh*), egaliter (*musāwah*), mengedepankan musyawarah (*syūrā*), berjiwa reformasi (*išlāh*), mendahulukan yang prioritas (*aulawiyah*), dinamis dan inovatif (*taṭawwur wa ibtikār*) dan berkeadaban (*tahaḍḍur*).<sup>25</sup> Selain tentang Islam moderat, film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 juga menyajikan Islam sufistik. Kajian kitab *al-Hikam* karya Ibnu Atailah yang diampu oleh Kiai Lutfi di Pondok Pesantren dan konten dialog yang sering dikutip oleh Azzam dari kitab *al-Hikam* secara jelas menyuguhkan khazanah Islam sufistik. Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 merupakan film yang berpretensi memberikan nuansa baru dalam kancah perfilman Indonesia dan menyanggah pemahaman Islam yang *saklek*, liberal, bahkan ekstrim.

Tidak bisa dikesampingkan pula, Ketika Cinta Bertasbih menampilkan kesungguhan dalam mencari ilmu, adanya batasan antara perempuan dan laki-laki dalam pergaulan, dan *birrul walidain* (berbakti kepada orang tua).<sup>26</sup> Perjuangan mahasiswa untuk menyelesaikan kuliah di Al-Azhar Mesir, seberat dan sesulit apapun kondisinya, kuliah harus tetap diselesaikan. Selain itu, persahabatan harus terus dijalin dan dikokohkan, bahwa membantu sahabat bukanlah beban, melainkan kewajiban kita sebagai sahabat, dan itu merupakan hak sahabat untuk memperoleh bantuan dari sahabat

---

<sup>25</sup> Aat Surya Safaat, “Dakwah di Era Konvergensi Media”, *Mimbar Ulama*, Februari 2016, 57.

<sup>26</sup> Wawancara Pribadi dengan Majida (30 th), tanggal 31 Mei 2018 dan Musa (41 th), 4 Juli 2018.

terdekatnya. Dan terakhir tentang jodoh, bahwa sebesar apapun halangan mencari jodoh, bila sudah jodoh, maka akan menjadi jodohnya.<sup>27</sup> Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 menyuguhkan perpaduan simbol dan substansi nilai Islam dalam dialog dan visualnya. Penggambaran Islam dalam film tersebut lebih cenderung mengedepankan masalah budi pekerti dan perilaku, seperti keseriusan mencari ilmu, pergaulan antara perempuan dan laki-laki, dan *birrul walidain* dibanding masalah fikih semata.

Atribut yang dikesankan sebagai khazanah Islam di Indonesia juga terekam dalam busana yang dikenakan oleh para pemerannya, seperti figur Kiai Lutfi yang tidak pernah lepas dari sarung, sorban dan peci, para muslimah yang mengenakan kerudung/jilbab kekinian, serta Eliana yang ditampilkan sebagai sosok muslimah modern yang modis. Film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 berupaya menjadikan Islam sebagai solusi dalam menjawab tantangan modernitas melalui substansi ajaran, simbol maupun atribut yang disisipkan dalam film tersebut.

Ikon yang disisipkan dalam film Indonesia bernuansa dakwah merupakan hal yang lumrah, asalkan digunakan pada saat yang tepat. Contohnya, adegan Fahri (muslim) di film Ayat-Ayat Cinta 2 tidak mengenakan simbol yang dikesankan sebagai tradisi Islam, karena memang tidak diperlukan. Tapi sewaktu diperlukan, semisal Fahri sedang di masjid manapun ditampilkan seperti umumnya orang bila

---

<sup>27</sup> Wawancara Pribadi dengan Musa (41 th), tanggal 4 Juli 2018.

pergi ke masjid, ada yang memakai peci, sarung, celana, membawa sajadah dan sebagainya. Misalnya juga, film kungfu, aktornya Jet Lee dan Jacky Chan begitu masuk ke Shaolin Temple, tetap ada simbol Budha di dalamnya. Ada sebagian orang yang berpendapat bahwa Islam tidak perlu simbol, substansi lebih penting. Sebenarnya substantif memang benar, namun di saat yang lain atribut juga diperlukan, karena pada akhirnya kita perlu kiblat, berarti perlu simbol. Gabriel menyitir ayat al-Quran *wa man yu'azzim sya'airallāh fa innahā min taqwā al-qulūb. Sya'airallāh* merupakan simbol.<sup>28</sup>

Pendapat serupa dengan Gabriel, Syauqi mengutarakan bahwa film bernuansa dakwah tidak harus menyajikan simbol yang dipotret sebagai kultur umat muslim. Tapi, misalnya ada perempuan yang memakai jilbab/kerudung dan hal itu dicitrakan sebagai atribut Islam, maka tidak masalah. Sejatinya, Islam bukan sekedar simbol saja, substansi ajaran Islam lebih penting, karena kalau sekedar lambang terkadang sebatas permukaan saja. Secara umum pada prinsipnya Islam mengajarkan untuk memuliakan perempuan, *birrul walidain*, menghargai sesama manusia, dan sebagainya.<sup>29</sup>

Pernyataan Gabriel dan Syauqi diperkuat oleh Hilmi. Hilmi mengemukakan bahwa berbicara tentang jenggot, peci itu sebenarnya sudah lazim. Contoh sederhana, sarung merupakan tradisi bangsa Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Apabila diamati, tiap

---

<sup>28</sup> Wawancara Pribadi dengan Gabriel (43 th), tanggal 29 April 2018.

<sup>29</sup> Wawancara Pribadi dengan Syauqi (30 th), tanggal 12 Mei 2018.

menjelang Ramadan tiba, iklan sarung tampak menonjol di televisi, itu merupakan sesuatu yang lumrah. Perumpamaan lainnya, apabila di konten film menampilkan seorang mahasiswa yang sedang berada di Mesir, atau kisah tentang mahasiswa di Inggris maupun di Amerika, lalu di apartemennya mereka bersarung, apakah perilaku seperti itu dikatakan sebagai Islami, itu terlalu simbolis namanya karena sarung sudah menjadi tradisi orang Indonesia secara keseluruhan.<sup>30</sup>

Berpijak pada pandangan dan pendapat ini, maka secara asasi film yang memuat pokok pikiran nilai Islam tidak mesti harus menampilkan simbol, lambang maupun atribut yang direpresentasikan sebagai Islam. Lebih dari itu, yang terpenting adalah menyisipkan substansi maupun konten nilai ajaran Islam secara universal ke dalam film bernuansa dakwah tersebut, tanpa mengesampingkan fungsi simbol, lambang maupun atribut yang dipandang sebagai bagian dari budaya umat Islam setempat.

Musa mengemukakan bahwa di beberapa film religi, untuk bisa dikatakan sebagai genre religi, para pembuatnya menggunakan simbol-simbol yang sering digunakan saat beribadah, seperti peci, sorban, mukena, tasbih, bedug, dan atribut lainnya. Tetapi di film Ketika Cinta Bertasbih, simbol-simbol tersebut tidak terlalu ditonjolkan. Tokoh utama, Khairul Azzam tidak selalu menggunakan peci melainkan pada momen-momen tertentu. Film ini lebih mengutamakan substansi nilai ajaran Islam itu sendiri. Bagaimana

---

<sup>30</sup> Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 12 Mei 2018.

perilaku tokoh, perwatakan dan dialog menampilkan sinar keislaman. Namun, tetap ada simbol yang menonjol sekali di film ini adalah visualisasi kampus Islam terbesar di dunia yaitu Al-Azhar.<sup>31</sup> Visual pakaian yang dikenakan Azzam dalam beberapa adegan justru mengenakan batik sebagai budaya Indonesia pada umumnya dan pada momen tertentu Azzam mengenakan peci ketika akan menemui Kiai Lutfi. Jelaslah bahwa Islam bukan sekedar atribut dan simbol saja, lebih penting adalah internalisasi substansi nilai Islam terhadap para pemeluknya. Keduanya sama-sama penting, ada harmonisasi antara simbol dan substansi.

Keempat, berbeda dengan film-film pada umumnya, untuk menentukan para pemeran Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 yang cocok dengan karakter dalam novel maka diadakan audisi di 9 kota Indonesia yang diikuti sekitar 7000 peserta, termasuk para artis ternama juga ikut dalam audisi tersebut.<sup>32</sup> Audisi dan *shooting* yang berlokasi di Mesir dan Indonesia menelan biaya produksi hingga 25 Milyar seperti dituturkan oleh Hilmi.<sup>33</sup>

Gabriel mengemukakan setidaknya ada beberapa strategi yang bisa diterapkan untuk mencari pemeran (aktor dan aktris) yang sinkron dengan karakter dalam novel. Seperti dalam dunia sepak bola, ada klub yang modelnya seperti Real Madrid yang terkenal dengan

---

<sup>31</sup> Wawancara Pribadi dengan Musa (41 th), tanggal 4 Juli 2018.

<sup>32</sup> Wawancara pribadi dengan Majida (30 th), 31 Mei 2018 dan Syauqi (30 th), tanggal 12 Mei 2018.

<sup>33</sup> Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 12 Mei 2018.



julukan Galactikos yakni memiliki bintang-bintang top dunia, tidak ingin menggunakan pemain kecuali yang sudah bersinar. Pada waktu itu (tahun 2009), selain Real Madrid ada klub Manchester United yang tidak kalah dengan Real Madrid. Strategi yang dilakukan Manchester United adalah mencari pemain yang belum bisa apa-apa (*from zero to hero*), belum menjadi bintang top dalam dunia sepak bola. Gabriel meyakinkan kepada produser bahwa perlu dicoba sistem seperti itu dan hasilnya ternyata bisa. Lebih jauh, Gabriel menyatakan kalau berdakwah lewat film, maka sebaiknya tidak hanya memproduksi konten filmnya saja, tetapi juga memproduksi aktor dan aktrisnya. Ini yang belum disiapkan oleh dakwah, misalnya belum ada pesantren yang khusus untuk mencetak model (aktor/aktris), padahal sebenarnya diperlukan. Dalam konteks film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 untuk mencari pemeran dilakukan audisi yang menghabiskan dana sekitar 2 Milyar, tapi berhasil dan *production house* tidak masalah, karena kontraknya juga eksklusif *include* sinetron.<sup>34</sup> Audisi telah menjangkau dua pemeran utama, yakni Muhammad Kholidi Asadil Alam selaku Khairul Azzam dan Oki Setiana Dewi yang berperan sebagai Ana Altafunnisa. Kehadiran para artis baru dalam Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 pada dasarnya ingin memberikan sesuatu yang lain dari kebiasaan yang telah ada, misalnya kebanyakan film yang laris biasanya dibintangi oleh para bintang terkenal dan mahal. Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 ingin merubah mindset tersebut.

---

<sup>34</sup> Wawancara Pribadi dengan Gabriel (43 th), tanggal 29 April 2018.

Untuk memperkuat para pemeran hasil audisi, film Ketika Cinta Bertasbih 1 didukung para aktor kawakan, seperti Deddy Mizwar, Niniek L. Karim, Didi Petet, Aspar Paturusi, Slamet Rahardjo, El Manik. Tidak ketinggalan pula penulis novel tersebut, Habiburrahman El Shirazy, ikut serta dalam pembuatan film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2. Berbeda dengan film Ketika Cinta Bertasbih 1, film Ketika Cinta Bertasbih 2 selain mempertahankan aktor kawakan Deddy Mizwar dan Niniek L. Karim juga mendatangkan aktor baru, namun wajahnya sudah tidak asing dalam dunia pertelevisian (sinetron) yakni Fahri dan Nadia. Masuknya Fahri dan Nadia tentu bukan tanpa alasan, ada misi dibalik itu yakni untuk mendongkrak antusiasme penonton untuk mendatangi bioskop.

Menurut Majida film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 hendak menciptakan tokoh atau idola baru di dunia perfilman atau *entertainment* yang dapat dijadikan cerminan dan panutan bagi penonton.<sup>35</sup> Selaras dengan Majida, Musa berargumen bahwa dipilihnya pendatang baru adalah untuk mencari bakat-bakat baru dan memberi kesegaran bagi film nasional. Peran Azzam dan Ana dipilih dari bintang baru untuk mendekati karakter yang ada di novel serta yang paling utama supaya figur di film dan artisnya bisa menjadi teladan bagi penonton khususnya kawula muda.<sup>36</sup> Konten keislaman dalam film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 sebagai penyeimbang

---

<sup>35</sup> Wawancara Pribadi dengan Majida (30 th), tanggal 31 Mei 2018 dan Musa (41 th), tanggal 4 Juli 2018.

<sup>36</sup> Wawancara Pribadi dengan Musa (41 th), tanggal 4 Juli 2018.

terhadap film nasional lainnya yang selama ini lebih banyak dihiasi dengan konten yang vulgar. Seperti busana yang tidak seronok dan mengumbar aurat, busana sexy, adegan sentuhan fisik antarpria dan wanita, adegan hubungan intim dan sejenisnya menjadi barang jualan serta menjadi bumbu yang wajib dipertontonkan untuk merebut penonton sebanyak-banyaknya.<sup>37</sup> Penciptaan tokoh atau idola baru dapat dikatakan berhasil, karena pemeran Azzam dan Ana dalam dunia nyata telah banyak berkiprah menyebarkan nilai ajaran Islam, khususnya di wilayah muslim perkotaan. Animo warga muslim perkotaan mengikuti kajian yang disampaikan oleh sosok Azzam dan Ana cukup menggembirakan.

Kelima, lokasi *shooting* film Ketika Cinta Bertasbih 1 hampir semuanya mengambil lokasi di Mesir. Secara jelas pengambilan panorama Mesir dan tempat sekitarnya sebagai bentuk komodifikasi yang bernilai daya jual tinggi untuk dijadikan sebagai barang dagangan. Bahkan, pengambilan *view* universitas al-Azhar menjadi daya tarik tersendiri bagi penonton. Gabriel<sup>38</sup> menegaskan Mesir dijadikan sebagai lokasi *shooting* agar suasananya lebih mengena. Seperti prinsip Hollywood, kalau memungkinkan *shooting* ditempat aslinya dengan *budget* yang masuk akal, mereka akan menggunakan lokasi tersebut. Sebaliknya apabila tidak memungkinkan untuk datang ke lokasi, mereka menyulap lokasi *shooting* atau mendekati negara

---

<sup>37</sup> Wawancara Pribadi dengan Musa (41 th), tanggal 4 Juli 2018.

<sup>38</sup> Wawancara Pribadi dengan Gabriel (43 th), tanggal 29 April 2018.

yang memungkinkan, seperti ketika membuat film Cleopatra. Saat itu *shooting*-nya tidak di Mesir melainkan di Maroko karena kondisi alamnya memiliki kedekatan dan kemiripan dengan Mesir. Selain itu, Mesir itu ada beberapa lokasi yang tidak bisa digantikan, misalnya sungai Nil. Bahkan orang Mesir sendiri mengakui belum ada film Mesir yang *shooting*-nya di Kampus Al-Azhar. Faktor-faktor inilah yang menjadi alasan kuat, mengapa Mesir dijadikan sebagai lokasi *shooting*.

Sedang Majida dan Musa menyatakan bahwa Mesir dijadikan sebagai lokasi produksi film supaya khalayak penonton mengetahui tentang Mesir dan untuk mendekati kondisi ril seperti di novel yang kemudian menjadi tuntutan skenario. *Shooting* film di luar negeri itu memiliki nilai lebih karena melihat sesuatu yang belum pernah disaksikan sebelumnya. Selain itu, Mesir dengan Kairo sebagai ibu kotanya identik dengan Universitas Islam tertua di Mesir yang telah melahirkan para ulama negeri Kinanah, negeri para anbiya.<sup>39</sup>

Paling tidak ada dua faktor Mesir dijadikan lokasi *shooting*. Pertama, Kang Abik sebagai penulis novel ingin produksi film Ketika Cinta Bertasbih berlokasi di Mesir sesuai dalam novelnya. Kedua, Sinemart sudah memiliki komitmen bila konten ceritanya berada di Mesir, maka tidak masalah apabila *shooting*-nya di Mesir. Karena, akan sulit membuat penonton percaya (*make believe*) kalau lokasinya

---

<sup>39</sup> Wawancara Pribadi dengan Majida (30 th), tanggal 31 Mei 2018 dan Musa (41 th), tanggal 4 Juli 2018.

tidak sesuai dengan isi novelnya dan terkesan membohongi penonton, papar Hilmi.<sup>40</sup>

Berpijak pada beberapa faktor tersebut, film *Ketika Cinta Bertasbih*, terbukti ditonton sebanyak 2.105.192<sup>41</sup> untuk episode pertama. *Ketika Cinta Bertasbih* telah menggugah para penonton dari kalangan muslim perkotaan—yang mungkin sebelumnya jarang bahkan belum pernah datang ke bioskop—untuk memenuhi kursi bioskop. Sedang film *Ketika Cinta Bertasbih 2* hanya diminati 1.494.739<sup>42</sup> penonton, walaupun sudah diperkuat dengan masuknya Fahri dan Nadia sebagai pemeran tambahan. Kendati demikian, walau episode kedua tidak sebanyak film yang pertama dalam perolehan penontonnya, apabila jumlah penonton ditotal sebagaimana diinformasikan oleh Hilmi, *Ketika Cinta Bertasbih* telah memperoleh keuntungan yang cukup, ditambah rating dari tayangan yang dibeli oleh stasiun televisi hingga 1 milyar lebih.<sup>43</sup>

### C. Mencari Hilal Sepi Pengunjung

Film *Mencari Hilal* membicarakan tentang wajah Islam yang beragam. Nilai-nilai keislaman yang ditampilkan dalam *Mencari Hilal*

---

<sup>40</sup> Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 12 Mei 2018.

<sup>41</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009>.

<sup>42</sup> *Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009>.

<sup>43</sup> Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 12 Mei 2018.

di antaranya terkait dengan masalah tolerangi, keragaman pandangan dalam Islam, dan interaksi dalam keluarga. Tidak seperti kedua film sebelumnya, Mencari Hilal belum mampu menarik para penonton untuk mengunjungi bioskop. Kegagalan Laskar Pelangi dalam meraih penonton yang banyak tampaknya tidak bisa dilepaskan dari berbagai hal. *Pertama*, sutradara Mencari Hilal Ismail Basbeth. Lokasi *shooting* film mengambil *view* di Kota Yogyakarta dan sekitarnya sebagai representasi dari budaya Jawa. Basbeth membuat film pendek pertamanya di tahun 2008, dengan judul “Hide and Sleep”. Basbeth telah memproduksi dan menyutradarai beberapa film, dokumenter maupun fiksi, seperti *Hide and Sleep* (2008), *Harry van Yogya* (2010) dan *Shelter* (2011). Dengan dua rekannya dia mendirikan sebuah rumah produksi alternatif di Yogyakarta yang bernama Hide Project Indonesia. Dia juga terlibat dalam beberapa proyek dengan pembuat film Indonesia maupun manca negara, di tahun 2011 dia mendapat *fellowship* untuk belajar di Asian Film Academy (AFA) di Busan, Korea Selatan dan memenangkan BFC & SHOCS *Scholarsip Fund* karena memiliki potensi yang besar dan sangat antusias dalam mengikuti program tersebut.<sup>44</sup>

Film Mencari Hilal diproduksi atas kerjasama antara MVP Pictures, Studio Denny JA, Dapur Film, Argi Film, dan Mizan Productions. Mencari Hilal disutradarai oleh Ismail Basbeth yang

---

<sup>44</sup> *Ismail Basbeth*, diakses 28 Januari 2019. <http://www.indonesianfilmcenter.com/profil/index/director/13474/ismail-basbeth>.

selama ini lebih konsen dalam pembuatan film pendek. Film ini hanya dinikmati oleh 12 ribu penonton, berbeda dengan *Laskar Pelangi* dan *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2* yang tembus di atas angka 1 juta penonton. Bramantyo<sup>45</sup> menyatakan penyebab kurang berhasilnya *Mencari Hilal* dalam menarik penonton adalah karakter sang sutradara, Basbeth lebih banyak menggarap film independen daripada komersil. Walaupun dari segi jumlah penonton kurang menggembirakan, film ini mendapat respon positif dari Tokyo International Film Festival.

Kedua, biaya produksi *Mencari Hilal* berikut promosinya sebesar 3 miliar.<sup>46</sup> *Mencari Hilal* dalam perspektif ekonomi-politik yang dijadikan komoditi adalah kontroversi penentuan hilal yang terjadi tiap tahunnya. Momen penentuan Ramadan dan Syawal dijadikan sebagai barang dagangan yang diperlihatkan kepada khalayak penonton. Perdebatan penentuan hilal tidak dapat mendongkrak para penikmat film untuk datang ke bioskop. Proses transformasi barang (hilal) serta nilai gunanya menjadi suatu komoditibelum dapat menarik simpati penonton secara signifikan. Alih-alih memperoleh banyak penonton, film tersebut hanya mampu

---

<sup>45</sup> Nia Deviyana, “Mencari Hilal, dari Sepi Penonton hingga Tembus Tokyo International Film Festival”, diakses 21 Januari 2017. <http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/09/29/175061/mencari-hilal-dari-sepi-penonton-hingga-tembus-tokyo-international-film-festival>.

<sup>46</sup> Nia Deviyana, “Mencari Hilal, dari Sepi Penonton hingga Tembus Tokyo International Film Festival”, diakses 21 Januari 2017. <http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/09/29/175061/mencari-hilal-dari-sepi-penonton-hingga-tembus-tokyo-international-film-festival>.

menyedot 12 ribu penonton, berbeda dengan film *Laskar Pelangi* dan *Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2* yang bisa meraup penonton lebih dari satu juta.

Minimnya film *Mencari Hilal* tersebut dalam menarik para penonton dikarenakan tidak seperti umumnya film populer, yakni tidak didukung aktor-aktor papan atas yang lagi populer, aktor dan aktris yang milenial, lagu-lagu populer atau kisah cinta, melainkan disajikan dengan sederhana dan realistik.<sup>47</sup> Pada dasarnya film *Mencari Hilal* kontennya memuat cerita yang menggugah kesadaran umat Islam, namun tema yang ditampilkan terkesan untuk kalangan tertentu sehingga minim peminat walaupun segmentasi penonton film tersebut sebenarnya cukup menjanjikan. Konten film lebih fokus pada pesan perdamaian, keragaman pendapat, dan cara mengelola perbedaan hanya diperankan oleh dua aktor utama tanpa dibalut dengan suasana yang gegap gempita melainkan datar saja, inilah kekuatan dan kelebihan film *Mencari Hilal*. Tidak dapat dipungkiri bahwa film bagus belum tentu laku dijual dan disenangi orang, karena penonton memiliki preferensinya masing-masing.

Mengutip pendapat Basbeth bahwa kriteria film bagus setidaknya terdapat tiga hal. Pertama, film harus memiliki cerita yang unik, karakter yang kuat dan *script* yang bagus. Kedua, film harus mempunyai impresi. Setelah ide dan cerita, film patut memiliki

---

<sup>47</sup> *FILM –Mencari Hilal*, Monday, 13 July 2015, diakses 4 Februari 2019. <https://islamindonesia.id/berita/film-mencari-hilal.htm>.



impresi yang berkaitan erat dengan teknologi. Teknologi visual dan audio saat ini sudah sangat luas. Teknologi sangat berpengaruh atas terhadap sebuah cerita menjadi sebuah pengalaman. Ketiga, film harus mempunyai *deeper meaning* (makna lebih dalam). Kalau menonton film, tidak memiliki *deeper meaning*, mungkin itu bukan film bagus.<sup>48</sup>

Ketiga, tema yang diusung dalam Mencari Hilal terkait dengan masalah toleransi, keragaman pandangan dalam Islam, dan interaksi dalam keluarga. Implementasi ajaran Islam dipahami secara berbeda oleh masing-masing individu. Islam menurut pandangan Mahmud berbeda dengan pandangan Heli, putranya, berbeda pula dengan sekelompok ormas yang melakukan orasi di ruang publik. Mahmud dalam kesehariannya digambarkan sebagai figur yang keras kepala dalam mengimplementasikan ajaran Islam, seolah Islam hanya masalah hitam putih. Mahmud ingin mempraktekkan Islam secara kaffah dalam sendi-sendi kehidupan. Berbeda dengan Heli, aktivis lingkungan hidup yang memiliki pandangan liberal, segala sesuatunya diukur dengan prinsip yang logis dan rasional.

Film Mencari Hilal menjadikan permasalahan hilal sebagai *starting point* (titik pangkal) untuk memunculkan konflik di dalam kontennya. Penetapan hilal—khususnya di Indonesia—senantiasa menjadi perbincangan yang “seksi” setiap menjelang datangnya bulan Ramadan, Syawal dan Idul Adha. Dimulai dari permasalahan hilal

---

<sup>48</sup> Ayu Saraswati, *Ismail Basbeth: Film Bagus Harus Punya Makna Lebih Dalam*, 18 Juli 2016, diakses 30 Januari 2019. <https://serunai.co/2016/07/18/ismail-basbeth-film-bagus-harus-punya-makna-lebih-dalam/>.

konten film kemudian memunculkan berbagai sudut pandang lintas generasi mengenai budaya, tradisi, dan paham-paham keagamaan. Perbedaan dalam memahami suatu masalah merupakan hal yang biasa, sehingga tidak dibenarkan memaksakan pendapat kepada orang yang tidak sepaham. Tema yang diangkat dalam Mencari Hilal menjadi menarik karena disuguhkan dengan cara dialog dan dibalut dengan berbagai konflik, seperti masalah radikalisme, intoleransi dan perbedaan pandangan, namun untuk menyelesaikan setiap masalah yang muncul mengedepankan dialog dan tukar pendapat.

Islam dalam film tersebut digambarkan sebagai agama yang ditafsirkan dari berbagai sudut pandang. Mahmud mewakili kalangan Islam yang kaku dan *saklek*, sedang Heli dicitrakan sebagai muslim yang memiliki pandangan liberal. Seperti argumen Hall yang menegaskan bahwa representasi merupakan keterkaitan makna dan bahasa terhadap budaya. Representasi melibatkan penggunaan bahasa, tanda/symbol, dan gambar yang mewakili atau mewakili sesuatu.<sup>49</sup> Yogyakarta dicitrakan sebagai bagian dari budaya Jawa, sedang Islam dikesankan dengan beragam pandangan dalam memahami teks-teks agama.

Keberagaman pandangan mengenai ajaran agama sejalan dengan misi dari Gerakan Indonesia Tanpa Diskriminasi dan Gerakan Islam Cinta penyokong film Mencari. Kedua gerakan ini memiliki tujuan untuk meminimalisir sikap dan perilaku intoleran, diskriminasi

---

<sup>49</sup> Hall, *Representation Cultural: Representations*, 15.

dan radikal, sehingga perdebatan dan konflik dalam film tersebut diselesaikan dengan cara dialog dan diskusi seperti dialog antara Mahmud dan jemaah masjid mengenai cara menentukan datangnya bulan Ramadan dan Syawal, Heli bertukar pikiran dengan warga dalam menyelesaikan konflik antar warga yang dibumbui unsur agama. Penggambaran dialog, tukar pikiran antar elemen masyarakat, dialog lintas generasi merupakan bagian dari nilai ajaran Islam yang lebih mengedepankan perdamaian dan *welas asih* dalam menyelesaikan konflik yang terjadi di masyarakat. Perbedaan dan keragaman paham harus disikapi dengan kearifan.

Saifuddin menyatakan bahwa film Mencari Hilal pada prinsipnya menggugah pikiran dan hati. Film tersebut memberikan informasi tentang keragaman antar generasi, orang tua dengan anaknya, sesama saudara juga masyarakat. Perbedaan tradisi, budaya dan paham keagamaan juga diilustrasikan secara baik. Perbedaan bukan untuk dipaksakan tetapi sebaliknya setiap individu dapat mensikapi keragaman dengan kearifan. Keragaman harus disikapi melalui melakukan dialog yang intensif dan tukar pikiran serta upaya menyamakan sisi-sisi pandangan yang ada.<sup>50</sup>

Mencari Hilal menceritakan kehidupan Mahmud dan Heli yang hidup di kota Yogyakarta. Keduanya terlibat perdebatan sengit dalam memahami teks keagamaan, termasuk tentang penentuan hilal.

---

<sup>50</sup> Bayu Rizky Prahadian, *Testimoni Lukman Hakim (Menteri Agama RI) tentang Film Mencari Hilal*, 2015, diakses 4 Februari 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=p-MyLWwIL7g>.

Mahmud, sang ayah ingin menerapkan Islam secara kaffah, sedang Heli sebaliknya. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, film Mencari Hilal ingin menghidupkan tradisi melihat hilal sebagai penentuan datangnya bulan Ramadan, Syawal dan Idul Adha seperti pernah Mahmud lakukan ketika masih muda.

Keempat, pemeran utama film Mencari Hilal diantaranya Deddy Sutomo yang berperan sebagai Pak Mahmud (ayah) dan Oka Antara sebagai Heli (Anak). Mencari Hilal tidak seperti umumnya film-film populer yang ditayangkan di bioskop, hanya didukung 2 aktor utama, tidak didukung aktor-aktor papan atas yang lagi populer, aktor dan aktris yang milenial, lagu-lagu populer atau kisah cinta<sup>51</sup>, promosi yang kurang gencar, sehingga hal tersebut yang menyebabkan film Mencari Hilal kurang diminati para penonton.

#### **D. Laskar Pelangi, Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 Raih Untung Besar dan Mencari Hilal Merugi**

Komodifikasi menurut Mosco<sup>52</sup> adalah proses transformasi barang atau jasa serta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang memiliki nilai tukar. Semisal, proses mengubah cerita yang dinikmati teman menjadi sebuah film atau novel untuk dijual di pasar. Demikian halnya tiga film yang telah disampaikan sebelumnya.

---

<sup>51</sup>*FILM –Mencari Hilal*, Monday, 13 July 2015, diakses 4 Februari 2019. <https://islamindonesia.id/berita/film-mencari-hilal.htm>.

<sup>52</sup> Mosco, *The Political Economy*, 2.

Laskar Pelangi, Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2, dan Mencari Hilal menurut penulis terdapat nilai-nilai keislaman yang telah dijadikan sebagai komoditi dengan sedemikian rupa. Secara umum Laskar Pelangi dan Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 meraih keuntungan dari sisi bisnis, sebaliknya dari sudut komoditi Mencari Hilal mengalami kegagalan. Komersialisasi nilai-nilai keislaman tidak selalu bermakna negatif, justru sebaliknya konten keislaman dalam dimensi dakwah dapat bernilai positif, karena para penikmat film secara tidak langsung telah menyerap informasi nilai-nilai keislaman dari film yang ditontonnya. Ketika ada komodifikasi film-film keislaman atau film-film bernuansa dakwah maka itu bisa semakin menyebarkan nilai-nilai Islam, meskipun pada sisi yang lain itu sedang dikomersilkan. Hal tersebut tidak perlu dimasalahkan, justru ketika penonton merasa puas dengan konten keislaman yang telah dinikmatinya, lalu mereka mempelajari dan bisa merasakan manfaatnya, maka nilai-nilai keislaman makin populer.

Laskar Pelangi selama kurang lebih 2 bulan telah menyedot 3.993.000 penonton dari pemutaran di 100 layar bioskop di 25 kota. Jumlah penonton itu belum termasuk penonton layar tancap untuk menjangkau penonton di daerah yang belum memiliki gedung bioskop. Layar tancap di tiga lokasi di Belitung, tempat cerita berlokasi, menyedot penonton lebih dari 60.000 dan di Bangka sekitar 80.000-an orang. Pemutaran layar tancap juga dilakukan di Rantau (Sumatera Utara) dan dilakukan di Natuna, Aceh (enam lokasi), Lombok, serta Papua di Timika, Sorong, dan Jayapura.

Sedang Ketika Cinta Bertasbih seperti dituturkan oleh Hilmi bahwa film tersebut ditayangkan di semua jaringan XXI, maknanya nilai-nilai keislaman telah tersebar di 48 kota Indonesia. Film tersebut juga ditayangkan di Mesir, Brunei, Malaysia, Singapura, Hong Kong, Taiwan dan Australia. Bahkan puluhan warga Singapura ikut antri untuk menonton film Ketika Cinta Bertasbih di dua bioskop 21 dan XXI di Batam. Berbeda dengan keduanya, Mencari Hilal setelah sepekan dirilis, perolehan jumlah penontonnya hanya mengumpulkan 7 ribuan penonton sehingga film tersebut diturunkan dari jam tayangnya karena sedikitnya penonton. Sejatinya kalau ingin mendongkrak film Indonesia, dan khususnya film bernuansa dakwah maka di hari pertama diedarkan harus bisa ditonton oleh banyak penonton agar dapat memengaruhi penonton lainnya.

Laskar Pelangi dan Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 memiliki segmen penonton yang jelas. Laskar Pelangi ditujukan kalangan semua umur (umum) termasuk para pembaca novelnya, sedang Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 segmen penonton ditujukan untuk kalangan remaja, muslim perkotaan, pondok pesantren dan para pembaca novelnya. Mencari Hilal sejatinya segmentasinya ditujukan untuk semua kalangan, namun temanya yang terkesan elitis untuk kalangan tertentu. Sutradara, produser dan artis-artis yang terlibat dalam Laskar Pelangi dan Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 disokong dari kalangan yang sudah berpengalaman dalam memproduksi film serta promosi yang gencar sehingga secara berurutan keduanya memperoleh pendapatan yang sangat besar, yakni 139 milyar dan 153 milyar.

Berbeda dengan Mencari Hilal, sutradara yang menggarap baru pertama kali memproduksi film yang berdurasi lama, selama ini sutradara lebih sering membuat film pendek dan film dokumenter sehingga perolehan penonton hanya 12 ribu dari target yang telah ditentukan, yakni 250 ribu.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan analisis sebagaimana telah dikemukakan, maka dapat dipaparkan kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, konten film yang bernuansa dakwah bersumber dari latar belakang yang beragam. Dalam konteks Laskar Pelangi ini, nilai-nilai keislaman yang dominan disajikan adalah semangat untuk melanjutkan pendidikan dan menanamkan nilai-nilai keislaman melalui pendidikan yang berbasis akhlak dan budi pekerti di tengah himpitan ekonomi yang kurang menguntungkan. Nilai-nilai keislaman dalam Laskar Pelangi dilakukan secara eksplisit melalui dialog dan atribut yang tampak secara nyata. Berbeda dengan Laskar Pelangi, Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 nilai-nilai keislaman yang dominan terkait dengan pemahaman Islam *wasatīyah* (Islam moderat), Islam sufistik, dan masalah mencari pasangan hidup. Cara penyajian nilai-nilai keislaman dilakukan secara eksplisit melalui dialog yang terekam di antara dua tokoh, semisal antara Azzam dengan para jemaah. Adapun Mencari Hilal merepresentasikan wajah Islam yang toleran. Nilai-nilai keislaman selain secara eksplisit melalui dialog para pemerannya, juga ditampilkan melalui atribut yang dikenakan oleh para pemerannya.



Kedua, Film Laskar Pelangi secara bisnis sangat berhasil. Hal ini bisa dilihat dari media partners yang disisipkan dalam film tersebut. Kesuksesan yang diraih oleh Laskar Pelangi selain mendatangkan artis-artis pendatang baru yang asli Belitung, juga menampilkan artis-artis senior yang sudah berpengalaman di dunia akting. Keberhasilan Laskar Pelangi juga dikarenakan segmentasi penonton dari kalangan masyarakat umum dan organisasi keagamaan yang jelas. Disamping itu, didukung oleh sutradara dan produser yang sudah banyak memiliki jam terbang serta ditopang dengan biaya yang besar serta novelnya yang laris manis. Film Ketika Cinta Bertasbih mengikuti jejak kesuksesan Laskar Pelangi, secara jelas menjadikan panorama Mesir dengan kota-kota didalamnya seperti Iskandaria, Kairo, Universitas al-Azhar, dan pondok pesantren sebagai bentuk komoditi konten yang bernilai daya jual tinggi sehingga menarik para pemilik produk untuk mendukung film Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 untuk turut serta dalam bentuk *product placement*, seperti Bank Mandiri dan Motor Mio. Keberhasilan Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 didukung dengan artis hasil audisi dari berbagai kota di Indonesia, artis-artis papan atas, tampan, cantik dan musik yang mempesona sehingga menarik para penonton untuk menyaksikannya. Disamping juga memiliki segmentasi penonton yang jelas, yakni kalangan muslim perkotaan dan pondok pesantren. Raihan kesuksesan Ketika Cinta Bertasbih 1 & 2 tidak bisa dilepaskan oleh sutradara kawakan Chaerul Umam, produser yang telah mensupport dana yang fantastis, lokasi *shooting* benar-benar diambil dari tempat aslinya, tidak bisa dilupakan

pula sentuhan tangan Kang Abik sang penulis novelnya serta larisnya penjualan novel sehingga para pembacanya penasaran untuk melihat filmnya. Berbeda dengan kedua film sebelumnya, Mencari Hilal yang dijadikan sebagai komoditi adalah kontroversi penentuan hilal yang terjadi tiap tahunnya. Sejatinya tema yang disajikan dalam film Mencari Hilal sudah menarik, segmentasi penontonnya juga sudah jelas, dari kalangan dua organisasi keagamaan yang ada di Indonesia, dan momen pemutarannya sudah tepat. Namun, Mencari Hilal belum bisa mencuri perhatian para penikmat film sehingga dari segi bisnis belum meraih keuntungan yang memadai. Kegagalan meraih jumlah penonton dikarenakan cara penyampaian film hanya datar saja, diperankan hanya dua tokoh utama saja, tanpa didukung oleh artis-artis yang bisa mendongkrak penonton serta *soundtrack*, musik dan lagu yang disisipkan dalam film tidak dilantunkan oleh penyanyi atau grup yang sudah eksis. Berbeda dengan kedua film sebelumnya *soundtrack* dilantunkan oleh musisi terkenal. *Soundtrack* Laskar Pelangi yakni Nidji, sedang *soundtrack* Ketika Cinta Bertasbih dilantunkan oleh Melly Goeslaw dan Krisdayanti.

## **B. Implikasi**

Film Indonesia bernuansa dakwah secara teoritis memiliki fungsi dan peran terutama sekali untuk memperkuat dakwah melalui film, sehingga membuat film yang bertema dakwah dan juga menontonnya dapat dianggap bernilai ibadah. Selama ini sebagian kalangan peneliti cenderung memberikan pandangan yang negatif

dalam memaknai konsep komodifikasi. Sejatinya yang menjadi masalah bukan penggunaan konsep atau istilah komodifikasi tetapi pemaknaan terhadap konsep atau istilah komodifikasi. Komodifikasi terhadap konten keislaman tidak selalu negatif. Konsep komodifikasi bisa memiliki arti yang positif. Para pemain film, *filmmaker*, sutradara dan kru telah belajar, berlatih dan membuat percobaan sehingga membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Mereka telah merubah dan memberi warna bagi dunia seni secara umum, secara khusus telah menyisipkan nilai-nilai keislaman dalam film bertema dakwah. Terlalu dini bila menyamaratakan film yang mengusung tema keislaman dikatakan telah menjual agama. Bagaimana mungkin merubah dunia film kalau tidak menggunakan nilai keislaman dalam kontennya, karena media secara asasi bersifat netral, tergantung siapa yang menggunakannya. Oleh karena itu, implikasi komodifikasi dapat bernilai positif dan negatif tergantung seberapa bagus dalam proses penggarapan, pemilihan konten, pemeran, sutradara, produses dan cara mempromosikannya. Bagi yang berdimensi positif maka film bernuansa dakwah sejatinya dapat memberikan suasana baru, yakni bahwa orang yang ingin memperdalam kecerdasan spiritual tidak hanya sebatas mendatangi masjid saja tapi perlu juga ke bioskop, sedang bernilai negatif ketika hanya menampilkan nilai-nilai keislaman yang sebetulnya tidak benar tapi dipaksakan dan harus dianggap benar sehingga untuk memperoleh keuntungan semata.

Adapun secara praktis film bertema dakwah dapat dijadikan sebagai alternatif tontonan untuk meng-*counter* pandangan Islam yang

cenderung liberal, menolak anggapan yang selama ini menyudutkan Islam sebagai agama yang mengajarkan kebencian dan kekerasan, agama yang intoleran, agama yang ekstrim dan sebagainya. Film bernafaskan dakwah dapat dijadikan sebagai pilihan dan opsi di tengah serbuan film yang berasal dari manca negara maupun untuk menandingi film yang hanya menonjolkan nuansa yang vulgar serta film yang dapat menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Film bertema dakwah telah memunculkan tokoh atau idola baru di dunia perfilman sehingga bisa dijadikan panutan bagi penontonnya. Penciptaan tokoh atau idola baru dapat dikatakan berhasil, karena pemeran Azzam dan Ana dalam dunia nyata telah banyak berkiprah menyebarkan nilai keislaman, khususnya di wilayah muslim perkotaan. Animo warga muslim perkotaan mengikuti kajian yang disampaikan oleh sosok Azzam dan Ana cukup menggembirakan. Dengan demikian memproduksi film yang bernuansa dakwah dapat memperkuat film sebagai media untuk berdakwah sehingga para penonton film tidak bisa dikatakan sebagai bentuk hura-hura belaka tetapi dapat bernilai ibadah dalam pengertian yang luas.

### **C. Saran**

Riset yang telah dilakukan ini ada beberapa kelemahan, karena penelitian ini tidak membahas secara lebih detail mengenai hal-hal yang ada dalam film terutama adalah (1) musik, seperti diketahui musik dapat mendramatisir situasi dalam film (termasuk cinema film yang bertema dakwah), (2) tidak membahas film pendek dan film

yang diunggah di *youtube*, lebih membatasi pada cinema yang bertema dakwah, (3) kajian film hanya terfokus pada tahun 2000-an hingga 2015-an dan hanya dibatasi tiga film saja, adapun tahun-tahun sebelumnya tidak banyak dibahas kecuali hanya sekilas saja, (4) objek penelitian hanya pada film Indonesia yang bertema dakwah, tidak mencakup film internasional yang bernuansa Islam. Oleh karena itu, masih banyak ruang untuk membahas dan melanjutkan penelitian yang telah dilakukan untuk melengkapi kekosongan yang telah disampaikan sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2004.
- \_\_\_\_\_, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- A Brief History*, diakses 4 Februari 2019, [www.mizanproduction.com/profil](http://www.mizanproduction.com/profil).
- Aziz, Jum'ah Amin Abdul, 2005, *Fiqih Dakwah*, diterjemahkan oleh Abdus Salam Masykur dari *ad-Da'wah, Qawa'id wa Ushul*, Surakarta: Era Intermedia, 2005.
- Arifin, Anwar, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Agung, S. Sarwoprasodjo, "Perbandingan Pendekatan Ekonomi-Politik Media dan Studi Kebudayaan dalam Kajian Komunikasi Massa", *Jurnal Komunikasi Pembangunan* (2008): 94-107, Vol. 06, No. 1, diakses 26 November 2017, <http://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/5663/4294>.
- Aripudin, Acep, *Sosiologi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Bakry, Umar Suryadi, *Ekonomi Politik Internasional: Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Barker, Chris, *Cultural Studies: Teori & Praktik*, terj. Nurhadi, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2011.
- Basbeth Ismail, diakses 28 Januari 2019, <http://www.indonesianfilmcenter.com/profil/index/director/13474/ismail-basbeth>.

- Biagi, Shirley, *Media/Impact: Pengantar Media Massa*, terj. Mochammad Irfan & Wulung Wira Mahendra, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Biran, Misbach Yusa, *Sejarah Film 1900-1950: Bikin Film di Jawa*, Jakarta: Komunitas Bambu, 2009.
- Bungin, H. M. Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Banirestu, Herning, *Riri Riza Fokus Hasilkan Karya Film, Bukan Jualan*, October 21, 2013, diakses 30 Januari 2019, <https://swa.co.id/swa/headline/riri-riza-fokus-hasilka-karya-film-bukan-jualan>.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- Creswell, John W., *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan*, terj. Ahmad Lintang Lazuardi, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Data Penonton*, diakses 14 Juni 2016, <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2008#.WIMaG1kxWf0>.
- Data Penonton*, diakses 04 Januari 2019, <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2009#.XFg2sKAxWf0>.
- Data Penonton*, diakses 04 Januari 2019, <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2013#.XFg4daAxWf0>.
- Dallas Walker Smythe*, diakses 5 Februari 2017, [www.en.m.wikipedia.org/wiki/Dallas\\_Walker\\_Smythe](http://www.en.m.wikipedia.org/wiki/Dallas_Walker_Smythe).
- Deviyana, Nia, "Mencari Hilal, dari Sepi Penonton hingga Tembus Tokyo International Film Festival.", diakses 21 Januari 2017, <http://hiburan.metrotvnews.com/read/2015/09/29/175061/mencari-hilal-dari-sepi-penonton-hingga-tembus-tokyo-international-film-festival>.

- Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*, terj. Dariyatno, dkk., Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya, 2003.
- Effendy, Heru, *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*, Yogyakarta: Panduan, 2006.
- Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Encyclopedia Britannica*, Diakses 1 Mei 2017, <http://www.britannica.com/art/motion-picture>.
- Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widya Padjadjaran, 2009.
- El Ishaq, Ropingi, "Dakwah di Tengah Industrialisasi Media", *Jurnal Komunikasi Islam* (2013), Vol 3, No 1, diakses 20 Januari 2017, <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/18/15>.
- FILM–Mencari Hilal*, Monday, 13 July 2015, diakses 4 Februari 2019, <https://islamindonesia.id/berita/film-mencari-hilal.htm>.
- Graham, Phil, *Political Economy of Communication: A Critique*, Diakses 5 Februari 2017, [http://www.philgraham.net/MME%20Chapter\\_Final.pdf](http://www.philgraham.net/MME%20Chapter_Final.pdf), 2-3.
- Gerakan Islam Cinta*, diakses 4 Februari 2019, [www.islamcinta.co](http://www.islamcinta.co).
- Gerakan Indonesia Tanpa Diskriminasi*, diakses 4 Februari 2019, [www.dennyjaworld.com/denny-ja/profil/828](http://www.dennyjaworld.com/denny-ja/profil/828).
- Hasan, Sandi Suwardi, *Pengantar Cultural Studies: Sejarah, Pendekatan Konseptual & Isu Menuju Studi Budaya Kapitalisme Lanjut*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017.
- Hasjmy, A., *Dustur Dakwah Menurut al-Quran*, Jakarta: Bulan Bintang, 1984.
- Hardt, Hanno, *Critical Communication Studies: Sebuah Pengantar Komprehensif Sejarah Perjumpaan Tradisi Kritis Eropa dan*



- Tradisi Pragmatis Amerika*, terj. Idi Subandy Ibrahim & Yosol Iriantara, Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- Hartley, John, *Communication, Cultural, & Media Studies: Konsep Kunci*, terj. Kartika Wijayanti, Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Hsia (Jo), Yun, “The Film Industry in Taiwan a Political Economy Perspective”, (Disertasi, University of East Anglia School of Political, Social and International Studies, 2011), 2, diakses 27 Maret 2017, <https://ueaeprints.uea.ac.uk/47937/1/2011HsiaYPhD.pdf.pdf>
- Ibrahim, Idi Subandy & Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014.
- Ida, Rahmah, *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Imam Setyantono Chaerul Umam*, diakses 28 Januari 2018. [http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad39d6e61\\_chaerul-umam#.Wm3SUDUghdg](http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad39d6e61_chaerul-umam#.Wm3SUDUghdg).
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Irawanto, Budi, *Film, Ideologi, dan Militer: Hegemoni Militer dalam Sinema Indonesia*, Yogyakarta: Media Pressindo, 1999.
- Ismail, Usmar, *Mengupas Film*, Jakarta: Sinar Harapan, 1983.
- Iskandar, Eddy D., *Mengenal Perfilman Nasional*, Bandung: Rosdakarya, 1987.
- Jurnal Footage, *Riri Riza: Yang Utama adalah Industri Filem!*, 1 Januari 2010, diakses 30 Januari 2019. <http://jurnalfootage.net/v4/riri-riza-yang-utama-adalah-industri-filem/>.
- Karnanta, Kukuh Yudha, “Ekonomi Politik Film Dokumenter Indonesia Dependensi Industri Film Dokumenter Indonesia kepada Lembaga Donor Asing”, *LAKON: Jurnal Sastra &*

- Budaya* (2012), Volume 1, No. 1, diakses 21 Januari 2017.  
<http://journal.unair.ac.id/ekonomi-politik-film-dokumenter-article-6615-media-161-category-.html>.
- Kellner, Douglas, *Budaya Media: Cultral Sudies, Identitas, dan Politik: Antara Modern dan Postmodern*, terj. Galih Bondan Rambatan, Yogyakarta: Jalasutra, 2016.
- Ketika Cinta Bertasbih*, diakses 04 Januari 2019,  
[http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k020-09-954828\\_ketika-cinta-bertasbih#.XIU4xqMxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k020-09-954828_ketika-cinta-bertasbih#.XIU4xqMxWf0).
- Ketika Cinta Bertasbih*, diakses 04 Januari 2019,  
[http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k020-09-954828\\_ketika-cinta-bertasbih/award](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k020-09-954828_ketika-cinta-bertasbih/award).
- Ketika Cinta Bertasbih 2*, diakses 04 Januari 2019,  
[http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k021-09-593411\\_ketika-cinta-bertasbih-2/award#.V4ciFjUXVpk](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k021-09-593411_ketika-cinta-bertasbih-2/award#.V4ciFjUXVpk).
- Kiamat Sudah Dekat*, diakses 14 Juni 2016,  
[http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k016-03-783572\\_kiamat-sudah-dekat#.WOREeFkghdg](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-k016-03-783572_kiamat-sudah-dekat#.WOREeFkghdg).
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama: 1997.
- Laskar Pelangi*, diakses 28 Januari 2018,  
[http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-l013-08-531212\\_laskar-pelangi/award#.XIU2mKMxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-l013-08-531212_laskar-pelangi/award#.XIU2mKMxWf0)
- Laskar Pelangi 2: Edensor*, diakses 04 Januari 2019,  
[http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-l021-13-334156\\_laskar-pelangi-2-edensor#.XFg8oKAxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-l021-13-334156_laskar-pelangi-2-edensor#.XFg8oKAxWf0).

- Lasswell, Harold D., *The Structure and Function of Communication in Society*, 2017, diakses 28 Maret 2019. <https://pracownik.kul.pl/files/37108/public/Lasswell.pdf>.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Littlejohn, Stephen W., & Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, terj. Mohammad Yusuf Hamdan, Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Ma'arif, Bambang S., *Komunikasi Dakwah: Paradigma untuk Aksi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Sosial: Konsep-konsep Kunci*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, terj. Putri Iva Izzati, Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- Mencari Hilal*, diakses 14 Juni 2016, [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-m012-15-029238\\_mencari-hilal#.XIU-KKMxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-m012-15-029238_mencari-hilal#.XIU-KKMxWf0).
- Miles Films*, diakses 28 Januari 2018, <http://milesfilms.net/about/>.
- Mizan Productions*, diakses 24 Januari 2019, [www.mizan.com/mizan-productions](http://www.mizan.com/mizan-productions).
- Mosco, Vincent, *The Political Economy of Communication Second Edition*, London: Sage Publications Ltd., 2009.
- \_\_\_\_\_, diakses 5 Februari 2017, [www.vincentmosco.com](http://www.vincentmosco.com).
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana Media Group, 2013.
- Muhtadi, Asep Saeful, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Muhyiddin, Asep & Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.

- Mwakalinga, Mona Ngusekela, "The Political Economy of the Film Industry in Tanzania: From Socialism to an Open Market Economy, 1961–2010" (Disertasi, Film and Media Studies and the Graduate Faculty of the University of Kansas, 2010), iv, diakses 27 Maret 2017, [https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/7623/Mwakalinga\\_ku\\_0099D\\_11247\\_DATA\\_1.pdf?sequence=1](https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/7623/Mwakalinga_ku_0099D_11247_DATA_1.pdf?sequence=1).
- Murdock, Graham, & Peter Golding, "For a Political Economy of Mass Communications", *Socialist Register* (1973): 205-234, Vol. 10, diakses 5 Februari 2017, [http://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5355/2256#.WJbtqGfj\\_IU](http://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5355/2256#.WJbtqGfj_IU).
- 
- \_\_\_\_\_, "For a Political Economy of Mass Communications", dalam *The Political Economy of the Media*, (ed.) Graham Murdock & Peter Golding, Cheltenham UK: Edward Elgar Publishing Limited, 1997.
- Noor, Henry Faizal, *Ekonomi Media*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Nugroho, Garin & Dyna Herlina S., *Krisis dan Paradoks Film Indonesia*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2015.
- Pasaribu, Adrian Jonathan & Amalia Sekarjati, *Mira Lesmana: Produser Tidak Sama Dengan Cukong*, diakses 4 Februari 2019, <http://filmindonesia.or.id/article/mira-lesmana-produser-tidak-sama-dengan-cukong#.XFgz66AxWf0>.
- Pratista, Himawan, *Memahami Film*, Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008.
- Prahadian, Bayu Rizky, *Testimoni Lukman Hakim (Menteri Agama RI) tentang Film Mencari Hilal*, 2015, diakses 4 Februari 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=p-MyLWwIL7g>.
- Purwadi, Didi, "Riset: Kebanyakan Orang Barat Membenci Islam", Oktober 28, 2015, diakses 29 Maret 2019, <https://m.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/15/10/28/nwxdw2257-riset-kebanyakan-orang-barat-membenci-islam>.

- Pratiwi, Mutia Rahmi, “Komodifikasi Agama dalam Program Acara “Islam Itu Indah” di Trans Tv,” dalam Filosa Gita Sukmono, (ed.), *Ekonomi Politik Media: Sebuah Kajian Kritis*, Yogyakarta: Lingkar Media, 2013.
- Puteh, M. Jakfar, dan Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: AK Group, 2006.
- Rahman, Lisabona & Iwan Setiawan, “Hanung Bramantyo: Ini Islam Yang Saya Tahu”, diakses 14 Juni 2016, <http://filmindonesia.or.id/article/hanung-bramantyo-ini-islam-yang-saya-tahu#.V4XzITUXVpk>.
- Ratna, Nyoman Kutha, *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra: Dari Strukturalisme Hingga Postrukturalisme Perspektif Wacana Naratif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Riza, Riri, diakses 28 Januari 2018, [http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad6b2124b\\_Muhammad-Rivai-Riza#.XIU3SqMxWf1](http://filmindonesia.or.id/movie/name/nmp4b9bad6b2124b_Muhammad-Rivai-Riza#.XIU3SqMxWf1).
- Riri Riza: *Ikut Memajukan Perfilman Indonesia*, 11 April 2011, diakses 4 Februari 2019, <https://tokoh.id/biografi/4-selebriti/ikut-memajukan-perfilman-indonesia/>.
- Ruben, Brent D. & Lea P. Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, terj. Ibnu Hamad, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Rusadi, Udi, *Kajian Media: Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Rulianto, Angga, Jurnal Ruang, diakses 24 Januari 2019, <https://jurnalruang.com/read/1503075479-mira-lesmana-banyak-yang-melihat-kami-tolol>
- Said, Salim, *Profil Dunia Film Indonesia*, Jakarta: PT Pustakakarya Grafikatama, 1990.
- Sardar, Ziauddin & Borin Van Loon, *Mengenal Cultural Studies for Beginners*, terj. Alfathri Aldin, Bandung: Mizan, 2001.

- \_\_\_\_\_, *Membongkar Kuasa Media*, Yogyakarta: Resist Book, 2008.
- Sang Pemimpi*, diakses 04 Januari 2019, [http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-s011-09-213299\\_sang-pemimpi#.XFg1o6AxWf0](http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-s011-09-213299_sang-pemimpi#.XFg1o6AxWf0).
- Saraswati, Ayu, *Ismail Basbeth: Film Bagus Harus Punya Makna Lebih Dalam*, 18 Juli 2016, diakses 30 Januari 2019, <https://serunai.co/2016/07/18/ismail-basbeth-film-bagus-harus-punya-makna-lebih-dalam/>.
- Siapa Kami*, diakses 4 Februari 2019, [www.dapurfilm.com](http://www.dapurfilm.com).
- Sinemart at Glance*, diakses 25 Januari 2019, [www.sinemart.com/profile.php](http://www.sinemart.com/profile.php).
- Solli, Audun, “The power of film in Venezuela and Mexico, 1980-2010”, (Disertasi, Faculty of Humanities, University of Oslo, 2014), xi, diakses 10 Desember 2017, <http://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/38322/Solli+2014+PhD+The+Power+of+Film94637.pdf?sequence=2>.
- Sudibyo, Agus, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2004.
- \_\_\_\_\_, “Absennya Pendekatan Ekonomi Politik untuk Studi Media”, *JSP (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik)* (2000), Volume 4, Nomor 2, diakses 21 Januari 2017, <https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/11116>.
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Sumarno, Marselli, *Dasar-Dasar Apresiasi Film*, Jakarta: Grasindo, 1996.
- Suwendi (ed.), dkk., *Ensiklopedia Islam Nusantara: Edisi Budaya*, Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Jakarta: Kementerian Agama RI, 2018.

- Syah, Hakim, “Dakwah dalam Film Indonesia (Antara Idealisme Dakwah dan Komodifikasi Agama)”, *Jurnal Dakwah: Media Dakwah & Komunikasi Islam* (2013), Vol. 14, No. 2, diakses 20 Januari 2017, <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/283/263>.
- Sadiyah, Dewi, *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015.
- Saputra, Wahidin, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Shihab, M. Quraish, *Membumikan al-Quran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*, Bandung: Mizan, 1994.
- Taufik, M. Tata, *Etika Komunikasi Islam (Komparasi Komunikasi Islam dan Barat)*, Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Tamburaka, Apriadi, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2003.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman, 2, diakses 1 Mei 2017, [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/5168\\_1434-UU33Tahun2009Perfilman.pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/5168_1434-UU33Tahun2009Perfilman.pdf).
- Wasko, Janet, *et. al.* (e.d.), *The Handbook of Political Economy of Communications*, USA: Blackwell Publishing, 2011.
- West, Richard & Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, terj. Maria Natalia Damayanti, Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Wright, Charles R., “Functional Analysis and Mass Communication Revisited” In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications*, 205. Beverly Hills: SAGE Publications, Inc, 1974), diakses 28 Maret 2019, [https://repository.upenn.edu/asc\\_papers/86/](https://repository.upenn.edu/asc_papers/86/)

Yecies, Brian & Richard Howson, “The Korean “Cinema of Assimilation” and the Construction of Cultural Hegemony in the Final Years of Japanese Rule”, *The Asia-Pacific Journal* (2013): 1-19, Volume 11, Issue 25, No. 4, diakses 10 Desember 2017, <http://apjff.org/-Richard-Howson--Brian-Yecies/4137/article.pdf>.

*10 Film Indonesia Terlaris Sepanjang Masa (Termasuk AADC 2 dan My Stupid Boss)*, 20 Juni 2016, diakses 30 Januari 2019. <https://m.teen.co.id/read/281/10-film-indonesia-terlaris-sepanjang-masa-termasuk-aadc-2-dan-my-stupid-boss>.

*10 Film Indonesia dengan Pendapatan Terbesar Sepanjang Masa*, 4 Maret 2016, diakses 30 Januari 2019, <https://id.bookmyshow.com/blog-hiburan/10-film-indonesia-dengan-pendapatan-terbesar-sepanjang-masa/>

*Yuk Intip Film-film Sukses Garapan Miles*, 15 Mei 2016, diakses 30 Januari 2019. <https://m.jpnn.com/news/yuk-intip-film-film-sukses-garapan-miles>.

Ya'qub, Hamzah, *Publisistik Islam; Teknik Da'wah dan Leadership*, Bandung: C.V. Diponegoro, 1981.

Yunus, Mahmud, *Kamus Arab-Indonesia*, Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1990.

Zaidan, Abdul Karim, *Uşūl ad-Da'wah*, Beirut: Risalah, 2010.



**Wawancara:**

Wawancara Pribadi dengan Majida (30 th), tanggal 31 Mei 2018

Wawancara Pribadi dengan Musa (41 th), tanggal 4 Juli 2018.

Wawancara Pribadi dengan Gabriel (43 th), tanggal 29 April 2018.

Wawancara Pribadi dengan Syauqi (30 th), tanggal 12 Mei 2018.

Wawancara Pribadi dengan Hilmi, tanggal 12 Mei 2018.

Wawancara Pribadi dengan Hania (43 th), tanggal 4 Mei 2019.

Wawancara Pribadi dengan Ammar (45 th), tanggal 4 Mei 2019.

## LAMPIRAN I: PANDUAN WAWANCARA

1. Pengertian film bertemakan Islam menurut bapak/ibu/saudara apa? Dan kriteria atau karakteristiknya apa saja?
2. Menurut bapak/ibu/saudara, pesan-pesan ajaran Islam seperti apa yang ingin ditampilkan dalam film *Ketika Cinta Bertasbih*?
3. Film bertemakan Islam yang berkualitas menurut bapak/ibu/saudara harus memenuhi kriteria seperti apa?
4. Simbol-simbol Islam seperti apa yang ingin ditonjolkan dalam film *Ketika Cinta Bertasbih*?
5. Bagaimana manajemen (proses pra produksi, proses produksi dan pasca produksi) dalam memproduksi film *Ketika Cinta Bertasbih*?
6. Mengapa artisnya Muhammad Kholidi Asadil Alam, Andi Arsyil Rahman, Deddy Mizwar, Didi Petet, Lucky Perdana, Habiburrahman El Shirazy, Oki Setiana Dewi, Alice Sofie Norin, Meyda Safira, Niniek L Karim, Tika Putri, Cut Yanthi? Tidak yang lainnya?
7. Siapa yang dijadikan sasaran utama pemirsa film *Ketika Cinta Bertasbih*?
8. Mengapa lokasi *shooting* dilakukan di Kairo-Mesir?
9. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh produser film *Ketika Cinta Bertasbih* agar diminati oleh para penikmat film?
10. Menurut bapak siapa yang paling dominan membuat kebijakan (*policy*) dalam memproduksi suatu film? Semisal *Ketika Cinta Bertasbih*.
11. Konten apa saja yang boleh dan tidak boleh ditayangkan film *Ketika Cinta Bertasbih*?
12. Menurut bapak/ibu/saudara apa kelebihan yang dimiliki film *Ketika Cinta Bertasbih* sehingga mampu menghadapi persaingan industri perfilman?
13. Adakah pelatihan secara khusus bagi para pekerja/kru/artis film yang baru mau direkrut maupun yang sudah berkecimpung dalam memproduksi film?
14. Adakah kendala internal dan eksternal yang dihadapi dalam memproduksi film *Ketika Cinta Bertasbih* dalam persaingan industri perfilman saat ini?

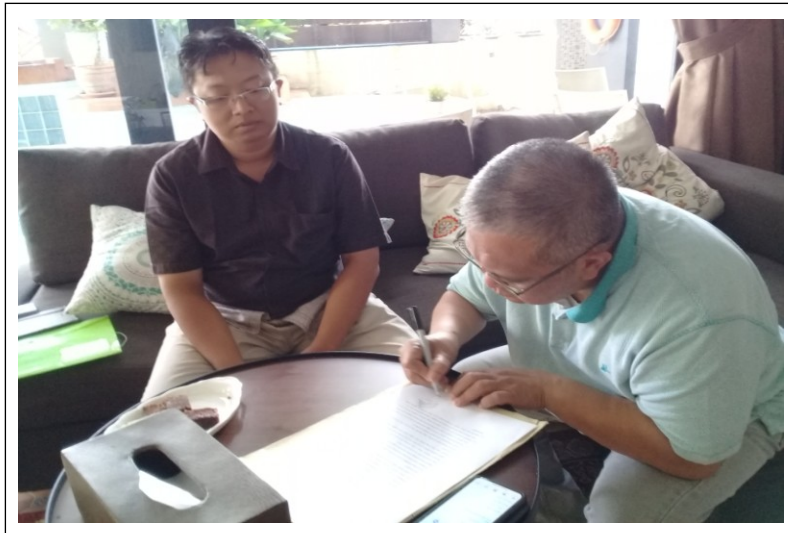
15. Apakah ada iklan dalam memproduksi suatu film? Termasuk *Ketika Cinta Bertasbih*?
16. Apa motivasi melihat film, khususnya film yang bertemakan Islam?
17. Apakah film yang bertemakan Islam memiliki peran dan berfungsi untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman?

## LAMPIRAN II: DOKUMENTASI

### Wawancara dengan Habiburrahman El-Shirazy



## Wawancara dengan Dani Sapawie



## Wawancara dengan Muhammad Kholidi Asadil Alam



**LAMPIRAN III:****Daftar Film Indonesia yang Bertemakan Islam****Tahun 2000-2015**

<b>No</b>	<b>Judul Film</b>	<b>Tahun Produksi</b>	<b>Jumlah Penonton</b>	<b>Sutradara</b>	<b>Produser</b>
1	Kiamat Sudah Dekat	2003	-	Deddy Mizwar	R Giselawati Wiranegara
2	Rindu Kami Padamu	2004	-	Garin Nugroho	Teddy Ibrahim Anwar, Garin Nugroho
3	Serambi	2005	-	Lianto Luseno, Viva Westi, Tonny Trimarsanto, Garin Nugroho	Christine Hakim
4	Ayat-Ayat Cinta	2008	3.581.947	Hanung Bramantyo	Dhamoo Punjabi, Manoj Punjabi
5	Kun Fayakuun	2008	-	H Guntur Novaris	H Yusuf Mansur, Hj Siti Maemunah
6	Mengaku Rasul: Sesat	2008	-	Helfi Kardit	Chand Parwez Servia
7	Syahadat Cinta	2008	-	Gunawan Pagaru	Budhi Sutrisno, B Sutrisno
8	Laskar Pelangi	2008	4.719.453	Riri Riza	Mira Lesmana
9	3 Doa 3 Cinta	2008	-	Nurman Hakim	Nan Achnas, Nurman Hakim, Adiyanto Sumarjono
10	Perempuan Berkalung	2009	793.277	Hanung Bramantyo	Chand Parwez Servia

	Sorban				
11	Ketika Cinta Bertasbih	2009	2.105.192	Chaerul Umam	Cindy Christina, Mitzy Christina
12	Ketika Cinta Bertasbih 2	2009	1.494.730	Chaerul Umam	Cindy Christina, Mitzy Christina
13	Emak Ingin Naik Haji	2009		Aditya Gumay	Putut Widjanarko, Adenin Adlan
14	Di Bawah Langit	2010		Gunung Nusa Pelita, Opick Tomboati	-
15	3 Hati Dua Dunia Satu Cinta	2010		Benni Setiawan	Putut Widjanarko
16	Sang Pencerah	2010	1.108.600	Hanung Bramantyo	Raam Punjabi
17	Dalam Mihrab Cinta	2010	623.105	Habiburrahman El Shirazy	Leo Sutanto
18	Khalifah	2011	-	Nurman Hakim	Nan T Achnas, Nurman Hakim, Sentot Sahid
19	Baik-Baik Sayang	2011	-	Iding Sunadi, Dodi Mawon	Yusuf Selamat, Henri Darmawan
20	Tanda Tanya (?)	2011	552.612	Hanung Bramantyo	Hanung Bramantyo, Celerina Judisari
21	Surat Kecil Untuk Tuhan	2011	748.842	Harris Nizam	Harris Nizam



22	Di Bawah Lindungan Ka'bah	2011	520.267	Hanny R Saputra	Manoj Punjabi, Dhamoo Punjabi
23	Mudik	2011	-	Muchyar Syamas	Raam Punjabi
24	Kehormatan di Balik Kerudung	2011	-	Tya Subiyakto Satrio	Chand Parwez Servia
25	Sajadah Ka'bah	2011	-	Rhoma Irama	Erna Pelita, Endri Pelita
26	Hafalan Shalat Delisa	2011	668.731	Soni Gaokasak	Chand Parwez Servia
27	Ummi Aminah	2012	-	Aditya Gumay	Raam Punjabi
28	Negeri 5 Menara	2012	772.397	Affandi Abdul Rachman	Salman Aristo, Aoura Lovenson Chandra, Dinna Jasanti
29	Cinta Suci Zahrana	2012	-	Chaerul Umam	Leo Sutanto
30	Cinta tapi Beda	2012	-	Hestu Saputra, Hanung Bramantyo	Raam Punjabi
31	Sang Kiai	2013	234.207	Rako Prijanto	Gope T Samtani
32	Bismillah Aku Mencintaimu	2013	-	Asep Kusdinar	Erna Pelita
33	La Tahzan	2013	235.718	Danial Rifki	Frederica
34	99 Cahaya di Langit Eropa	2013	1.189.709	Guntur Soeharjanto	Ody M Hidayat
35	99 Cahaya di Langit Eropa Part 2	2014	587.042	Guntur Soeharjanto	Ody M Hidayat
36	Hijrah Cinta	2014	711.205	Indra Gunawan	Raam Punjabi
37	Hijabers in	2014	-	Ario Rubbik	Ichwan

	Love				Persada
38	Aku, Kau & KUA	2014	-	Monty Tiwa	Chand Parwez Servia, Fiaz Servia
39	Haji Backpacker	2014	375.799	Danial Rifki	Frederica
40	Kukejar Cinta ke Negeri Cina	2014	-	Fajar Bustomi	Chand Parwez Servia, Fiaz Servia
41	Assalamu alaikum Beijing	2014	560.465	Guntur Soeharjanto	Ody Mulya Hidayat
42	Hijab	2015	-	Hanung Bramantyo	Hanung Bramantyo, Zaskia Adya Mecca, Haykal Kamil
43	Penjuru 5 Santri	2015	-	Wimbadi JP	Budi Widiastuti
44	Ada Surga di Rumahmu	2015	-	Aditya Gumay	Avesina Soebli, Nadjmi Zen
45	Ayat-Ayat Adinda	2015	-	Hestu Saputra	Hanung Bramantyo, Putut Widjanarko, Raam Punjabi, Salman Aristo
46	Mencari Hilal	2015	-	Ismail Basbeth	Raam Punjabi, Putut Widjanarko, Salman Aristo
47	Surga yang Tak Dirindukan	2015	1.523.617	Kuntz Agus	Manoj Punjabi
48	99% Muhrim: Get Married 5	2015	-	Fajar Bustomi	Chand Parwez Servia, Fiaz Servia
49	Jenderal Soedirman	2015	-	Viva Westi	Handi Ilfat, Sekar Ayu

					Asmara, M Nolizam, Ratna Syahnakri
50	Air Mata Fatimah	2015	-	OK Mahadi, Bayu P Atmodjo	Oon Aunuroup
51	Malaikat Kecil	2015	-	Richyana	Ingrid Rhemanty, Arri Wahyudi Edimar
52	Air Mata Surga	2015	425.179	Hestu Saputra	Lela Tresna, Agung Saputra, Dave Gerald
53	Bait Surau	2015	-	Kuswara Sastra Permana	Anita Aulia
54	Harim di Tanah Haram	2015	-	Ibnu Agha	H Abu Hamzah, Nur Syariah Mansyur, Ibnu Agha
55	Bulan Terbelah di Langit Amerika	2015	917.865	Rizal Mantovani	Ody Mulya Hidayat

(Sumber: [www.filmindonesia.or.id](http://www.filmindonesia.or.id) diakses 14 Juni 2016,  
[www.metronews.com](http://www.metronews.com), [www.theatersatu.com](http://www.theatersatu.com), diakses 21 Januari  
2017).

**LAMPIRAN IV:****Daftar Film Indonesia yang Bertemakan Islam Tahun 2000-2015  
(Jumlah Penonton Terbanyak, Sedang dan Sedikit)**

<b>No</b>	<b>Judul Film</b>	<b>Tahun Produksi</b>	<b>Jumlah Penonton</b>	<b>Sutradara</b>	<b>Pemeran</b>
1	Laskar Pelangi	2008	4.719.453	Riri Riza	Zulfanny, Lukman Sardi, Ferdian, Ario Bayu, Ikranagara, Cut Mini Theo, Veris Yamarno, Slamet Rahardjo, Tora Sudiro, Mathias Muchus, Rieke Diah Pitaloka, Teuku Rifnu Wikana, Alex Komang, Jajang C Noer, Yogi Nugraha, Dewi Ratih Ayu Safitri, Marcella El Jolia Kondo, Levina
2	Ketika Cinta Bertasbih 1(Lokasi: Kairo, Mesir dan Indonesia)	2009	2.105.192	Chaerul Umam	Kholidi Asadil Alam, Andi Arsyil Rahman, Deddy Mizwar, Didi Petet, Lucky Perdana,

					Habiburrahman El Shirazy, Oki Setiana Dewi, Alice Sofie Norin, Meyda Safira, Niniek L Karim, Tika Putri, Cut Yanthi
3	Ketika Cinta Bertasbih 2 (Lokasi: Indonesia)	2009	1.494.730	Chaerul Umam	
4	Mencari Hilal	2015	12.000	Ismail Basbeth	Deddy Sutomo, Torro Margens, Erythrina Baskoro, Oka Antara

(Sumber: [www.filmindonesia.or.id](http://www.filmindonesia.or.id) diakses 14 Juni 2016, [www.metronews.com](http://www.metronews.com), [www.theatersatu.com](http://www.theatersatu.com), diakses 21 Januari 2017).

**LAMPIRAN V:**

**POSTER LASKAR PELANGI**



**Gambar 3.1**  
**Poster Laskar Pelangi**

## POSTER KETIKA CINTA BERTASBIH 1 & 2



**Gambar 3.2**  
**Poster Ketika Cinta Bertasbih 1**



**Gambar 3.3**  
**Poster Ketika Cinta Bertasbih 2**



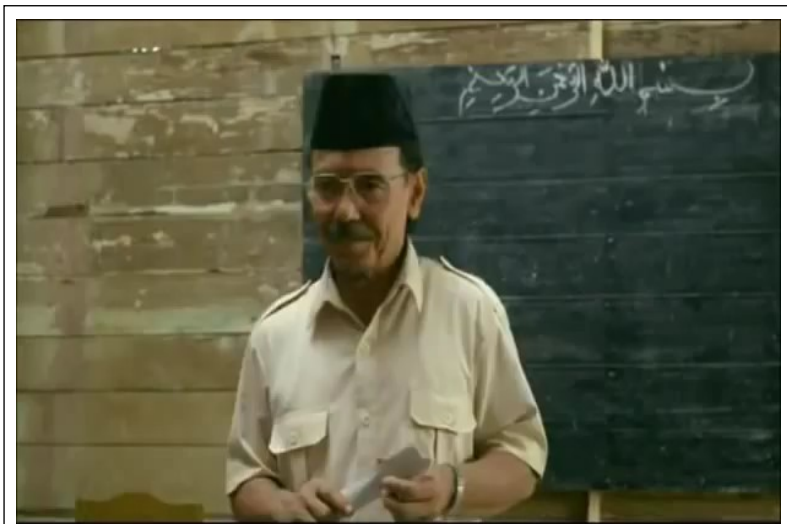
## POSTER MENCARI HILAL



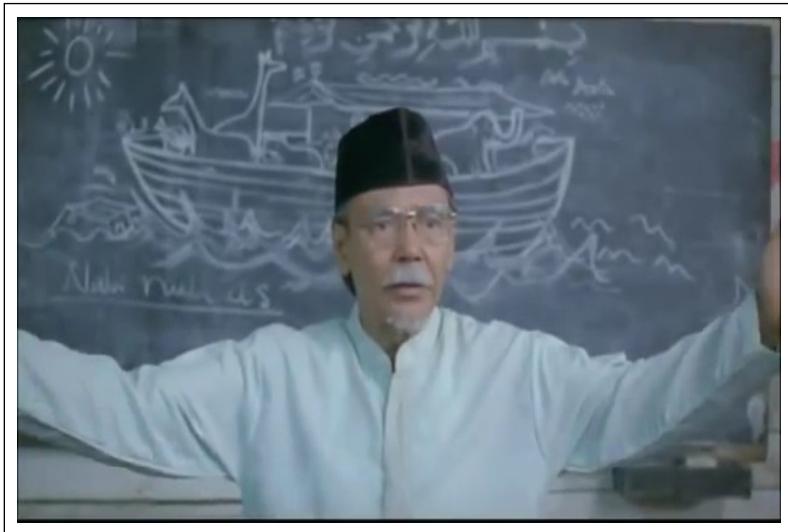
**Gambar 3.4.**  
**Poster Mencari Hilal**



**Gambar 4.1**  
**Ikal dan Pengelola PT Timah**



**Gambar 4.2**  
**Orang Tua dan Peserta Didik sedang Mendengarkan Penjelasan**  
**Pak Harfan**



**Gambar 4.3**  
**Pak Harfan sedang Bercerita dan Salat Berjemaah**



**Gambar 4.4**  
**Suasana SD Muhammadiyah Gantong**





**Gambar 4.5**  
**Pak Harfan dan Pak Zulfikar sedang Membicarakan tentang**  
**Eksistensi SD Muhammadiyah Gantong**



**Gambar 4.6**  
**Peserta Didik sedang Melafalkan Pancasila dan Buruh PT Timah sedang Bercengkerama**





**Gambar 4.7**  
**Menara Eifel, Piagam, Ibu Muslimah dan**  
**Peserta Didik**



**Gambar 4.8**  
**Panorama Mesir**



**Gambar 4.9**  
**Pak Ali dan Azzam sedang Membicarakan tentang Jodoh**



**Gambar 4.10**  
**Penjelasan Azzam kepada Eliana tentang Muamalah**



**Gambar 4.11**  
**Azzam Membeli Buku di Maktabah Ammu Sabir**



**Gambar 4.12**  
**Azzam Menganjurkan Eliana untuk Mengenakan Busana Muslimah Bila Menemui Ibunya Azzam**



**Gambar 4.13**  
**Eliana Mengenakan Jilbab/Kerudung**



**Gambar 4.14**  
**Azzam Menasehati Fadil**





**Gambar 4.15**  
**Kiai Lutfi Meminta Azzam sebagai Pengganti**



**Gambar 4.16**  
**Jemaah sedang Menyimak Kajian Azzam**



**Gambar 4.17**  
**Kiai Lutfi Meminta Pendapat Ana tentang Azzam**



**Gambar 4.18**  
**Azzam Pasrah kepada Kiai Lutfi untuk Dicarikan Jodoh**



**Gambar 4.19**  
**Suasana Pasar dan Warung Pak Mahmud**



**Gambar 4.20**  
**Mahmud Mengajak Saiful untuk Melihat Hilal**

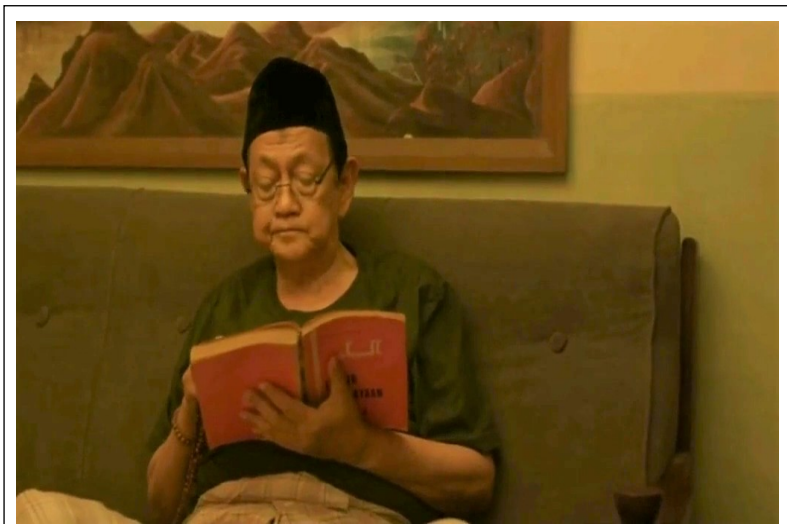


**Gambar 4.21**  
**Pak Mahmud Bersikeras Ingin Melihat Hilal**



**Gambar 4.22**  
**Pak Mahmud dan Heli sedang Mengamati Hilal**





**Gambar 4.23**  
**Mahmud Memakai Peci dalam Kesehariannya**



**Gambar 4.24**  
**Musala dan Masjid sebagai Simbol Umat Muslim**



**Gambar 4.25**  
**Pak Mahmud Menasehati Sopir Bis agar Salat Dahulu**



**Gambar 4.26**  
**Perdebatan Sengit antara Pak Mahmud dan Heli**



**Gambar 4.27**  
**Pak Mahmud Berbincang dengan Jemaah Masjid**

## RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ahmad Zaini, Lc., M.S.I.
2. Tempat & Tgl. Lahir : Blora, 10 November 1978
3. Alamat Rumah : Sakbunder RT 04 RW 03 Dersalam Bae  
Kudus  
HP : 081575670856  
E-mail : zaini78@stainkudus.ac.id
- 4 Istri : Nurul Hidayati, Lc., M.S.I.
- 5 Anak : 1. Nabhan Mutsaqqaf Zain  
2. Balqis Magda Zain  
3. Zaidan Syauqi Zain

### B. Riwayat Pendidikan

1. S1 Universitas Al-Azhar Kairo Mesir 2005
2. S2 IAIN Walisongo Semarang 2007
3. S3 UIN Walisongo Semarang 2014 – 2019

### C. Prestasi Akademik

1. Makalah terpilih dalam acara International Seminar on Media and Da'wah Academy of Islamic Studies University of Malaya, Malaysia, 2015.
2. *The Best Paper* pada Pararel Session di Seminar Nasional Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2017.
3. Makalah Terpilih pada Konferensi Nasional Komunikasi Islam di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.

### D. Karya Ilmiah

1. Membentuk Keluarga Sakinah Melalui Bimbingan dan Konseling Pernikahan, *Konseling Religi: Jurnal Bimbingan Konseling Islam IAIN Kudus*, 2015.
2. Shalat Sebagai Terapi Bagi Pengidap Gangguan Kecemasan dalam Perspektif Psikoterapi Islam, *Konseling Religi: Jurnal Bimbingan Konseling Islam STAIN Kudus*, 2015.

3. Dakwah melalui Televisi, *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam STAIN Kudus*, 2015.
4. Religiositas Hamka dalam Novel “Di Bawah Lindungan Ka’bah” Perspektif Hermeneutik Schleiermacher, *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam STAIN Kudus*, 2015.
5. Telaah Pemikiran Ibn Bajjah, *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keagamaan STAIN Kudus*, 2015.
6. Mengurai Sejarah Timbulnya Pemikiran Ilmu Kalam dalam Islam, *Esoterik: Jurnal Akhlak dan Tasawuf STAIN Kudus*, 2015.
7. DAKWAH MELALUI RADIO: Analisis terhadap Format Siaran Dakwah di Radio, *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam STAIN Kudus*, 2016.
8. Analisis Metode Ceramah Mamah Dedeh dalam Acara Mamah Dan Aa Beraksi Di Indosiar Dengan Tema “Orang Ketiga Perusak Keluarga”, *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam STAIN Kudus*, 2016.
9. Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia bagi Organisasi Dakwah, *Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah STAIN Kudus*, 2016.
10. Manajemen Dakwah Ikatan Remaja Masjid Baiturrohman (IRMABA) di Desa Pucakwangi Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati, *Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah STAIN Kudus*, 2016.
11. Terapi Sufistik Untuk Penyembuhan Gangguan Mental dan Mewujudkan Pribadi Yang Sehat, *Konseling Religi: Jurnal Bimbingan Konseling Islam STAIN Kudus*, 2017.
12. Memahami Komunikasi Lintas Budaya Sebagai Sarana Dakwah, *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam STAIN Kudus*, 2017.
13. Analisis Semiotik Dakwah Antarbudaya dalam Rubrik Lentera IAIN Kudus Suara Merdeka, *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah IAIN Pontianak*, 2017.
14. Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara “Mamah & Aa Beraksi” di Indosiar, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2017.

15. Representasi Bimbingan dan Konseling Islami dalam Menjawab Problem Keagamaan (*Cultural Studies* dalam Film Ima & Nisa), *Konseling Religi: Jurnal Bimbingan Konseling Islam STAIN Kudus*, 2018.

Semarang, 8 Mei 2019

**Ahmad Zaini**  
NIM: 1400039019