

PERSPEKTIF DAKWAH MELALUI FILM

Oleh : Alamsyah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Alauddin Makassar

alamsyah_uin@yahoo.com

Abstract;

Dakwah pada era saat ini dihadapkan pada berbagai tantangan dan problematika yang semakin kompleks. Film merupakan media yang begitu pas dalam memberikan *influence* bagi masyarakat umum. Sejarah mencatat, media dakwah melalui seni dan budaya sangat efektif dan terasa signifikan dalam hal penerapan ideologi Islam. Penonton film seringkali terpengaruh dan cenderung mengikuti seperti halnya peran yang ada pada film tersebut. Hal ini dapat menjadi peluang yang baik bagi pelaku dakwah ketika efek dari film tersebut bisa diisi dengan konten-konten keislaman. Film sebagai media komunikasi bisa menjadi suatu tontonan yang menghibur, dan dengan sedikit kreatifitas bisa memasukan pesan-pesan dakwah pada tontonan tersebut sehingga menjadi tuntunan. Sebelum membuat cerita film, harus menentukan tujuan pembuatan film. Hanya sebagai hiburan, mengangkat fenomena, pembelajaran/pendidikan, dokumenter, ataukah menyampaikan pesan moral tertentu. Hal ini sangat perlu agar pembuatan film lebih terfokus, terarah dan sesuai. Di awal millenium baru ini tampaknya mulai ada gairah baru dalam industri film Indonesia terutama film yang mengusung tema dakwah. Seperti halnya film Kiamat Sudah Dekat, Kun Fa Yakun, Perempuan Berkalung Sorban, Ketika Cinta Bertasbih, film Ayat-ayat Cinta yang begitu fenomenal akhir-akhir ini. Dakwah melalui film memang akan lebih efektif dibandingkan dengan media lainnya. Sebab penyajiannya dapat diatur dalam berbagai bentuk dan variasi sehingga kesannya tidak seperti menggurui.

Kata Kunci:

Perspektif, Dakwah, Film

In the current era, *Dakwah* is faced with various challenges and problems that are increasingly complex. Movie is a great medium to influence general public. It is recorded media through art and culture is very effective and significant in terms of the application of Islam's ideology. Movie lovers are often affected and tend to follow as well as to what exist in the movie. This can be a good opportunity for *Dakwah* doers when the effect of the movie that can be filled with Islam's contents. Movie as a medium of communication can be an entertaining, and can put messages on the *Dakwah* in it with a little creativity that becomes guidance. Before making the movie, it should define the purpose of making it whether as an entertainment, phenomenon, education, documentary or a moral one. It is very

necessary for the making of the movie is more focused, targeted and appropriate. At the beginning of this new millennium seems to be a new passion for Indonesian movie industry, especially the theme of *Dakwah* movies such as *Kiamat Sudah Dekat*, *Kun Fa Yakun*, *Perempuan Berkalung Sorban*, *Ketika Cinta Bertasbih*, and *Ayat-Ayat Cinta* that is so phenomenal lately. Da'wah through the movies will be more effective than other media because the presentation can be arranged in a variety of shapes and variations, so that the impression does not look like to teach.

Keywords:
Perspectives, Da'wa, Film

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Agama Islam merupakan agama dakwah baik secara teoritis maupun praktis.¹ *Berdakwah* artinya mempropagandakan suatu keyakinan, menyerukan suatu pandangan hidup, iman dan agama.² Dakwah dalam berbagai dimensinya memiliki wilayah kerja yang sangat luas yang biasa disederhanakan dengan istilah dakwah *bi al-Kalam* (ceramah), *bi al-Kit bah* (tulisan) dan dakwah *bi al-Hal* (dakwah dalam bentuk kegiatan nyata di lapangan).

Dakwah pada era saat ini dihadapkan pada berbagai tantangan dan problematika yang semakin kompleks. Hal ini tidak terlepas dari adanya perkembangan masyarakat yang semakin maju dan beradab. Pada masyarakat agraris kehidupan manusia penuh dengan kesederhanaan, tentunya problematika hidup berbeda dengan masyarakat kontemporer yang cenderung materialistik dan individualistik. Begitu pula tantangan dan problematika dakwah akan dihadapkan pada berbagai persoalan yang sesuai dengan tuntutan pada era sekarang ini.³

Menurut Abdul Basith, setidaknya ada tiga problematika besar yang dihadapi dakwah pada era kontemporer yaitu: *pertama*, pemahaman masyarakat pada umumnya terhadap dakwah hanya diartikan sebagai aktivitas yang bersifat *oral communication* (dakwah hanya dilakukan melalui lisan), sehingga dakwah hanya berorientasi pada kegiatan-kegiatan ceramah (*tabligh*). *Kedua*, problematika yang bersifat epistemologis. Dakwah pada era sekarang bukan hanya bersifat rutinitas, temporal dan instant, akan tetapi dakwah membutuhkan paradigma keilmuan. Dengan adanya keilmuan dakwah tentunya terkait dengan hal-hal yang bersifat teknis dapat dicari rujukannya melalui teori-teori dakwah.⁴ *Ketiga*, problematika yang menyangkut sumberdaya manusia. Aktivitas dakwah masih dilakukan secara sambil lalu (sampingan), implikasinya banyak bermunculan dai yang kurang profesional. Idealnya seorang dai tidak hanya memiliki kompetensi yang bersifat substantif saja seperti kemampuan dari sisi materi-materi dakwah dan ahlak dai, tetapi membutuhkan kompetensi keilmuan dakwah.⁵

Berpijak dari berbagai problematika dakwah sebagaimana yang telah dikemukakan di atas, maka seyogyanya proses dakwah dalam konteks kekinian hendaknya tidak hanya

diperankan oleh para kiyai, ustadz dan mubalig saja, akan tetapi sebagai seorang muslim dapat berkontribusi sesuai dengan profesinya dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah ke tengah-tengah umat.

Perkembangan media komunikasi pada dasawarsa terakhir menunjukkan perubahan cukup mendasar. Banyak media yang dapat dijadikan alternatif untuk menyampaikan pesan secara *massif* (dengan target penerima yang besar) dan dalam waktu yang relatif cepat. Pemanfaatan media massa dalam aktivitas dakwah Islam juga merupakan salah satu cara efektif dalam mengimbangi dan meminimalisir dampak negatif yang ada dalam media tersebut. Jadi, para dai harus tanggap dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi sehingga mampu memanfaatkan media yang ada terutama media massa modern.

Perkembangan teknologi membawa informasi yang tak mengenal batas ruang dan waktu, dapat merambah ke segala arah, diterima oleh siapa saja yang memerlukan.⁶ Derasnya arus informasi ini didukung oleh berbagai media sebagai corong penyampai pesan baik itu komunikasi yang bersifat massa maupun pribadi.

Film merupakan media yang begitu pas dalam memberikan *influence* bagi masyarakat umum. Sejarah mencatat, media dakwah melalui seni dan budaya sangat efektif dan terasa signifikan dalam hal penerapan ideologi Islam. Penonton film seringkali terpengaruh dan cenderung mengikuti seperti halnya peran yang ada pada film tersebut. Hal ini dapat menjadi peluang yang baik bagi pelaku dakwah ketika efek dari film tersebut bisa diisi dengan konten-konten keislaman.

Dakwah dan perfilman sepertinya saling membutuhkan. Hal ini tentunya dapat dimaklumi, mengingat populasi umat Islam di Indonesia yang demikian dominan sehingga kalangan pebisnis melihatnya sebagai salah satu lahan bisnis yang cukup menarik.

Oleh karena itulah maka kalangan pebisnis melihat peluang tersebut, kemudian mencari topik-topik keagamaan yang dapat berkembang, dari bisa menjadi judul film. Kalangan dakwah juga ikut mengambil keuntungan atau bisa juga kerugian dengan mengangkat bagian-bagian dari tema dakwah menjadi judul film, terutama yang dapat menjadi tontonan televisi yang menarik.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut: Pertama, apa Unsur-Unsur dan Tahapan Dalam Industri Film? Kedua, bagaimana Sejarah Perkembangan Film Sebagai Media Dakwah? Ketiga, bagaimana efektifitas dakwah melalui media film

PEMBAHASAN

Unsur-unsur dan tahapan pembuatan film

Komunikasi dalam kehidupan manusia merupakan dasar dari eksistensi masyarakat yang menjadi penentu terhadap struktur masyarakat. Untuk mengadakan interaksi harus

dengan komunikasi yaitu membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.⁷ Didalam komunikasi harus memperhatikan antara lain: “*Who says what in which channel to whom and with what effects*” “Siapa mengatakan apa melalui saluran mana kepada siapa dan dengan pengaruh apa”⁸ (Harold Lasswell) dan “Saling berbagi informasi, gagasan, atau sikap” (Wilbur Schramm). Dibahas pula tentang fungsi, jenis, komponen, dan proses komunikasi secara umum. Jadi, komunikasi adalah Proses penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, dengan cara menggunakan media sebagai kemasan informasi atau melalui transmisi secara simbolik, sehingga informasi mudah difahami dan pada akhirnya mereka saling memiliki kesamaan persepsi.

Film sebagai media komunikasi bisa menjadi suatu tontonan yang menghibur, dan dengan sedikit kreatifitas bisa memasukan pesan-pesan dakwah pada tontonan tersebut sehingga menjadi tuntunan. Menurut Onong Uchyana Efendi, film merupakan medium komunikasi yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Bahkan, Jakob Sumardjo, dari pusat pendidikan film dan televisi, menyatakan bahwa film berperan sebagai pengalaman dan nilai. Sangat memungkinkan sebagai alat pengoperan rangsangan dalam masyarakat sekaligus untuk digunakan sebagai sarana penyampai syiar Islam kepada masyarakat luas.⁹

Film sebagai perangkat komunikasi, mampu menyerap komunikasi secara luas. Film sangat memikat komunikannya karena operasionalisasi dari film itu didahului oleh adanya persiapan yang sangat cukup matang, seperti adanya : naskah cerita, scenario, shooting dan acting dari pemeran utama dan yang lainnya.

Berikut beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perfilman :

Unsur-Unsur Dari Film

Director (Sutradara), Bertugas memimpin dan mengarahkan keseluruhan proses pembuatan film.

Pembuat Ide cerita, Pencetus atau pemilik ide cerita pada naskah film yang diproduksi.

Script Writer, Bertugas menterjemahkan ide cerita ke dalam bahasa visual gambar atau skenario.

Kameramen, Bertugas mengambil gambar atau mengoperasikan kamera saat shooting.

Lighting, Bertugas mengatur pencahayaan dalam produksi film.

Tata musik (music director), Bertugas membuat atau memilih musik yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film.

Tata kostum, (costume designer), Bertugas membuat atau memilih dan menyediakan kostum atau pakaian yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film.

Make up Artist, Bertugas mengatur make up yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film

Sound effect (sound recorder), Bertugas membuat atau memilih atau merekam suara dan efek suara yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film.

Tata artistik (artistic director), Bertugas membuat dan mengatur latar dan setting yang sesuai dengan nuansa cerita dalam produksi film.

Editor, Bertugas melakukan editing pada hasil pengambilan gambar dalam produksi film.

Klipper, Bertugas memberi tanda pengambilan shot dalam produksi film.

Pencatat adegan, Bertugas mencatat adegan atau shot yang diambil serta kostum yang dipakai dalam produksi film.

Casting, Bertugas mencari dan memilih pemain yang sesuai ide cerita dalam produksi film.¹⁰

Tahapan Pembuatan Film

PRA PRODUKSI

Analisis Ide Cerita

Sebelum membuat cerita film, harus menentukan tujuan pembuatan film. Hanya sebagai hiburan, mengangkat fenomena, pembelajaran/pendidikan, dokumenter, ataukah menyampaikan pesan moral tertentu. Hal ini sangat perlu agar pembuatan film lebih terfokus, terarah dan sesuai. Jika tujuan telah ditentukan maka semua detail cerita dan pembuatan film akan terlihat dan lebih mudah. Jika perlu diadakan observasi dan pengumpulan data dan faktanya. Bisa dengan membaca buku, artikel atau bertanya langsung kepada sumbernya.

Ide film dapat diperoleh dari berbagai macam sumber antara lain:

Pengalaman pribadi penulis yang menghebohkan.

Percakapan atau aktifitas sehari-hari yang menarik untuk difilmkan.

Cerita rakyat atau dongeng.

Biografi seorang terkenal atau berjasa.

Adaptasi dari cerita di komik, cerpen, atau novel.

Dari kajian musik, dll

Menyiapkan Naskah

Jika penulis naskah sulit mengarang suatu cerita, maka dapat mengambil cerita dari cerpen, novel ataupun film yang sudah ada dengan diberi adaptasi yang lain. Setelah naskah disusun maka perlu diadakan Breakdown naskah. Breakdown naskah dilakukan untuk mempelajari rincian cerita yang akan dibuat film.

Menyusun Jadwal dan Budgeting

Jadwal atau working schedule disusun secara rinci dan detail, kapan, siapa saja, biaya dan peralatan apa saja yang diperlukan, dimana serta batas waktunya. Termasuk jadwal pengambilan gambar juga, scene dan shot keberapa yang harus diambil kapan dan dimana serta artisnya siapa. Lokasi sangat menentukan jadwal pengambilan gambar.

Hal-hal yang perlu diperhatikan saat menyusun alokasi biaya:

Penggandaan naskah skenario film untuk kru dan pemain.

Penyediaan kaset video.

Penyediaan CD blank sejumlah yang diinginkan.

Penyediaan property, kostum, make-up.

Honor untuk pemain dan konsumsi.

Akomodasi dan transportasi.

Menyewa alat jika tidak tersedia.

Hunting Lokasi

Memilih dan mencari lokasi/setting pengambilan gambar sesuai naskah. Untuk pengambilan gambar di tempat umum biasanya memerlukan surat ijin tertentu. Dalam hunting lokasi perlu diperhatikan berbagai resiko seperti akomodasi, transportasi, keamanan saat shooting, tersedianya sumber listrik, dll. Setting yang telah ditentukan skenario harus betul-betul layak dan tidak menyulitkan pada saat produksi. Jika biaya produksi kecil, maka tidak perlu tempat yang jauh dan memakan banyak biaya.

Menyiapkan Kostum dan Property

Memilih dan mencari pakaian yang akan dikenakan tokoh cerita beserta propertinya. Kostum dapat diperoleh dengan mendatangkan desainer khusus ataupun cukup membeli atau menyewa namun disesuaikan dengan cerita skenario. Kelengkapan produksi menjadi tanggung jawab tim property dan artistik.

Menyiapkan Peralatan

Untuk mendapatkan hasil film/video yang baik maka diperlukan peralatan yang lengkap dan berkualitas. Peralatan yang diperlukan (dalam film minimalis) :

Clipboard.

Proyektor.

Lampu.

Kabel Roll.

TV Monitor.

Kamera video S-VHS atau Handycam.

Pita/Tape.

Mikrophone clip-on wireless.

Tripod Kamera.

Tripod Lampu.

Casting Pemain

Memilih dan mencari pemain yang memerankan tokoh dalam cerita film. Dapat dipilih langsung ataupun dicasting terlebih dahulu.

TAHAP PRODUKSI

Tata Setting

Set construction merupakan bangunan latar belakang untuk keperluan pengambilan gambar. Setting tidak selalu berbentuk bangunan dekorasi tetapi lebih menekankan bagaimana membuat suasana ruang mendukung dan mempertegas latar peristiwa sehingga mengantarkan alur cerita secara menarik.

Tata Suara

Untuk menghasilkan suara yang baik maka diperlukan jenis mikrofon yang tepat dan berkualitas. Jenis mikrofon yang digunakan adalah yang mudah dibawa, peka terhadap sumber suara, dan mampu meredam noise (gangguan suara) di dalam dan di luar ruangan.

Tata Cahaya

Penataan cahaya dalam produksi film sangat menentukan bagus tidaknya kualitas teknik film tersebut. Seperti fotografi, film juga dapat diibaratkan melukis dengan menggunakan cahaya. Jika tidak ada cahaya sedikitpun maka kamera tidak akan dapat merekam objek.

Penataan cahaya dengan menggunakan kamera video cukup memperhatikan perbandingan *Hi light* (bagian ruang yang paling terang) dan *shade* (bagian yang tergelap) agar tidak terlalu tinggi atau biasa disebut *high contrast*. Sebagai contoh jika pengambilan gambar dengan latar belakang lebih terang dibandingkan dengan artist yang sedang melakukan acting, kita dapat gunakan reflektor untuk menambah cahaya. Reflektor dapat dibuat sendiri dengan menggunakan styrofoam atau aluminium foil yang ditempelkan di karton tebal atau triplek, dan ukurannya disesuaikan dengan kebutuhan. Perlu diperhatikan juga tentang standart warna pencahayaan film yang dibuat yang disebut *white balance*. Disebut *white balance* karena memang untuk mencari standar warna putih di dalam atau di luar ruangan, karena warna putih mengandung semua unsur warna cahaya.

Tata Kostum (WARDROBE)

Pakaian yang dikenakan pemain disesuaikan dengan isi cerita. Pengambilan gambar dapat dilakukan tidak sesuai nomor urut adegan, dapat meloncat dari scene satu ke yang lain. Hal ini dilakukan agar lebih mudah, yaitu dengan mengambil seluruh shot yang terjadi pada lokasi yang sama. Oleh karenanya sangat erlu mengidentifikasi kostum pemain. Jangan sampai adegan yang terjadi berurutan mengalami pergantian kostum. Untuk mengantisipasi maka sebelum pengambilan gambar dimulai para pemain difoto dengan kamera digital terlebih dahulu atau dicatat kostum apa yang dipakai. Tatanan rambut, riasan, kostum dan asesoris yang dikenakan dapat dilihat pada hasil foto dan berguna untuk shot selanjutnya.

Tata Rias

Tata rias pada produksi film berpatokan pada skenario. Tidak hanya pada wajah tetapi juga pada seluruh anggota badan. Tidak membuat untuk lebih cantik atau tampan tetapi lebih ditekankan pada karakter tokoh. Jadi unsur manipulasi sangat berperan pada teknik tata rias, disesuaikan pula bagaimana efeknya pada saat pengambilan gambar dengan kamera. Membuat tampak tua, tampak sakit, tampak jahat/baik, dll.

TAHAP PASCA PRODUKSI

Proses Editing

Secara sederhana, proses editing merupakan usaha merapikan dan membuat sebuah tayangan film menjadi lebih berguna dan enak ditonton. Dalam kegiatan ini seorang editor akan merekonstruksi potongan-potongan gambar yang diambil oleh juru kamera. Tugas editor antara lain sebagai berikut:

Menganalisis skenario bersama sutradara dan juru kamera mengenai kontruksi dramatnya.

Melakukan pemilihan shot yang terpakai (OK) dan yang tidak (NG) sesuai *shooting report*.

Menyiapkan bahan gambar dan menyusun daftar gambar yang memerlukan efek suara.

Berkonsultasi dengan sutradara atas hasil editingnya.

Bertanggung jawab sepenuhnya atas keselamatan semua materi gambar dan suara yang diserahkan kepadanya untuk keperluan editing.

Review hasil Editing

Setelah film selesai diproduksi maka kegiatan selanjutnya adalah pemutaran film tersebut secara intern. Alat untuk pemutaran film dapat bermacam-macam, dapat menggunakan VCD/DVD player dengan monitor TV, ataupun dengan PC (CD-ROM) yang diproyeksikan dengan menggunakan LCD (*Light Computer Display*). Pemutaran

intern ini berguna untuk review hasil editing. Jika ternyata terdapat kekurangan atau penyimpangan dari skenario maka dapat segera diperbaiki.

Presentasi dan Evaluasi

Setelah pemutaran film secara intern dan hasilnya dirasa telah menarik dan sesuai dengan gambaran skenario, maka film dievaluasi bersama-sama dengan kalangan yang lebih luas. Kegiatan evaluasi ini dapat melibatkan :

Ahli Sinematografi, Untuk mengupas film dari segi atau unsur dramatisnya.

Ahli Produksi Film, Untuk mengupas film dari segi teknik, baik pengambilan gambar, angle, teknik lighting, dll.

Ahli Editing Film (Editor), Untuk mengupas dari segi teknik editingnya.

Penonton/penikmat film, Penonton biasanya dapat lebih kritis dari para ahli atau pekerja film. Hal ini dikarenakan mereka mengupas dari sudut pandang seorang penikmat film yang mungkin masih awam dalam pembuatan film.¹¹

Sejarah Perkembangan Film Sebagai Media Dakwah

Di Indonesia, film pertamakali diperkenalkan pada 5 Desember 1900 di Batavia (Jakarta). Pada masa itu film disebut “*Gambar Idoep*”. Pertunjukan film pertama digelar di Tanah Abang. Film dokumenter yang menggambarkan perjalanan Ratu dan Raja Belanda di Den Haag. Pertunjukan pertama ini kurang sukses karena harga karcisnya dianggap terlalu mahal. Sehingga pada 1 Januari 1901, harga karcis dikurangi hingga 75% untuk merangsang minat penonton.

Film cerita pertama kali dikenal di Indonesia pada tahun 1905 yang diimpor dari Amerika. Film-film impor ini berubah judul ke dalam bahasa Melayu. Film cerita impor ini cukup laku di Indonesia. Jumlah penonton dan bioskop pun meningkat. Daya tarik tontonan baru ini ternyata mengagumkan. Film lokal pertama kali diproduksi pada tahun 1926. Sebuah film cerita yang masih bisu. Agak terlambat memang. Karena pada tahun tersebut, di belahan dunia yang lain, film-film bersuara sudah mulai diproduksi.¹² ini diproduksi oleh NV Java Film Company. Film lokal berikutnya adalah **Eulis Atjih** yang diproduksi oleh perusahaan yang sama. Setelah film kedua ini diproduksi, kemudian muncul perusahaan-perusahaan film lainnya seperti Halimun Film Bandung yang membuat Lily van Java dan Central Java Film Coy (Semarang) yang memproduksi “Setangan Berlumur Darah”. Industri film lokal sendiri baru bisa membuat film bersuara pada tahun 1931. Film ini diproduksi oleh Tans Film Company bekerjasama dengan Kruegers Film Bedrif di Bandung dengan judul **Atma de Vischer**. Selama kurun waktu itu (1926-1931) sebanyak 21 judul film (bisu dan bersuara) diproduksi. Jumlah bioskop meningkat dengan pesat. Film rieve (majalah film pada masa itu) pada tahun 1936 mencatat adanya 227 bioskop.

Untuk lebih mempopulerkan film Indonesia, Djamaludin Malik mendorong adanya Festival Film Indonesia (FFI) I pada tanggal 30 Maret-5 April 1955, setelah sebelumnya

pada 30 Agustus 1954 terbentuk PPFI (Persatuan Perusahaan Film Indonesia). Film Jam Malam karya Usmar Ismail tampil sebagai film terbaik dalam festival ini. Film ini sekaligus terpilih mewakili Indonesia dalam Festival Film Asia II di Singapura.¹³ Film ini dianggap karya terbaik Usmar Ismail. Sebuah film yang menyampaikan kritik sosial yang sangat tajam mengenai para bekas pejuang setelah kemerdekaan.

Film-film Indonesia selama dua dekade ini (1980-an dan 1990-an) terpuruk sangat dalam. Insan film Indonesia seperti tak bisa berlutik menghadapi arus film impor. Masalah yang dihadapi harus diakui sangatlah kompleks. Mulai dari persoalan dana, SDM, hingga kebijakan pemerintah. Persoalan ini dari tahun ke tahun semakin melebarkan jarak antara film, bioskop dan penonton, tiga komponen yang seharusnya memiliki pemahaman yang sama terhadap sebuah industri film. Dan itu menjadi suatu tantangan pagi para sineas film dakwah.

Di awal millenium baru ini tampaknya mulai ada gairah baru dalam industri film Indonesia terutama film yang mengusung tema dakwah. Seperti halnya film Kiamat Sudah Dekat, Kun Fa Yakun, Perempuan Berkalung Sorban, Ketika Cinta Bertasbih, film Ayat-ayat Cinta yang begitu fenomenal akhir-akhir ini semakin memberikan peluang bagi para sineas dakwah dan film Negeri 5 menara setelah ditayangkan di bioskop cukup membawa pengaruh terhadap image masyarakat sehingga banyak yang memasukkan anaknya ke pesantren Gontor. Kenyataan ini cukup memberi harapan bagi para sineas-sineas dakwah, karena tidak hanya film yang ber-genre-kan horor, percintaan remaja atau komedi berbalut seksualitas yang bisa diterima masyarakat umum, namun film yang bernuansakan Islam pun laku untuk diedar. Maka hal tersebut bisa menjadi suatu modal besar bagi para sineas dakwah dalam mengtransformasikan nilai keislaman pada media ini.

Efektifitas dakwah melalui film

Berbicara tentang media sebagai sebuah sarana komunikasi dakwah, maka lebih awal harus mengetahui apa saja fungsi dari media massa tersebut. Menurut MacBride setidaknya ada tiga fungsi dari media massa, yaitu sebagai berikut:

Sebagai sarana *informasi*. Media massa (TV/film) adalah berperan sebagai sarana pemberi informasi kepada masyarakat tentang berbagai sektor kehidupan baik yang berkaitan dengan politik, ekonomi, pendidikan maupun agama.

Sebagai sarana *hiburan*. Penyebarluasan simbol dan sinyal dari berbagai macam tayangan film, bertujuan untuk memberikan nuansa hiburan kepada masyarakat di tengah-tengah kesibukannya masing-masing.

Sebagai sarana *pendidikan*. Televisi, film dan lain sebagainya sebagai salah satu media komunikasi massa berperan sebagai sarana *education* (pendidikan) terhadap masyarakat, tentu yang dimaksudkan adalah pendidikan yang positif.¹⁴

Menyimak dari apa yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diasumsikan bahwa media massa khususnya film adalah sangat strategis eksistensinya dalam mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam berbagai lapisan, karena memiliki pesan yang akan dikomunikasikan kepada sejumlah besar orang.¹⁵ Secara massif.

Dalam konteks ilmu komunikasi, terdapat 12 prinsip-prinsip komunikasi, salah satu diantaranya adalah; Prinsip komunikasi dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi disandi secara verbal, sementara dimensi hubungan disandi secara nonverbal. Dalam penjelasan yang lain, dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi, yaitu *apa yang dikatakan/disampaikan*. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana cara mengatakan dan menyampaikannya. Ini juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu, dan bagaimana seharusnya pesan itu ditafsirkan.

Film sebagai salah satu media komunikasi, tentunya memiliki pesan yang akan disampaikan. Maka isi pesan dalam film merupakan dimensi isi, sedangkan Film sebagai alat (media) berposisi sebagai dimensi hubungan. Dalam hal ini, pengaruh suatu pesan akan berbeda bila disajikan dengan media yang berbeda. Misalnya, suatu cerita yang penuh dengan kekerasan dan seksualisme yang disajikan oleh media audio-visual (Film dan Televisi) boleh jadi menimbulkan pengaruh yang jauh lebih hebat, dibanding dengan penyajian cerita yang sama lewat majalah dan radio. Film memiliki sifat audio visual, sedangkan majalah mempunyai sifat visual saja dan radio mempunyai sifat audio saja. Berkenaan dengan ini, tidaklah mengejutkan bila Marshall McLuhan mengatakan *The medium is the message*.

Masyarakat menjadikan media massa sebagai “guru” yang telah menyampaikan warisan sosial (nilai-nilai norma) dari seseorang ke orang lain atau bahkan dari generasi ke generasi.¹⁶

Dakwah melalui film lebih komunikatif sebab materi dakwah dapat diproyeksikan dalam suatu scenario film yang memikat dan menyentuh keberadaan masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Film menjadi penting mengingat: *Pertama*, agama Islam seringkali digambarkan secara negatif dalam film-film Barat. *Kedua*, ada sekian persen umat Islam yang hanya bisa disentuh \dengan film karena mereka alergi dengan pengajian. *Ketiga*, terkadang sebuah film mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam daripada dakwah lewat ceramah. *Keempat*, ada beberapa film yang dianggap film Islami tetapi ternyata justru menjelekkkan Islam.¹⁷

Dilain pihak, film adalah medium dakwah yang ampuh sekali. Bukan saja untuk hiburan tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dalam ceramah-ceramah, pendidikan banyak digunakan film sebagai alat pembantu untuk memberikan penjelasan. Bahkan filmnya sendiri banyak yang berfungsi sebagai medium dakwah secara penuh bukan lagi sebagai alat pembantu.

Kebangkitan kembali film Indonesia tentunya memberikan harapan akan hadirnya kembali hiburan alternatif berupa tontonan sinematography yang diproduksi sendiri oleh

sineas dalam negeri. Sebelumnya film-film yang banyak diputar baik di bioskop ataupun di Televisi Indonesia didominasi oleh produksi-produksi yang berasal dari luar negeri, seperti; Amerika Serikat (Hollywood), India (Bollywood) China dan Hongkong (mandarin). Kondisi ini tentu saja sedikit banyak telah membawa dampak negatif terhadap budaya masyarakat Indonesia. Karena kebanyakan film-film tersebut dianggap tidak sesuai dengan karakter dan budaya masyarakat di Indonesia.

Selanjutnya film sebagai media komunikasi, film juga dapat berfungsi sebagai media dakwah yang bertujuan mengajak kepada kebenaran. Dengan berbagai kelebihan yang terdapat dalam film menjadikan pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui media ini dapat menyentuh penonton tanpa mereka merasa digurui. Kelebihan yang terdapat dalam film sebagai media komunikasi massa diantaranya adalah film merupakan bayangan kenyataan hidup sehari-hari, film dapat lebih tajam memainkan sisi emosi pemirsa dan menurut Soelarko (1978) efek terbesar film adalah peniruan yang diakibatkan oleh anggapan bahwa apa yang dilihatnya wajar dan pantas untuk dilakukan oleh setiap orang. Maka tidak heran bila penonton tanpa disadari berperilaku mirip dengan peran dalam suatu film-film yang pernah ditontonnya.

Dari kelebihan-kelebihan film tersebut sebagai media edukasi, informasi dan hiburan di samping menjadi tontonan juga menjadi tuntunan yang efektif sehingga menjadi peluang bagi pengembang dakwah kedepan.

Film sebagai salah satu bentuk media massa mempunyai peran penting di dalam sosialkultural, artistik, politik, dan dunia ilmiah. Pemanfaatan film dalam usaha pembelajaran masyarakat ini sebagian didasari oleh pertimbangan bahwa film mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian orang dan sebagian lagi didasari oleh alasan bahwa film mempunyai kemampuan mengantar pesan secara unik.

Film akan membawa dampak yang cukup besar dalam perubahan sosial masyarakat. Perubahan tersebut disebabkan oleh semakin bervariasinya proses penyampaian pesan tentang realitas obyektif dan representasi yang ada terhadap realitas tersebut secara simbolik serta sebuah kondisi yang memungkinkan khalayak untuk memahami dan menginterpretasi pesan secara berbeda. Film sebagai salah satu jenis media massa menjadi sebuah saluran bagi bermacam ide, gagasan, konsep serta dapat memunculkan pluralitas efek dari penayangannya yang akhirnya mengarah pada perubahan pada masyarakat. Efek pesan yang ditimbulkan pada film dalam kemasan realitas simbolik ada yang secara langsung dirasakan pada khalayaknya bisa jadi berupa perubahan emosi namun ada pula yang berdampak jangka panjang seperti perubahan gaya hidup, idealisme atau malah ideologi.

SIMPULAN

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut; Film adalah salah satu media audiovisual yang merupakan salah satu perangkat komunikasi yang dapat ditangkap baik melalui indra pendengar, maupun penglihatan. Film sangat memikat

komunikannya karena operasionalisasi dari film itu didahului oleh adanya persiapan yang sangat cukup matang, seperti adanya: naskah cerita, scenario, shooting dan acting dari pemeran utama dan yang lainnya. Dakwah melalui film memang akan lebih efektif dibandingkan dengan media lainnya. Sebab penyajiannya dapat diatur dalam berbagai bentuk dan variasi sehingga kesannya tidak seperti menggurui.

Endnotes

¹ Arnold, *The Preaching of Islam, A History of The Propagation of The Muslim Faith*, Cet. II; Delhi: Low Price Publications, 1995, h.1. Bandingkan, peran Jurnalis muslim dalam konteks dakwah pada hakikatnya menunjukkan eksistensi dakwah melalui tulisan yang dalam istilah Alquran menyebutnya dengan *al-Qalam*. (Kasman, *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bi Al-Qalam Dalam Alquran*, Jakarta: Teraju, 2004), h.117.

² Anshary, *Mujahid Dakwah*, Bandung: CV. Diponegoro, 1995, h.17

³ Basith, *Wacana Dakwah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006, h. 3.

⁴ Ilmu dakwah pada dasarnya dibagi menjadi dua bagian yakni: *Pertama*, ilmu dakwah dasar yang memberikan kerangka teori dan metodologi dakwah Islam. *Kedua*, ilmu dakwah terapan berusaha memberikan kerangka teknis operasional kegiatan dakwah Islam. (Sulthon, *Menjawab Tantangan Zaman: Desain Ilmu Dakwah: Kajian Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. vii.

⁵ *Ibid.*

⁶ Lihat Wright, *Mass Communication : a Sociological perspective*, diterjemahkan oleh Trimo dengan judul *Sosiologi Komunikasi Massa*, Bandung : PT.Remaja Rosdakarya,1988,h.5.

⁷Lihat Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, teori, dan Strategi*, Cet. III; Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 13. Bandingkan dengan Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Cet. VIII; Bandung; Remaja Rosda Karya, 1994, h. 9.

⁸ Lasswell, karyanya *The Structure and Functwen of Communication in Society* Dalam L. Bryson (ED) *The Communication of Ideas*, New York : Harper & Co, 1953, h. 84

⁹ Disadur dari Susanto, *Filsafat Komunikasi*, Bandung :Bina cipta 1995, h.1.

¹⁰ <http://hiburan.kompasiana.com/film/2011/05/23/film-sebagai-media-dakwah> di akses Tgl. 17- 04-2012

¹¹ <http://hiburan.kompasiana.com/film/2011/05/23/film-sebagai-media-dakwah> diakses pada Tgl. 30-03-2012

¹² Departemen Penerangan RI, *Festival Film Indonesia 1985-1990*, Jakarta, 1991, hal. 5

¹³ Mohamad, "*Film Indonesia: Catatan Tahun 1974*", Seks, Sastra, Kita Jakarta, 1981, hal. 7

¹⁴ Lihat, Effendy, *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*, Bandung: Rosda, 2001, h. 27-28

¹⁵ Lihat Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Cet.X, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1996, h.188

¹⁶ Rivers dkk., *Media Massa Masyarakat Modern*, Edisi II; Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Group, 2008), h. 34

¹⁷ <http://gurugo.blogspot.com/2011/09/kaidah-kaidah-syari-dalam-perfilman.html> diakses 30-03-2012

DAFTAR PUSTAKA

- Thomas W. Arnold, *The Preaching of Islam, A History of The Propagation of The Muslim Faith* (Cet. II; Delhi: Low Price Publications, 1995), h.1. Bandingkan, peran Jurnalis muslim dalam konteks dakwah pada hakikatnya menunjukkan eksistensi dakwah melalui tulisan yang dalam istilah Alquran menyebutnya dengan *al-Qalam*. (Suf Kasman, *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah Bi Al-Qalam Dalam Alquran*. Jakarta: Teraju, 2004.
- Basith, Abdul. *Wacana Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Charles R. Wright, *Mass Communication : a Sociological perspective*, diterjemahkan oleh Lilawati Trimo dengan judul *Sosiologi Komunikasi Massa*, Bandung : PT.Remaja Rosdakarya, 1988
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, teori, dan Strategi* (Cet. III; Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 13. Bandingkan dengan Onong Uchyana Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Peraktek*, Cet. VIII; Bandung; Remaja Rosda Karya, 1994
- Susanto, Astrid. *Filsafat Komunikasi*, Bandung :Bina cipta 1995
- <http://hiburan.kompasiana.com/film/2011/05/23/film-sebagai-media-dakwah> / Tgl. 17- 04- 2012
- <http://hiburan.kompasiana.com/film/2011/05/23/film-sebagai-media-dakwah> diakses pada Tgl. 30- 03- 2012
- Departemen Penerangan RI, *Festival Film Indonesia 1985-1990*. Jakarta, 1991.
- Mohamad, Goenawan. *Film Indonesia: Catatan Tahun 1974*, Seks, Sastra, Kita. Jakarta, 1981.
- Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi* ,Cet.X, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1996
- <http://gurugo.blogspot.com/2011/09/kaidah-kaidah-syari-dalam-perfilman.html> diakses 30- 03-2912
- Sulthon, Muhammad. *Menjawab Tantangan Zaman: Desain Ilmu Dakwah: Kajian Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003

- Charles R. Wright, *Mass Communication : a Sociological perspective*, diterjemahkan oleh Lilawati Trimono dengan judul *Sosiologi Komunikasi Massa* (Bandung : PT.Remaja Rosdakarya,1988
- Effendi, Onong Uchyana. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Peraktek*, Cet. VIII; Bandung; Remaja Rosda Karya, 1994
- H.D. Lasswell, karyanya *The Struktire and Funutwen of Communication in Society* Dalam L. Bryson (ED) *The Communication of Ideas*, New York : Harper & Co, 1953
- Rahmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*,Cet.X, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1996
- William L. rivers dkk., *Media Massa Masyarakat Modern*, Edisi II; Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Group, 2008