BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara terminologi film adalah susunan gambar pada selluloid yang dapat diputar dan dinikmati oleh banyak orang karena menyajikan cerita yang menarik di dalamnya (Alfathoni & Manesah, 2020). Film dibagi menjadi beberapa kalsifikasi atau genre di antaranya komedi, drama, religi, horor, dan lain-lain.

Geliat perfilman di Indonesia telah banyak mengalami pasang surut. Di tahun 1970-1990 film Indonesia pernah memasuki masa kejayaannya, namun setelah itu produksinya menurun drastis dan dianggap runtuh pada tahun 1993 (Hereen dalam Derby, dkk, 2020). Memasuki era industri 4.0, industri perfilman tanah air perlahan-lahan bangkit dan mencapai puncaknya. Tren positif ini disebabkan oleh inovasi dan peningkatan kualitas film oleh para produser film baik dari segi visual maupun cerita. Selain itu, adanya internet turut memengaruhi bagaimana film itu bisa dikenal masyarakat luas, sehingga membuat jumlah penonton dan produksi film melejit di tiap tahunnya (Mediarta, 2017). Berikut rincian jumlah produksi film Indonesia dari Badan Pusat Statistik (BPS):

Tabel 1. Jumlah presentase film yang ditayangkan oleh bioskop Indonesia berdasarkan genre
(sumber: https: //www.bps.go.id/id/statistics)

Genre Film	Persentase Judul Film yang Ditayangkan oleh Perusahaan Bioskop Menurut Genre (Persen)			
	2018	2017	2014	2013
Drama	41,340	24,020	20,860	16,280
Komedi	10,140	10,750	9,100	10,990
Thriller	9,200	9,440	7,070	11,830
Fantasi	8,740	9,060	10,050	6,210
Aksi	10,700	22,550	30,330	30,070
Religius	-	-	4,690	5,370
Horor	12,310	16,220	16,510	18,270
Animasi	5,620	6,410	-	-
Lainnya	1,950	1,550	1,400	0,980
Jumlah	100,000	100,000	100,000	100,000

Pada tahun 2018 industri perfilman Indonesia berhasil menyedot 51,2 juta penonton dan relatif sama pada tahun 2019 (Iskandar, 2023). Akan tetapi, akibat

pandemi Covid-19, jumlah penonton di Indonesia mengalami gejolak yang hebat dan turun pesat menjadi 19 juta penonton pada tahun 2020. Jumlah ini terus mengalami kemerosotan hingga tahun 2021 dan menyisakan 4,5 juta penonton saja. Meskipun begitu, roda perfilman masih terus bergerak secara konstan dan perlahan naik di tahun 2022 dengan mendapatkan 24 juta penonton. Melansir berita dari *antaranews.com,* menurut pengamat film, Hikmat Darmawan, pada tahun 2023, industri perfilman tanah air telah mencapai puncaknya karena dapat menarik 54 juta penonton meskipun telah dihantam pandemi Covid-19 selama kurang lebih 2 tahun. Bahkan jumlah ini diperkirakan akan terus naik hingga menyedot 60 juta penonton pada 2024 (Ayudiana, 2024).

Tabel 2. Grafik jumlah penonton film Indoensia ketika dan pasca pandemi Covid-19
(Sumber: https://www.bpi.or.id/)

Film merupakan media komunikasi massa paling efektif dalam menarik perhatian khalayak. Tak jarang film sering dikaitkan sebagai media dalam praktik komodifikasi. Komodifikasi diartikan sebagai proses yang mentransformasikan berang dan jasa yang bernilai menjadi sebuah komditas yang dapat mendatangkan keuntungan di dalam pasar atau kapitalis. Komodifikasi dibagi menjadi 3 yaitu isi, audiens, dan pekerja (Ibrahim dan Akhmad, 2014). Tidak terbatas pada produk dan jasa, kaum kapitalis bahkan dapat membuat suatu nilai budaya dan sosial yang dianut dalam masyarakat menjadi alat tukar komersil. Indonesia sebagai negara dengan mayoritas muslim contohnya, praktik komodifikasi yang kerap dilakukan

oleh media siaran Indonesia adalah memunculkan simbol-simbol dan muatan kegamaan pada budaya visual seperti berita, iklan, sinema elektronik (sinetron), film, *variety show*, dan sebagainya. Konten-konten media tersebut yang biasanya merupakan subjek mandiri harus berkelindan dan menampung segala isu dan muatan kegamaan selama laku dalam pasaran.

Nilai-nilai keislaman merupakan prinsip atau pedoman yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah yang mengatur bagaimana seharusnya manusia menjalankan kehidupannya sesuai dengan hukum syariat. Nilai-nilai keislaman secara general dibagi menjadi nilai akidah, ibadah, akhlak. dan muamalah. Pada dasarnya, keempatnya saling terhubung dan memiliki keterkaitan satu sama lain. Ketika salah satu di antaranya tidak diimplementasikan dengan baik dapat berujung pada pelanggaran syariat bahkan menimbulkan dosa. Komodifikasi tidak berusaha mengubah nilai-nilai keislaman tersebut menjadi sebuah keyakinan yang baru, akan tetapi memanfaatkannya sesuai dengan bentuk muasalnya. Oleh karena itu, Karl Marx dalam Ibrahim (2014) memandang komodifikasi sebagai praktik komersil yang mengabaikan etika dan cenderung bebas.

Eksploitasi agama yang banyak menjamah pada budaya visual telah melahirkan genre baru dalam perfilman Indonesia yakni horror religi. Horor religi merupakan subgenre film yang memiliki banyak muatan keagamaan yang biasanya menghadirkan makhluk gaib sebagai antagonis dalam ceritanya. Film horror religi yang populer di Indonesia adalah yang bertemakan Islam. Sejak zaman orde baru industri perfilman Indonesia tidak bisa lepas dari tiga hal yakni komedi, seks, dan horor (Heider dalam Derby, dkk, 2020). Penggunaan simbol-simbol agama yang kental menjadi salah satu ciri film horor Indonesia bahkan sejak 1970-an (Heeren dalam Debby, dkk, 2020). Perselisihan antara tokoh agama seperti Kyai atau Pendeta dengan kejahatan yang disebabkan oleh makhluk gaib menjadi elemen khas pada tahun 1980-an.

Pada saat ini film horor religi cukup membanjiri bioskop dan *platform streaming* tanah air. Salah satu contohnya adalah film *Makmum* yang berhasil menorehkan penghargaan Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) sebagai film Indonesia pertama terlaris di Malaysia pada 2018-2019 (Andika & Setuningsih,

2019). Kesuksesan film pertama membawa angin segarbagi studio Dee Company untuk berani merilis sekuel kedua, yakni film *Makmum* 2 pada 30 Desember 2021 dan berhasil meraup 1 juta lebih penonton di tengah pandemi (Mario & Kistiyarini, 2022). Setelah itu banyak film horor religi yang mulai bermunculan seperti *Qodrat* (2022), *Hidayah* (2023), *Khanzab* (2023), *Waktu Maghrib* (2023), *Sijjin* (2023) dan sebagainya.

Salah satu contoh film yang menarik untuk dibahas karena menampilkan unsur horor religi yang kental adalah *Khanzab*. *Khanzab* merupakan film besutan dari studio yang sama dengan film *Makmum* yakni Dee Company yang rilis pada tanggal 20 April 2023. Film ini dibintangi oleh Tika Bravani, Yasamin Jasem, Arswendi Nasution, dan sutradari oleh Anggy Umbara. Film ini mengambil latar di Banyuwangi pada tahun 1998 yang menceritakan seorang Rahayu (Yasamin Jasem) yang harus menerima kenyataan pahit bahwa ayahnya harus meninggal karena dibunuh sekelompok ninja. Tak cukup sampai di situ, anehnya orang-orang malah menuduh bahwa ayahnya merupakan dukun santet. Akibat fitnah yang tidak mengenakkan sekaligus trauma yang dia alami, Rahayu akhirnya berusaha untuk rajin beribadah sebagai usaha untuk meringanakan beban dalam hatinya. Namun, diakibatkan rasa trauma dan gangguan jin Khanzab, ia akhirnya kesulitan untuk *khusyu'* dalam salatnya. Bersamaan dengan itu, akhirnya Ia menemukan fakta-fakta tentang kematian ayahnya di masa lalu (Saputra, 2023).

Komodifikasi nilai keislaman yang digambarkan dalam film *Khanzab* malah mengundang banyak kontroversi dari masyarakat Indonesia lantaran dinilai terlalu menghororisasi simbol-simbol dan praktik keagamaan (Rahman, 2024). Film *Khanzab* tidak hanya menampilkan muatan agama saja, akan tetapi budaya jawa juga turut ditampilkan dan merupakan bagian dari inti cerita. Film *Khanzab* menggambarkan seolah-olah budaya Jawa erat berkaitan dengan hal mistis dan praktik ilmu hitam serta menggambarkan orang yang sedang melaksanakan ibadah salat sekalipun masih bisa diganggu oleh setan bahkan sampai ada yang kerasukan. Penggambaran Islam yang seperti ini mendapat kritik tajam dari Gina S. Noer di akun Instagramnya @ginasnoer pada 20 Maret lalu. Melansir dari *Liputan6.com,* sutradara sekaligus penulis skenario ini berpendapat bahwa eksploitasi agama

dalam film horor Indonesia yang marak saat ini justru menonjolkan agama adalah sesuatu yang lemah, alih-alih menjadi alat untuk melawan sesuatu yang gaib. Ia juga menambahkan kurangnya eksplorasi mendalam oleh para sineas horor justru menimbulkan banyak kesalahpahaman terhadap pesan yang disampaikan, mengingat tingkat literasi masyarakat Indonesia yang beragam (Prakoso, 2024).

Kritik tajam yang dilontarkan oleh Gina justru mendapat respon positif dari berbagai kalangan masyarakat yang resah terhadap eksploitasi agama di film horor, hingga muncul seruan boikot terhadap beberapa filmnya. Polemik yang ditimbulkan tersebut berdampak pada penayangan film *Kiblat* yang sebelumnya direncanakan pada libur lebaran 2024 harus diundur. Film *Kiblat* tersebut mendapat banyak kritikan setelah perilisan poster dan trailernya 21 Maret silam (Putri, 2024) Film tersebut sampai mendapat teguran dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) lantaran judul dan posternya dinilai melecehkan salah satu gerakan dalam ibadah salat yaitu rukuk. Hingga akhirnya kasus ini diselesaikan dengan permintaan maaf dari pihak produksi film *Kiblat* yakni Leo Picture di Kantor MUI dengan mengganti judul dan posternya (Junaidi, 2024).

Gambar 1. Poster film *Kiblat* dan *Khanzab*
(Sumber: https://www.jawapos.com/)

Tidak jauh berbeda dengan film *Kiblat*, film *Khanzab* juga memiliki kesan horor yang sama, mulai dari poster dan juga trailernya. Namun, karena penayangannya dilakukan pada tahun lalu film ini tidak menimbulkan cukup kontroversi soal muatan keagamaan pada filmnya. Sampai saat ini banyak yang salah paham terhadap hororisasi muatan keagamaan pada film *Khanzab,* hingga akhirnya film ini menjadi salah satu daftar film yang dianggap patut untuk diboikot (Rahman, 2024). Karena film merupakan karya dari kumpulan teks yang multitafsir, tentu akan ada perbedaan sudut pandang dari sang produser dan penonton. Penonton merasa bahwa hororisasi muatan kegamaan dalam film *Khanzab* disinyalir menimbulkan pemahaman akan desakralisasi nilai keislaman yang menurunkan kesakralan sifat suci Islam di dalamnya serta pandangan Islamophobia (Ramadhan, 2021). Meskipun belum terbukti meluruhkan nilai keislaman, perlu diingat, yang termaktub pada Undang-undang (UU) Nomor 33 tahun 2009 tentang perfilman, menyebutkan bahwasannya film harus menjunjung tinggi nilai-nilai agama, etika, moral, kesusilaan, dan budaya bangsa. Baik sebagai karya dan atau media, film tidak bersifat bebas nilai, karena film juga merupakan pranata sosial dengan kepribadian dan karakter bangsa. Selain itu, jumhur ulama berpendapat untuk mencari segala keuntungan dengan cara yang baik dan halal tanpa menggunakan agama sebagai nilai tukar komersil (Syahputra, dkk, 2021). Karena agama adalah institusi sakral dan suci yang berhubungan dengan dimensi spiritualitas (Ibrahim & Akhmad, 2014). Sebagaimana firman Allah Swt.:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا كُلُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا رَزَقْنٰكُمْ وَاشْكُرُوْا لِلّٰهِ اِنْ كُنْتُمْ اِيَّاهُ تَعْبُدُوْنَ

> *"Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya."* (Q.S. Al-Baqarah/2: 172)

Lain halnya jika film digunakan sebagai sarana dakwah untuk mengedukasi, itupun selama tidak melanggar ajaran tauhid. Hal ini dilakukan agar dakwah yang dilakukan memberikan warna dan nuansa keagamaan yang baru (Ishaq, 2014). Malahan jika melihat dari sejarah mengenai perkembangan Islam di Indonesia, tentu tidak lepas dari peran Walisongo yang memanfaatkan seni pertunjukan

sebagai sarana media dakwah yang efektif kepada masyarakat di pulau Jawa kala itu (Sunyoto, 2017).

Untuk itu diperlukan kajian teks secara mendalam dan kritis mengenai film *Khanzab*. Pada kasus ini peneliti menggunakan model analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk untuk melihat bagaimana wacana komodifikasi nilai keislaman yang dilakukan sang produser film melalui kajian teks. Yang diukur tidak terbatas hanya pada aspek kebahasaannya saja, melainkan bahasa tersebut dianalisis dengan menghubungkannya pada konteks secara mendalam dan komprehensif. Konteks di sini dimaksudkan untuk menilai bahwa teks atau bahasa yang digunakan tersebut dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu. Sebagai batasan dalam penelitian, peneliti hanya menelaah dan mengidentifikasi komodifikasi isi dalam film *Khanzab* yang berkaitan dengan nilai keislaman, terlepas dari komodifikasi khalayak dan tenaga kerja.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana wacana komodifikasi nilai keislaman pada film *Khanzab*?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk mengetahui wacana komodifikasi nilai keislaman pada film *Khanzab.*

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi panduan dan memberikan inovasi terhadap bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai teori kajian teks pada film.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan oleh para penonton film agar lebih bijak dan kritis dalam memahami wacana yang disampaikan oleh pembuatnya.