

'ISLAM', SEBUAH GENRE BARU (KONVENSI GENERIK FILM-FILM RELIGI ISLAM PASCA ORDE BARU)

by Muria Endah Sokowati

Submission date: 17-Dec-2018 04:12PM (UTC+0700)

Submission ID: 1058162750

File name: Islam,_Sebuah_Genre_Baru.pdf (244.4K)

Word count: 6017

Character count: 39037

**'ISLAM', SEBUAH GENRE BARU
(KONVENSI GENERIK FILM-FILM RELIGI ISLAM PASCA ORDE BARU)**

PENDAHULUAN

Fenomena film *Ayat-Ayat Cinta* tahun 2008 lalu yang berhasil meraup 3 juta penonton hanya dalam 3 minggu penayangannya telah memunculkan genre baru dalam industri sinema di Indonesia, yaitu film religi. Hal tersebut dibuktikan dengan diproduksi film-film sejenis yang juga berhasil merebut hati pemirsa film Indonesia. Sebut saja film *Perempuan Berkalung Sorban*, *Ketika Cinta Bertasbih*, atau *Sang Pencerah*. *Booming* film religi mendapat respon positif dari beberapa ulama karena dianggap mampu menyebarluaskan nilai-nilai Islam secara luas melalui budaya populer dan mengembalikan persepsi tentang Islam di mata kaum non muslim yang telah tercoreng akibat dari peristiwa terorisme 11 September 2001. Namun, beberapa pihak justru khawatir dengan konten kontroversial, misalnya poligami ataupun pesan-pesan religius konservatif lainnya mengingat film seperti halnya media massa lainnya mempromosikan pesan-pesan ideologis melalui simbol-simbol budaya yang melekat dalam konten film tersebut.

Di luar pro dan kontra, film religi memang menjadi komoditas industri yang menjanjikan karena memiliki potensi pasar yang cukup besar. Film *Ayat-Ayat Cinta* mampu menghadirkan komunitas religius, seperti ibu-ibu pengajian, siswa siswi pesantren, tokoh-tokoh agama, juga orang-orang yang selama ini menghindari *mall* dan bioskop yang dianggap sebagai tempat yang 'tidak islami' untuk berbondong-bondong datang ke bioskop dan menonton film tersebut.

Upaya mengkomersialkan konten religi dalam budaya populer bukan pertama kali dilakukan lewat film. Sejak awal tahun 2000an, budaya populer telah memasukkan unsur-unsur Islam sebagai bagian dari produknya. Misalnya saja sinetron bertema Islam atau musik-musik

religi yang dipasarkan selama ramadhan dan menyambut lebaran, atau buku-buku sastra.

Runtuhnya periode orde baru mendorong era yang lebih demokratis. Sistem pasar bebas dan globalisasi membuka pintu bagi masuknya pengaruh-pengaruh dari luar termasuk paham-paham liberal. Kondisi-kondisi tersebut mendorong munculnya produk-produk budaya Islam. Pada era orde baru, Islam dan kelompok-kelompok Islam telah termarginalisasi di bawah kepemimpinan Suharto yang militeristik. Namun, sekitar tahun 1990an setelah Suharto menunaikan ibadah haji, Islam dan kelompok-kelompok Islam mulai mendapat dukungan dari Suharto. Hal ini disebabkan karena Suharto merasa dukungan dari militer kepadanya tidak lagi sekuat sebelumnya (Handajani, 2010:97). Runtuhnya Suharto menandai akhir pemerintahan otoriter dan dimulainya pemerintahan yang demokratis. Pada saat inilah Islam dan kelompok-kelompok Islam mulai berkembang. Jika di era Suharto kelompok-kelompok Islam seolah-olah hanya NU dan Muhammadiyah, di era berikutnya mulai dikenal kelompok-kelompok lain seperti Hizbut Tahir, Jaringan Islam Liberal, Front Pembela Islam dan lain sebagainya.

Sekitar tahun 1990an adalah saat industrialisasi mulai berkembang di Indonesia seiring dengan kebijakan liberalisasi ekonomi dan keterbukaan yang dicanangkan oleh pemerintah Orde Baru (Vickers, 2005:198). Globalisasi telah membuka pintu masuknya pengaruh-pengaruh budaya dan ideologi ke Indonesia. Sistem pasar bebas mendorong semakin berkembangnya sistem ekonomi di Indonesia. Pada saat inilah dimulai era industrialisasi media. Media dikendalikan oleh pemilik modal dan berorientasi komersialisasi. Dengan demikian, media senantiasa melakukan strategi pemasaran yang mampu menghasilkan keuntungan yang maksimal. Salah satu strategi yang potensial adalah dengan mengemas produknya dengan isu-isu yang menarik perhatian publik sebagai target pasarnya. Isu tersebut antara lain adalah isu-isu tentang Islam yang mengalami euphoria kebebasan pasca runtuhnya orde baru. Salah satu media

yang memanfaatkan isu ini adalah film.

Sesungguhnya film-film religi sudah banyak diproduksi pada periode sebelumnya. Asrul Sani, seorang sutradara legendaris, telah memproduksi beberapa film religi, seperti *Titian Serambut Dibelah Tujuh* dan *Al-Kautsar*. Film-film lain yang juga cukup populer di masa itu adalah film *Sunan Kalijaga* atau *Wali Songo*. Film-film ini dinilai lebih berhasil mengedepankan nilai-nilai Islam dan menjadi media dakwah dengan menyampaikan isu-isu yang serius. (Kusuma, 2008). Misalnya film *Titian Serambut Dibelah Tujuh* mengkisahkan bagaimana Islam konservatif dan Islam moderat, atau film *Sunan Kalijaga* menceritakan perjuangan Sunan Kalijaga menyebarkan agama Islam. Bandingkan dengan film *Ayat-Ayat Cinta* atau *Ketika Cinta Bertasbih* yang merupakan kisah cinta romantis namun dibungkus nilai-nilai Islam serta menggambarkan kehidupan remaja Islam masa kini.

Berdasarkan deskripsi tersebut, maraknya film-film religi Islam mengasumsikan bahwa film-film tersebut tidak berfungsi sebagai media dakwah. Film-film religi masa kini dinilai sebagai komoditas yang potensial untuk dijual. Akibatnya film-film religi kerap dituduh hanya menjadikan nilai-nilai Islam sebagai bagian dari strategi pemasaran. Film religi tak ubahnya seperti film roman pada umumnya. Nilai-nilai Islam yang ditampilkan hanyalah kemasan yang membungkus kisah romantis yang menjadi narasi dari film tersebut. Pesan-pesan keislaman hanya menjadi kemasan yang membuatnya terlihat dangkal dan banal.

Tulisan ini bukan dalam kapasitas untuk melakukan penilaian normatif atas pergeseran fungsi dakwah menjadi komersialisasi dalam film religi. Namun penulis justru lebih tertarik untuk melihat bagaimana film-film religi berbicara tentang Islam dan dalam konteks apa film-film tersebut mendiskusikan Islam. Untuk kebutuhan itu, maka penulis melakukan analisis terhadap konvensi generik film-film religi yang diproduksi pasca orde baru. Konvensi generik

tersebut dapat menjelaskan bagaimana wajah Islam dalam film-film religi. Wajah Islam direpresentasikan lewat ide cerita, karakterisasi, ikonografi, dan narasi film-film tersebut ketika mendiskusikan tentang Islam.

KETIKA AGAMA DAN MEDIA BERSATU

Perdebatan antara agama dan media dimulai sejak lama. Agama merupakan ruang keyakinan yang menghubungkan individu dengan Tuhan. Sementara media dianggap sekuler karena merupakan industri budaya. Sejatinya dua hal itu tidak bisa dipersatukan. Namun kemajuan teknologi menjadikan kita kerap menyaksikan media-media seperti film, televisi, lagu, novel atau radio dengan substansi pesan yang mengandung unsur-unsur agama. Ini yang dimaksud Biersdorjer (2002) sebagai *religion finds technology* (Meyer dan Moors, 2006:1).

Persoalannya kemudian, ketika terjadi interrelasi antara agama dan media, apakah agama yang merupakan bentuk ekspresi yang bersifat transendental menjadi tunduk dengan komersialisasi yang notabene bersifat keduniawian? Media massa yang memiliki kemampuan diseminasi pesan yang bersifat global dan segera seringkali dimanfaatkan oleh pemuka agama untuk menyebarkan ajaran agamanya. Media dirasa mampu menjadi sarana dakwah yang membuat muatan dakwah menjadi tersebar lebih luas dalam waktu yang cepat. Dengan demikian media akan mampu menjadi solusi bagi kebutuhan publik akan pesan-pesan religius.

Namun, yang terjadi saat ini adalah pergeseran fungsi media, ketika media tak lagi memberikan pesan yang berorientasi pada *public needs*, namun justru pada *public wants*. Media tidak hanya menyampaikan konten berupa khotbah-khotbah keagamaan, namun juga bagaimana praktik keagamaan ditampilkan dalam bingkai budaya media. Mungkin labelnya tidak menyatakan sebagai program keagamaan, namun secara substansi program-program tersebut menampilkan praktik-praktik keagamaan tertentu. Berdasarkan fakta tersebut, tidak bisa

dipungkiri bahwa dalam media telah terjadi komodifikasi. Komodifikasi agama dalam media pun tidak bisa dihindari. Agama dijadikan sebagai konten media, dan pemeluk agama telah dijadikan sebagai pasar. Seperti bentuk komodifikasi-komodifikasi yang lain, agama telah menjadi sebuah gaya hidup. Akibatnya pesan-pesan agama justru diabaikan.

Fenomena kesuksesan film *The Passion of The Christ* karya Mel Gibson yang berkisah tentang kehidupan Jesus telah membuka mata tentang praktik komodifikasi agama yang dilakukan oleh media, dalam hal ini adalah film. Film yang mampu mencapai *box office* tersebut membuat muatan keagamaan yang dibawa dalam film tersebut menjadi tidak ada bedanya dengan produk-produk Hollywood lain, yang menjual nama besar sutradara, ataupun temanya sendiri yang memang kontroversial sehingga menjadi komoditas yang potensial untuk dijual (Einstein, 2007:1). Logika tersebut menjelaskan bagaimana industrialisasi media yang semata-mata berorientasi pada profit dan tidak lagi pada kepentingan publik.

INDUSTRIALISASI MEDIA PASCA ORDE BARU

Media adalah apparatus tempat beroperasinya pengetahuan-pengetahuan tertentu. Sebagai apparatus, media memiliki dan menjalankan ideologi tertentu. Althusser (1970) menjelaskan bagaimana media menjadi manifestasi ideologi negara (*Ideological State Apparatuses*), bahwa media berperan sebagai bagian dari apparatus negara (dalam Barker, 2009:46). Inilah yang terjadi di Indonesia di era orde baru di mana media direpresi untuk mendukung kepentingan negara.

Pasca runtuhnya orde baru, media mengalami industrialisasi. Media telah beralih dari ruang kuasa negara menuju ruang kompetisi pasar. Media tidak lagi menjalankan kebijakan negara, namun berorientasi pada pemilik modal yang menggerakkan aktivitas media pada komersialisasi. Logika industri adalah bagaimana pencapaian tujuan bisnis secara efisien dan efektif. Logika tersebut menyebabkan praktik media menjadi *regimented*, homogen dan

prosedural, walaupun dari sisi konten menjadi *fragmented* dan heterogen. Media memang menawarkan konten yang beragam, namun format dan genre yang ditawarkan menjadi homogen (Van Leeuwen, 2008:4). Program media sendiri berkiblat pada tingkat *rating* dan *share*. Akibatnya program-program hiburanlah yang sukses memiliki *rating* dan *share* yang tinggi sehingga mampu menarik pengiklan yang besar. Untuk itu media menggeser muatan kontennya pada konten hiburan yang lebih menjual (Fairclough, 1995:10). Postman (2005) menyebutkan bahwa media menekankan program-program bermuatan hiburan sehingga mengurangi program-program informatif dan edukatif. Semua dilakukan untuk mendukung sistem ekonomi media. Isi media memang menawarkan wacana beragam, namun dibungkus format yang seragam, yaitu format hiburan sehingga beragamnya wacana menjadi tidak bermakna. Itu pula yang terjadi pada fenomena booming film-film religi, di mana pesan-pesan keislaman yang terdapat di dalamnya menjadi tidak bermakna, karena bukan itulah orientasi dari pembuatan film tersebut.

ANALISIS GENRE SEBAGAI METODE PENELITIAN

Penelitian terhadap film-film religi ini akan menggunakan metode analisis genre. Metode ini menjadi pisau analisis yang mampu untuk mengidentifikasi dan menganalisis konvensi generik yang digunakan oleh film-film tersebut. Dengan melakukan analisis genre, maka akan diketahui kecenderungan struktur yang digunakan oleh film-film religi ketika berbicara tentang Islam. Menurut Thwaites *et.al.* (1994:95) analisis tersebut menawarkan pembacaan genre yang memfokuskan pada efek-efek tekstual serta kontekstual. Dalam hal ini, proses analisis tidak sekedar membaca struktur atau elemen representasi dari sebuah genre, tapi juga memungkinkan peneliti untuk membaca dan mengkaji pilihan-pilihan *subject matter* dari *genre* tersebut dan bagaimana kaitannya dengan konteks sosial dari proses produksi makna.

Dalam melakukan analisis, peneliti menggunakan metode genre yang dikemukakan oleh

Jane Stokes (2003:97) dengan mengidentifikasi elemen-elemen seperti : ide dasar, karakter, setting, ikonografi, dan peristiwa-peristiwa naratif yang terdapat dalam 8 film religi yang menjadi objek penelitian ini. 8 film yang akan dianalisis tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Film Yang Dianalisis

No.	Judul Film	Tahun Produksi
1.	Kiamat Sudah Dekat	2003
2.	Ayat-Ayat Cinta	2008
3.	Perempuan Berkalung Sorban	2009
4.	Ketika Cinta Bertasbih 1&2	2009
5.	Dalam Mihrab Cinta	2009
6.	3 Doa 3 Cinta	2010
7.	Sang Pencerah	2011
8.	Di Bawah Lindungan Ka'bah	2011

FILM RELIGI (ISLAM) PASCA ORDE BARU

ISLAMISASI DI INDONESIA

Pada era orde baru, di bawah pemerintahan Suharto, Islam sebagai gerakan sosial dan politik di Indonesia mengalami subordinasi. Hal ini disebabkan karena Suharto menjalankan pemerintahan yang otoriter yang didukung oleh kekuatan militer. Pengeksklusian Islam dimulai pada penolakan usulan kelompok-kelompok Islam untuk mengimplementasikan *Syari'ah* Islam atau hukum Islam menjadi bagian ideologi negara. Penolakan tersebut dilatarbelakangi oleh pemahaman bahwa Indonesia bukanlah negara Islam.

Suharto sebagai pemimpin di periode orde baru telah menetapkan Pancasila sebagai satu-satunya ideologi negara, dan hal tersebut membuat Islam menjadi tereksklusikan. Keberadaan kelompok-kelompok Islam adalah independen dan tidak berafiliasi dengan kepentingan politik. Hal tersebut kemudian mendorong kelompok-kelompok Islam untuk melawan kebijakan dan kekuatan politik orde baru (Collins, 2007:154).

Kebangkitan Islam dimulai pada akhir pemerintahan Suharto di tahun 1990an. Pada saat itu, Suharto mulai kehilangan dukungan militer, sehingga kemudian ia mulai melirik Islam sebagai kekuatan yang potensial untuk mendukung pemerintahannya. Bentuk dukungan pemerintah atas Islam adalah dengan menyetujui organisasi Islam baru yaitu ICMI atau Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia. Menurut Vickers, ICMI didesain untuk menarik perhatian kelas-kelas menengah di Indonesia yang merupakan kelompok baru yang cukup berpengaruh. Pada waktu-waktu berikutnya, ICMI sukses dalam mengakomodasi aspirasi komunitas-komunitas muslim (2005:200-202). Orde baru juga membentuk departemen agama untuk mengurus persoalan-persoalan, seperti pernikahan, warisan, dan zakat (Collins, 2007:157). Suharto juga menunaikan ibadah haji untuk mengkonfirmasi perhatiannya terhadap Islam.

Dukungan Suharto terhadap Islam cukup berhasil menciptakan perubahan signifikan terhadap bagaimana Islam diekspresikan oleh publik (Robison dalam Handajani, 2001:96). Meningkatnya jumlah perempuan berjilbab dan munculnya budaya pop bertema Islam, seperti novel, program televisi, sinetron, lagu-lagu dan sebagainya merupakan indikator yang signifikan yang menunjukkan bagaimana identitas Islam telah diekspresikan dalam ruang publik.

Kekuasaan Suharto berakhir pada tahun 1998. Pemerintahan pasca Suharto memberikan kesempatan kepada kelompok-kelompok Islam untuk mengembangkan organisasinya sehingga menjadi sebuah gerakan sosial dan politik. Pada periode pasca orde baru ini, muncul berbagai organisasi Islam yang merupakan gerakan sosial dan politik. Ideologi yang dianut masing-masing organisasi tersebut juga bervariasi, mulai dari liberal dan demokratis, hingga radikal dan militan yang memperjuangkan agar hukum Islam diadopsi oleh negara.

MUNCULNYA KONSUMEN 'ISLAM'

Terbukanya ruang bagi kelompok-kelompok Islam di periode pasca orde baru diikuti dengan diadopsinya Islam sebagai *way of life* oleh masyarakat di Indonesia. Suara *azan* sebagai petanda masuknya waktu sholat menjadi lebih sering didengar di mana-mana; ucapan *assalamu'alaikum* di telepon atau ketika sesama muslim saling bertemu lebih sering diucapkan; perempuan berjilbab jumlahnya semakin banyak; atau yang kontroversial adalah terbukanya wacana poligami yang dianggap sebagai bagian dari identitas laki-laki muslim. Tuntutan untuk mengembalikan nilai dan norma Islam sebagai pedoman hidup banyak disuarakan. Misalnya aspirasi bagi diterapkannya hukum Islam di berbagai daerah di Indonesia, atau gerakan yang menolak pornografi dan pornoaksi.

Hal tersebut ditangkap oleh industri untuk menjadikan 'Islam' sebagai sebuah produk. Artinya, muncul produk-produk di pasar yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang mengadopsi Islam sebagai *way of life*. Misalnya shampoo sunsilk mengeluarkan varian produk untuk *user*-nya yang berjilbab, makanan-makanan yang mengedepankan label 'Halal' menjadi salah satu produk andalannya, sekolah-sekolah Islam didirikan mulai dari Kelompok Bermain hingga universitas, produk kosmetik dan fashion yang ditujukan bagi perempuan berjilbab. Jilbab bukan lagi sekedar pakaian penutup aurat, namun sudah menjadi gaya hidup hingga muncul komunitas *hijabers* yang mewadahi perempuan muslim berjilbab yang mengedepankan gaya berpakaian. Pada titik inilah muncul dengan apa pasar 'Islam' atau konsumen Islam, yaitu konsumen yang menjadi target sasaran produk-produk 'Islam'.

Fenomena tersebut disebut oleh Feally sebagai komodifikasi Islam. Islam sebagai komoditas berjalan seiring dengan perubahan sosial ekonomi, teknologi dan budaya yang terjadi di Indonesia di mana perubahan tersebut telah mendorong individu untuk mengejar peningkatan moralitas, pengayaan spiritual, dan identitas religious (2008:16)

Lebih lanjut, Feally menjelaskan bahwa konsumsi atas Islam sebagai komoditas agama telah mendorong siklus Islamisasi, bahwa antara Islam sebagai sebuah agama dan sebuah produk yang dikomodifikasi memiliki relasi yang saling berhubungan (2008:26). Semakin religius seseorang, maka tentu saja ia akan lebih memilih mengkonsumsi produk-produk 'Islam' sebagai bagian dari ekspresi keyakinannya. Semakin produk-produk 'Islam' tersebut dikonsumsi, maka semakin besar pula pasar konsumsi produk-produk tersebut. Semakin tingginya permintaan pasar atas produk-produk 'Islam' mendorong *booming* film-film religi sejak tahun 2000an, dan mencapai puncaknya di tahun 2008.

FILM RELIGI ISLAM SEBAGAI GENRE BARU DALAM INDUSTRI FILM INDONESIA

Industri film di Indonesia mengalami mati suri pada tahun 1990an dan mulai hidup kembali di tahun 2000. Sejak saat itu, film Indonesia banyak diproduksi dengan genre yang cukup bervariasi. Misalnya film horor, komedi, drama, *action*, bahkan *thriller*.

Booming film religi Islam dimulai pada tahun 2008 ketika diluncurkan film religi Islam yang paling fenomenal, yaitu *Ayat Ayat Cinta*. Film ini diproduksi oleh MD Entertainment dan disutradarai oleh Hanung Bramantyo. Film ini menjadi histori tersendiri, mengingat film ini berhasil meraih jumlah penonton yang cukup spektakuler, yaitu tiga juta penonton hanya dalam tiga minggu pertama sejak film itu diputar. Pencapaian lain dari film ini adalah film ini disaksikan oleh masyarakat dari berbagai kelas dalam masyarakat, mulai dari anak-anak remaja hingga orang tua, mulai dari kelompok-kelompok religious hingga pejabat pemerintah, seperti presiden dan wakil presiden, menteri, duta besar dan pejabat daerah. Yang menarik adalah film ini berhasil membawa komunitas religius untuk pergi ke bioskop, padahal sebelumnya mereka tidak pernah berkunjung ke bioskop karena dianggap sebagai tempat yang tidak islami.

Film *Ayat Ayat Cinta* disebut-sebut sebagai film Islam yang paling sukses dalam sejarah

film Indonesia, dan seperti lazimnya film-film laris, diikuti oleh produksi film-film sejenis. Klaim bahwa film ini menjadi film Islam atau film religi disampaikan oleh produser dan sutradara. Hanung Bramantyo sebagai sutradara, menyebutkan bahwa ini merupakan film religi pertama yang akhirnya berhasil ia produksi. Manoj Punjabi sebagai produser menyebutkan film ini sebagai film yang bertemakan cinta, perkawinan, dan cara pandang Islam terhadap non muslim dengan lebih sederhana.

Dukungan *Ayat-Ayat Cinta* sebagai film religius yang Islami juga dilontarkan oleh banyak pihak yang berpengaruh di negeri ini. Sebut saja Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang menilai film *Ayat-Ayat Cinta* dapat menjadi salah satu media untuk memberikan pemahaman yang tepat mengenai Islam dan berharap akan menjadi media syiar Islam. Seolah tak mau kalah, wakil presiden pada saat itu, Jusuf Kalla dan Ketua MPR Hidayat Nur Wahid juga memberikan komentar yang senada. Dien Syamsuddin, Pimpinan PP Muhammadiyah sebagai organisasi Islam terbesar di Indonesia yang juga bertindak selaku penasehat produksi film ini menyatakan bahwa film ini bisa diharapkan menjadi sarana dakwah Islamiyah yang selama ini didambakan. Ia menganggap bahwa film *Ayat Ayat Cinta* film Islami yang berbicara tentang cinta sebagai bahasa universal yang sangat dibutuhkan oleh Indonesia dan dunia pada umumnya.

Tak pelak, kesuksesan ini mengundang kontroversi. Film ini dinilai hanya mengeksploitasi kisah cinta belaka. Klaim *Ayat Ayat Cinta* sebagai film religi dianggap terlalu berlebihan. Film ini tak ubahnya film drama yang tak jauh berbeda dengan berbagai film drama lain yang menekankan pada kisah cinta anak-anak muda.

Kesuksesan ini diikuti dengan diproduksinya film-film yang lain. Sebagai sutradara yang mengaku terobsesi untuk memproduksi film Islam, Hanung Bramantyo memproduksi film sejenis, antara lain *Doa yang Mengancam*, *Perempuan Berkalung Sorban* yang juga merupakan

adaptasi dari novel *best seller*, dan yang juga fenomenal adalah *Sang Pencerah* yang merupakan film biografi tokoh agama legendaris, KHA Dahlan. Mengikuti sukses film *Ayat-Ayat Cinta*, maka diproduksi film yang juga merupakan adaptasi dari novel penulis yang sama (Habibburahman El-Shirazi-penulis novel), yaitu *Ketika Cinta Bertasbih 1&2*. Film ini cukup banyak diperbincangkan karena para pemainnya diseleksi dengan cukup ketat. Tidak hanya penampilan dan kemampuan berakting, namun juga latar belakang dan kepribadian yang dinilai islami sehingga mampu mewakili karakter tokoh-tokoh dalam novel. Ditangan sutradara gaek, Chaerul Umam, film ini juga diklaim menjadi film pertama yang memperoleh ijin untuk *shooting* di Mesir, mengingat *shooting* film *Ayat-Ayat Cinta* tidak dilakukan di Mesir karena tidak diperoleh ijin. Selanjutnya Habibburahman El-Shirazi, sang penulis, menyutradarai sendiri film adaptai dari novelnya yang lain, yaitu *Dalam Mihrab Cinta* yang dibintangi oleh aktor aktris papan atas Indonesia.

Film fenomenal lainnya adalah *Tiga Doa Tiga Cinta* yang dibintangi oleh bintang legendaris, yaitu Dian Sastro dan Nicholas Saputra. Film ini dinilai cukup berhasil karena diputar di festival-festival internasional dan dinilai berhasil memotret wajah Islam di Indonesia. Sejak saat itu, bermunculan film-film sejenis, seperti *Di Bawah Lindungan Ka'bah*, *Khalifah*, atau *Sang Kyai* yang juga berhasil menarik perhatian penonton atau diputar dalam festival internasional. Dengan bermunculannya film-film sejenis, maka merupakan era bagi film Islam sebagai genre baru di industri perfilman Indonesia. Hadirnya film Islam sebagai sebuah genre baru ternyata mampu menarik jumlah penonton yang cukup besar. Berikut data jumlah penonton film religi Islam :

Tabel 2. Jumlah Penonton

Judul Film	Jumlah Penonton
Ayat Ayat Cinta	3.581.947

Ketika Cinta Bertasbih 1	3.100.906
Ketika Cinta Bertasbih 2	2.003.121
Sang Pencerah	1.206.000
Dalam Mihrab Cinta	623.105
Di Bawah Lindungan Ka'bah	520.267
Perempuan Berkalung Sorban	293.277
Kiamat Sudah Dekat	No data
3 Doa 3 Cinta	No data

Sumber : www.filmindonesia.or.id

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa film religi Islam telah mampu menarik jumlah penonton yang cukup besar, sehingga mampu menjadi produk film yang potensial yang mampu mendatangkan profit yang cukup besar bagi produser.

Seperti telah disinggung di atas, tak hanya unggul dalam jumlah penonton, namun film-film religi Islam berhasil memperoleh penghargaan yang berskala lokal maupun Internasional.

KONVENSI GENERIK FILM RELIGI (ISLAM)

Film-film dalam genre yang sama memiliki kecenderungan struktur yang sama. Tujuan penggunaan metode analisis genre adalah untuk mengetahui kecenderungan struktur yang oleh film religi Islam. Berdasarkan analisis genre yang telah dilakukan, maka konvensi generik yang dalam film religi Islam pasca orde baru diklasifikasikan berdasarkan tema-tema berikut :

1. Arabian Style

Kecenderungan yang muncul dalam film-film Islam adalah *Arabian style* atau budaya Arab yang kemudian identik dengan Islam. Gaya *ala* Arab yang ditampilkan dalam film-film Islam muncul dalam dua tema, yaitu *fashion style* dan penggunaan terminologi Arab.

Fashion Style

Film-film religi Islam tidak pernah melewatkan untuk menampilkan gaya berbusana yang dianggap menampilkan citra Islam, yaitu apa yang disebut dengan busana muslim. Untuk perempuan, busana muslim(ah) identik dengan penggunaan jilbab, yang diikuti dengan pakaian

yang menutup seluruh tubuh. Bahwa perempuan diharuskan untuk berpakaian yang menutup aurat merupakan perintah yang tercantum dalam Al-Qur'an. Untuk laki-laki, busana yang dikenakan adalah baju koko dengan celana longgar ditambah dengan peci atau surban. Busana ini kemudian identik dengan citra yang ditampilkan yaitu sebagai laki-laki yang alim.

Penggunaan busana muslim(ah) seperti yang ditampilkan ilustrasi-ilustrasi di atas memberikan impresi bagi penonton bahwa mereka yang menggunakan busana muslim(ah) merupakan figur laki-laki/perempuan yang baik. Dalam film-film tersebut tidak semua pemain perempuan/laki-laki menggunakan busana yang demikian. Namun, mereka yang tidak menggunakan busana tersebut dikategorikan sebagai tokoh yang tidak alim.

Busana muslim(ah) merupakan sarana yang menegaskan identitas penggunanya sebagai seorang muslim. Dalam film-film religi tokoh-tokoh utama yang berkarakter sebagai tokoh yang alim, baik dan ideal semakin menegaskan karakter tersebut lewat busana yang dikenakannya. Hal ini sejalan dengan pemikiran Sonja Van Wichelen yang secara khusus menjelaskan tentang jilbab. Menurut Van Wichelen, jilbab yang digunakan oleh seorang perempuan Islam menegaskan status dan derajatnya sebagai seorang muslim (2007, 102).

Arabic Terminology

Tokoh alim atau protagonis dalam film-film religi Islam selalu mengucapkan istilah-istilah Arab dalam percakapannya. Istilah yang cukup sering digunakan adalah, *Insyallah*, *Alhamdulillah*, *Astaghfirullah*. Selain itu, istilah lain yang juga digunakan adalah pemakaian kata *abi/ummi* untuk menggantikan kata ayah/ibu. Pengucapan istilah-istilah arab tersebut, sama seperti penggunaan busana muslim(ah) semakin menegaskan identitas si penggunanya sebagai seorang muslim.

2. Representation of Gender

Film-film religi Islam menampilkan karakteristik laki-laki dan perempuan yang hampir sama. Yang menarik, bagaimana gender ditampilkan dalam film sangat berbeda dengan wacana dominan tentang laki-laki dan perempuan dalam agama. Untuk membahas tema ini, tulisan ini dibagi ke dalam tiga bagian sebagai berikut :

Islamic Masculinity

Islamic masculinity mengadopsi perspektif konstruksi sosial tentang maskulinitas yang memposisikan laki-laki dalam bingkai struktur sosial dan religiusitas (Ousgane, 2006:2). *Islamic masculinity* mendudukan laki-laki dalam posisi yang istimewa di mana laki-laki mendapatkan legitimasi untuk berkuasa dari Tuhan. Laki-laki adalah pemimpin, dalam keluarga, pekerjaan, maupun dalam kehidupan politik.

Wacana *Islamic masculinity* atau bagaimana seorang muslim yang maskulin diwacanakan dalam film-film religi Islam, berbeda dengan wacana dominan tentang laki-laki religius. Misalnya wacana poligami. Dalam film religi Islami, poligami bukanlah pilihan laki-laki yang sholeh. Justru poligami digambarkan sebagai praktik yang berat karena sulitnya berlaku adil. Dari 8 film yang diteliti, tidak satu filmpun yang menampilkan sang tokoh utama yang melakukan poligami. Film *Ayat-Ayat Cinta* memang tentang poligami, namun akhir cerita justru disampaikan bahwa poligami sarat masalah dan monogami menjadi akhir yang membahagiakan.

Isu lainnya adalah isu tentang hipermaskulinitas, film-film religi Islam mewacanakan perlunya melakukan tenggang rasa dengan pihak lain yang berbeda keyakinan. Kekerasan tidak diperbolehkan karena menyakiti pihak lain. Misalnya dalam film *3 Do'a 3 Cinta*, representasi laki-laki shaleh dalam hal ini adalah santri (sebutan untuk murid pesantren) berbeda dengan yang dicitrakan oleh pemuda yang tergabung dalam organisasi Islam radikal dan militan. Di media massa mereka dicitrakan sebagai orang yang memerangi hal-hal maksiat lewat jalan kekerasan.

Laki-laki dalam film-film religi bukanlah laki-laki yang agresif dan *powerful*. Namun mereka merupakan laki-laki yang memiliki karakter seperti yang disebut Pam Nilan (2009) sebagai *personal/moral self regulation*. Mengutip teori Foucault tentang *technology of the self*, *personal/moral self regulation* mengacu pada *the power of the self*, yaitu laki-laki yang mengutamakan akal daripada emosi. Sesungguhnya karakter ini berakar dari budaya Jawa dan direpresentasikan pada figur Suharto. Implementasi dari karakter ini adalah ia rajin beribadah, seperti sholat lima waktu, membaca Al-Qur'an, dan menghadiri pengajian. Tokoh Fahri dalam *Ayat-Ayat Cinta*, Khoirul Azam dalam *Ketika Cinta Bertasbih*, Syamsul dalam *Dalam Mihrab Cinta*, dan KHA Dahlan dalam *Sang Pencerah* sangat mencerminkan sosok yang memiliki karakter *personal/moral self regulation* ini.

Laki-laki yang sholeh juga ditampilkan sebagai sosok yang sangat menghormati perempuan. Fahri dalam film *Ayat-Ayat Cinta* misalnya, ia membela Aisha yang akan dipukul seorang laki-laki di dalam metro. Ia juga memberikan penjelasan kepada seorang jurnalis Amerika tentang kewajiban seorang laki-laki untuk toleran dan menghormati perempuan.

Laki-laki tidak sepenuhnya melakukan kontrol pada perempuan. Dalam film *Perempuan Berkalung Sorban* laki-laki yang terlalu mengontrol perempuan dan melakukan kekerasan pada perempuan justru merupakan tokoh antagonis. Dalam film religi Islam, superioritas laki-laki bukan pada kekuatan fisiknya, namun pada sikapnya.

Perempuan yang Berdaya

Perempuan dalam film religi Islam bukan sebagai pihak yang pasif, namun juga berdaya. Perempuan ditampilkan sebagai sosok yang cerdas, cantik, kaya, dan berani. Perempuan mampu menjadi pengambil keputusan bagi dirinya sendiri dan bahkan bagi laki-laki. Perempuan mampu mengekspresikan pendapat dan hal-hal yang dipercaya.

Tokoh Aisha dalam film *Ayat Ayat Cinta* dan Anna dalam film *Ketika Cinta Bertasbih* memiliki kesamaan karakter, yaitu cantik, cerdas, dan berani mengemukakan pendapat dan berani mengambil keputusan. Aisha adalah pengambil keputusan bagi suaminya, Fahri, untuk poligami sebagai solusi agar ia bebas dari fitnah. Anna sebagai mahasiswa S2 Al-Azhar berani menanyakan alasan mengapa suaminya, Furqon, menolak untuk menggaulinya dan mengambil keputusan untuk cerai setelah mengetahui suaminya terinfeksi HIV. Annisa dalam *Perempuan Berkalung Sorban* merupakan tokoh yang berani melawan diskriminasi yang dilakukan ayahnya sebagai kepala pesantren karena dia seorang perempuan. Ia juga berani melawan kekerasan yang dilakukan oleh suaminya. Tokoh Sarah dalam *Kiamat Sudah Dekat* berperan sebagai tokoh yang mampu merubah Fandy menjadi laki-laki yang shaleh (sholat, membaca Al-Qur'an dan ikhlas). Sarah juga berani melawakan perintah ayahnya untuk menikah dengan laki-laki pilihan ayahnya. Tokoh Nyai Ahmad Dahlan dalam film *Sang Pencerah* menjadi istri yang pendapatnya selalu didengarkan oleh suaminya, KHA Dahlan. Zizi dalam *Dalam Mihrab Cinta* tidak ragu-ragu menyuarkan pembelaannya pada Syamsul ketika semua orang menghujatnya.

Representasi perempuan dalam film-film religi Islam ini tentunya berbeda dengan narasi besar tentang perempuan muslimah, yaitu perempuan yang harus tunduk pada perintah suami, pasif, dan subordinat. Perempuan dianggap tidak sederajat dengan laki-laki, di mana akar keyakinannya berdasarkan pada tiga asumsi teologis : a) Ciptaan Allah yang utama adalah laki-laki, karena perempuan diciptakan dari tulang rusuk laki-laki, b) Perempuan digambarkan sebagai sumber kejatuhan manusia karena Adam harus diusir dari surga karena Hawa, c) Perempuan tidak hanya diciptakan dari laki-laki tapi juga untu laki laki di mana hal tersebut menyebabkan perempuan hanya berfungsi sebagai instrumen dan tidak memiliki arti yang fundamental (Becher, 1990:38). Atas dasar asumsi yang tak terbantahkan itulah yang

menyebabkan perempuan sering dipandang hanya sebagai pelengkap dan bukan figur utama.

Isu Homoseksualitas

Wacana tentang homoseksualitas tidak banyak dibahas dalam film religi Islam. Namun, pembahasan tentang gender menjadi menarik ketika persoalan homoseksual tidak diabaikan. Film *3 Do'a 3 Cinta* sedikit bertutur tentang homoseksual. Film ini, bukan sedang membela perilaku homoseksual ataupun menolak homoseksual. Film ini mewacanakan bahwa perilaku homoseksual bisa saja terjadi di lingkungan pesantren yang notabene sebagai lingkungan yang religius. Wacana ini sangat berbeda dengan yang diwacanakan oleh kelompok-kelompok Islam radikal yang menolak homoseksual dan menganggap sebagai perilaku yang tidak bermoral. Mereka kerap melakukan serangan membabi buta pada kelompok-kelompok homoseksual. Alasan penolakan tersebut adalah karena perilaku homoseksual dianggap sangat memalukan.

3. Barat vs Timur Tengah

Film-film religi Islam membuat dikotomi atau oposisi biner atas barat dan timur tengah. Barat merepresentasikan Amerika dan Eropa, sementara timur tengah diwakili oleh Mesir. Barat atau Amerika dan Eropa identik dengan kebebasan dan moderen, sementara timur tengah identik dengan nilai-nilai Islam. Bagaimana oposisi biner itu dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 2. Oposisi Biner Barat vs Timur Tengah

Barat	Timur Tengah
Perempuan Tidak Berjilbab, baju ketat Laki-laki urakan, bersikap buruk Perempuan Jahat Perempuan penggoda Kafir	Perempuan berjilbab Laki-laki sholeh Perempuan sholehah Perempuan santun Islam

Dalam film *Kiamat Sudah Dekat* perbandingan barat dan timur tengah diwakili oleh sosok Fandi dan Farid. Keduanya jatuh cinta dengan Sarah, putri Haji Romli. Farid mewakili

barat karena besar di Amerika dan memiliki gaya hidup bebas. Ia tidak bisa sholat dan membaca Al-Qur'an. Sementara Farid, putra seorang kyai mewakili timur tengah karena ia kuliah di Mesir. Farid merepresentasikan pribadi yang lebih Islami. Pilihan Haji Romli jatuh pada Farid karena merepresentasikan Timur Tengah yang baik dan Islami.

Begitu juga dalam film *Ketika Cinta Bertasbih*, barat direpresentasikan lewat sosok Eliana, seorang putri duta besar yang cantik dan besar di Prancis sehingga menyebabkan penampilan Eliana menjadi glamor, moderen dan agresif. Ia menyukai Azzam namun ia bukanlah pilihan karena perilaku dan penampilannya yang dianggap tidak Islami dan kebarat-baratan. Penampilan tidak Islami dan kebarat-baratan adalah penampilan yang tidak berjilbab.

Dalam film *3 Do'a 3 Cinta* seorang pengusaha Amerika digambarkan cukup serakah karena membeli tanah warga dan akan dijadikan pabrik dengan harga murah. Hal tersebut mewakili ideologi kapitalisme yang khas Amerika. Amerika juga ditampilkan identik dengan gaya hidup bebas dan AIDS seperti yang ditampilkan dalam film *Ketika Cinta Bertasbih*.

Berdasarkan penjelasan di atas, barat dicitrakan negative. Namun yang menarik adalah bahwa sesungguhnya film religi Islam tidak benar-benar menolak barat, atau bisa dikatakan bahwa tidak selamanya barat itu jelek. Sebuah situasi yang kontradiktif muncul dalam film *Kiamat Sudah Dekat*. Haji Romli yang anti barat, ternyata menyukai istilah-istilah bahasa Inggris yang sering diucapkan Fandy. Di akhir cerita justru Fandy-lah yang berhasil mengambil hati Sarah dan Haji Romli, bukan Farid. Fandy yang ala barat berhasil memahami ilmu ikhlas, bukan Fandy. Pesta pernikahan yang digelar adalah pesta pernikahan di kapal yang jelas ala barat.

Dalam film *Sang Pencerah*, Belanda sebagai penjajah tidak ditampilkan dalam wajah yang kejam atau jahat. Belanda muncul sebagai pihak yang memberi kesempatan pada KHA Dahlan untuk ikut mengembangkan pendidikan pada kaum pribumi. Bahkan KHA Dahlan

ditampilkan pandai bermain biola, salah satu alat musik klasik Eropa. Diceritakan dalam film itu, KHA Dahlan Sempat oleh kelompok-kelompok Islam yang tradisional karena dianggap kafir. Dibandingkan dengan orang Belanda yang menjadi penjajah, peran antagonis dalam film itu justru kelompok Islam tradisional.

4. Terorisme

Isu terorisme tidak banyak dimunculkan dalam film-film religi Islam kecuali dalam film *3 Do'a 3 Cinta*. Dalam film tersebut diceritakan tokoh Huda yang bergabung dengan pengajian kelompok Islam garis keras. Dalam setiap pengajian selalu disampaikan ungkapan-ungkapan yang mengutuk Amerika dan mendorong pengikut pengajian untuk berjuang atau berjihad menghancurkan kelompok yang mereka sebut sebagai kelompok kafir yang berupaya menghancurkan umat muslim. Namun Huda akhirnya mengurungkan niat tersebut. Menjelang akhir cerita digambarkan para santri menonton berita pengeboman WTC. Polisi yang sempat membuntuti Huda akhirnya menangkap kyai dan teman-teman Huda dan menganggap mereka adalah bagian dari kelompok Islam garis keras yang melakukan gerakan terorisme.

Gerakan Islam radikal dan fundamentalisme direpresentasikan sebagai ancaman terhadap ajaran Islam yang benar. Untuk itu, dalam film-film religi Islam tidak memberikan representasi positif terhadap paham tersebut. Radikalisme dan fundamentalisme meleagalkan kekerasan dan dikategorikan sebagai tindakan kekerasan (Kusuma, 2008). Dalam film *3 Do'a 3 Cinta* para santri diceritakan menolak ide kelompok radikal dan fundamentalis bahwa orang Kristen dan Yahudi adalah kafir dan harus dihancurkan.

FILM RELIGI ISLAM DI ANTARA ISLAMISME DAN MODERNISME

Kebangkitan Islam di masa pasca orde baru mendorong berlangsungnya proses Islamisasi yang berimplikasi pada implementasi nilai-nilai Islam di kehidupan sehari-hari. Proses

tersebut mendorong berlakunya paham Islamisme, yaitu paham yang menjadikan Islam sebagai sebuah ideologi yang akan diimplementasikan dalam segala aspek kehidupan (Fealy dan Bubalo, 2005). Berkaitan dengan hal tersebut, kelompok-kelompok Islam radikal dan fundamentalis mewacanakan Islam yang melawan ideologi barat, seperti kapitalisme, modernisme dan feminisme yang dianggap menyimpang dari ajaran Islam. Kelompok-kelompok tersebut melakukan gerakan yang membawa paham Islamism dengan melakukan tindakan anarkis.

Proses Islamisasi yang terjadi di Indonesia pasca orde baru juga melahirkan wajah Islam yang plural. Industri media, dalam hal ini industri perfilman juga membawa wacana tentang Islam. Film sebagai industri dan sebuah produk yang dihasilkan oleh industry tidak lepas dari logika komersialisasi. Produk dikemas sedemikian rupa untuk menghasilkan keuntungan yang besar. Dalam sistem pasar bebas, media termasuk industri film mempunyai agenda untuk menghasilkan profit dengan menciptakan pasar yang potensial. Industri film memanfaatkan proses Islamisasi yang memunculkan budaya konsumsi Islami sebagai ceruk pasar yang baru. Budaya konsumsi Islami yang dimaksud adalah konsumsi yang mengutamakan nilai-nilai Islam dan memunculkan produk-produk Islami, seperti jilbab, makanan halal, *travelling* haji dan umroh atau wisata religi, obat-obat barbahan herbal khas Arab dan sejenisnya.

Berdasarkan logika tersebut, wacana tentang Islam dalam film religi merupakan kompromi atau jalan tengah atas Islamisme dan modernisme. Untuk mengakomodasi Islamisme, film dikemas dengan menampilkan hal-hal yang berbau Islam. Antara lain *fashion style* dan *Arabic terminology* seperti yang disebutkan di atas. Namun, Islam yang muncul hanyalah kemasan belaka dan bukan hal yang substansial.

Film-film religi Islam tidak pernah melepaskan 'dirinya' dari simbol-simbol Islam. Islam antara lain dilihat dari kemasannya yang menyederhanakan Islam sebagai budaya Arab.

Kesalehan dan religiusitas individu hanya dinilai lewat simbol-simbol agama. Penanda yang paling tampak untuk mengukur keimanan seseorang adalah lewat pakaian dan istilah-istilah yang digunakan dalam percakapan. Keduanya adalah *Arabic Style* yang dianggap mewakili Islam.

Penggunaan simbol-simbol Islam tersebut ternyata cukup berhasil menghadirkan kelompok-kelompok agamis yang selama ini tidak pernah menonton film di bioskop. Artinya penggunaan simbol-simbol Islam tak hanya merupakan upaya untuk menghadirkan nilai-nilai Islam ke dalam film namun juga mampu menciptakan pasar penonton baru.

Sementara film sebagai produk modernisasi film tidak melepaskan atribut dan simbol-simbol modernisasi di dalam kontennya sebagai politik representasi. Simbol-simbol modernisasi yang muncul dalam film-film religi Islam, antara lain :

1. Isu kesetaraan gender

Gerakan feminisme yang berasal dari barat berhasil membawa pada kesadaran atas kesetaraan gender. Gerakan feminisme ini mendorong munculnya *men's movement*. Gerakan feminisme memperjuangkan keadilan atas gender, sementara *men's movement* mencoba untuk merevisi wacana maskulinitas tradisional yang meletakkan superioritas dan dominasi laki-laki menjadi laki-laki yang lebih feminin, yaitu laki-laki yang mengayomi (Beynon, 2000).

Representasi atas gender yang terdapat dalam film-film religi Islam merupakan jalan tengah yang dilakukan oleh industri perfilman Indonesia atas proses Islamisme dan modernisasi yang terjadi di Indonesia. Akibatnya wacana gender yang muncul merupakan wacana gender yang mengakomodasi gerakan femisnisme dan *men's movement* tersebut.

2. Isu Hak Asasi Manusia

Isu tentang terorisme dan kekerasan melawan hak asasi manusia. Oleh karena itu film-film religi Islam tidak pernah memberi wacana yang positif atas isu-isu terorisme dan kekerasan.

Begitu pula dengan isu tentang homoseksual, di mana film religi tidak memberikan stigma yang berlebihan atas wacana homoseksualitas. Dengan mengakomodasi isu-isu tentang hak asasi manusia film-film religi Islam mewacanakan Islam yang toleran.

3. Representasi Atas Barat

Modernisasi merupakan konsep yang berasal dari barat. Untuk menjadi moderen akan selalu melibatkan barat atau Amerika. Selama ini kelompok-kelompok Islam radikal dan fundamentalis selalu menganggap Amerika dan barat sebagai musuh. Mereka menganggap Amerika dan barat selalu memusuhi dan berusaha menghancurkan Islam atas aksi-aksi mereka di Irak, Iran atau Afghanistan. Dalam film religi Islam, hal itu tidak dimunculkan. Barat tidak merepresentasikan kebaikan dan relijiusitas, namun merepresentasikan modernitas. Dalam film, modernitas adalah kemajuan dan menjadi moderen menjadi sesuatu yang bisa diterima.

4. Display Produk-Produk Moderen

Tak berbeda dengan film James Bond atau film-film produk Hollywood lainnya, film religi Islam juga menampilkan produk-produk dan merek-merek global yang menjadi simbol modernisme. Sebut saja *Apple*, *Nokia*, *Sony*, atau *Mercedes* yang ditampilkan dengan cukup mencolok dalam film-film tersebut. Relevan dengan poin 3 di atas, ini merupakan salah satu wacana yang ditampilkan dalam film religi Islam bahwa modernitas menjadi bagian dari Islam, atau bisa juga dikatakan bahwa film religi Islam mewacanakan Islam yang moderen. Berdasarkan analisis tersebut, maka film-film religi Islam mencoba untuk berkompromi dan mengambil jalan tengah antara Islamisme dan modernisme.

Bagaimana Islam ditampilkan adalah merupakan representasi dari proses Islamisasi dan meningkatnya budaya konsumen Islami yang berkembang di Indonesia pasca orde baru. Dengan mengakomodasi kedua hal tersebut, film-film religi mampu menjadi produk yang

potensial dan laku dijual. Seperti yang sudah disampaikan di awal tulisan ini, tidak seperti yang terjadi pada film religi Islam di era orde baru, film religi Islam di era pasca orde baru tidak menjadikan medianya sebagai sarana dakwah. Jika film religi Islam dikatakan mampu mencitrakan wajah Islam yang toleran, film religi Islam telah cukup berhasil. Namun, untuk menjadi media dakwah, ternyata tidak, karena ajaran dan nilai-nilai Islam yang ditawarkan dalam film religi Islam sangatlah dangkal dan hanya terjebak pada simbol-simbol Islam saja, bukan pada konten dan hakekatnya. Islam hanya menjadi kemasan, bukan isi.

Atas argumentasi itu pula maka dapat dikatakan bahwa film religi Islam tak ubahnya seperti produk-produk pemasaran lainnya yang dijual dan memiliki nilai komersialisasi yang cukup tinggi, karena diminati oleh penonton dan memberikan keuntungan yang cukup besar pada produser. Dengan demikian, industri film di Indonesia telah menjadikan Islam sebagai komoditas yang potensial untuk dijual. Di sinilah terjadi apa yang disebut sebagai komodifikasi agama.

PENUTUP

Film religi Islam pasca orde baru merupakan arena untuk membangun identitas Islam dan mempromosikan praktik dan nilai-nilai Islam. Pembentukan citradan identitas Islam yang disampaikan oleh film-film religi Islam merupakan jalan tengah untuk mengakomodasi Islamisme dan Modernisme yang terjadi di Indonesia pasca orde baru. Jalan tengah yang diambil tersebut merupakan upaya untuk merespon proses Islamisasi yang terjadi di Indonesia yang diikuti dengan meningkatkannya budaya konsumen yang Islami. Dengan demikian film religi Islam pasca orde baru tidak mampu menjadi media dakwah, namun terjebak pada simplifikasi nilai-nilai Islam. Islam hanya menjadi kemasan dan bukan sebagai isi. Pada akhirnya film religi Islam tidak ubahnya dengan film-film lain. Islam hanya sebagai label yang identik dengan simbol-simbol seperti jilbab, istilah Arab, dan hal-hal yang berbau dengan Timur Tengah. Tentu

saja representasi ini bukanlah representasi yang *final*, namun selalu dalam upaya negosiasi untuk mempertemukan kepentingan pasar dan nilai-nilai Islam.

'ISLAM', SEBUAH GENRE BARU (KONVENSI GENERIK FILM-FILM RELIGI ISLAM PASCA ORDE BARU)

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off