

**KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FILM IQRO: MY
UNIVERSE**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah**

Oleh :

Ratih Listyorini

(1801026038)

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UIN WALISONGO SEMARANG

2023

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 Eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Komunikasi Islam (KPI)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara:

Nama : Ratih Listyorini
NIM : 1801026038
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi Penyiaran Islam/ Televisi Dakwah
Judul : Komodifikasi Agama Dalam Film *Iqro: My Universe*

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih
Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 31 Maret 2023

Pembimbing,



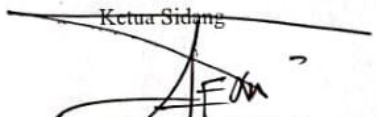
Fitri, M.Sos.


NIP. 19890507 201903 2 021


PENGESAHAN UJIAN MUNAQSAH
SKRIPSI
KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FILM IQRO: MY UNIVERSE

Disusun Oleh:
Ratih Listyorini
1801026038

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 April 2023 dan dinyatakan **LULUS** memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

H. M. Afandi, M.Ag
NIP. 19710830 199703 1 003

Sekretaris/Sidang

Aderi S. Kom.I.M.A.
NIP.19910120201903 1 006

Penguji I

Dr. Hj. Umul Baroroh, M.Ag
NIP.19660508 199101 2 001

Penguji II

Farida Rachmawati, M.Sos
NIP.19910708 201903 2 001

Mengetahui Pembimbing


Fitri, M. Sos.
NIP.19890507 201903 2 021

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

28 April 2023

Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.
NIP.2000112 1 003



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 31 Maret 2023



Ratih Lisvorni

NIM. 1801026038

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Alhamdulillahillobbil'amin, segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik meskipun ada beberapa rintangan dan hambatan. Tak lupa Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada beliau, nabi agung, nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat- sahabatnya dan orang- orang mu'min yang mengikutinya yang kelak kita semua akan mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti, Aamiin.

Dengan segala kesadaran dan kerendahan hati, penyusunan skripsi ini yang berjudul “Komodifikasi Agama Dalam Film Iqro My Universe” tidak terlepas dari bantuan, semangat dan dorongan baik material maupun spiritual dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Univeritas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. H. M. Alfandi, M. Ag., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dan Nilnan Ni'mah, M. SI. selaku Sekretaris Jurusan KPI.
4. Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd. selaku wali dosen akademik yang membersamai penulis di awal dalam menentukan judul penelitian dan memberikan motivasi, pengarahan, kepada penulis.
5. Fitri, M. Sos., selaku dosen pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah membimbing, mengarahkan, mengkritik dan memberikan ilmunya kepada penulis selama dalam masa perkuliahan.

7. Bapak Suhardi dan Ibu Muryanti, kedua orang tua penulis yang telah merawat penulis dan memberikan do'a, restu, serta motivasi agar penulis selalu bersemangat menjalani proses studi hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman terbaik penulis, Rexza Berliyana. Terimakasih telah menjadi bagian cerita hidup penulis, mendukung, mengarahkan dan menemani. Sungguh penulis sangat bersyukur Allah telah mempertemukan kita.

9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan. Penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Semarang, 31 Maret 2023



Ratih Listyorini

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Keluarga tercinta, Bapak Suhardi dan Ibu Muryanti yang tak pernah lelah mendo'akan penulis untuk sukses di dunia dan berkah di akhirat. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rezeki, kesehatan, keberkahan di dunia dan ridho-Nya pada beliau berdua.
2. Kakak saya Bayu Kuncoro, Kresna Wijayanti, dan Adik saya Bima Ardi Putra yang selalu mengerti keadaan penulis dan memberi semangat pada penulis.
3. Penulis sendiri yang telah berhasil menyelesaikan skripsi ini.
4. Rexza Berliyana yang memberikan semangat dan memperlihatkan sikap kepeduliannya pada penulis.
5. Almamater Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

MOTTO

Que será, será

Whatever will be, will be

The futures not ours to see

Que será, será

What will be, will be

(What Ever Will Be, Will Be- Doris Day)

ABSTRAK

Ratih Listyorini, 1801026038. Komodifikasi Agama dalam Film Iqro: My Universe. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim berdasarkan dataindonesia.id, sebanyak 86,9 persen beragama Islam yang menjadikan Indonesia sebagai pasar potensial dalam pemasaran produk dengan labelisasi agama. Selain itu, perpaduan media dan teknologi yang terus berkembang secara tidak langsung berhasil menghasilkan realitas produk agama yang dikemas sebagai komoditas industri, tanpa terkecuali film.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui seperti apa komodifikasi agama yang ada pada film Iqro: My Universe. Sumber data dalam penelitian ini adalah film Iqro: My Universe dengan data primer berupa potongan scene yang terdapat pada film. Data yang didapatkan melalui metode dokumentasi dan menggunakan analisis data Miles dan Huberman. Analisis data Miles dan Huberman bekerja melalui tiga proses yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan akhir.

Hasil yang diperoleh berdasarkan tujuh konsep indikator komodifikasi agama, maka penelitian ini menghasilkan bahwa pada film Iqro: My Universe memuat unsur komodifikasi agama antara lain kebiasaan, keterkaitan emosional, narasi pemaknaan, dasar filsafat, etika, fenomena sosial, dan material materialistik.

Kata kunci: *Agama Islam, Komodifikasi Agama, Film*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka	4
F. Metode Penelitian	7
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	7
2. Definisi Konseptual	7
3. Sumber dan Jenis Data	8
4. Teknik Pengumpulan Data	9
5. Teknik Analisis Data	10
G. Sistematika Penulisan	12
BAB II : TEORI KOMODIDIKASI AGAMA DAN FILM	13
A. Komodifikasi Agama	13
1. Pengertian Komodifikasi	13
2. Bentuk Komodifikasi	15
3. Komodifikasi Agama	17

B. Film	24
1. Pengertian Film	27
2. Jenis- Jenis Film	29
3. Tujuan Film	29
4. Fungsi Film	30
5. Unsur- Unsur Film	30
6. Tahapan Produksi Film	32
BAB III : FILM IQRO: MY UNIVERSE	34
A. Profil Film Iqro: My Universe	35
B. Tokoh Film Iqro: My Universe	36
C. Sinopsis Film Iqro: My Universe	35
D. Scene Komodifikasi Agama yang ada pada Film Iqro: My Universe	37
BAB IV : ANALISIS KOMODIFIKASI AGAMA YANG ADA PADA FILM IQRO: MY UNIVERSE	47
A. Analisis Komodifikasi Agama ada pada FilmIqro: My Universe	47
BAB V : PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	57
C. Penutup	58
DAFTAR PUSTAKA	59
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Unit analisis film Iqro: My Universe	9
Tabel 2. Indikator Komodifikasi Agama	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Analisis Data Miles dan Huberman.....	10
Gambar 2. Poster film Iqro: My Universe	34
Gambar 3. Menggunakan Tokoh Berpengaruh	37
Gambar 4. Berdzikir	38
Gambar 5. Menceritakan Kisah Isra Mi'raj.....	39
Gambar 6. Menceritakan Terbentuknya Alam Semesta	40
Gambar 7. Penggunaan Narasi Keislaman pada Judul Film.....	40
Gambar 8. Merapatkan Barisan Shalat	41
Gambar 9. Berbelanja	42
Gambar 10. Mengaji Al- Qur'an	42
Gambar 11. Bersikap Qanaah pada Takdir Allah	43
Gambar 12. Mencium Tangan Orang Tua	43
Gambar 13. Menjaga Tali Silaturahmi	44
Gambar 14. Menjaga Alam	45
Gambar 15. Pemakaian Busana Muslim	45
Gambar 16. Tradisi Membangunkan Orang Sahur	45
Gambar 16. Penempatan Dua Brand Hijab	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran komodifikasi agama terbentuk dari transformasi komodifikasi dan komoditas yang awalnya tidak dipasarkan saat ini menjadi hubungan bisnis. Fenomena komodifikasi agama telah ada di Indonesia adalah label halal pada suatu produk makanan, trend *fashion* muslim berbagai model, lembaga pendidikan, perbankan syariah, tanpa terkecuali industri media. Seiring pembentukan gaya hidup dan perkembangan pasar di Indonesia, agama digunakan sebagai momentum daya tarik dalam berbisnis. (Yustati, 2017).

Media massa sebagai salah satu contoh realitas yang terkena proses komodifikasi. Bungin menegaskan media massa sebagai sarana yang digunakan untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara lengkap dan mudah diakses (Yuni, 2021). Selaras dengan hal itu De Fleur dan McQuail menegaskan proses media massa terjadi jika komunikator menggunakan media secara massal dan konsisten sehingga akan mempengaruhi khalayak besar (Jampel, dkk. 2016). Shirley Biagi menyebutkan tiga konsep media masa, yakni media massa yang berpusat pada keuntungan, perkembangan dan perubahan teknologi mempengaruhi isi media, dan media massa mencerminkan serta mempengaruhi kehidupan masyarakat, politik, budaya, dan lain sebagainya (Shanty, 2015).

Seiring masuknya komodifikasi agama pada media massa juga menjadikan konten agama digunakan sebagai komoditi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sedangkan masyarakat memanfaatkan media sebagai alat untuk hiburan. Salah satu jenis media massa banyak mendapat perhatian masyarakat adalah film. Film sebagai penyampai pesan komunikasi melalui audio visual. Seiring meningkatnya peminat film di Indonesia, kini peran film tidak hanya sebatas media hiburan melainkan juga sebagai penyampai pesan. Pembuatan sebuah film bertujuan sebagai

wadah penyampai pesan langsung melalui gambar, dialog, dan lakon sehingga efektif menyebarkan misi, gagasan, dan hal lain (Telling, 2012).

Film sebagai komoditas yang menguntungkan karena perputaran uang di industri film menjadi bisnis yang menjanjikan sehingga banyak peminat. Hal ini didukung oleh pendapat Parwanto yang mengatakan keuntungan penjualan buku *best seller* jika dibandingkan film *best movie* adalah satu banding seribu (Juliana, 2016). Melalui data tersebut kini film menjadi tren tersendiri kalangan para sutradara, tanpa terkecuali film religi. Syah menyatakan maraknya pembuatan film religi di Indonesia dikarenakan dua sudut pandang. Pertama, idealisme dakwah sebagai strategi ekonomi politik yang disajikan dalam bentuk artefak budaya. Kedua, agama telah dikomodifikasi, artinya film yang diproduksi adalah komersialisasi keagamaan yang dihasilkan oleh media massa dalam bentuk budaya populer (Syah, 2013).

Film religi merupakan film yang menceritakan kehidupan manusia sebagai umat beragama sesuai syariat Al-Qur'an dan hadist. Film religi kini menjadi trend bagi para sutradara, selain memberikan nilai edukasi yang digabungkan dengan nilai agama juga mengajarkan perilaku positif sehingga cocok untuk pasar Indonesia. Hadirnya film *Iqro: My Universe* dengan rating G (*general audience*) yang dapat ditonton segala usia menjadi salah satu contoh film religi yang beredar di masyarakat. Film ini serentak tayang pada tanggal 11 Juli 2019 di bioskop seluruh Indonesia, disutradarai Iqbal Alfajri dan diproduksi Salman Film Academy. Film *Iqro: My Universe* merupakan produksi film religi kedua Iqbal Alfajri dibawah naungan Masjid Salman Institut Teknologi Bandung.

Film *Iqro: My Universe* telah ditonton sebanyak 131.280 orang dalam waktu dua hari serta menempati posisi ketiga kategori penonton terbanyak tahun 2019 (Novriandi, 2019). Film *Iqro: My Universe* pun mendapat apresiasi positif pada Indonesia Night dalam Sofia Menar Film Festival di Bulgaria (Gibbons, 2020). Meskipun sutradara lebih banyak menggarap

film *independent*, namun film Iqro: My Universe dapat bersaing dengan film religi lain garapan sutradara terkenal.

Produksi film Iqro: My Universe lahir dari kecemasan orang tua ketika memilih tontonan ramah anak yang membantu mereka percaya diri mencapai cita-cita yang tinggi dan tetap tawakal dalam mewujudkannya, dikarenakan kala itu minimnya film religi yang dapat membantu mereka memiliki sikap semangat, percaya diri, dan husnuzan pada takdir Allah. Berawal dari kecemasan itu film Iqro: My Universe dihadirkan dengan nuansa agama Islam dengan menggabungkan genre sains-religi ditunjukkan untuk masyarakat, khususnya anak-anak sebagai salah satu cara memperkuat karakter Islami. Perpaduan tiga konsep yakni keluarga, religi, dan sains menghasilkan dasar pendidikan lengkap yang dibangun dengan penuh kasih sayang dapat dilihat melalui adegan dan dialog para tokoh.

Begitupula dengan film religi lain mengkomodifikasi agama berlandaskan Islam, padahal film tersebut memasarkan cerita *romance* para aktor, hingga permasalahan dalam rumah tangga. Cerita yang dipertunjukkan kepada penonton telah ditata produser dan sutradara sesuai permintaan pasar untuk menghasilkan keuntungan. Hal tersebut didukung dengan produser film yang memiliki nama besar di Indonesia atau produser yang telah menghasilkan film yang sukses di pasaran. Sehingga nilai budaya dan seni dikalahkan oleh kepentingan pasar (Juliana, 2016).

Film Iqro: My Universe kini dapat kita saksikan melalui aplikasi VIU berdurasi 1 jam 14 menit ini menceritakan kisah perjalanan Aqila diperankan Aisha Nurra Datau, seorang pelajar yang mempunyai mimpi menjadi astronot perempuan. Aqila selalu berusaha dengan maksimal dan melakukan apa saja yang agar mimpinya tercapai. Fokus film Iqro: My Universe menceritakan kisah perjalanan Aqila dalam mewujudkan mimpi dengan mengangkat tema pengetahuan ilmu antariksa dipadukan dengan dakwah Islam. Sebagai film religi, film tersebut menyisipkan unsur keislaman yang jelas dalam scene dan dialog. Hal tersebut yang

melatarbelakangi peneliti mengkaji komodifikasi agama dalam film Iqro: My Universe.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini yaitu seperti apa komodifikasi agama yang ada pada film Iqro: My Universe?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komodifikasi agama yang ada pada film Iqro: My Universe.

D. Manfaat Penelitian

Adapaun manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a) Berpotensi menghasilkan bacaan baru di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya penekanan dalam dakwah televisi.
- b) Menambah wawasan dan pemahaman terhadap kajian komunikasi melalui analisis kualitatif deskriptif pada film.

2. Manfaat Praktis

- a) Menjadi rujukan bagi peneliti lain yang ingin menganalisis permasalahan mengenai komodifikasi agama.
- b) Menjadi bahan masukan informasi, bahan referensi, dan bahan pustaka yang lengkap bagi individu yang membutuhkan termasuk akademisi dan praktisi pada khususnya.

E. Tinjauan Pustaka

Peneliti mengacu pada penelitian yang ada untuk menghindari kesamaan dan plagiarisme.

Pertama, Wivio Aulia (2021), meneliti tentang *Representasi Komodifikasi Simbol Religi Dalam Serial Film Messiah (Analisis*

semiotika Roland Barthes Terhadap Tokoh Payam Golshiri). Pokok permasalahan dalam penelitian tersebut yaitu mencari komodifikasi simbol religi dalam film *Messiah*. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan analisis semiotika Roland Barthes dengan pengumpulan data observasi serial film *Messiah*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa film bertema Islam merupakan komoditas religi yang menjadi komoditas konten yang diproduksi dan dipasarkan dalam bentuk budaya populer. Melalui industri film, aspek ekonomi dan keuntungan menjadi tujuan utama daripada agama. Perbedaan penelitian Wivio Aulia dengan peneliti adalah teknik analisis, penambahan kata representasi dan pemilihan film yang diteliti. Sedangkan persamaan terletak pada fokus penelitian yakni komodifikasi.

Kedua, Muhammad Tsani Irsyadi (2020), meneliti tentang *Analisis Semiotika Komodifikasi Nilai Agama Dalam Iklan Luwak White Koffie Versi Ustad Taufiqurahman Ramadhan 2020*. Pokok permasalahan dalam penelitian tersebut yaitu mencari ikon, indeks, simbol komodifikasi bahasa agama pada iklan Luwak White Koffie Versi Ustad Taufiqurahman Ramadhan 2020. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif paradigma kritis analisis semiotika Charles Sander Pierce dengan dokumentasi dan observasi sebagai metode pengambilan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam industri periklanan bertujuan mempengaruhi konsumen agar membeli produknya dengan penggunaan visual tanda- tanda keagamaan melalui brand ambassador, busana muslim, monolog iklan, dan logo halal MUI. Perbedaan penelitian Muhammad Tsani Irsyadi dengan peneliti adalah teknik analisis dan obyek iklan di televisi, sedangkan persamaan terletak pada fokus penelitian yakni komodifikasi.

Ketiga, Lailiyah Nurhasanah (2020), meneliti tentang *Komodifikasi Agama Islam Dalam Iklan Televisi Pasta Gigi Sasha Siwak*. Pokok permasalahan dalam penelitian tersebut yaitu mencari komodifikasi agama Islam dalam iklan televisi Pasta Gigi Sasha Siwak. Penelitian tersebut

menggunakan kualitatif paradigam kritis analisis semiotika dengan dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi agama Islam dalam iklan pasta gigi Sasha Siwak terdapat pada busana muslim, logo halal MUI, dan tampilan pasta gigi Sasha Siwak. Perbedaan penelitian Lailiyah Nurhasanah dengan peneliti adalah teknik analisis dan iklan di televisi, sedangkan persamaan terletak pada fokus penelitian yakni komodifikasi.

Keempat, Fitrah Febriani R (2020), meneliti tentang *Analisis Semiotik Pesan Dakwah Pada Film Iqro: My Universe*. Pokok permasalahan dalam penelitian tersebut yaitu mencari pesan dakwah dan penyampaian pesan dakwah dalam film Iqro: My Universe. Penelitian tersebut menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan teori segitiga makna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film Iqro: My Universe terdapat pesan dakwah dalam bentuk pesan Aqidah, syariah, dan akhlak. Perbedaan penelitian Fitrah Febriani R dengan peneliti adalah analisis dan pembahasan yang diteliti, sedangkan persamaan terletak pada film yang akan diteliti.

Kelima, Dandy Irawan (2020), meneliti tentang *Representasi Pesan Integrasi Islam Dan Ilmu Dalam Film Iqro: My Universe*. Pokok permasalahan dalam penelitian tersebut yaitu mencari representasi pesan integrasi Islam dan ilmu dalam film Iqro: My Universe. Penelitian tersebut menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan teori segitiga makna yang terdiri dari *representament*, *object*, dan *interpretant*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *representament* dalam film Iqro: My Universe dimunculkan dengan adegan membaca Al-Qur'an, sholat dan puasa. *Object* dimunculkan dengan adegan pembuatan robot mars. *Interpretant* dimunculkan dengan adegan sebaik- baiknya ilmu adalah ilmu yang bermanfaat bagi orang lain. Perbedaan penelitian Dandy Irawan dengan peneliti adalah analisis dan pembahasan yang diteliti, sedangkan persamaan terletak pada film yang akan diteliti.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data dalam bentuk bahasa tertulis atau lisan yang diamati (Moleong, 2013). Kualitatif deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena yang ada, baik secara alamiah maupun rekayasa dengan memperhatikan karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Langkah-langkah yang dilalukan melalui beberapa tahap yaitu perumusan masalah, penggunaan kajian teori jika diperlukan, pengumpulan data, analisis data, dan penyimpulan. Peneliti menggunakan jenis dan pendekatan penelitian tersebut agar dapat mengupas tuntas permasalahan komodifikasi agama yang terjadi dalam film religi.

2. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual merupakan konsepsi yang disusun berdasarkan teori yang telah ditetapkan. Peneliti menganalisis komodifikasi agama yang ada di film *Iqro: My Universe* menggunakan analisis Miles dan Huberman yang diinterpretasikan melalui tiga tahapan. Yaitu tahapan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan akhir.

Konteks komodifikasi agama merupakan upaya untuk mengubah barang dan jasa nilai menjadi nilai tukar yang berorientasi pada pasar dan mendekati media massa dalam pendekatan ekonomi politik (Surahman, Sigit dkk, 2019). Selaras dengan hal ini, komodifikasi tidak ada batasan yang berlaku, tanpa terkecuali media. Dengan adanya media komoditas menggunakan agama di media sosial karena komodifikasi agama sering di definisikan sebagai transformasi nilai guna agama sebagai pedoman hidup yang berlandaskan keyakinan ketuhanan dan simbolnya menjadi nilai tukar disesuaikan dengan kebutuhan manusia (Husna, 2018).

Agar tidak terjadi kesalahan, batasan dalam penelitian ini difokuskan berdasarkan tujuh konsep indikator komodifikasi agama yang di adaptasi dari kerangka Ninian Smart yakni dengan mendudukan agama sebagai barang yang dengan fungsi spiritualnya bisa menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan. Kemudian peneliti akan memilah dan menentukan scene (visual dan audio) maupun tulisan serta simbol pada film. Indikator komodifikasi agama yang menjadi acuan yaitu kebiasaan, keterkaitan emosia, narasi pemaknaan, dasar filsafat, etika, fenomena sosial, dan material materialistik.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber dan jenis data merupakan suatu faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data (Indiantoro, 2013). Sumber data sebagai subyek dalam memperoleh data, peneliti menggunakan film Iqro: My Universe yang ditonton ulang pada aplikasi Viu. Sedangkan jenis data sebagai data itu sendiri yang digunakan peneliti yakni potongan scene (visual dan audio) maupun tulisan atau simbol pada film. Sedangkan unit analisis yang dikaji dalam penelitian ini adalah 15 scene yang mengarah pada indikator komodifikasi agama. Hal tersebut peneliti batasi agar penelitian ini hanya berfokus pada komodifikasi agama yang terjadi pada film. 13 scene tersebut antara lain sebagai berikut:

No	Scene	Menit
1	Scene 1	1: 37: 14
2	Scene 2	31: 20: 29
3	Scene 3	34: 05
4	Scene 4	55: 35
5	Scene 5	00: 56

6	Scene 6	47: 19
7	Scene 7	1: 19: 35
8	Scene 8	1: 14: 00
9	Scene 9	16: 06
10	Scene 10	1: 24: 06
11	Scene 11	58:16
12	Scene 12	20: 51
13	Scene 13	32: 46
14	Scene 14	1: 20: 37
15	Scene 15	1: 19: 37

Tabel 1. Unit Analisis film Iqro: My Universe

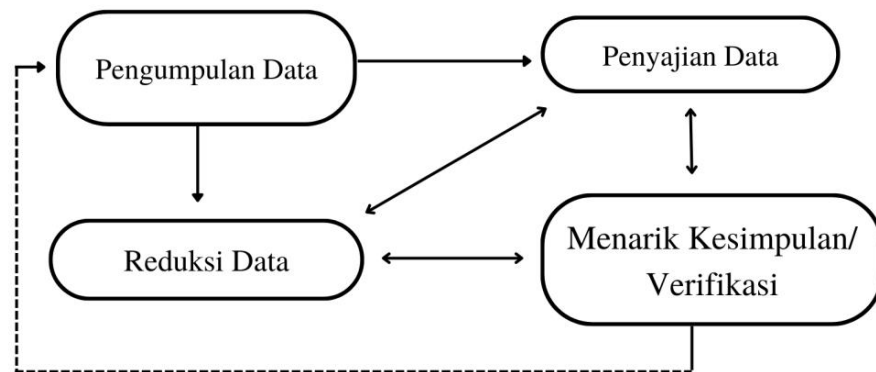
4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan produser yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Tanzeh, 2009). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Dokumentasi dapat berbentuk karya sastra, gambar atau karya-karya monumental (Sugiyono, 2016). Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini berupa record film Iqro: My Universe yang telah peneliti tonton pada aplikasi Viu. Tahapan peneliti dalam dokumentasi yakni dengan data yang diperoleh akan dianalisis, dibandingkan, dan dipadukan menjadi kesimpulan dasar yang sistematis, terpadu, dan utuh. Alasan penggunaan dokumentasi dikarenakan sumber data yang stabil, berguna sebagai bukti untuk pengujian, bersifat alamiah, hasil data

akan membuka kesempatan bagi pengetahuan baru terhadap sesuatu kajian (Nilamsari, 2014).

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menjelaskan cara mengkaji dan mengolah data sehingga menjadi informasi terkait analisis yang digunakan. Peneliti menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Teknik analisis Miles dan Huberman terdiri dari tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.



Gambar 1. Analisis Miles dan Huberman

Mengenai ketiga tahapan tersebut sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahapan proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, mengkatégorikan, menyaring, dan menghapus data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan (Miles, 1992). Reduksi data merupakan bagian pertama pada analisis Miles dan Huberman. Analisis ini dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan meringkas, mengkode, menelusuri tema. Pada proses reduksi data ini, peneliti akan menonton ulang, mengkatégorikan dan menghapus data kasar film Iqro: My Universe yang di diperoleh. Sehingga

menghasilkan gambaran data yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan penyajian data selanjutnya.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Miles, 1992). Setelah menghasilkan data reduksi, selanjutnya data akan diuraikan secara singkat antar bagian, dan antar kategori. Dengan penyajian data memudahkan memahami informasi yang telah dijabarkan dalam bentuk tulisan, gambar, grafik, dan tabel yang runtut.

c. Kesimpulan atau Verifikasi

Tahap kesimpulan merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif. Verifikasi data sebagai proses peninjauan ulang pada catatan-catatan atau mungkin menguji kebenaran, kekokohan, dan kecocokan data yang didapat (Miles, 1992). Kesimpulan awal yang dihasilkan bersifat sementara berubah sesuai data yang di dapatkan. Sebaliknya jika data yang dihasilkan kuat akan mendukung dan menghasilkan kesimpulan yang bersifat tetap. Tahapan ini dilakukan ketika penelitian berlangsung seperti proses reduksi data, kemudian penyajian data dan kesimpulan akhir.

Peneliti menggunakan analisis interaktif Miles dan Huberman dalam mencari komodifikasi agama yang ada pada film *Iqro: My Universe*. Langkah-langkah yang diambil dalam menganalisis data sebagai berikut:

- 1) Mengamati dan memahami data utama yaitu film *Iqro: My Universe*.
- 2) Memilih dan mengkategorikan data yang diperoleh sesuai tujuh konsep indikator komodifikasi agama.
- 3) Menganalisis data yang tersusun secara singkat sehingga menghasilkan kesimpulan sementara.

4) Melakukan verifikasi data ulang sehingga menghasilkan kesimpulan yang cocok dan bersifat tetap.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika menjelaskan hubungan dalam menyusun proposal sebagai gambaran umum agar lebih mudah memahami masalah yang disajikan. Sistematikanya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I berisi pemaparan dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : TEORI KOMODIFIKASI AGAMA DAN FILM

Bab II berisi kerangka teori dari komodifikasi agama dan film.

BAB III : FILM IQRO: MY UNIVERSE.

Bab III berisi gambaran umum dari profil film Iqro: My Universe, tokoh yang berperan dalam film Iqro: My Universe, sinopsis film Iqro: My Universe, scene komodifikasi agama dalam Iqro: My Universe.

BAB IIV : ANALISIS KOMODIFIKASI AGAMA PADA FILM IQRO: MY UNIVERSE.

Bab IIV berisi analisis data penelitian mengenai komodifikasi agama menggunakan analisis Miles dan Huberman.

BAB V: PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan, saran, dan penutup penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

KOMODIFIKASI AGAMA DAN FILM

A. Komodifikasi Agama

1. Pengertian Komodifikasi

Komodifikasi (*commodification*) berasal dari kata “*commodity*”, berarti sesuatu yang diproduksi dengan tujuan untuk dijual. Komodifikasi menjelaskan proses produk kultural dibentuk sesuai dengan kepentingan pasar. Fairclough mengartikan komodifikasi sebagai proses yang akan diorganisasikan dan dikonseptualisasikan mulai segi produksi, distribusi, hingga konsumsi.

Komodifikasi menurut Barker berasal dari kata “komoditas” dan “modifikasi”, yang berarti komoditas secara bentuk obyek, kualitas, dan tanda dijual dengan tujuan mendapat keuntungan secara penuh (Indrayana, 2014). Selaras dengan itu Karl Marx menganggap komodifikasi sebagai upaya mendahulukan keuntungan dibandingkan tujuan lain (Ibrahim, 2014). Memaknai konsep komodifikasi sebagai sebuah komoditas yang layak jual akan memberikan keuntungan sehingga terkadang tidak mengindahkan nilai norma bahkan nilai guna dari barang yang dijual. Sehingga ciri praktik komodifikasi mengalami perubahan format menyesuaikan keinginan konsumen.

Theodor Ludwig Adorno dan Max Horkheimer menjelaskan mengenai konsep komodifikasi muncul disebabkan perkembangan kebudayaan dan komodifikasi digunakan sebagai alat produksi massal musik, film, busana, seni, dan tradisi (Saptya, 2019). Penyebabnya, pertama tidak otentik karena tercampur berbagai sistem pasar dalam proses produksi. Kedua, manipulatif karena akan disesuaikan dengan selera pasar. Ketiga, penyeragaman tema yang sedang banyak diperbincangkan dalam industri budaya (Minawati, 2013).

Karl Max menilai komodifikasi sebagai ideologi yang bersembunyi di balik media, sehingga secara tidak langsung berkaitan dengan ekonomi politik media. Teori ekonomi politik terpusat pada sisi produksi media dan menghasilkan media sebagai lembaga dan konten dari hasil organisasi ekonomi. Bentuk pengorganisasian ekonomi adalah kapitalisme, sehingga media ditentukan oleh produk kapitalis. Media sebagai lembaga berfungsi memaksimalkan keuntungan bagi mereka, sementara isi media sebagai ideologi dominan.

Melalui ekonomi politik media, Vincent Mosco membagi tiga konsep dasar teori ekonomi politik media, yakni komodifikasi (proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar), spesialisasi (strategi mengemas produk dengan batasan ruang dan waktu) dan strukturasi (hubungan antara ide yang dimiliki masyarakat, proses dan praktik sosial yang dikemas dalam analisis struktur). Sedangkan McQuail berpandangan bahwa teori ekonomi politik merupakan pendekatan kritik sosial yang berfokus pada hubungan antara ekonomi, industri media, dan konten ideologis media. Konsekuensinya berakhir dengan berkurangnya sumber media yang independen, berfokus kepada khalayak besar, menghindari risiko, dan memutuskan penanaman modal pada media yang tidak menguntungkan.

Hal tersebut menjadi dasar bahwa upaya komodifikasi dalam mendahulukan keuntungan dibandingkan tujuan lain. Komoditi sebagai bentuk dasar produk kapitalis yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Bentuk komoditi dapat berupa barang maupun jasa dan dinilai melalui dua cara, pertama sebagai nilai pakai dari barang atau jasa yang digunakan. Kedua, sebagai nilai tukar karena bernilai sama dengan kuantitas barang. Proses komodifikasi akan berlangsung ketika nilai suatu barang dapat diperdagangkan.

Komodifikasi berkaitan dengan kapitalisme, dimana kapitalisme merupakan sistem ekonomi yang menguntungkan dengan memperoleh laba secara yang besar secara kompetitif bagi seseorang atas sebuah produksi, distribusi, maupun jasa. Sistem kapitalisme memberikan dampak besar bagi kepentingan individu terhadap sumber daya ekonomi ataupun faktor produksi dari pelaku ekonomi tersebut. Sistem ekonomi memiliki prinsip keadilan yang dianut oleh oleh pelaku yakni orang akan mendapatkan imbalan sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan dan peran pemerintah sebagai pengamat bahkan melindungi kegiatan tersebut. Kapitalisme memiliki pilar sistem ekonomi diantaranya dibina privasi, hak milik swasta, memiliki pasar- pasar bebas, individualisme ekonomi (Winardi, 2000).

Perkembangan era globalisasi menjadikan sistem kapitalisme menghadirkan perkembangan kebudayaan pada aspek kehidupan yang menjadikan para pelaku industri memproduksi berbagai peralatan yang menjadi kebutuhan massa. Sehingga benda yang sebelumnya terdapat nilai tinggi dan otentik di produksi secara massal menjadi benda yang penuh perhitungan laba yang dibutuhkan oleh perusahaan.

2. Bentuk Komodifikasi

Secara umum bentuk komodifikasi terbagi menjadi lima yaitu komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, komodifikasi tenaga kerja, komodifikasi nilai, dan komodifikasi masa kanak- kanak.

a. Komodifikasi isi atau konten

Proses komodifikasi konten dalam komunikasi melibatkan traformasi pesan menjadi produk layak jual. Sehingga dalam tayangan, pesan akan disesuaikan selera pasar dan dapat bersaing. Komodifikasi konten sering menggunakan pesan sensasional yang menarik perhatian, meskipun diluar esensi acara. Contoh komodifikasi konten adalah maraknya program

televisi yang mendatangkan narasumber terkenal sehingga menghasilkan rating tinggi dan mendatangkan banyak sponsor.

b. Komodifikasi khalayak atau audiens

Dallas Smythe menjelaskan perusahaan media akan memproduksi khalayak dan memberikan mereka kepada pengiklan. Sebuah program tidak hanya menjadikan masyarakat sebagai audiens, namun juga sebagai tenaga kerja yang digunakan dalam menarik pengiklan. Sehingga standar menariknya suatu program dinilai melalui melalui rating. Contoh komodifikasi audiens adalah acara musik yang membutuhkan *voting* dari audiens

c. Komodifikasi tenaga kerja atau pekerja

Komodifikasi tenaga kerja merupakan perubahan proses kerja dalam kapitalisme, keahlian para pekerja yang berkaitan dengan produksi dipekerjakan dan dihargai dengan upah. Pemodal hanya bekerja sebagai pemberi konsep, sehingga pemodal akan mempekerjakan tenaga kerja agar sesuai dengan keinginan mereka dan pekerja dituntut menampilkan sesuatu yang dapat merlariskan suatu program acara. Komodifikasi tenaga kerja terbagi menjadi dua proses kerja. Pertama, adanya penggunaan sistem komunikasi dan teknologi untuk meningkatkan penguasaan. Kedua, proses ekonomi-politik bahwa proses ganda secara tidak langsung menjelaskan bahwa pekerja melakukan kegiatan mengomodifikasi juga pada saat yang sama dikomodifikasi.

d. Komodifikasi nilai

Komodifikasi nilai merujuk pada proses dimana nilai abstrak seperti moralitas, kejujuran, kepercayaan, dan keadilan yang dibuah menjadi barang atau jasa sehingga menghasilkan keuntungan. Komodifikasi ini biasanya terjadi ketika nilai moral menjadi bagian dari strategi pemasaran atau branding. Hal ini terutama terjadi

dalam industri yang berorientasi pada gaya hidup seperti fashion, makanan, dan produk kesehatan.

e. Komodifikasi masa kanak-kanak

Komodifikasi masa kanak-kanak merupakan praktik yang memanfaatkan masa kanak-kanak atau anak-anak sebagai obyek komersial. Komodifikasi ini juga dilakukan melalui konstruksi dunia bintang anak-anak oleh media di televisi dan budaya populer, seperti iklan mainan anak-anak, film, dan musik. Akibatnya anak-anak akan menimbulkan gangguan atau distribusi pertumbuhan anak dalam kehidupan sehari-hari. Penerapannya anak-anak yang dijadikan bintang ikonik yang mempresentasikan pertumbuhan tren budaya (Subandi, 2014)

3. Komodifikasi Agama

Fenomena komodifikasi agama merupakan bagian dari *religion cultural* yang luas, kompleks, dan inklusif. Komodifikasi agama dinilai sebagai tindakan sadar dalam mengubah makna agama sehingga akan memunculkan keuntungan ketika dipasarkan. Dakwah agama Islam akan menjadi kompleks ketika bertemu dengan industri media, dan strategi kapitalisme menjadikan dakwah membentuk pasar baru dengan menggunakan identitas muslim. Komoditas agama biasanya akan berhubungan dengan biografi tokoh agama dan sejarah dari sebuah agama.

Sebuah institusi akan memiliki cara dalam branding diri, iklan, dan pemasaran agama sehingga mereka memiliki hak penuh dalam mengontrol barang produksi (Sebastian, 2022). Selain itu suatu hal dapat dikatakan telah menjadi komodifikasi agama jika memiliki dua kriteria, pertama adanya penggunaan unsur-unsur agama dan kedua berbaliknya fungsi keimanan menjadi suatu hal yang dapat diperjual belikan.

Jean Baudrillard menjelaskan mengenai tantangan khusus bagi konsumen terhadap daya tarik agama sebagai obyek budaya yang

lazim dikonsumsi masyarakat. Konsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan gaya hidup baru yang membentuk sebuah relasi kuat antara ekonomi dan sosial kultural (Ibrahim, 2014). Menurut Pattana Kitiarsa, komodifikasi agama merupakan proses memasukkan agama ke dalam sektor ekonomi dengan mengubah sesuatu yang sakral menjadi sesuatu yang dapat diperdagangkan (Kitiarsa, 2008). Selaras dengan hal itu, Greg Fealy dan Sally White yang merujuk pada kamus bahasa Inggris Oxford tentang pengertian *commodity*, yang artinya benda komersial atau obyek perdagangan. Menurutnya komodifikasi agama sebagai cara mengkomersialisasikan keimanan dan simbol- simbolnya untuk mendapatkan keuntungan. Greg Fealy dan Sally White membagi tiga perdebatan mengenai komodifikasi agama di Indonesia, pertama dilihat sebagai *islamic consumption*. Bagi kelompok konsumsi akan membawa pemaknaan baru sebagai kehidupan yang penuh dengan keimanan dan meyakini prinsip agama Islam. Kedua sebagai bayang- bayang dari komersialisasi Islam, proses tersebut telah mengarah pada penegasan perilaku luar Islam. Ketiga sebagai kekhawatiran pada keadaan Indonesia yang beragam, toleran, memiliki perbedaan akan digantikan dengan budaya lain yang mengarah pada barat.

Komodifikasi agama sebagai konstruksi yang berkenaan dengan sejarah dan kebudayaan yang kompleks dengan ciri komersial yang nyata. Mereka memproduksi dalam bentuk kebudayaan tertentu dan mempersyaratkan kerangka kultural untuk mempertegas signifikansi simbolik sosio ekonomi (Fakhruroji, 2005). Tanpa terkecuali media massa yang memiliki informasi dan hiburan yang digabungkan dengan agama. Kegiatan ini dilakukan oleh pekerja media kepada masyarakat dan penikmat. Masyarakat ini bisa berasal dari pembaca, pendengar radio, penonton, kaum agamawan, politisi, pengusaha yang memiliki urusan tertentu (Ibrahim, 2014).

Konteks tersebut mengacu bahwa komodifikasi agama dalam film religi dapat diperdagangkan kepada penikmat yang memiliki tujuan tertentu. Media Islam ditampilkan dengan cara yang menarik, segar, dan ramah bagi budaya kapitalis perkotaan sehingga menjadikan agama sebagai hiburan dan bukan lagi menjadi hal yang sakral (Hakam, 2016). Menurut Fakhruroji, terciptanya komodifikasi tidak menciptakan bentuk dan gerakan keagamaan yang baru, namun menggunakan agama sebagai barang yang memiliki fungsi spiritual menjadi komoditas yang layak konsumsi bagi masyarakat. Sesuai penjelasan tersebut, disimpulkan bahwa komodifikasi agama adalah perubahan nilai agama yang didasarkan kepercayaan kepada Tuhan dengan memanfaatkannya sebagai barang konsumsi masyarakat. Tujuan komodifikasi agama menjadikan agama sebagai sesuatu yang memiliki fungsi spiritual menjadi komoditas yang layak dikonsumsi masyarakat (Hakam, 2016).

Secara umum proposisi komodifikasi agama sebagai bagian dari fenomena sekularisasi tidak menghilangkan agama dalam ruang publik namun memperkuat. Merujuk pada penjelasan Pattana Kittiarasa yang menyebutkan komodifikasi bersifat sakral tidak menyebabkan menurunnya religiusitas secara kritis, namun komodifikasi realitanya mewarnai terbentuknya relasi antara pasar dan agama. Pengalaman empiris menunjukkan bahwa terdapat konstituitas pada pengaruh agama secara signifikan di negara-negara Asia tengah kecenderungan modernisasi yang penuh kuasa dan ketidakteraturan budaya yang dimunculkan oleh fenomena *post modernisme*.

Komodifikasi agama di Asia merupakan hasil dari konstruksi budaya dan sejarah yang bersifat kompleks, sehingga menghasilkan konteks budaya yang bersifat tertentu dan oleh karenanya memerlukan pemahaman mengenai kerangka kebudayaan untuk

membuka signifikansi sosial ekonomi. Proses komodifikasi agama bukan bersifat *taken for granted* atau biasa terjadi tetapi ditemukan dan tertanam secara spesifik dalam jejak global lokal ekonomi pasar dan *post modernisme*. Komodifikasi agama tidak mengarah pada hilangnya agama dalam ruang publik tetapi pada bagaimana respon agama yang adaptif terhadap gelombang modernitas sehingga tetap bertahan. Di Indonesia penggunaan komodifikasi agama muncul melalui perayaan konsumsi pada hari raya keagamaan, penggunaan tokoh agama yang menjadi bintang iklan pada produk di televisi, spanduk, dan produksi film religi. Komodifikasi agama juga masuk dalam sektor lain seperti komodifikasi zakat dan komodifikasi haji yang dijadikan bisnis untuk mendapatkan keuntungan bagi beberapa kelompok dengan memanfaatkan kebaikan umat Islam.

Penelitian ini menggunakan adaptasi kerangka Ninian Smart yang dikembangkan Barker dengan memperlihatkan indikator nilai dan komodifikasi agama yang berkembang di masyarakat (Santoso, 2015).

No	Konsep Awal
1	Kebiasaan
2	Keterkaitan emosial
3	Narasi pemaknaan
4	Dasar Filsafat
5	Etika
6	Fenomena sosial
7	Material- materialistik

Tabel 2. Indikator Komodifikasi Agama

Indikator tersebut mendeskripsikan perkembangan agama Buddha di Australia yang akan peneliti terapkan pada komodifikasi agama di Indonesia. Terjadinya penyesuaian tabel Ninian Smart dikembangkan Barker menunjukkan indikator nilai dan komodifikasi agama yang berkembang di masyarakat. Sehingga tabel tersebut akan menjadi acuan komodifikasi agama yang menjadi batasan indikator dalam penelitian ini (Michelle, 2007).

a) Kebiasaan

Djali menjelaskan pengertian kebiasaan adalah perilaku yang diperoleh melalui kegiatan secara berulang-ulang, yang pada akhirnya menjadi menetap dan bersifat otomatis. Selaras dengan hal itu, Martinis menambahkan kebiasaan sebagai aspek perilaku yang menetap, berlangsung secara otomatis tidak direncanakan. Melalui penjabaran tersebut, dapat disimpulkan kebiasaan merupakan pekerjaan yang dilakukan secara terus-menerus. Pada produksi film, kebiasaan ini dapat dilihat melalui penggunaan tokoh berpengaruh sebagai pemeran film. Hal tersebut digunakan untuk menarik perhatian penonton karena mereka memiliki personal branding yang baik, sehingga dapat menarik masyarakat menonton film.

b) Keterkaitan emosial

Keterkaitan emosial merupakan kemampuan atau perasaan dalam merasakan kesatuan dengan Allah atau kepercayaan pada Allah tanpa adanya sedikit keraguan. Keterkaitan emosial memiliki empat penanda sebagai acuannya. Pertama *illahiah*, yaitu pembahasan tentang sesuatu yang berhubungan dengan *ilah* (Tuhan) seperti nama-nama Allah, sifat-sifat Allah. Kedua *nubuwah*, yaitu pembahasan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan nabi dan rasul termasuk kitab-kitab Allah dan mukjizatnya. Ketiga, *ruhaniah*, yaitu pembahasan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan alam metafisik seperti malaikat, jin, iblis, setan,

dan roh. Keempat, *sam'iyah* yaitu pembahasan tentang segala sesuatu yang hanya bisa diketahui melalui *sam'i* yakni dalil *naqli* berupa Al-Qur'an, as-Sunnah (alam barzakh, akhirat, azab kubur) (Farid, 2015).

c) Narasi pemaknaan

Narasi pemaknaan merupakan cara yang digunakan dengan menyisipkan penjelasan makna keislaman dalam sebuah film. Hal ini bertujuan sebagai daya tarik dan meyakinkan bahwa film tersebut masuk dalam film religi yang cocok untuk ditonton masyarakat Indonesia. Narasi pemaknaan dalam agama Islam berupa perintah dan larangan yang berkaitan dengan keimanan, peraturan, dan hukum (Sokowati dkk,)

d) Dasar filsafat

Dasar filsafat merupakan pedoman atau ilmu yang didasarkan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai upaya penyeimbangan antara ilmu, akhlak, dan amal dalam kepribadian ketika di masyarakat. Islam mengakui manusia sebagai makhluk sosial, dasar filsafat memiliki lima penanda sebagai acuannya. Pertama ibadah, yaitu beberapa peraturan yang mengatur hubungan vertikal (*hablum minAllah*), terdiri dari syahadat, salat, puasa, zakat, haji bagi yang mampu, *thaharah* (mandi, wudhu, tayammum), qurban, shodaqoh dan lain sebagainya. Kedua *muamalah*, yaitu peraturan yang mengatur kebiasaan dalam hal tukar menukar, jual beli, perdagangan, simpan pinjam, warisan, wasiat, nafkah, dan lain sebagainya. Ketiga *munakahat*, yaitu peraturan masalah hubungan berkeluarga seperti pernikahan, perceraian, pemeliharaan anak, dan lain sebagainya. Keempat *jinayat*, yaitu peraturan yang menyangkut masalah pidana seperti *qishash* (hukuman balasan bagi perilaku pembunuhan), *diyat* (denda berupa uang atau barang), *kifarat* (cara untuk menebus kesalahan yang dilakukan), pembunuhan, perzinaan, narkoba, dan lain sebagainya. Kelima *siyasah*, yaitu kegiatan yang

dilakukan untuk memperbaiki keadaan yang buruk menjadi baik dan yang baik menjadi lebih baik seperti *ukhuwah* (persaudaraan), keadilan, *ta'awun* (tolong-menolong), *tasamuh* (toleransi), *musyawarah* (persamaan), kepemimpinan.

e) Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang dalam bentuk tunggal memiliki arti biasa, kebiasaan, adat, akhlak, watak, dan sikap. Etika merupakan tata tertib atau cara pandang mendasar tentang moral dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang dalam mengatur tingkah lakunya. Sedangkan pengertian etika secara islam berarti budi pekerti, tingkah laku, dan tabiat tentang cara-cara perilaku manusia dan tindakan manusia. Tujuan etika untuk menuntun umat manusia agar tidak terjerumus kepada perilaku dzolim yang diciptakan oleh adab yang buruk. Etika seorang muslim pada film memiliki dua penanda sebagai acuannya. Pertama etika terhadap Allah dengan mentauhidkan, bertaqwa, beribadah, berdo'a, berdzikir, bertawakal kepada Allah, dan kedua etika terhadap manusia yang mengarah kepada berperilaku baik kepada orang lain termasuk diri sendiri dengan bersabar, bersyukur, bersikap benar, amanah, dan menerima apa adanya (*qana'ah*), kepada keluarga dengan berbakti kepada kedua orang tua, adil terhadap saudara, mendidik, dan membina keluarga, kepada masyarakat dengan mempertahankan persaudaraan, saling tolong-menolong, bersikap adil, pemurah, pemaaf, bermusyawarah, kepada lingkungan alam sekitar dengan memelihara ciptaan Allah, memanfaatkan, menjaga dan memakmurkan alam dengan benar.

f) Fenomena sosial

Fenomena sosial merupakan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan. Penyebab terjadinya praktik sosial dikarenakan faktor budayan, faktor ekonomi, faktor psikologi, dan faktor biologis. Fenomena sosial menurut Pierre

Bourdieu memiliki tiga penanda sebagai acuannya yaitu pertama gaya hidup, nilai- nilai, watak, serta harapan.

g) Material- materialistik

Material materialistik merupakan pandangan hidup yang memprioritaskan kepentingan material sebagai fokus utama, sehingga menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan termasuk pada media film yang seharusnya tidak diukur dari segi materi saja. Kondisi ini mengakibatkan sesuatu yang bernilai dapat diukur berdasarkan keuntungan.

B. Film

1. Pengertian Film

Film ditemukan sekitar akhir abad ke-19 dan terus berkembang hingga sekarang dengan bantuan teknologi. Tahun 1887 Thomas Alva Edison dan George Eastman, ilmuwan Amerika Serikat menciptakan alat perekam dan produksi gambar. Kemudian pada tahun 1884, pita film plastik tembus pandang dapat ditempatkan ke dalam kamera.

Film merupakan bagian produksi yang ditujukan untuk khalayak umum atau masyarakat. Film juga bisa disebut *Cinematographie*, *cinema* berarti gerak dan *tho* berarti cahaya. Film juga dapat didefinisikan sebagai penggunaan cahaya untuk menciptakan gerakan. Sedangkan menurut undang- undang No.33 Tahun 2009 tentang perfilman, film diartikan sebagai pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat di pertunjukan. Film termasuk dari komunikasi yang berfungsi mengirim dan menerima pesan (Ibrahim, 2011). Berdasarkan industri bisnis, film dapat dimanfaatkan sebagai bisnis dalam memperoleh keuntungan. Menurut Dominick industri film merupakan industri bisnis (Saptya, 2019).

Sardar dan Van Loon menjelaskan bahwa film merupakan sumber hiburan yang paling umum dan paling dikenal luas. Film sebagai

kapital global dan kebudayaan dan dan kekuasaan yang berpengaruh. Media yang memproduksi program hiburan seperti film, musik, dan non berita terdapat ketentuan yang membatasi kekuasaan pemilik atas isi media dan keputusan organisasi media hiburan ditentukan oleh tuntutan dan *feedback* dari publik. Konten, visualisasi gambar, dan musik dalam film menjadi komoditi yang dijual untuk meraih keuntungan sehingga menjadi masalah bagi konten yang berisi dakwah agama.

Film secara umum terbagi menjadi dua unsur pembentuk yaitu unsur naratif dan unsur sinematik. Unsur naratif berhubungan dengan aspek cerita atau tema film. Setiap cerita terdapat unsur naratif dan memiliki tokoh, masalah, konflik, lokasi, waktu, dan lain- lain. Sedangkan unsur sinematik merupakan aspek- aspek teknik dalam produksi sebuah film. Unsur sinematik terdiri dari:

1. *Mise en scene* yaitu setting atau latar, tata cahaya, kostum, serta akting dan pergerakan pemain.
2. Sinematografi yaitu perlakuan terhadap kamera dan film serta hubungan kamera dengan obyek yang diambil.
3. Editing yaitu transisi antar gambar
4. Suara yaitu berbagai hal di dalam film yang bertujuan untuk menonjolkan suasana film.

Kedua unsur tersebut saling berinteraksi dan berkesinambungan satu sama lain dalam membentuk film. Masing- masing tidak dapat membentuk satu film yang berkualitas jika berdiri sendiri (Himawan, 2008). Sedangkan menurut Effendy film yang berkualitas dan bermutu jila memiliki kriteria sebagai berikut.

- a. Memenuhi tri fungsi film, yang berfungsi sebagai menghibur, mendidik, dan menerangkan. Ketika seseorang menonton film ingin mendapatkan hiburan yang berbeda. Hal itu dikarenakan aktivitas manusia yang sangat padat sehingga meluangkan waktu untuk menonton film.

- b. Konstruktif, film yang bersifat konstruktif adalah film yang menonjolkan peran aktif- aktornya serba negatif dan mudah ditiru terutama remaja.
- c. Artistik, etis dan logis, film haruslah mempunyai nilai artistik dibandingkan dengan karya seni yang lain. Oleh karena itu, unsur kelogisan penting dimiliki sebuah film untuk memberikan wacana positif bagi penontonnya.
- d. Persuasif, film yang bersifat ajakan secara halus dalam berpartisipasi terutama dalam pembangunan. Seringkali film persuasif berasal dari program sosialisasi pemerintah tentang suatu topik.

Dimensi jarak kamera terhadap obyek dapat dikategorikan menjadi tujuh, yakni sebagai berikut:

a. *Extreme Long Shot*

Extreme long shot merupakan jarak kamera paling jauh dari obyeknya. Teknik ini umumnya digunakan untuk menggambarkan sebuah obyek yang sangat jauh.

b. *Long Shot*

Jarak *long shot* pada tubuh manusia nampak jelas, namun latar belakang masih dominan terlihat. *Long shot* digunakan sebagai establishing shot, yakni shot pembuka sebelum digunakan shot- shot yang berjarak lebih dekat.

c. *Medium Long Shot*

Medium long shot biasanya menampilkan tubuh manusia yang terlihat dari bawah lutut sampai ke atas. Tubuh fisik manusia dan lingkungan sekitar relatif seimbang.

d. *Medium Shot*

Medium shot sebagai teknik pengambilan gambar yang lebih detail daripada *medium long shot* dan biasanya menampilkan tubuh dari pinggang ke atas untuk menunjukkan bahasa tubuh dan ekspresi.

e. *Medium Close Up*

Jarak *medium close up* akan memperlihatkan tubuh manusia dari dada ke atas. Tubuh manusia akan mendominasi frame dengan mengambil gambar dengan jarak lebih dekat. Biasanya *medium close up* digunakan untuk percakapan pada scene film.

f. *Close Up*

Close up biasanya digunakan sebagai dialog yang lebih dekat sehingga akan menampilkan wajah, tangan, kaki, atau obyek kecil lain. Penggunaan *close up* bertujuan untuk memfokuskan obyek sebagai satu- satunya obyek yang mendominasi frame.

g. *Extreme Close Up*

Extreme close up hanya akan memfokuskan pada satu bagian tertentu dari obyek. Misalnya telinga, mata, hidung. Biasanya *extreme close up* digunakan dalam gambar katalog atau iklan kosmetik (Zaidi, 2019)

2. Jenis- Jenis Film

Pembagian jenis film saat ini sangat beragam, pembagian tersebut sesuai sifat dan produksinya. Adapun jenis film yang dikenal hingga sekarang, sebagai berikut:

a. Film Dokumenter

Dokumenter merupakan jenis film yang menyajikan realitas melalui berbagai cara dengan tujuan menyebarkan sebuah informasi, pendidikan, dan propaganda. Film dokumenter menurut Grierson adalah laporan aktual yang kreatif. Sedangkan Himawan mengartikan film dokumenter merupakan karakter teknik yang khas dengan tujuan mendapat kemudahan, kecepatan, fleksibilitas, efektifitas, dan otoritas (Rikarno, 2015). Film dokumenter menyatakan sikap dan opini kretornya serta memaparkan sebuah fakta dan menyuguhkan kebenaran secara nyata tanpa menambahkan cerita untuk menutupi kekurangannya. Produksi film dokumenter di indonesia dipelopori oleh Televisi Republik

Indonesia (TVRI). Film dokumenter memiliki beragam tema seperti kebudayaan, flora, dan fauna.

b. Film Berita

Film berita atau newsreel merupakan bentuk dari film dokumenter yang pendek. Film berita bertujuan menampilkan fakta atau kenyataan dari sebuah peristiwa. Berita yang disajikan bersifat menarik dan penting. Perbedaan film dokumenter dan berita terdapat pada cara penyajian dan durasinya.

c. Film Kartun

Film kartun merupakan animasi serial gambar yang difilmkan satu persatu dengan memperhatikan gerakan- gerakan yang menghasilkan gerakan utuh dalam film. Film kartun bertujuan untuk menghibur, namun film kartun biasanya akan menyisipkan unsur pendidikan untuk pembelajaran anak- anak (Budiono, 2016). Kelebihan media film kartun yaitu, pertama film akan menimbulkan kesan mendalam bagi guru dan siswa, kedua suara dan gerakan yang ditampilkan merupakan penggambaran kenyataan sesuai dengan materi, ketiga film kartun sebagai gambar kartun yang bergerak, keempat film kartun dapat melengkapi pengalaman dasar siswa ketika berdiskusi dan praktek, kelima film kartun dapat menanamkan sikap positif, keenam film kartun dapat tunjukkan kepada kelompok besar, kecil, heterogen, dan perorangan.

d. Film Fiksi

Film fiksi cerita didasarkan cerita yang dikarang dan dimainkan aktor atau aktris. Umumnya film fiksi sering menggunakan cerita rekaan diluar kejadian nyata serta memiliki konsep pengadeganan yang telah dirancang sejak awal. Strukur cerita terikat hukum kausalitas dan bersifat komersial sehingga seringkali dipertunjukkan di bioskop dengan harga karcis tertentu. Alur cerita juga memiliki karakter protagonis, antagonis, masalah

dan konflik, penutupan, serta pola pengembangan cerita yang jelas. Kriteria panjang durasi panjang film berbeda sesuai lembaga yang menetapkannya. Menurut *Academy Of Motion Pictures Arts And Sciences* panjang minimum dari sebuah cerita adalah 40 menit. (Pratama, 2019).

e. Film Religi

Film religi sebagai gambar hidup yang didalamnya menceritakan kehidupan manusia sebagai umat beragama, cara bertutur kata, berperilaku baik terhadap sesama sesuai syariat Al-Qur'an dan Hadist. Religi berarti kepercayaan kepada Tuhan; kepercayaan akan adanya kekuatan di atas manusia; kepercayaan (*animisme, dinamisme*); agama: kesalehan dapat diperoleh melalui pendidikan. Sedangkan pengertian film religi menurut Endang Saifudin Anshari merupakan bentuk- bentuk yang mempunyai ciri dari kepercayaan dan aktivitas religion dalam bentuk ibadah, kepercayaan kepada tuhan, dan penerimaan atas wahyu. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan film religi merupakan bagian produksi yang bertema kepercayaan dan aktivitas *religion* (Isnawati, 2017).

3. Tujuan Film

Film memiliki beberapa tujuan jika ditinjau berdasarkan Undang- Undang tentang Perfilman Nomor 33 tahun 2009, yaitu:

- a. Menegakkan akhlak yang baik
- b. Terciptanya kecerdasan hidup bahagiaterjaganya kesatuan serta persatuan bangsa
- c. Terjaganya kesatuan serta persatuan bangsa
- d. Mengangkat martabat bangsa
- e. Pengembangan dan pelestarian nilai- nilai budaya nasional
- f. Budaya bangsa dapat diingat oleh masyarakat internasional
- g. Meningkatkan kesejahteraan rakyat

h. Mengembangkan film berbasis budaya nasional yang hidup dan berkelanjutan (Mabruri, 2013).

4. Fungsi Film

McQuail membagi fungsi film menjadi empat bagian berdasarkan komunikasi peran, yaitu sebagai berikut:

- a. Film menjadi pengetahuan yang dimiliki oleh khalayak dimana didalamnya menyajikan informasi- informasi mengenai suatu fenomena dan keadaan khalayak di berbagai negara.
- b. Film menjadi media pewarisan kebudayaan, nilai serta norma yang dijadikan sebagai media yang bersifat menghibur.
- c. Film sebagai media yang mengembangkan kebudayaan dalam bentuk seni, simbol, pengemasa tata cara, mode, gaya hidup, dan norma.
- d. Film dijadikan sebagai media hiburan dan pemenuhan estetika masyarakat (Trianton, 2013).

5. Unsur- Unsur Film

Beberapa faktor pendukung diperlukan dalam pembuatan film agar proses tersebut berjalan dengan lancar tanpa hambatan. Unsur- unsur film tersebut antara lain:

a. Produser

Produsen adalah orang atau sekelompok orang yang bertanggung jawab atas proses produksi. Peran produsen sebagai pemimpin adalah memutuskan aspek kreatif dan manajemen produksi dalam batasan anggaran (Imanto, 2007).

b. Sutradara

Sutradara adalah Pemimpin lapangan dalam proses produksi sebuah film. Kewajiban sutradara untuk menerjemahkan dan menginterpretasikan skenario ke dalam bahasa gambar yang menarik sehingga layak jual (Imanto, 2007).

c. Penulis Skenario

Penulis skenario atau *script writer* merupakan orang yang bertugas dalam menulis scenario dan mengembangkan narasi pada tahap pra produksi. Pendekatan ini sangat penting karena naskah berperan sebagai kerangka atau cetak biru untuk sebuah film dan panduan tertulis bagi semua pihak yang terlibat dalam produksi. Ashadi Siregar dalam Jurnal Ilmiah: Profilm menjelaskan penulisan skenario menuliskan cerita dengan format tertentu. Format tersebut disesuaikan dengan media yang digunakan (Aristo, 2017).

d. Penata Fotografi

Penata fotografi, terkadang dikenal sebagai penata kamera, adalah tangan kanan sutradara dalam hal merekam objek di lapangan. Kameramen adalah seseorang yang bekerja sebagai fotografer. Penata kamera dapat memilih lensa yang akan digunakan agar para pemain terlihat menarik di kamera (Imanto, 2007).

e. Penata Artistik

Penata artistik bertugas memutuskan segala sesuatu yang berhubungan dengan latar sebuah adegan film. Setting tempat yang diciptakan harus menyampaikan informasi yang jelas tentang waktu cerita, masa lalu, sekarang, atau masa depan (Imanto, 2007).

f. Penata Suara

Pengolah suara bertanggung jawab untuk menghasilkan suara setelah aktor berakting, sehingga gambar yang direkam seperti adegan yang sebenarnya. Penggabungan elemen suara atau *mixing* yang diambil dari adegan dan dialog dalam *script* (Imanto, 2007).

g. Penata Musik

Pengolah musik bertanggung jawab menambahkan suara pada adegan khusus dalam produksi film untuk menghasilkan kesan romantis, dramatis, menakutkan. Pekerjaan pengolah musik biasanya dilakukan pada saat *shot sequence* terintegrasi atau pada saat proses editing. Penggunaan musik dilakukan untuk menutupi adegan yang kurang baik dan untuk menonjolkan suasana cerita film (Imanto, 2007).

h. Penyunting atau Editing

Penyunting film merupakan proses yang dilakukan dengan menyatukan beberapa *scene* hingga menjadi sebuah film utuh. Sedangkan orang yang bertugas penyuntingan film dinamakan editor. Seorang editor selalu berhubungan dengan sutradara dalam melakukan tugasnya (Imanto, 2007).

i. Pemeran

Pemeran atau aktor merupakan orang-orang yang melakukan gerakan akting di depan kamera sesuai dialog yang diperankan. Berbagai aktor dalam sebuah film, antara lain pemeran utama pria dan wanita, pemeran pendukung pria dan wanita, dan lain-lain (Imanto, 2007).

6. Tahapan Produksi Film

Produksi film merupakan tahap dalam menghasilkan sebuah karya yang dimana ada tahapan dan proses guna menghasilkan sebuah film yang utuh. Terdapat lima hal yang dihadapi seorang produser ketika melakukan produksi yaitu materi produksi, sarana produksi, biaya produksi, organisasi pelaksana produksi, dan tahapan pelaksanaan produksi (Wibowo, 2007). Tahapan produksi film terdiri dari tiga bagian utama, yaitu:

a. Tahap pra produksi.

Javandalasta menjelaskan pra produksi adalah proses mempersiapkan segala sesuatu sebelum produksi film. Tahap

ini dilandasi dengan proses riset yang kuat untuk memastikan keberadaan dan mencocokkan subyek dan unsur yang terkait dalam film. Persiapan dimulai dari pembuatan skenario, penentuan judul, mencari lokasi, pemilihan pemain, peralatan yang dibutuhkan sata produksi, hingga anggaran produksi (Haren, 2020).

b. Produksi

Javandalasta menjelaskan produksi merupakan proses eksekusi dari pra produksi. Pada proses produksi, para kru bekerja sesuai *jobdesk* masing- masing secara professional sehingga produksi berakhir sesuai waktu yang telah direncanakan (Haren, 2020).

c. Pasca produksi

Pasca produksi dilakukan setelah pra produksi dan produksi. Tahap ini dianalogikan sebagai tahap penyajian data atau proses editing. Editing atau penyuntingan adalah menyusun, memotong, dan menggabungkan beberapa adegan menjadi cerita lengkap (Mabruri, 2013). Terdapat tiga langkah pasca produksi yaitu editing offline, editing online, dan mixing. Sedangkan dua macam teknik editing yaitu editing dengan teknik analog atau linier dan editing dengan teknik digital dan non linier dengan komputer (Wibowo, 2007).

BAB III

FILM IQRO: MY UNIVERSE

A. Film Iqro: My Universe



Gambar 2. Poster Film Iqro: My Universe

Film Iqro: My Universe, merupakan film drama religi Indonesia produksi tahun 2019 yang disutradarai oleh Iqbal Alfajri. Film Iqro: My Universe sekuel dari film *Iqro: Petualangan Meraih Bintang* tahun 2017. Latar tempat pengambilan film Iqro: My Universe di lakukan di dua negara. Film ini menceritakan perjalanan Aqila yang diperankan Aisha Nurra Datta dalam mewujudkan mimpinya menjadi astronot perempuan. Berbekal bantuan Ibu Tsurayya dan Opa Wibowo, Aqila berhasil mewujudkan mimpinya. Film Iqro: My Universe yang dapat kita saksikan melalui aplikasi Viu secara gratis.

Film Iqro: My Universe memiliki kesan pertama bernuansa Islami yang terdapat pada judul filmnya yaitu “*iqro*”, yang dalam bahasa Arab artinya bacalah. Selain itu pakaian muslim dan dialog yang digunakan menggambarkan agama Islam. Hal tersebut menunjukkan bahwa film Iqro: My Universe diproduksi untuk pasar muslim.

Produksi film dibantu oleh banyak pihak sehingga dapat selesai tepat waktu dan produksi berjalan lancar. Rumah produksi menjadi poin utama dalam menentukan penyusunan tim dan pemeran agar terciptanya kerjasama tim yang kompak. Film *Iqro: My Universe* diproduksi selama dua tahun dengan kolaborasi YPM (Yayasan Pembina Masjid) Salman ITB, Salman Film Academy, dan PT. Bumi Prasidi bi-espi. Penampilan khusus Harris J dan Muzzamil Hasballah sebagai pemeran pendukung, yang saat itu banyak diperbincangkan menjadi daya tarik agar masyarakat tertarik menonton.

B. Tokoh Film *Iqro: My Universe*

1. Aqila

Pelajar yang memiliki mimpi menjadi seorang astronot perempuan. Aqila yang diperankan oleh Aisha Nurra Datau, memiliki karakter semangat dan pantang menyerah dalam mimpinya. Aqila termotivasi menjadi astronot dikarenakan kakeknya yang bekerja sebagai profesor di bidang astronomi.

2. Opa Prabowo

Kakek Aqila dan Profesor yang bekerja di bidang astronomi. Opa Prabowo diperankan oleh Cok Simbara yang memiliki karakter bijaksana, sabar, dan pemimpin. Peran Opa Prabowo membantu dan meyakinkan Aqila dalam meraih mimpinya.

3. Ibu Tsurayya

Seorang astronot perempuan pertama di Indonesia, yang diperankan oleh Maudy Koesnaedi. Ibu Tsurayya memiliki karakter tegas, disiplin, dan teratur dalam kesehariannya. Peran Ibu Tsurayya membantu dan mengajarkan Aqila dalam menyelesaikan tugas liburan sekolahnya.

4. Fauzi

Fauzi diperankan Rauhan Khan, teman Aqila yang memiliki karakter jahil. Sering kali terlibat adegan pertengkaran dengan Aqila.

Serta kemampuan membaca Al-Qur'an jauh lebih baik jika dibandingkan Aqila.

5. Bang Codet

Mike Lucok sebagai ayah Fauzi yang berperan menjadi preman. Memiliki karakter lugu, polos, dan baik hati. Peran Bang Codet sebagai karakter pendukung untuk Fauzi.

6. Kak Raudah

Kak Raudah diperankan oleh Adhitya Putri, memerankan guru mengaji Aqila. Memiliki karakter sabar dan pengertian. Peran Kak Raudah mengajarkan Aqila dan Fauzi dalam mempelajari Al-Qur'an.

7. Muklis

Mario Irwinsyah memerankan Muklis. Sebagai suami kak Raudah, Muklis juga memerankan guru mengaji Fauzi. Muklis memiliki karakter bijaksana dalam mendidik Fauzi. Peran Muklis sebagai penyemangat Fauzi dalam bersekolah di Pesantren.

8. Mama Aqila

Elliz Christine memerankan mama Aqila. Memiliki karakter bijaksana, sabar. Peran Mama Aqila mendampingi dan mengingatkan Aqila agar menyeimbangkan kegiatan sekolah.

C. Sinopsis Film Iqro: My Universe

Iqro: My Universe, merupakan film yang menceritakan perjalanan Aqila, seorang pelajar yang mempunyai mimpi menjadi astronot perempuan. Seseorang yang sangat Aqila kagumi adalah Opa Wibowo, banyak hal yang ditanyakan Aqila kepada Opa Wibowo. Berkat bantuan Opa Wibowo, Aqila dapat belajar ilmu antariksa langsung di Planetarium Jakarta. Sepulang sekolah, kebiasaan Aqila akan rutin mengunjungi Planetarium Jakarta.

Masuknya siswa baru yang memiliki minat pada ilmu anatariksa menjadikan Aqila merasa tersaingi. Hingga di sekolah Aqila, mengadakan lomba vlog mengenai orang-orang hebat yang berjasa dalam ilmu pengetahuan luar angkasa dengan para pemenang akan mendapatkan

hadiah mendarat di Pusat Pelatihan Astronot di Inggris. Aqila sangat tertarik memiliki ide untuk menjadikan Opa Wibowo sebagai narasumber, namun Opa Wibowo pergi ke Inggris karena membantu sebuah penelitian.

Aqila yang terlambat mengetahui fakta bahwa Opa Wibowo pergi ke Inggris merasa sangat sedih. Mama Aqila yang tidak enak hati, meminta Kak Raudah menghibur Aqila. Kak Raudah mengirimkan sebuah buku mengenai seorang astronot Indonesia bernama Tsurayya. Ibu Tsurayya merupakan satu-satunya astronot Indonesia yang saat ini sedang meneliti sebuah tanaman yang dapat tumbuh di luar angkasa.

Mengetahui informasi tersebut, Aqila segera menemuinya dan menjadikan ibu Tsurayya sebagai narasumber dalam lomba vlog Aqila. Namun penolakan terjadi pada Aqila, ibu Tsurayya memberikan beberapa *challenge* untuk mengetahui bahwa niat Aqila niat bersungguh-sungguh. *Challenge* pertama yaitu mengerjakan soal fisika dan matematika, karena astronot dapat menerbangkan roket dengan perhitungan matematis. *Challenge* kedua membawa tanaman untuk memfilter udara dan berkhasiat untuk kesehatan.

D. Scene komodifikasi Agama yang ada pada film Iqro: My Universe

1. Kebiasaan

a) Pemilihan tokoh berpengaruh



Gambar 3. Menggunakan Tokoh Berpengaruh

(Scene 1. London Centra Mosque - Pagi)

Adegan dalam scene ini menceritakan Aqila sedang berbincang dengan Opa dan Harris J di sekitar London Centra Mosque. Aqila

yang menyampaikan kekagumannya pada lagu religi yang dibawakan Harris J. Dalam film ini juga menampilkan beberapa scene Aqila yang mengomentari lagu religinya di platform Youtube. Bagi Aqila lagu Harris J memiliki pesan penyemangat tersendiri. Pemilihan Harris J menjadi pemeran film sebagai salah satu strategi agar menarik perhatian fans untuk menonton film ini. Selain itu Produksi film ini juga menggunakan tokoh berpengaruh atau aktris lain seperti Muzzamil Hasballah, Harris J, Aisha Nurra Datau, Cok Siramba, Mike Lucok, Ben Kasyafani, dan Maudy Koesnaedi.

2. Keterkaitan emosial

a) Illahiah



Gambar 4. Berdzikir kepada Allah

(Scene 2. Rumah- Malam)

Adegan dalam scene ini menceritakan Fauzi dan keluarga sedang melakukan dzikir di rumah. Penggambaran long shot dengan pencahayaan minim digunakan bertujuan untuk menunjukkan suasana keseriusan dalam melaksanakan ibadah kepada Allah. Ditambah kegiatan dzikir setelah shalat merupakan salah satu alternatif dalam mengendalikan emosi. Percaya dan berserah diri pada Allah meningkatkan kesejahteraan jiwa dan menjadikan kita tenang dalam melakukan kegiatan sehari- hari.

b) Nubuwah



Gambar 5. Menceritakan kisah Isra Mi'raj

(Scene 3. Ruang Tamu- Malam)

Adegan dalam scene ini menceritakan Muklis sedang berkumpul bersama dengan Raudah, Aqila dan Fauzi di ruang tamu rumah. Mereka duduk bersama dan membahas salah satu mukjizat yang diberikan Allah kepada Nabi Muhammad yaitu Isra Mi'raj sebagai salah satu mukjizat Nabi Muhammad pada Aqila dan Fauzi.

- | | |
|------------|--|
| Muklis | : “ Siapa astronot pertama dari bumi?” |
| Aqila | : “ Yuri Gagarin?” |
| Muklis | : “... (gelengan kepala) Nabi Muhammad SAW, itu bertepatan dengan peristiwa Isra Mi'raj. Dan sholat lima waktu hari itu ditetapkan, nabi Muhammad itu sampai tembus ke langit ke tujuh loh ” |
| Aqila | : “ Kok bisa ya, gimana tuh caranya?” |
| Muklis | : “ Pada saat itu Nabi Muhammad dibantu oleh malaikat Jibril dengan atas izin Allah. Tapi mukjizat tersebut hanya diberikan pada Nabi Muhammad SAW ” |
| Kak Raudah | : “Sebenarnya tentang perjalanan luar angkasa ini Opa kamu juga pernah menyinggunya di perkuliahan kakak waktu dulu. Di surat Ar- Rahman Allah berfirman : Sesungguhnya manusia mustahil menembus penjuru langit dan bumi tanpa kekuatan, daya, dan pertolongan dari Allah SWT. Tapi ayat berapa ya mas? Aku lupa” |
| Muklis | : “Ar- Rahman....” |
| Fauzi | : “Ayat 33 kak..... ” |
| Kak Raudah | : “ Bener kamu Fauzi ” |

c) Ruhaniah



Gambar 6. Menceritakan terbentuknya alam semesta

(Scene 4. Planetarium- Malam)

Scene tersebut mengambil gambar secara long shot di ruangan planetarium untuk menggambarkan suasana penjelasan terbentuknya alam semesta. Terlihat ibu Tsurayya duduk bersama Aqila, melalui Planetarium ibu Tsurayya sedang menceritakan terbentuknya alam semesta yang terdiri dari bintang, planet, nebula, komet, meteor, dan angkasa yang luas. Pembahasan mengenai alam semesta dapat menjadikan manusia sadar bahwa mereka adalah makhluk yang lemah.

3. Narasi pemaknaan

a) Pemilihan judul



Gambar 7. Penggunaan narasi keislaman pada judul

(Scene 5. *Opening*)

Scene tersebut mengambil gambar secara close up untuk menampilkan judul pada film. Judul film ini menggabungkan bahasa Arab “*iqro*” dan bahasa Inggris “*my universe*”. Pemilihan kata “*iqro*” sebagai penanda bahwa film ini merupakan jenis film religi. Selain itu menurut Quraish Shihab *iqro* atau dalam penulisan *iqra*’ sebagai bahasa Arab yang berarti membaca, menelaah, menyampaikan. Karena obyeknya bersifat umum, maka membaca mencakup segala hal baik ayat tertulis maupun tidak tertulis. Sedangkan *my universe* yang berarti semesta. Sehingga dapat disimpulkan bahwa judul film ini memiliki arti membaca dan memahami semua hal yang terjadi di alam semesta.

4. Dasar filsafat

a) Ibadah



Gambar 8. Merapatkan barisan shalat

(Scene 6. Masjid- Siang)

Adegan dalam scene ini menceritakan imam sedang meminta para jama’ah untuk merapatkan barisan shaf shalat di London Centra Mosque. Merapatkan shaf salah sebagai bentuk kesempurnaan dalam beribadah. Melalui hadist riwayat Bukhari no 723, Rasulullah SAW memerintahkan untuk merapatkan dan meluruskan shaf karena lurusnya shaf shalat adalah bentuk menegakkan shalat berjamaah.

b) Muamalah



Gambar 9. Berbelanja

(Scene 7. Bazar Ramadhan- Siang)

Scene tersebut mengambil gambar secara long shot untuk menggambarkan suasana bazar Ramadhan. Aqila ditemani keluarganya sedang memilih baju yang akan digunakan ketika hari raya Idul Fitri. Tradisi membeli baju menjelang akhir Ramadhan sebagai simbol kesucian dan menandakan umat muslim yang kembali fitri setelah melaksanakan kewajiban berpuasa sebulan penuh.

5. Etika

a) Berakhlak kepada Allah



Gambar 10. Mengaji Al-Qur'an

(Scene 8. Kamar- Malam)

Scene tersebut mengambil gambar secara medium shot untuk menampilkan suasana mengaji Al-Qur'an di kamar. Beragam cara

dalam berakhlak kepada Allah, salah satunya dengan mengaji Al-Qur'an. Pada gambar Aqila sedang membaca surat Al-Baqarah ayat 183 yang berisi kewajiban berpuasa. Pemilihan surat Al-Qur'an tentang kewajiban berpuasa karena pada film ini mengangkat setting waktu di bulan Ramadhan.

b) Berakhlak kepada Diri Sendiri



Gambar 11. Bersikap qanaah pada takdir Allah

(Scene 9. Kamar- Pagi)

Scene tersebut mengambil gambar secara medium shot untuk menggambarkan ayah Aqila sedang memberi Aqila pemahaman mengenai bersikap qana'ah pada takdir. Mengajarkan perilaku qana'ah (menerima) takdir Allah sebagai bentuk pembelajaran diri untuk tidak memaksakan apapun yang bukan kehendaknya, serta meyakini dengan sepenuh hati bahwa apapun yang terjadi, Allah memiliki rencana terbaik bagi hamba-Nya.

c) Berakhlak kepada Keluarga



Gambar 12. Mencium tangan orang tua

(Scene 10. Ruang Tamu- Pagi)

Scene tersebut mengambil gambar secara medium shot untuk menampilkan Aqila yang sedang berpamitan dan mencium tangan ibunya terlebih dahulu sebelum pergi ke sekolah. Berpamitan dan mencium tangan orang tua merupakan perbuatan yang dianjurkan agama dan sebagai bentuk penghormatan kepada orang tua.

d) Berakhlak kepada Masyarakat



Gambar 13. Menjaga tali silaturahmi

(Scene 11. Halaman- Pagi)

Scene tersebut mengambil gambar secara medium shot untuk menggambarkan suasana Hari Raya Idul Fitri di keluarga Aqila. Opa Wibowo sedang memeluk orang lain sebagai salah satu penggambaran akhlak yakni berakhlak kepada masyarakat. Berpelukan pada hari raya Idul Fitri sebagai bentuk saling memaafkan kesalahan masing-masing dan mempererat tali persaudaraan antar tetangga.

e) Berakhlak kepada Alam



Gambar 14. Menjaga alam

(Scene 12. Laboratorium- Pagi)

Scene tersebut mengambil gambar secara close up untuk menampilkan ibu Tsurayya sedang mengajari Aqila untuk rutin memeriksa keadaan tanamannya agar tumbuh dengan baik dan sehat.

6. Fenomena sosial

a) Pemakaian busana muslim



Gambar 15. Pakaian busana muslim

(Scene 13. Dapur- Malam)

Scene tersebut mengambil gambar secara medium shot untuk menggambarkan pemakaian busana muslim dengan pemilihan hijab dan baju yang menutupi seluruh tubuh dan tidak menampakkan tubuh sebagai adab berpakaian seorang wanita.

b) Audio latar dengan nuansa Islam



Gambar 16. Tradisi membangunkan orang sahur

(Scene 14. Jalan- Malam)

Scene tersebut mengambil gambar secara medium shot dengan audio sahur yang disuarakan anak- anak. Anak- anak yang sedang berkeliling membangunkan sahur atau *klote'an* menggunakan kentongan dari bambu. Dikarenakan tema yang diangkat pada produksi film ini adalah ketika bulan Ramadhan sehingga banyak scene dalam film menggunakan audio dengan nuansa Islami.

7. Material materialistik

a) Sponsor film



Gambar 16. Penempatan dua brand hijab

(Scene 15. Bazar Ramadhan- Siang)

Scene tersebut mengambil gambar secara medium shot menampilkan dua penempatan produk (*product placement*) pada film ini yakni Elzatta dan Aira. Film ini berkaitan dengan pemakaian busana muslim sehingga mengandeng brand hijab. Menjadikan dua brand dilakukan pengiklan sebagai alternatif promosi yang menjanjikan.

BAB IV
ANALISIS KOMODIFIKASI AGAMA YANG ADA
PADA FILM IQRO: MY UNIVERSE

A. Hasil Analisis Komodifikasi Agama Ada pada Film Iqro: My Universe

Pada penelitian ini menemukan komodifikasi agama yang terjadi pada film Iqro: My Universe. Berikut analisis temuan penelitian data yang peneliti dapatkan:

1. Kebiasaan

Melalui proses pengelompokan data, penyajian data, dan kesimpulan akhir yang disesuaikan dengan indikator komodifikasi agama, peneliti menemukan satu scene sesuai dengan indikator kebiasaan yaitu:

a) Penggunaan tokoh berpengaruh

Sebuah film pasti memiliki aktris yang akan memerankan sesuatu kepribadian lain sesuai cerita. Aktris termasuk ke dalam faktor penting sebuah film, aktris tidak hanya berfungsi sebagai artistik tetapi juga merupakan representasi dari lakon yang dimainkan. Tidak jarang peran aktris turut andil dalam menentukan keberhasilan sebuah film secara kualitas maupun komersil.

Bintang film berfungsi sebagai pemanis visual, memperkuat aspek estetika, menaikkan popularitas sebuah film dan menarget konsumen film yang lebih umum sehingga kehadirannya berfungsi sebagai pemantik dalam pemasukan *box office* karena popularitas yang dimiliki dapat menarik jumlah penonton yang lebih banyak. Peran yang diberikan juga relatif lebih mudah dan tidak memiliki kedalaman karakter yang kompleks (Setyanto dkk, 2022)

Bagi Joko Anwar sebagai sutradara menjelaskan bahwa rumah produksi yang menjadikan seorang aktris sebagai pemeran akan mempertimbangkan dua spek utama yaitu popularitas (*social media presence*) dan keterampilan akting. (Mardiyah, 2021). Dalam scene

ini menampilkan Aqila, Opa Wibowo sedang berbincang dengan Harris J. Selain Harris J terlihat Muzammil Hasballah sebagai pemeran film ini. Muzammil Hasballah dan Harris J memiliki personal branding yang bersih bagi seorang public figur. Harris J akan mencerminkan seorang penyanyi yang memiliki image positif secara fisik maupun perilaku dan ajaran keagamaan yang dianutnya. Sedangkan Muzammil Hasballah akan mencerminkan sosok ustadz yang berwawasan luas dan mampu menyampaikan dakwahnya dengan bahasa yang mudah dipahami masyarakat.

2. Keterkaitan emosial

Melalui proses pengelompokkan data, penyajian data, dan kesimpulan akhir yang disesuaikan dengan indikator komodifikasi agama, peneliti menemukan tiga scene sesuai dengan indikator keterkaitan emosial yaitu:

a) Illahiah

Religiulitas atau illahiah merupakan faktor utama dalam hidup dan kehidupan. Ditandai dengan adanya keyakinan akan adanya Tuhan dalam setiap kegiatan. Keberagaman manusia akan merasakan hidupnya menjadi bermakna dan kejelasan dasar hidupnya. Religiulitas berasal dari kata *religo* yang berarti mengikat. Religiulitas juga dapat dimaknai sebagai keinsyafan individu mengenai aturan dan kewajiban yang dipatuhi dan dilaksanakan oleh pemeluk agama (Risnawita, 2010). Fauzi dan keluarga sedang mencerminkan perilaku illahiah.

Shalat merupakan ibadah yang meliputi ucapan dan peragaan tubuh dimulai dengan takbir dan di akhiri dengan salam. Shalat menghubungkan seorang hamba kepada penciptanya sebagai media permohonan, pertolongan dalam menyingkirkan segala bentuk kesulitan Shalat merupakan tiang agama, Islam memerintahkan seseorang senantiasa menjaga shalatnya kelak akan mewarisi surga

firdaus. Hal itu ditegaskan dalam surah Al- Mu'minun ayat 9-11 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ هُمْ عَلَىٰ صَلَوَاتِهِمْ يُحَافِظُونَ

أُولَٰئِكَ هُمُ الْوَارِثُونَ

الَّذِينَ يَرِثُونَ الْفِرْدَوْسَ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya:

Dan orang- orang yang memelihara sembahyangnya.
Mereka itulah orang- orang yang akan mewarisi.
(yakni) yang akan mewarisi surga Firdaus. Mereka kekal di dalamnya.

b) Nubuwah

Salah satu contoh keterkaitan emosial yakni nubuwah, yang dalam scene digambarkan dengan kak Raudah dan suami sedang menceritakan mukjizat Nabi Muhammad yaitu peristiwa Isra Mi'raj dan bukti terbatasnya kemampuan jin dan manusia sesuai dengan Surah Ar- Rahman ayat 33.

Perjalanan Isra Mi'raj juga di jelaskan pada surat Al- Israa' ayat 1 dan AnNajm ayat 13- 18. Pada ayat tersebut Allah menjelaskan secara singkat mengenai perjalanan Isra Mi'raj Nabi Muhammad yang hanya ditumpuh dalam waktu satu malam. Ada pula rincian urutan kejadian mengenai peristiwa Isra MI'raj dalam hadits yang shahih dengan berbagai riwayat. Seperti hadist yang diriwayatkan oleh Imam Muslim dalam keshahihannya.

Dari Anas bin Malik ra bahwa Rasulullah bersabda. Pada waktu itu, Nabi Muhammad sedang berbaring tidur bersama dua orang laki-laki (Hamzah bin Abdul Mutthalib dan Ja'far bin bin Abil Tholib) di Hijr Ismail samping Ka'bah, maka datanglah Jibril dan Mikail serta bersamanya malaikat lain. Lalu para malaikat membawa Nabil

Muhammad ke sumur zam- zam dan melentangkannya. Dan pada waktu itu, Jibril membelah hatinya dan membasuhnya hingga tiga kali dan membersihkan apapun yang mengganggu hatinya. Setelah semua selesai, malaikat Mikail membawakan lagi satu mangkuk yang terbuat dari emas dan dipenuhi oleh hikmah iman lalu menuangkannya ke dada Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh kebijaksanaan, keilmuan dan keyakinan dalam Islam, rapatlah kembali dada Nabil Muhammad SAW dan memberikan tanda dengan tanda nubuwah (Achmad, 2018).

Menurut peneliti, scene tersebut termasuk dalam kategori nubuwah. Nubuwah yang berarti pembahasan yang berhubungan dengan Nabi dan Rasul Allah seperti kitab Allah dan Mukjizat Nabi dan Rasul Allah. Mukjizat Nabi dan peristiwa yang dilaluinya dalam peristiwa Isra' Mi'raj yang dilakukan Nabi Muhammad dari masjidil haram ke masjidil Aqsa hingga sidaratul muntaha dengan menaiki buraq selama satu malam. Peristiwa Isra' Mi'raj menghasilkan perintah umat Islam untuk menjalankan shalat fardu lima waktu.

c) Ruhaniah

Alam semesta terdiri dari bintang, planet, nebula, komet, meteor, dan angkasa yang luas. Al- Qur'an menggambarkan kedahsyatan langit yang paling rendah dimiliki Bima Sakti yang diketahui memiliki seratus miliar bintang. Salah satu contoh keterkaitan emosional yakni ruhaniah, yang dalam scene digambarkan dengan ibu Tsurayya sedang menemani Aqila menonton terbentuknya alam semesta. Menurut peneliti, scene tersebut termasuk dalam kategori ruhaniah. Ruhaniah yang berarti pembahasan yang berhubungan dengan metafisik. Metafisik yaitu kajian ilmiah yang berusaha mencari hakikat dari segala yang ada seperti terbentuknya alam semesta.

Beragaman teori yang ditemukan dalam terciptanya alam, namun teori yang paling banyak diterima adalah teori ledakan besar

atau dentuman besar. Teori ini dikuatkan oleh fakta adanya perluasan alam semesta, stabilitas suhu panas, distribusi unsur di permukaan semesta, dan gambar asap semesta yang terdapat di ujung semesta.

3. Narasi pemaknaan

Melalui proses pengelompokkan data, penyajian data, dan kesimpulan akhir yang disesuaikan dengan indikator komodifikasi agama, peneliti menemukan satu scene sesuai dengan indikator narasi pemaknaan yaitu:

a) Pemilihan judul film

Salah satu contoh narasi pemaknaan yang dalam scene digambarkan pemilihan judul film yakni kata *iqro'*. *Iqro'* yang berarti bacalah dan juga merupakan kata pertama dari surat ke 96 dalam Al- Qur'an yang diturunkan kepada nabi Muhammad SAW, dimana Allah memerintahkan nabi untuk membaca dan mengetahui. Bagi sang sutradara pemilihan judul dengan kata *iqro'* dikarenakan makna dalam dan penting bagi agama Islam, serta menjaga konsistensi tema religi sains yang dalam islam pembelajaran dan menuntut ilmu sangat dihargai. Diharapkan pemilihan judul ini dapat menginspirasi masyarakat untuk menghargai nilai- nilai pendidikan dengan membaca dan merenungkan pentingnya pengetahuan dan kecerdasan dalam kehidupan sehari- hari. Judul ini dapat mengingatkan bahwa agama Islam mendorong umatnya untuk memperdalam pengetahuan dan memperkaya kehidupannya dengan informasi berguna.

4. Dasar filsafat

Melalui proses pengelompokkan data, penyajian data, dan kesimpulan akhir yang disesuaikan dengan indikator komodifikasi agama, peneliti menemukan dua scene sesuai dengan indikator dasar filsafat yaitu:

a) Ibadah

Salah satu contoh dasar filsafat yakni ibadah, yang dalam scene digambarkan dengan merapatkan barisan shaf ketika shalat. Menurut peneliti, scene tersebut termasuk dalam kategori *ibadah*. *Ibadah* yang berarti beberapa peraturan yang mengatur hubungan hablum minAllah. Hablum minAllah merupakan hubungan atau tali yang terjalin antara manusia dengan Allah. Contohnya seperti syahadat, salat, puasa, zakat, berhaji bagi yang mampu.

Al- Qur'an merupakan pedoman hidup bagi seorang muslim yang diturunkan oleh Allah kepada Nabi Muhammad. Selain itu kegiatan mengaji Al-Qur'an memiliki beberapa keutamaan yaitu setiap membaca satu huruf akan mendapat satu kebaikan, mendapatkan syafaat di hari akhir, ketika mempelajari dan mengamalkan Al-Qur'an maka kedua orang tuanya akan dipakaikan mahkota dari cahaya pada hari kiamat.

b) Muamalah

Kemunculan komodifikasi agama bukan sebagai perlawanan praktik agama yang sudah ada. Komodifikasi agama dengan menjadikan agama sebagai bagai yang dengannya fungsi spiritualnya bisa menjadi komoditas yang layak dikonsumsi masyarakat. Al-Qur'an telah menyinggung komodifikasi agama dalam surat Al-Baqarah ayat 41 dan Al- Maidah ayat 44.

وَلَا تَشْتَرُوا بِآيَاتِي ثَمَنًا قَلِيلًا

“.... Jangan kalian membeli ayat- ayat- Ku dengan harga yang murah....”

Pada Surat Al- Baqarah menekankan pada kata *تَشْتَرُوا* yang bermakna membeli. Sedangkan indikator komodifikasi agama salah satunya dasar filsafat yang memiliki acuan muamalah. Muamalah pada film Iqro: My Universe terlihat pada scene Aqila dan nenek pergi berbelanja di bazar Ramadhan. Menurut peneliti, scene

tersebut termasuk dalam kategori muamalah. Muamalah memiliki beberapa peraturan yang mengatur dalam tukar menukar harta yang dilakukan sesuai aturan.

5. Etika

Melalui proses pengelompokan data, penyajian data, dan kesimpulan akhir yang disesuaikan dengan indikator komodifikasi agama, peneliti menemukan lima scene sesuai dengan indikator etika pada film yaitu:

a) Berakhlak kepada Allah

Salah satu contoh etika yakni berakhlak kepada Allah, yang dalam film *Iqro: My Universe* digambarkan dengan Aqila yang sedang mengaji Al-Qur'an. Menurut peneliti, scene tersebut termasuk dalam kategori akhlak. Berakhlak kepada Allah yang berarti kegiatan atau sikap yang seharusnya dilakukan oleh manusia sebagai makhluk Allah. Mengaji Al-Qu'an sebagai salah satu contoh berakhlak kepada Allah.

b) Berakhlak kepada diri sendiri

Salah satu contoh etika yakni berakhlak kepada diri sendiri, yang dalam film *Iqro: My Universe* digambarkan dengan Aqila yang bersikap qanaah kepada takdir Allah. Menurut peneliti, scene tersebut termasuk dalam kategori akhlak. Berakhlak kepada diri sendiri berarti kegiatan atau sikap baik yang seharusnya ditanamkan pada diri manusia yang dalam film dicontohkan dengan sikap qanaah. Sikap qanaah disini digambarkan dengan Aqila yang menerima dan merasa cukup atas hasil yang diusahakan sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad.

c) Berakhlak kepada keluarga

Salah satu contoh etika yakni berakhlak kepada keluarga, yang dalam film *Iqro: My Universe* digambarkan dengan Aqila yang mencium tangan ibunya. Menurut peneliti, scene tersebut termasuk dalam kategori akhlak. Berakhlak kepada keluarga yang berarti

kegiatan atau sikap baik yang seharusnya dilakukan kepada orang tua.

Tujuan mencium tangan orang tua adalah suatu bentuk penghormatan dan sesuatu yang bisa menjadikan seorang mukmin lebih terikat dengan saudaranya. Tatacara bersalaman menurut ajaran Islam yaitu bersalaman dengan wajah berseri, bersalaman dengan satu tangan, tidak membungkuk ketika bersalaman, mengucapkan salam, tidak memalingkan pandangan, memperlihatkan rasa kecintaan ketika bersalaman, dan mencium tangan.

d) Berakhlak kepada masyarakat

Salah satu contoh etika yakni berakhlak kepada masyarakat, yang dalam film *Iqro: My Universe* digambarkan dengan menjaga tali silaturahmi antar manusia. Menurut peneliti, scene tersebut termasuk dalam kategori akhlak. Berakhlak kepada masyarakat yang berarti kegiatan atau sikap baik yang seharusnya dilakukan di masyarakat.

Manusia sebagai makhluk sosial harus saling menyayangi dan menghormati, dengan begitu kasih sayang akan terjalin hubungan harmonis sesuai yang diajarkan Rasulullah. Prinsip kasih sayang dan menghormati sesama bersifat mutlak. Islam adalah agama yang satu sisi menekankan hubungan manusia dengan Tuhan dan satu sisi lagi menekankan hubungan antar manusia.

e) Berakhlak kepada lingkungan

Salah satu contoh etika yakni berakhlak kepada lingkungan, yang dalam film *Iqro: My Universe* digambarkan dengan ibu Tsurayya sedang merawat tanaman untuk keperluan percobaan di ruang angkasa. Menurut peneliti, scene tersebut termasuk dalam kategori akhlak. Berakhlak kepada lingkungan berarti sikap baik yang seharusnya dilakukan dengan memelihara ciptaan Allah dan memanfaatkan alam dengan benar.

Allah menciptakan alam semesta bersamaan dengan dengan disempurnakannya agama Islam sebagai agama yang diridhai Allah. Pelestarian alam dan lingkungan tidak terlepas dari peran manusia sebagai Khalifah dimuka bumi. Tugas manusia sebagai khalifah juga memiliki kewajiban melestarikan alam semesta dan lingkungan hidup dengan sebaik- baiknya agar hidup di dunia menjadi makmur, sejahtera, dan penuh berkah. Upaya berakhlak pada lingkungan sekitar salah satunya dengan penanaman tumbuhan.

6. Fenomena sosial

Melalui proses pengelompokkan data, penyajian data, dan kesimpulan akhir yang disesuaikan dengan indikator komodifikasi agama, peneliti menemukan dua scene sesuai dengan indikator fenomena sosial pada film yaitu:

a) Pemakaian busana muslim

Busana muslim sedang menjadi *trend* bagi masyarakat muslim. Model busana muslim yang awalnya bersifat kaku, tertutup dan seba panjang, kini bertransformasi mengikuti pasar.

Salah satu contoh fenomena sosial yang pada film ini digambarkan dengan pemakaian busana muslim. Menurut peneliti pemakaian busana muslim pada film akan merepresentasikan bahwa pemeran film beragama Islam, memperkuat karakter dalam film, dan memberikan visual yang positif sehingga dapat dijadikan sebagai contoh yang baik di masyarakat. Berpakaian busana muslim dalam film *Iqro: My Universe* untuk menampilkan kesan muslim yang taat dan memberikan visual khas dan mengakar pada budaya masyarakat Indonesia.

b) Audio latar dengan nuansa Islam

Salah satu contoh fenomena sosial yang pada film ini digambarkan audio latar dengan nuansa Islam. Menurut peneliti audio latar dengan nuansa Islam berupa audio adzan, tilawah Al-Qur'an, dan takbir. Penggunaan audio dengan nuansa Islam pada

film ini memiliki beberapa tujuan diantaranya sebagai penambah suasana yang khas pada bulan Ramadhan hingga Idul Fitri dikarenakan film ini menyusung tema bulan Ramadhan, memperkuat tema dan penggambaran scene secara detail, dan memberikan nilai estetika.

7. Material materialistik

Melalui proses pengelompokkan data, penyajian data, dan kesimpulan akhir yang disesuaikan dengan indikator komodifikasi agama, peneliti menemukan satu scene sesuai dengan indikator material materialistik yaitu:

a) Memasukan sponsor pada film

Adanya penempatan produk pada film atau yang disebut *product placement* mengacu pada teknik periklanan baru dimana menyisipkan produk tertentu dalam script. Inovasi ini bertujuan untuk menggaet audiens baru, dan strategi ini cukup efektif dalam *soft selling* modern yang tersirat. Terdapat tiga jenis produk placement yakni *screen placement*, *script placement*, dan *plot placement*.

Produk yang ditempatkan dalam sebuah storyline akan jauh berhasil untuk suatu brand daripada melalui iklan tradisional. Melalui analisis priceconomics, penjualan kepada para viewer jauh lebih mudah ketika dijasikan secara emosial, dibandingkan hanya menonton dalam iklan biasa. *Produk placement* yang terdapat pada film *Iqro: My Universe* pada scene 15. Ketika Aqila dan nenek berbelanja baju untuk persiapan hari raya Idul Fitri, Aqila terlihat memasuki stand hijab Elzatta yang dapa dikatakan sebagai sponsor film ini. Sebelum memasuki stand tersebut juga ditampilkan dua footage hijab Aira dan Elzatta. Menempatkan produk hijab pada scene tertentu dengan tujuan menghemat biaya memasarkan iklan di televisi. Meskipun hal ini dapat mengurangi fokus pada pesan yang diangkat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil analisis komodifikasi agama yang peneliti kaji dalam penelitian yaitu bagaimana komodifikasi agama yang terjadi pada film *Iqro: My Universe* didapatkan kesimpulan bahwa film *Iqro: My Universe* memuat komodifikasi agama sesuai dengan indikator dengan tujuh konsep. Proses komodifikasi agama yang terjadi diawali dengan adanya kebiasaan dalam memilih tokoh berpengaruh sebagai pemeran film. Keterkaitan emosional ditandai dengan penayangan scene mengaji, menceritakan kisah Isra Mi'raj, dan terbentuknya alam semesta. Narasi pemaknaan ditandai dengan pemikitan kata "iqro" sebagai judul film. Dasar filsafat ditandai dengan ibadah yang disunnahkan merapatkan barisan anatr shaf, berbelanja baju baru sebagai bentuk antusiasme terhadap hari Raya Idul Fitri. Etika dengan menayangkan scene perilaku berakhlak kepada Allah, diri sendiri, keluarga, masyarakat dan alam sekitar. Fenomena sosial ditandai dengan pemakaian busana muslim, dan audio latar dengan nuansa Islami. Terakhir material materialistik ditandai dengan masuknya penempatan dua produk (*product placement*) yakni brand hijab Elzatta dan Aira.

B. Saran

Peneliti akan memberikan saran kepada beberap pihak sebagai berikut:

1. Bagi media massa, untuk lebih bijak dalam memproduksi sebuah film terutama yang mengandung pesan positif dan edukasi pada penonton agar tidak mengurangi tujuan film sebagai informasi dan hiburan.
2. Bagi masyarakat, menjadikan diri berfikir secara kritis dan memiliki pola pikir terbuka mengenai film religi yang ada sehingga dapat mengambil pesan positif yang akan berdampak positif juga bagi sistem kehidupan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, komodifikasi agama selalu tumbuh dan mengalami transformasi mengikuti perkembangan teknologi. Oleh sebab itu

perlu dilakukan penelitian secara berkala untuk mengetahui sejauh mana komodifikasi berkembang.

C. Penutup

Alhamdulillahirabbil'aalamin.

Ucapan syukur penulis tunjukkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahman, karunia, kemudahan dan kelancaran dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Tentunya dalam skripsi ini masih banyak kekurangan baik secara penulisan, bahas, penyajian maupun analisis. Melalui limpahan do'a yang dipanjatkan kepada Allah Swt, penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan menjadi referensi ilmu pengetahuan dalam bidang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Fatoni dan Ivonia. (2018). *Studi Analitis Peristiwa Isra' Mi'raj Nabi Muhammad SAW dalam Pendekatan Sains*. Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Keagamaan. Vol 07 No 1.
- Anam, Nurul. (2016). *Komodifikasi Agama Dan Kapitalisme (Studi atas Acara Religi dalam Tayangan Kata Ustadz Solmed)*. Skripsi. Fakultas Ushuluddin Studi Agama dan Pemikiran Islam: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Aulia, Wivio. (2021). *Representasi Komodifikasi Simbol Religi Dalam Serial Film Messiah (Analisis semiotika Roland Barthes Terhadap Tokoh Payam Golshiri)*. Skripsi. Fakultas Komunikasi dan Informatika: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bayu, Dimas. (2022). *Data Indonesia.id*. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>, diakses 25 Juni 2022
- Effendy, Heru. (2006). *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*. Panduan:Yogyakarta.
- Farid, Muhammad. (2015). *Hubungan Peran Religiusitas Remaja*.Jurnal Psikologi. Vol 3 No. 1.
- Fakhruroji, Moch. (2005). *Privatisasi Agama: Globalisasi dan Komodifikasi*. Jurnal Dakwah dan Komunikasi.
- Fauzi, Eka Perwitasari. (2016). *Komersialisasi Film Assalamualaikum Beijing Sebagai Komodifikasi Agama*. Jurnal Pemantau Media. Vol 1 No 1.
- Febriani, Fitrah. (2020). *Pesan Dakwah Pada Film Iqro: My Universe*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Febriyanti, Nur Ruli, dan Andi Faisal Bakti. (2017). *Kecenderungan Komodifikasi dan Spasialisasi pada Transmedia*. Jurnal Strategi Komunikasi. Vol 7 No 2.
- Film, Indonesia. (2018). *Data Penonton*. <http://filmindonesia.or.id/movie/viewer/2018#>. YrZuDOxBzIV, diakses 23 Juni 2022.
- Hakam, S. dkk. (2016). *Komodifikasi Agama-Agama Di Korea Selatan*. Jurnal Kajian Wilayah. Vol 7 No 2.
- Haren, Sala Monica. (2020). *Model Manajemen Produksi Film Pendek Cerita Masa Tua*. Jurnal Audiens. Vol 1 No 1.
- Himawan, Prasista. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka
- Husna, Asmaul. (2018). *Komodifikasi Agama: Pergeseran Praktik Bisnis dan Kemunculan Kelas Menengah Muslim*. Jurnal Komunikasi Global. Vol 2 No

2.

- Ibrahim, Idi Subandy. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Imanto, Teguh. (2007). *Film Sebagai Proses Kreatif Dalam Bahasa* Jurnal Komunikasi. Vol 4 No 1.
- Indiantoro, N. dan B. S. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Indrayana, Andika. (2014). *Analisis Wacana Kritis Komodifikasi Budaya Lokal pada Iklan Televisi (Studi Kasus Produk Frestea versi Hiphop Wedding)*. Jurnal Desain Komunikasi Visual. Vol 7 No 2.
- Irawan, Dandy. 2020. Representasi Pesan Inegrasi Islam Dan Ilmu Dalam Film Iqro My Universe. Skripsi. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Irsyadi, Muhammad Tsani. (2020). *Analisis semiotika Komodifikasi Nilai Agama Dalam Iklan Luwak White Koffie Versi Ustad Taufiqurrahman Ramadhan 2020*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi: UIN Syarif Hidayatullah.
- Jampel, I Nyoman, dkk. (2016). *Komunikasi Massa*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Juliana. (2016). *Perspektif Industri Budaya Dalam Film Religi (Kajian Terhadap Film Religi Indonesia Pasca Tahun 2008)*. Jurnal Komunikasi Massa. Vol 2 No 1.
- Kitiarsa, Pattana. (2008). *Religious Commodifications In Asia: Marketing Gods*. London: New York. Routledge: Taylor and Francis Group.
- Risnawati, R dan Ghufron, MN. (2010). *Teori- Teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media Group.
- Mabruri, Anton. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Drama*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Mardiyah, Fatimah. (2021). *Unsur Yang Lebih Dipentingkan Oleh Joko Anwar Dalam Memilih Aktor: Popularitas Atau Keterampilan*. <https://harpersbazaar.co.id/articles/read/3/2021/14749/unsur-yang-lebihdipentingkan-oleh-joko-anwar-dalam-memilih-aktor-popularitas-atauketerampilan>.
- Michelle, Barker. (2007). *Invesments In Religious Capital: An Ezplorative Case Study Of Australian Buddhists*. Jurnal Global Buddhism. Vol 8.
- Miles, Matthew dan Huberman Michael. (1992). *Analisis Data Kualitatif (Buku*

- Sumber Tentang Metode- Metode Baru*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Minawati, R. (2013). *Komodifikasi: Manipulasi Budaya Dalam (Ajang) Pariwisata*. Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni. Vol 15 No 1.
- Natalia, Jenny dan Dahlia. B. G. (2018). *Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Penggunaan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu*. Jurnal Media Informatika. Vol 17 No 3.
- Nilamsari, Natalina. (2014). *Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif*. Jurnal Wacana. Vol XII No 2.
- Noor, Henry Faizal. (2015). *Ekonomi Media*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Novriandi, R. (2019). *Box Office Indonesia: Dua Garis Biru Menuju Dua Juta*. <https://www.kincir.com/movie/cinema/box-office-indonesia-dua-garis-biru-dua-juta-HL9w4yZkscU9>, diakses 8 Juni 2022.
- Nurhasanah, Lailiyah. (2020). *Komodifikasi Agama Islam Dalam Iklan Televisi Pasta Gigi Sasha Siwak*. Skripsi: akultas Dakwah. IAIN Jember.
- Saptya, Rangga Permana, dkk. (2019). *Industri film Indonesia dalam perspektif sineas Komunitas Film Sumatera Utara*. Jurnal Protvf. Vol 3 No 2.
- Santoso, M Widjajanti. (2015). *Komodifikasi Mode Muslimah Melalui Media Sosial*. Jurnal Masyarakat Budaya. Vol 17 No 3.
- Setyanto, dkk. (2022). *Menakar Kualifikasi Pemeran Jagoan Perempuan Pada Film Laga Indonesia*. Jurnal Dkv Dan Multimedia. Vol 8 No 1.
- Shanty, P. A. (2015). *Aspek Kognitif, Afektif, Dan Behavioral Terkait Informasi Ekonomi Dan Investasi Di Kalangan Wakil Pialang Berjangka Studi Pada Karyawan Pt. Victory International Futures Malang*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sholikhah, Nur Hidayatus. (2020). *Komodifikasi Siwak Dalam Hadis*. Skripsi. Fakultas Ushuluddin Dan Humaniora: UIN Walisongo Semarang.
- Singarimbun, Masri. dan S. E. (2002). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Subandi, Ibrahim. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Subandi, Ibrahim. (2011). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surahman, Sigit dkk. (2019). Komodifikasi Konten, Khalayk, dan Pekerja pada Akun Instagram @salman_al_jugjawy. *Jurnal Komunikasi*. Vol 3 No 1.
- Syah, Hakim. (2013). *Dakwah Dalam Film Islam Di Indonesia (Antara Idealisme Dakwah dan Komodifikasi Agama)*. *Jurnal Dakwah*. Volume XIV No 2.
- Tanzeh, Ahmad. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras
- Telling, R. Z. (2012). *Komodifikasi Toni Blank Dalam Social Media (Analisis Wacana Kritis Terhadap "Kegilaan" Toni Blank Pada Toni Blank Show Di Youtube*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik : Universitas Indonesia.
- Trianton. (2013). *Film Sebagai Media Belajar*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo. (2007). *Dasar- Dasar Produksi Program Televisi*. Jakarta: Grasindo
- Winardi. (2000). *Kapitalisme Versus Sosialisme*. Bandung: Remaja Karya.
- Yuni, A. (2021). *Bahasa Daerah Sebagai Alat Komunikasi Radio*. Skripsi. Fakultas Dakwah: UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Yustati, Herlina. (2017). *Implikasi Strategi Pemasaran Melalui Komodifikasi Agama Di Indonesia*. *Jurnal Al-Intaj*. Vol 3 No 2.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Ratih Listyorini
2. Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 21 Agustus 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Jl. Pederesan Kecil RT 01 RW 03,
Kec. Semarang Timur, Semarang
Jawa Tengah
6. Nomor HP : 083842853748
7. E-Mail : ratihlistyorini8@gmail.com

B. Pendidikan Formal

1. SD Nu Pungkuran Semarang : 2007-2012
2. SMP Ma'Had Islam Semarang : 2012-2015
3. SMK N 8 Semarang : 2015-2018