

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Belakangan ini, komunikasi melalui media audio dan visual berkembang secara pesat di abad ke-21 ini. Alhasil, muncul berbagai perusahaan industri film sebagai industri hiburan. Saat ini terdapat banyak rumah produksi film besar berskala internasional seperti: *Disney, Marvel, DC, Pixar*, dan perusahaan film lainnya. Adapun juga rumah produksi film berskala nasional seperti : *MD Entertainment, Falcon Picture, Starvision, Rapi Films* dan lain-lainnya. Pada rumah-rumah produksi film tersebut sebagian besarnya menjual tema hiburan umum dengan kandungan film yang bertemakan percintaan, konflik sex. dan sosial.

Dari tema umum tersebut, para rumah produksi film diatas berhasil mendapat keuntungan besar dengan mengikuti keinginan pasar/masyarakat. Namun, sebagian besar dari film - film yang beredar saat ini sangatlah minim dengan pesan-pesan moral dan manfaat yang didapatkan oleh para penontonnya, bahkan film- film yang memuat unsur dakwah islam sangatlah minim dan hanya ada pada saat moment-moment tertentu saja seperti pada saat bulan Ramadhan, ataupun Lebaran. Padahal sistem media dakwah pun harus mengikuti perkembangan media secara *up to date* dan *continuity* dengan kuantitas dan intensitas tayang yang tinggi. Pada saat ini juga, tidak sedikit stasiun televisi di indonesia yang memfokuskan siarannya untuk media dakwah seperti Ummat TV, TvMu, ASWAJA, maupun Rodja TV, dan stasiun lainnya, namun sangat disayangkan stasiun-stasiun TV tersebut hanya dapat menyiarkan program-program televisi secara lokal saja.

Media hiburan dalam bentuk audio dan visual sekarang ini tidak hanya dapat dinikmati melalui televisi saja tetapi juga dapat diakses melalui media internet dan media sosial seperti *youtube*, *facebook* dan *instagram*. Ketergantungan manusia terhadap internet pada zaman ini, menjadi suatu fenomena yang sangat signifikan dan luas, sehingga saat ini Internet telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari bagi kebanyakan orang, dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan pribadi, sosial, ekonomi, dan budaya. Maka dari itu, sampai saat ini hampir semua dunia memilih media komunikasi berbasis internet sebagai media warga untuk berkomunikasi. Bahkan sekarang ini teknologi komunikasi khususnya internet merupakan hal yang sangat berpengaruh bagi tiap individu di masyarakat, hingga mereka tidak bisa melepaskan teknologi komunikasi tersebut. Kecanggihan dalam bidang teknologi dapat mengubah pola hidup masyarakat. Makin tinggi tingkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimiliki masyarakat, makin modernlah kehidupan masyarakat yang bersangkutan. Modernisasi mencakup perubahan mental perilaku, pengetahuan, setruktur keterampilan masyarakat sesuai dengan tuntutan kehidupan masa kini (Matondang, 2019).

Begitu pula dengan komunikasi dan media dakwah saat ini, zaman modern telah membawa perubahan besar dalam media dakwah, terutama dalam konteks film. Media dakwah melalui film menjadi semakin relevan dan efektif dalam menyampaikan pesan-pesan agama dan nilai-nilai moral kepada audiens yang lebih luas dan beragam.

Perubahan dalam teknologi, distribusi, dan konsumsi media telah mempengaruhi cara film dakwah diproduksi, didistribusikan, dan diterima oleh

masyarakat. Film sebagai media dakwa, di dalam menyampaikan pesannya dapat menyisipkan nilai-nilai keagamaan dengan pendekatan seni budaya, seperti contoh: menampilkan adab berbicara yang sopan kepada setiap orang. Selanjutnya pesan dakwah yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dapat diekspresikan dalam bentuk cerita dan disajikan dalam film. Kemudian film yang berisi pesan dakwah dapat disebut dengan film dakwah.(Arifin & Kontemporer, 2011)

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 (McQuail, 1997).

Kemajuan teknologi film saat ini, terutama dalam hal kamera digital dan perangkat lunak penyuntingan yang canggih, telah membuat produksi film lebih terjangkau dan mudah diakses. Serta peran besar internet telah mengubah cara film dakwah di distribusikan saat ini. Platform seperti *YouTube*, *Vidio*, *WeTV* dan platform streaming lainnya memberikan peluang terhadap film dakwah untuk

mencapai audiens berskala global tanpa harus menghadapi kendala distribusi fisik. Hal ini memungkinkan para pembuat film dakwah dari berbagai kalangan mana pun, terutama para pelajar atau mahasiswa yang notabene nya adalah pembuat film karya nonkomersil, mampu untuk menciptakan film karya berkualitas tinggi tanpa memerlukan anggaran produksi dan distribusi yang besar. Sehingga bukan lagi menjadi sebuah alasan bagi para pendakwah muda, untuk tidak mencoba berdakwah melalui media film lewat komunitas pada zaman ini.

Pada proses distribusi film, terdapat banyak cara bagi para pembuat film karya dakwah untuk mendistribusikan film karyanya, selain menggunakan *platform* layanan *streaming digital*, para pembuat film karya dakwah dapat mendistribusikan film-filmnya melalui ajang festival film. Hal ini memungkinkan sebuah film karya dakwah dapat berpeluang untuk meningkatkan *value*/nilainya, jika saja film tersebut pernah ditayangkan di berbagai festival dan mendapatkan anugerah atau penghargaan.

Dengan adanya kemudahan dari modernisasi inilah, banyak rumah produksi film maupun komunitas film yang lahir dan bergerak untuk eksis dalam memproduksi banyak film. Di dalam banyaknya universitas di indonesia, terbentuklah klub-klub film dan komunitas film yang aktif dalam produksi, pemutaran, dan diskusi film. Klub-klub seperti ini menjadi tempat bagi mahasiswa untuk mengasah keterampilan mereka dan berkolaborasi dalam proyek-proyek film.

Komunitas film mahasiswa selain memberikan ruang untuk eksperimen kreatif, juga memberikan pengembangan keterampilan, dan kolaborasi. Seiring berjalannya waktu, komunitas-komunitas film memiliki peran penting dalam menghasilkan

karya-karya baru dan juga sebagai inovasi baru dalam berdakwah lewat media perfilman.

Setiap komunitas ataupun rumah produksi film pastilah memiliki gaya berdakwah yang berbeda-beda pada karya-karyanya. Seperti contoh rumah produksi FMM (*Film Maker Muslim Studios*), Gontor TV, dan *Zeel Entertainment* yang memiliki kesamaan citra atau *community branding* dan gaya berdakwah pada film-filmnya, yaitu dengan gamblang menyematkan suatu pesan dakwah di dalam film yang bertema islami, sehingga para audiens dapat dengan jelas dan mudah untuk memahami dan menangkap nilai-nilai dakwah yang terkandung di dalam suatu film.

Adapun juga komunitas film atau rumah produksi dengan gaya berdakwah yang berbeda pada film-filmnya, yaitu dengan menggunakan tema cerita umum dalam segi cerita pada filmnya, hal tersebut bertujuan agar cara mereka menyampaikan isi dan pesan suatu dakwah, tidak terkesan menggurui dan bisa diterima oleh kalangan umum. Salah satu rumah produksi film yang mempunyai gaya dakwah pada film-filmnya ini adalah rumah produksi Muhammadiyah Multimedia Kine Klub Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atau lebih dikenal dengan MM Kine Klub UMY .

MM Kine Klub UMY merupakan sebuah unit kegiatan mahasiswa (UKM) asal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang diresmikan oleh Asisten Rektor III UMY Drs. Said Tuhuleley pada 12 Juli 1997 sebagai UKM yang berorientasi pada bidang audio visual. MM Kine Klub mengadopsi dua bentuk keorganisasian sesuai fungsinya, yakni sebagai organisasi, dan sebagai komunitas.

Fungsi MM Kine Klub adalah sebagai wadah aktivitas kemahasiswaan untuk mengembangkan minat, bakat, dan keahlian dalam bidang audio visual grafis dan untuk pengembangan pelatihan organisasi mahasiswa. Di dalam sebuah nama MM Kine Klub UMY, terdapat citra ke-Muhammadiyah yang kental pada kenamaan organisasinya. MM yang berartikan “Muhammadiyah Multimedia” ini disinyalir khusus untuk mewujudkan impian Muhammadiyah dalam menciptakan multimedia dakwah pada zaman modern seperti sekarang ini.

Pada awal didirikannya, fungsi MM Kine Klub UMY hanya sebagai medium Apresiasi Film saja, yang dimana hanya berfokus pada kegiatan pemutaran film-film komunitas lainnya. Hal ini dikarenakan pada tahun 1997, memproduksi suatu film merupakan kegiatan dengan biaya yang dikategorikan sangat mahal untuk skala mahasiswa kala itu disebabkan oleh keterbatasan alat-alat produksi dan teknologi digital. Namun seiring berjalannya waktu, teknologi pun berkembang semakin pesat, dan memberi banyak kemudahan untuk para komunitas film mahasiswa, untuk dapat memproduksi sebuah film karya dengan anggaran yang terjangkau, seperti contoh MM Kine Klub UMY yang telah menjadi organisasi sekaligus rumah produksi film-film karya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta hingga saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa MM Kine Klub UMY telah bergerak dalam menciptakan film-film karya mahasiswa yang berpotensi memiliki pesan dakwah didalamnya.

Terhitung dari tahun 2021, MM Kine Klub UMY telah memproduksi sebanyak lebih dari 30 film pendek yang telah ditayangkan di berbagai media pemutaran film

alternatif dan juga sebagian filmnya telah diunggah di akun youtube resmi dengan total penonton sebanyak 34.636 *views*.

Dan di tahun 2021-2023, MM Kine Klub UMY mendapat banyak perhatian dari pihak kampus maupun luar kampus setelah berhasil meraih prestasi pada ajang perfilman tingkat nasional maupun internasional lewat film-film karyanya yang berjudul, *Mabbere* (2021) dan *Dusner* (2022) yang mendapat banyak respon positif dari banyak kalangan sehingga membuat nama MM Kine Klub UMY menjadi sorotan pada saat itu.

Dengan prestasi MM Kine Klub UMY dalam ajang perfilman inilah, menandakan bahwa karya-karya MM Kine Klub UMY diakui sebagai karya yang memiliki nilai tinggi pada segi cerita maupun *cinematography* oleh berbagai Lembaga film nasional maupun internasional.

Dengan membawa nama “Muhammadiyah Mutimedia”, MM Kine Klub UMY sampai saat ini masih sangat aktif dalam memproduksi maupun mendistribusikan banyak film karya yang memiliki nilai dakwah dan pesan-pesan moral didalamnya, sehingga film-film tersebut dapat dijadikan sebagai produk dakwah pada zaman modern sekarang ini. Dari latar belakang inilah, peneliti tertarik untuk meneliti strategi dakwah yang dilakukan oleh rumah produksi MM Kine Klub UMY dengan judul penelitian **“STRATEGI DAKWAH RUMAH PRODUKSI MM KINE KLUB PADA MEDIA FILM DI TAHUN 2021-2023”**

1.2 Identifikasi Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini, telah berkembang sangat pesat, Salah satu pemanfaatan teknologi yang saat ini marak digunakan adalah dengan berdakwah melalui media audio visual, salah satunya melalui media film.

Dikarenakan banyaknya film-film komersial yang hadir dan menayangkan film-film dengan isi kandungan nilai-nilai kesilaman yang rendah, maka lahirlah banyak aktivis dakwah modern berbentuk komunitas film yang memanfaatkan fungsi audio visual untuk menyiarkan kebaikan/dakwah melalui karya film. Salah satu komunitas film tersebut yaitu MM Kine Klub UMY yang sampai saat ini aktif dalam memproduksi dan mendistribusikan film-film karya mereka yang memiliki nilai dakwah dan pesan-pesan moral pada isi kandungan filmnya.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi dakwah rumah produksi MM Kine Klub UMY melalui media film di tahun 2021-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah rumah produksi MM Kine Klub UMY melalui media film di tahun 2021-2023

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat dari segi teoritis dan praktis, yaitu :

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan pada masa mendatang bisa menjadi masukan untuk mengembangkan strategi dakwah, terutama untuk para *Da'i* di bidang perfilman dan diharapkan juga penelitian ini dapat turut berkontribusi dalam pengembangan dakwah.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu berguna dimasa mendatang. Sebagai bahan evaluasi untuk MM Kine Klub UMY dalam melanjutkan aktivitas dakwahnya dan juga sebagai masukan atau inspirasi untuk para *da'i* dalam mengelola rumah produksi film sebagai wadah untuk mengkreasikan materi-materi dakwah melalui seni *audio visual*

1.6 Batasan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis membatasi penelitian ini pada Strategi Dakwah MM Kine Klub UMY pada media film di tahun 2021-2023 dengan menggunakan konsep konsep Fred R. David yang dimana dalam sebuah strategi terdapat tiga tahapan yaitu, perumusan, implementasi dan evaluasi.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan pada penelitian ini terdapat sistematika penulisan yang tertata dan terpola agar penulisan dapat terorganisir dengan baik. Berikut adalah sistematika penulisan penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan & manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Pada bab ini membahas tentang kajian pustaka dan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Seperti membahas tentang strategi dakwah, media film, dan film dakwah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metodologi yang digunakan pada penelitian ini, seperti Pendekatan & Jenis Metodologi penelitian, Subyek, Objek penelitian, Sumber Data, dan Teknik Penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini membahas gambaran Umum MM Kine Klub UMY dan bagaimana strategi dakwah MM Kine Klub UMY melalui media film di tahun di tahun 2021-2023.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan pada hasil penelitian yang dipaparkan dan saran dari penulis untuk MM Kine Klub UMY.