



## **Dakwah Melalui Film: Sebuah Kajian Aksiologi**

**Arina Rahmatika**

STAI Sunan Pandanaran Yogyakarta

Email: [arina.eljawie@gmail.com](mailto:arina.eljawie@gmail.com)

### **Abstract**

The rapid development of information and communication tools makes da'wah must be transformed according to the times, one of which is through film media. Da'wah through films can be seen from how the internalization of Islamic values in the film. In addition, film as a medium of mass communication has the opportunity to be a means to guide Muslims through the Islamic values contained in the film. This research uses a literature study and obtains the result that the merging of da'wah and film as an expression of art and culture produces contemporary da'wah, alternative da'wah and transformative da'wah. However, to find out the extent to which the nature and benefits and values of Islam are contained in the film, it is necessary to discuss the da'wah film from various axiological perspectives, both in terms of use values, ethical values, aesthetic values and Islamic values.

**Keywords:** *Da'wah, Film, Axiology*

### **Abstrak**

Pesatnya perkembangan alat informasi dan komunikasi membuat dakwah harus bertransformasi mengikuti perkembangan zamannya, salahsatunya melalui media film. Dakwah melalui film dapat dilihat dari bagaimana internalisasi nilai-nilai Islam pada film tersebut. Selain itu juga, film sebagai media komunikasi massa mempunyai peluang untuk menjadi sarana untuk menjadi tuntunan umat Islam melalui nilai-nilai Islam yang terdapat dalam film. Penetian ini menggunakan metode kajian pustaka dan memperoleh hasil yaitu penggabungan dakwah dan film sebagai sebuah ekspresi seni dan budaya ini menghasilkan dakwah kontemporer, dakwah alternative dan dakwah transformative. Namun, untuk mengetahui sejauhmana hakikat dan manfaat serta nilai Islam yang terkandung dalam film, maka perlu untuk membahas film dakwah dari berbagai sisi aksiologi, baik dari sisi nilai guna, bilai etika, nilai estetika dan nilai Islam.

**Kata Kunci:** *Dakwah, Film, Aksiologi*

## A. Pendahuluan

Menurut Luis O Kattsoff, secara etimologi, kata "axios" berasal dari bahasa Yunani kuno yang artinya nilai dan kata "logos" yang artinya ilmu. Jadi aksiologi adalah cabang filsafat yang mempelajari nilai, dimana sesuatu hal dapat baik atau buruk dan hubungan nilai dengan menilai di satu pihak, dan hubungannya valid dengan penilaian di satu sisi dan dengan fakta objektif keberadaan di sisi lain.<sup>1</sup> Dengan arti lain, aksiologi adalah teori tentang nilai dalam berbagai makna yang dikandungnya.

Sedangkan menurut terminologi, aksiologi berkaitan dengan ilmu sebagai sesuatu yang bermanfaat. Walaupun beberapa pendapat mengatakan bahwa ilmu bebas dari nilai, namun nilai tambah dari ilmu adalah asas kebermanfaatannya.<sup>2</sup> Sedangkan menurut Richard Bender, aksiologi merupakan sesuatu yang berkaitan dengan estetika, estetika adalah sesuatu yang bernilai keindahan.

Jika ditarik dalam kajian dakwah, maka kajian aksiologi merupakan kajian yang berkaitan dengan perkembangan masyarakat atau mad'u. Dimana dakwah harus bisa menyesuaikan masyarakat, sehingga apa yang nantinya disampaikan dapat diterima oleh masyarakat karena sesuai dengan realitas yang ada.<sup>3</sup> Bahkan pentingnya kajian aksiologi dalam dakwah seperti yang diungkapkan Totok abadi, beliau menjekaskan bahwa ilmu tanpa agama buta, agama tanpa ilmu adalah kelumpuhan. Oleh karena itu sangat diperlukan kajian tentang aksilogi yang dalam hal ini berkaitan erat dengan nilai, moral dan estetika.<sup>4</sup>

Namun sekarang ini, seiring berkembangnya zaman, dakwah menghadapi berbagai macam tantangan. Terlebih dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi yang mau tidak mau memaksa dakwah untuk bertransformasi mengikuti perkembangan zaman. Termasuk dalam hal ini adalah perkembangan media

---

<sup>1</sup> Novri Hardian, "Persoalan Aksiologi Dakwah Dan Penerapannya Di Bidang Keilmuan", Jurnal Al Hikmah Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Volume 6 Nomor 1, Januari-Juni 2019

<sup>2</sup> Bahrum, "Ontologi, Epistemologi Dan Aksiologi" Jurnal Sulesana Volume 8 Nomor 2 Tahun 2013

<sup>3</sup> Dimas Widya Putra, "Filsafat Ilmu Terkait Dengan Perencanaan Wilayah Dan Kota", Jpk Vol. 5 No. 2 2017

<sup>4</sup> Totok Abadi, Aksiologi: Antara Etika, Moral, Dan Estetika Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 4 No. 2, Maret 2016



dakwah yang menjadi alternatif sekarang ini salahsatunya dengan media dakwah berupa film.

Secara etimologi, film berasal dari kata *cinema* (gerak), *tho* atau *phytos* (cahaya) dan *graphie* atau *grhap* (tulisan, gambar, citra). Sedangkan menurut terminology, film merupakan sebuah karya seni budaya, pranata sosial dan media massa, yang diciptakan menurut kaidah sinematografi, dengan atau tanpa suara, dan dapat diekspresikan.<sup>5</sup>

Film pertama kali diputar di Indonesia pada tanggal 5 Desember 1900. Namun, film pertama ini tidak sukses karena tiketnya dianggap terlalu mahal. Kemudian, pada tahun 1905, film cerita impor dari Amerika Serikat pertama kali dirilis di Indonesia. Sedangkan film lokal pertama kali dengan judul "Loetong Kasaroeng pada tahun 1926 yang diproduksi oleh NV Java Film Campaign".<sup>6</sup>

Ditengah kemajuan perfilman saat ini, dakwah alternatif berupa film ini dinilai cukup efektif sebagai media dakwah. Hal itu dikarenakan perkembangan film di Indonesia yang semakin meningkat disertai dengan peningkatan konsumen film, sehingga film akhirnya banyak diproduksi. Berbagai hasil karya film terbaik pun bermunculan, termasuk dalam hal ini adalah film-film yang menjadi media dakwah. Tentu tidak semua film di Indonesia bisa dijadikan alat untuk dakwah, dan hanya film-film yang menyampaikan nilai-nilai Islam yang bisa disebut film dakwah. Hal itu dikarenakan agar film lebih fokus, terarah, dan relevan dengan nilai-nilai Islam. Di Indonesia sendiri, sudah banyak film dakwah seperti film Kiamat Sudah Dekat, Kun Fa Yakun, Perempuan Berkalung Sorban, Ketika Cinta Bertasbih, film Ayat- ayat Cinta dan film Negeri 5.

Selain itu juga, film sebagai media komunikasi massa juga menjadi sarana hiburan dan sarana tuntunan dalam masyarakat. Hal ini dapat menjadi peluang untuk menyebarkan pesan-pesan yang mempunyai nilai Islam dalam diri penonton melalui film tersebut. Dakwah melalui film memang cukup efektif dibandingkan dengan media lainnya karena penyajiannya ringan, cenderung

<sup>5</sup> Buku Undang-Undang No.33 Tahun 2009

<sup>6</sup> Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, (Jakarta:Logos, 1999), Hlmn.4-5

mengangkat kisah yang dekat dengan keseharian masyarakat sehingga kesannya tidak seperti menggurui. Maka tidak heran jika film disebut sebagai media dakwah kontemporer, dakwah alternative dan dakwah transformative.

## **B. Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan *library research*. Adapun yang disebut dengan penelitian kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku serta benda yang diamati.<sup>7</sup> Peneliti juga menggunakan studi pustaka untuk melihat isu-isu dakwah yang berkembang di masyarakat yang kemudian dikaji sebagai penguat data-data penelitian. Peneliti juga mengumpulkan dan menganalisis data-data dengan sumber data primer yaitu buku dan sumber data sekunder yang diperoleh dari buku-buku penunjang, jurnal, surat kabar dan internet.

## **C. Hasil Dan Pembahasan**

Jaman telah berubah, begitupun juga dengan masyarakat. Oleh karena itu dakwah juga harus berubah dan berkembang sesuai dengan kondisinya saat ini. Dakwah tidak kemudian menjadi stagnan dan hanya dengan model dakwah yang itu-itu saja. Dakwah sudah seharusnya penuh inovasi dan progresif agar lebih mudah diterima oleh masyarakat dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini. Sehingga nantinya diharapkan dakwah dapat mempunyai nilai manfaat bagi manusia. Salahsatu bentuk inovasi dalam dakwah adalah melalui media film.

Akhir-akhir ini, dakwah melalui media film mulai banyak diproduksi di Indonesia. Hal itu dikarenakan perkembangan film di Indonesia yang cenderung pesat. Melihat film sebagai media dakwah, maka perlu juga membahas mengenai nilai-nilai yang terkandung dalam film yang menjadi sarana dakwah ini. Dalam

---

<sup>7</sup> Rachmat Krisyantono, *Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2006), Hlm. 58.



hal ini, penulis mencoba menyajikan beberapa nilai dalam dakwah melalui film, yang meliputi nilai guna, nilai etika, nilai estetika dan nilai Islam dalam film.

### 1. Nilai Guna Film Untuk Dakwah

Film sebagai media dakwah memiliki beberapa nilai guna yaitu<sup>8</sup>:

#### a. *Sarana Informasi*

Fungsi informasi dalam film sebagai media dakwah diharapkan dapat menyampaikan dakwah melalui informasi-informasi positif tentang Islam meliputi beberapa materi seperti akidah, syari'ah maupun akhlak. Dakwah sebagai salahsatu media komunikasi berfungsi sebagai alat penyampai pesan yang dituangkan dari paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan dan sebagainya, yang dilakukan produser kepada penonton melalui nilai-nilai dalam film tersebut, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku penonton<sup>9</sup>.

#### b. *Sarana Pendidikan*

Film juga memiliki fungsi pendidikan, karena film memiliki fungsi mendidik penonton agar penonton memperoleh pengetahuan, nilai-nilai dan hal-hal yang berkaitan dengan mendidik penonton. Hal ini juga disebutkan dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang salah satu tujuan produksi film Indonesia, yaitu terwujudnya akhlak dan budi pekerti yang tinggi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Film sebagai sarana dakwah juga harus mempunyai nilai pendidikan. Hal itu dapat dilihat dari makna-makna tersirat maupun tersurat yang memperlihatkan pesan-pesan Islam. Pesan pendidikan dalam film akan semakin baik jika dibuat dengan halus, sehingga akan menimbulkan kesan bahwa khalayak tidak merasa digurui dan dapat diterima oleh penonton<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Adidtya, 1994), Hlm. 57-58

<sup>9</sup> *Ibid.*, Hal. 60

<sup>10</sup> *Ibid.*, Hal. 96

c. *Sarana Mempengaruhi*

Fungsi mempengaruhi dalam film yang menjadi media dakwah diharapkan dapat mempengaruhi penonton, baik dalam aspek kognisi (pemahaman), afeksi (sikap) maupun psikomotor (tingkah laku).<sup>11</sup> Film dalam dakwah juga digunakan sebagai alat atau sarana untuk mempengaruhi khalayak masyarakat mengenai berbagai nilai-nilai ajaran Islam, sehingga penonton pada akhirnya akan terpengaruh nilai ajaran Islam yang disampaikan lewat film tersebut.

d. *Sarana Hiburan*

Perkembangan film di Indonesia pada awalnya hanya sebagai hiburan untuk kelas bawah. Namun, dengan perkembangan yang pesat, film mampu menembus batas kelas dan menjangkau kelas masyarakat yang lebih luas. Kemampuan film dalam menjangkau masyarakat dari berbagai lapisan, menjadikan film akhirnya disukai banyak orang tanpa memandang strata sosialnya. Selain itu juga ada beberapa alasan khusus mengenai mengapa seseorang menyukai film, yaitu karena didalam film terdapat hiburan. Bahkan masyarakat pun rela meluangkan waktu untuk mencari hiburan dan meluangkan waktu untuk menonton film. Hal inilah yang membuat film seperti terlihat hidup dan lebih memikat.<sup>12</sup>

Oleh karena itu, dakwah dalam film ini diharapkan dapat memberikan hiburan, sehingga kegiatan dakwah yang dilakukan tidak monoton, tapi ada variasinya. Dengan hiburan ini masyarakat selaku penerima dakwah akan terhibur ketika mengikuti kegiatan dakwah, sehingga dakwah yang akan mereka terima menjadi sesuatu yang menarik dan sayang untuk ditinggalkan.

## **2. Nilai Etika Film Dalam Dakwah**

Untuk membantu menjalankan nilai guna film agar sesuai dengan koridornya, maka dibuatlah nilai etika atau dalam hal ini diatur dalam regulasi perundang-undangan dan aturan lembaga di Indonesia. Berikut adalah beberapa regulasi mengenai perfilman di Indonesia.

a. UU No. 33 tahun 2009

---

<sup>11</sup> *Ibid*, Hal. 96

<sup>12</sup> M. Sumarno, *Dasar-Dasar Apresiasi Film*, (Jakarta: Pt Gramedia Widiasarana Indonesia, 1996), Hal. 16-17



UU No.33 tahun 2009 mengenai perfilman ini telah sebagaimana peraturan mengenai pelarangan dalam film yang termuat dalam Pasal 6 dalam UU No.33 tahun 2009 sebagaimana berikut:

- 1) mendorong khalayak umum melakukan kekerasan dan perjudian serta penyalahgunaan narkoba, psikotropika, dan zat adiktif lainnya
- 2) menonjolkan pornografi
- 3) memprovokasi terjadinya pertentangan antarkelompok, antarsuku, antar-ras, dan/atau antargolongan
- 4) menistakan, melecehkan, dan/atau menodai nilai-nilai agama
- 5) mendorong khalayak umum melakukan tindakan melawan hukum
- 6) merendahkan harkat dan martabat manusia

Dalam UU No.33 tahun 2009 secara tidak langsung memperlihatkan bahwa aturan mengenai perfilman tersebut memberikan bukti regulasi khusus mengenai perfilman, yang kemudian memberikan batasan-batasan perfilman yang sesuai dengan etika masyarakat Indonesia.

#### b. Lembaga Sensor Film

Lembaga Sensor Film atau LSF adalah lembaga yang melakukan penyensoran setiap film dan iklan film. Sensor Film adalah kegiatan penelitian, penilaian dan penentuan kelayakan film dan iklan film untuk dipertunjukkan kepada khalayak umum.<sup>13</sup> Lembaga Sensor Film mempunyai tugas yaitu melakukan penyensoran film dan iklan film sebelum diedarkan dan/atau dipertunjukkan kepada khalayak umum serta melakukan penelitian dan penilaian judul, tema, gambar, adegan, suara, dan teks terjemahan suatu film dan iklan film yang sesuai dengan UU No.33 tahun 2009, yang film tersebut akan diedarkan dan/atau dipertunjukkan kepada khalayak umum.<sup>14</sup>

#### c. Lembaga Penyiaran

Peraturan Lembaga Penyiaran terdapat dalam UU no.32 tahun 2002 mengatur dan mengawasi isi siaran baik berupa konten maupun isi. Dalam hal ini,

<sup>13</sup> Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 2009 Tentang Lembaga Sensor Film Pasal 1

<sup>14</sup> Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 2009 Tentang Lembaga Sensor Film Pasal 6

film dapat ditayangkan melalui televisi sebagai salah satu bentuk penyiaran. Walaupun begitu, film yang ditayangkan harus sesuai dengan peraturan lembaga penyiaran. Seperti harus menampilkan hak umur khalayak film. Film dan iklan film yang sudah selesai disensor digolongkan ke dalam usia penonton film sebagai berikut:

- a. untuk penonton semua umur
- b. untuk penonton usia 13 (tiga belas) tahun atau lebih
- c. untuk penonton usia 17 (tujuh belas) tahun atau lebih
- d. untuk penonton usia 21 (dua puluh satu) tahun atau lebih

Ketiga regulasi tersebut memfokuskan pada film dan prinsip dasar perfilman Indonesia. Regulasi ini bersifat publik, tentunya untuk melindungi norma masyarakat Indonesia dan dari ketiga regulasi ini diharapkan mampu menjadi pengawas dan pengontrol yang bisa mencegah penyalahgunaan film.

### **3. Nilai Estetika Film Dalam Dakwah**

Nilai estetika tidak bisa dilepaskan dalam film, bahkan mempunyai nilai seni tersendiri. Hal ini dikarenakan film tersebut dibuat oleh para profesional kreatif di bidangnya. Segala bentuk seni seperti musik, tari, seni sastra, seni rupa dan seni akting, yang kemudian diaktualisasikan dalam konteks skenario, gambar, teks dan adegan<sup>15</sup> dari film, menjadi sesuatu yang dapat dimaknai. Makna berarti bahwa objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga berkomunikasi dengan menggunakan tanda-tanda yang digunakan dalam film.<sup>16</sup> Oleh karena itu, film harus memiliki nilai estetika yang menarik bagi penontonnya. Dalam hal ini, nilai estetika film dapat dilihat melalui beberapa cara, sebagaimana berikut:

#### 1) Tata Setting dan cahaya

Tata setting atau set construction merupakan bangunan latar belakang untuk keperluan pengambilan gambar. Tata setting ini menentukan lokasi setting, sehingga dalam dakwahnya tata setting bisa mengambil lokasi-lokasi yang mengandung simbol Islam, seperti di masjid dan lain-lain.

#### 2) Tata Suara

---

<sup>15</sup>Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Pt Remaja Rosydakarya, 2003), Hal. 10

<sup>16</sup>*Ibid.*, Hal. 12



Tata suara ini memperlihatkan bagaimana backsong atau suara latar mempengaruhi nilai yang akan disampaikan. Dalam dakwah bisa menggunakan backsong tilawah atau musik religi Islam. Dalam hal ini, bagaimana suara aktor sebagai pemeran dalam film juga menentukan bagaimana nilai Islam tersebut dikembangkan.

### 3) Tata Kostum

Pakaian yang dikenakan pemain disesuaikan dengan isi cerita. Dalam hal ini, film untuk dakwah dapat dilihat dari tata kostum, sehingga secara tidak langsung tata kostum ini berperan penting dalam menampilkan nilai-nilai keislaman seperti menutup aurat dan lain-lain.

Masih ada beberapa elemen estetika dalam film yang dapat dikembangkan sehingga memperlihatkan nilai Islam dalam film tersebut. Seperti jalan cerita film, pemilihan actor yang sesuai dengan karakternya dan lain-lain. Hal itu dapat dikembangkan sedemikian rupa, sehingga dari elemen-elemen estetika tersebut memberikan nilai-nilai Islam dalam film dan pada akhirnya penonton menjadi tertarik dengan film bernafaskan Islam yang ditayangkan.

Namun, disisi lain banyak film Islami tau film religi yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Walaupun tidak bisa kemudian digeneralisir, namun fakta di lapangan memperlihatkan beberapa hal, seperti adanya sentuhan dengan lawan jenis yang tidak sesuai dengan konsep Islam. Film memang berusaha menampilkan alur cerita sesuai dengan kenyataannya. Bahkan actor nya pun harus memerankan sesuai dengan alur yang telah diberikan produser. Seperti dalam film yang terdapat adegan bersentuhan antara pasangan suami-istri, padahal dalam kehidupan nyata sebenarnya mereka bukan suami-istri. Tidak hanya itu, beberapa film menggunakan aktor non muslim untuk memerankan adegan menjadi seorang muslim. Sehingga ada beberapa bias yang terjadi antara film dengan kehidupan realitanya.

Jika demikian, maka pesan dakwah yang disampaikan hanya mempengaruhi khalayak yang menonton, namun tidak mempengaruhi tim produksi film. Dengan kata lain, film religi atau film islami yang menjadi media

dakwah selama ini hanya tuntutan pasar dan menjadikan film dakwah sebagai komoditas belaka sehingga film tersebut tidak memiliki tujuan dakwah.

#### 4. Nilai Islam Dalam Film

Menurut Hakim (2012), nilai-nilai Islam secara umum dapat dikelompokkan menjadi tiga bidang yaitu akidah, syariat dan akhlak.<sup>17</sup>

- a. Nilai-nilai aqidah, mengajarkan manusia untuk beriman kepada Allah, yang senantiasa mengawasi dan memperhitungkan perbuatan seluruh manusia di dunia. Dengan memberi manusia nilai untuk merasakan kehadiran Tuhan, mereka melakukan apa yang diperintahkan dan menjadi lebih taat dengan menjauhi larangan. Aqidah ini seperti sebuah ideologi yang ingin ditanamkan oleh pembuat film melalui tujuan dan arah film yang mereka buat. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. An-Nahl [16]: 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُم بِآيَاتِي هَيَّ  
أَحْسَنَ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*"Serulah manusia kepada jalam Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."*

- b. Nilai-nilai ibadah mengajarkan manusia untuk selalu bersandar pada hati yang ikhlas untuk mencapai keridhaan Allah. Menerapkan konsep ibadah akan menciptakan manusia yang bertakwa, jujur, dan mau membantu sesama. Dalam film, nilai-nilai keagamaan tersebut dapat dipraktikkan dalam bentuk pengamalan agama Islam, baik ibadah yang bersifat *mahdzoh* dan *ghoirumahdzoh*. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Az Zariyat: 56.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

*"Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku."*

---

<sup>17</sup> Syukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ihlas, 1983), Hlm 50-60



- c. Nilai-nilai akhlak, mengajarkan kepada manusia untuk bersikap dan berperilaku yang baik sesuai al Quran dan sunnah. Wujud dari nilai akhlak inilah yang akan membawa pada kehidupan manusia yang tentram, damai, harmonis dan seimbang serta sesuai dengan syariat Islam. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Luqman [31]: 17.

يٰۤاَيُّهَا اَقِمِ الصَّلٰوةَ وَاْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَاَنْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاَصْبِرْ عَلٰى مَا اَصَابَكَ اِنَّ ذٰلِكَ مِنْ عَزْمِ الْاُمُوْرِ

*“Dan suruhlah (manusia) mengerjakan yang baik dan cegahlah (mereka) dari perbuatan yang mungkar dan bersabarlah terhadap apa yang menimpa kamu. Sesungguhnya yang demikian itu termasuk hal-hal yang diwajibkan (oleh Allah).”*

Disamping ketiga bidang pokok tersebut, dalam dakwah juga memungkinkan diberikan materi yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari, misalnya mu’amalah, ibadah maupun nilai-nilai keislaman yang lain dilihat dari arah dan tujuan film tersebut diproduksi.

Selain itu juga, untuk menghasilkan film-film dakwah yang populer di masyarakat, film-film tersebut harus dihimpun dalam cerita-cerita yang menarik dan memuat nilai-nilai Islam yang dapat dihadirkan dan dipahami masyarakat, sehingga nilai-nilai Islam tersebut menjadi cerminan pemahaman masyarakat dan bentuk pengekspresian serta gambaran tentang kehidupan sehari-hari. Dengan menggambarkan kehidupan masyarakat, diharapkan film ini dapat mencerminkan nilai-nilai tertinggi Islam sebagai agama rahmat bagi umat beriman, sehingga ia dapat menghasilkan ajaran kebenaran, ajaran keadilan, ajaran seimbang, dan kemerdekaan universal dengan tetap menghormati hak asasi manusia.

Melihat perkembangan film sebagai sarana dakwah, penulis mencoba merumuskan beberapa hambatan-hambatan dalam pembuatan film Islam dari beberapa kasus yang ada, seperti permasalahan dana, benturan budaya, agama dan politik, kurangnya SDM serta kurangnya solidaritas sesama muslim.

- a. Dana

Tingginya biaya produksi pembuatan film tentunya memberikan dampak yang signifikan bagi perkembangan film Islam. Dalam pembuatan film tentunya dana menjadi sangat penting untuk memproduksi film. Terlebih beberapa rumah cinema atau produser film harus membayar pegawai-pegawai yang terlibat dalam produksi film tersebut. Padahal tidak semua film yang di produksi akan laku terjual dan menutupi biaya produksi. Dari sinilah pentingnya unsur estetika dalam mempromosikan sebuah film terutama film Islam. Tak hanya itu, produksi film yang cenderung komersil juga turut andil dalam memproduksi film.

b. Benturan budaya, agama dan politik

Agama Islam yang kompleks dan mempunyai berbagai pandangan, menjadi salahsatu ketakutan produser dalam memproduksi film. Tak hanya itu, gesekan kepentingan politik atau kepentingan yang turut memainkan ritme produksi film membuat film menjadi tidak independen. Begitu juga dengan gesekan budaya yang ada, yang terkadang memicu kontroversi dalam pembuatan filmnya. Jika benturan budaya, agama dan politik dapat diminimalisir dalam pembuatan film, maka produksi film akan lancar, begitupun juga sebaliknya.

c. Kurangnya solidaritas dikalangan umat muslim

Selain faktor eksternal, kurangnya solidaritas di antara bangsa Muslim menjadi faktor internal yang berkontribusi terhadap munculnya film-film Islam. Beberapa film Islami yang diputar beberapa kali gagal menarik penonton. Selain itu, minimnya dukungan materi atau moral untuk advokasi melalui film ini juga mempengaruhi produksi film tersebut.

d. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang mau dan bertekad mengembangkan dakwah melalui film ini menjadi salah satu alasan produksi film dakwah. Sumber Daya Manusia ini tidak hanya produser, melainkan juga aktor-aktor yang terlibat dalam pembuatan film tersebut.

Terlepas dari beberapa hambatan-hambatan dalam pembuatan film bernuansa dakwah, arah perfilman Islam di Indonesia semakin diminati dan berkembang tiap tahunnya. Terbukti beberapa film yang telah direalise sebelumnya berhasil membuat arus perfilman Indonesia melirik film bernuansa



Islam. Tak hanya itu, beberapa produser pun sekarang lebih berani menampilkan sisi Islam dalam filmnya serta peran aktor dalam film Islam semakin banyak diminati.

#### **D. Penutup**

Sebuah ekspresi seni dan budaya yang dituangkan dalam film yang mempunyai nilai-nilai Islam maka menghasilkan dakwah kontemporer, dakwah alternative dan dakwah transformative. Untuk mendukung hal tersebut, maka film mempunyai nilai guna sebagai to inform, to educate, to entertaint dan to influence. Sedangkan nilai etika perfilman di Indonesia terdapat dalam regulasi di UU No. 33 Tahun 2009, Lembaga Sensor Film dan Lembaga Penyiaran. Nilai estetika film dapat dilihat melalui beberapa cara yaitu dengan Tata Setting dan cahaya, *tata* Suara danTata Kostum. Sedangkan nilai Islam meliputi nilai akidah, ibadah dan akhlak.

Melihat betapa pentingnya dakwah melalui film ini, maka sudah seharusnya umat Islam di Indonesia membangkitan dakwah melalui film ini dengan dukungan moril maupun materil. Begitupun juga dengan pemerintah sebagai pemangku kebijakan, sudah seharusnya mengawasi dan menindaklanjuti berbagai kasus perfilman yang tidak sesuai dengan regulasi. Terakhir, untuk produser, aktor atau orang-orang yang terlibat dalam pembuatan film agar lebih berani menunjukkan film-film yang bernuansa Islami.

### Daftar Pustaka

- Abadi, Totok. *Aksiologi: Antara Etika, Moral, Dan Estetika*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 4 No. 2, Maret 2016
- Alamsyah, *Perspektif Dakwah Melalui Film*, Jurnal Dakwah Tabligh, Volume 13, No. 1, Desember 2012
- Amir, Mafri, 1999. *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta:Logos
- Arifuddin, Andi Fikra Pratiwi. *Film Sebagai Media Dakwah Islam*. Jurnal Aqlam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado Volume 2, Nomor 2, Desember 2017
- Bahrum, *Ontologi, Epistemologi Dan Aksiologi*. Jurnal Sulesana Volume 8 Nomor 2 Tahun 2013
- Buku Pedoman Undang-Undang Penyiaran
- Buku Pedoman Undang-Undang Perfilman
- Effendi, *Dakwah Melalui Film*, Jurnal Al-Tajdid Vol. I No. 2 /September 2009
- Effendi, Onong Uchjana, 1994. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Adidtya
- Hardian, Novri. *Persoalan Aksiologi Dakwah Dan Penerapannya Di Bidang Keilmuan*. Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Al Hikmah Volume 6 Nomor 1, Januari-Juni 2019 <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah>
- Hardian, Novri. *Persoalan Aksiologi Dakwah Dan Penerapannya Di Bidang Keilmuan*, Jurnal Al Hikmah Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Volume 6 Nomor 1, Januari-Juni 2019
- Juhari, *Aksiologi Ilmu Pengetahuan (Telaah Tentang Manfaat Ilmu Pengetahuan Dalam Konteks Ilmu Dakwah)*, Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Islam Vol. 3, No. 1, Januari - Juni 2019, Doi: <http://dx.doi.org/10.22373/al-idarah.v3i1.4839>
- Krisyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana
- Mubasyaroh, *Film Sebagai Media Dakwah (Sebuah Tawaran Alternatif Media Dakwah Kontemporer)*. Jurnal At-Tabsyir, Komunikasi Penyiaran Islam STAIN Kudus Volume 2, Nomor 2, Juli – Desember 2014
- Putra, Dimas Widya. *Filsafat Ilmu Terkait Dengan Perencanaan Wilayah Dan Kota*, Jpk Vol. 5 No. 2 2017
- Sobur, Alex, 2003. *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosydakarya
- Sumarno, Muhammad, 1996. *Dasar-Dasar Apresiasi Film*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Syukir, Asmuni, 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: al-Ihlas