

MEMBANGUN FILM KULTUR EDUKATIF¹

Ahmad Sihabudin

sihab@untirta.ac.id

(Guru Besar Komunikasi Lintas` Budaya FISIP Univeritas Sultan AgengTirtayasa, Dosen Pascasarja Universitas` Muhammadiyah Tangerang)

Abstrak:

Tulisan tentang keefektifan film sebagai media yang dapat membangun kultur tradisi baik positif maupun negatif. Film, dalam posisinya sebagai media, adalah sebuah media yang, selain menghubungkan dan menjadi perantara bagi sebuah realita (s), juga menjadi pembentuk realita baru serta pemberi makna bagi realita tersebut. Melvin DeFleur dalam *Teori Norma Budaya*, media menawarkan norma budaya, mampu mengubah norma tradisi masyarakat, ekstrimnya mengganti norma budaya yang ada. Seperti halnya koran, televisi, ataupun media lainnya, posisi film sebagai media di masyarakat cukup kuat. Sebagai media yang bersifat dua arah, film dapat membuat masyarakat bertanya-tanya tentang sebuah realita yang ditampilkan. Margaret R. Miles dalam bukunya *Seeing and Believing: Religion and Values in The Movies* dalam balutan hiburan, film dapat membuat masyarakat bertanya, menegosiasikan, serta melawan nilai dan budaya yang sudah dipercayai di masyarakat.

Keyword: Film, Kultur, Edukatif

A. Pendahuluan

Mengawali makalah ini saya mengutip hasil penelitian, Edmund Carpenter, antropolog Amerika, mengisahkan cerita menarik tentang pengaruh teknologi baru pada kultur masyarakat Irian (Papua). Ia datang ke Sio dan memperkenalkan teknologi komunikasi modern—kamera, tape recorder, proyektor dan sebagainya. Beberapa bulan kemudian, ia meninggalkan tempat itu. Ketika ia kembali, ia menemukan beberapa hal yang menakutkan. “Ketika kami kembali ke Sio, “begitu tulis Carpenter dalam bukunya yang berjudul *Oh, Pedihnya Pukulan Hantu itu Padaku*”, aku tidak mengenali lagi tempat itu. Beberapa rumah telah dibangun lain. Mereka sekarang berpakaian seperti orang Eropa; dan perilaku mereka juga berubah. Mereka telah tererabut secara brutal dari

pengalaman kesukuan mereka dan berubah menjadi individu yang lepas satu sama lain, terasing, frustrasi, dan tidak lagi menjadi bagian dunia mereka sebelumnya. Teknologi telah mengasingkan dan menghancurkan kebudayaan mereka.” (*Research and information Documents, No.77, Paris, UNESCO, 1976. H.34-35. dalam Rakhmat, 1997:123*).²

Carpenter menanggapi hilangnya budaya asli Papua karena serbuan teknologi elektronik. Orang Papua masih ada, tetapi budaya mereka telah hilang. Yang terjadi bukan *genocide* (pembunuhan sukubangsa), tetapi *technetronic ethnocide* (pembunuhan budaya karena teknologi elelektronika). Hal yang sama telah dilaporkan oleh penulis-penulis lain. Kini sebuah raksasa budaya dengan rakus menelan budaya-budaya lokal di seluruh bumi. Keragaman kultural telah didesak

¹Pernah disampaikan dalam Seminar dan Pelantikan Pengurus Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia daerah Banten, Jagarawa Resto, Cipondoh, Kota Tangerang. 20 Mei 2017.

²Rakhmat, Jalaluddin. 1997. *Generasi Muda di Tenga Arus Perkembangan Informasi. Buku. Hegemony Budaya*. Penerbit Yayasan Bentang Budaya. Yogyakarta.

oleh standarisasi kultural yang dilahirkan industrialisme. Telah terjadi budaya baru. Dalam budaya baru yang memerintah menurut Toffler bukan Raja atau kepala suku, tetapi teknologi mengatur hidup dan mati anda sejak makan, minum, sampai sehat dan sekarat.

Teknologi mengajarkan agama baru—pemujaan uang. Dalam analisis Alvin Toffler, setiap jenis teknologi melahirkan lingkungan teknologi – teknofer – yang khas. Teknologi informasi sebagai bagian dari teknofer akan mewarnai infofer – yakni, budaya pertukaran informasi, pada akhirnya akan membentuk dan mengubah sosiofer – yakni norma-norma sosial, pola-pola interaksi, dan organisasi sosial kemasyarakatan. Karena manusia makhluk sosial, perubahan sosiofer akan mengubah cara berfikir, cara merasa, dan cara berperilaku mereka— yakni, mengubah psikosfer mereka, Ketika Toffler beresita tentang datangnya gelombang peradaban ketiga. Ia menyebut empat sistem yang paling berkaitan ini. Sebenarnya kita sedang mengalami bukan saja hancurnya teknofer, infofer, atau sosiofer gelombang kedua, tetapi juga rontoknya psikosfer”. (Toffler, 1981:365).³

Apakah kita sedang mengalami kehancuran sosiofer dan psikosfer lama, karena teknologi informasi yang baru? Secara khusus apa yang tengah dan akan terjadi pada generasi muda, anak-anak kita di tengah arus dan perkembangan informasi. Apakah *technetronic ethnocide* akan terjadi padakita dan anak-anak kita seperti yang terjadi pada generasi muda Sio, yang dilukiskan Carpenter. *Technetronic ethnocide* yang pasti hari ini sedang berlangsung dengan massiv, dapat dilihat sebagai hidup gaya, saya tidak sebut sebagai gaya hidup. Hidup gaya adalah sebuah fenomena yang sudah masuk pada setiap relung kehidupan masyarakat, yang

penting bisa bergaya walau kurang modal, akibatnya perilaku menyimpang korupsi, melacur, LGBT, Jualan Narkoba. Hilangnya sebuah kearifan lokal pada masyarakat, nenek moyang kita selalu mengajarkan “berakit-rakit ke hulu berenang ketepian, bersakit-sakit dahulu bersenang-senang kemudian”. Orang sekarang ambil jalan pintas, mengkorup hal yang bukan haknya, yang penting bisa hidup gaya.

Francis Fukuyama⁴ menggambarkan perubahan-perubahan ini begitu dramatis, perubahan ini terjadi di sejumlah negara yang sama, dan muncul dalam periode sejarah yang hampir bersamaan, perubahan itu memunculkan Great Distruption (Kekacauan Besar) dalam nilai-nilai sosial yang berlaku pada masyarakat era industri di pertengahan abad ke 20, kemerosotan itu sudah bisa diukur dalam statistik tentang kejahatan, anak-anak tanpa ayah, hasil dan kesempatan pendidikan yang direduksi, kepercayaan yang hancur, dan semacamnya. Apakah hanya sebuah kebetulan jika trend-trend sosial yang negatif ini yang bersama-sama yang mencerminkan melemahnya ikatan sosial dan nilai-nilai yang diyakini bersama dalam masyarakat Barat, terjadi setelah ekonomi di negara-negara tersebut melakukan transisi dari era industri ke era informasi.

B. Krisis Komunikasi

Saat ini, sadar atau tidak, kita sedang galau lantaran menghadapi situasi “krisis komunikasi”. Saya sebut demikian karena kita berhadapan dengan (sekarang-kurangnya) tiga karakteristik krisis situasi yang bersifat, (1) *surprise*, (2) *threat*, dan (2) *short response time*. Kita sebut “surprise” karena kita tengah galau

³Toffler, Alvin. *The Third Wave*, . William Morrow & Co.. New York. 1981.

⁴Francis Fukuyama. 2002. *The Great Dsirruption. Hakikat Manusia dan Rekonstitusi Tatanan Ssoaial. Penerjemah Ruslani*. Penerbit QALAM. Yogyakarta.

menghadapi “kegenitan” teknologi(media) komunikasi, dan kegalauan ini mirip dengan kegalauan kita menghadapi bencana alam seperti banjir, gempa bumi, kebakaran hutan, kekerasan dan kejahatan yang semuanya datang mendadak dengan tingkat intensitas yang melampaui ramalan warga masyarakat atau para pejabat pemerintah.

Kita sebut “threat” karena krisis yang kita hadapi berpeluang menciptakan situasi yang mengancam stabilitas social-ekonomi, social-politik dan cultural mulai dari skala pribadi sampai pada level kelompok masyarakat atau pemerintah. Terakhir, kita sebut “short response time” karena kita harus dimampukan untuk bersikap kritis ketika menghadapi, merespons, dan berkomunikasi secara cepat dan tepat menghadapi situasi tersebut. Pada aras inilah, krisis komunikasi harus dapat dipandang sebagai sesuatu yang bersifat *unexpected*, dan *nonroutine*. Mengapa? Karena komunikasi dalam bentuk krisis telah menciptakan situasi *uncertainty* yang bersifat simultan sehingga kita membutuhkan *opportunities for and threats to its high-priority goals* (Herman, 1963).

C. Media di Masyarakat

George Gerbner, pakar komunikasi dan televisi pernah sesumbar bahwa televisi adalah agama masyarakat industri. Sebagai ‘agama baru’, televisi telah menggeser agama-agama konvensional. Khotbahnya didengar dan di saksikan oleh jamaah yang lebih besar daripada jamaah manapun. Rumah ibadahnya tersebar di seluruh pelosok bumi; ritus-ritusnya di ikuti dengan penuh kekhidmatan dan boleh jadi lebih banyak menggetarkan hati dan mempengaruhi bawah sadar manusia daripada ibadah agama-agama yang pernah ada (Rakhmat, 1991:53).⁵

⁵Rakhmat, Jalaluddin. 1991. *Islam Aktual*. Mizan.

Praktisi media terkemuka Martin Esslin menyebut era ini sebagai “*The Age of Television*”, ketika televisi telah menjadi kotak ajaib yang membius masyarakat. Penelitian ilmiah pun semakin menunjukkan bahwa frekuensi dan lama menonton televisi anak-anak, jauh lebih tinggi dibandingkan si anak belajar atau mengaji. Itu, berarti bahwa proses sosialisai anak akan lebih banyak di pengaruhi isi siaran televisi daripada petuah guru atau orang tua. Maka tak heran bila televisi ini dianggap sebagai: *new parent for a million children* (Halloran, 1980), atau bahkan dinobatkan sebagai Tuhan Kedua (*The Second God*), (Malik, 1997:278).⁶

Penggunaan waktu bersama televisi juga di duga semakin besar, karena saat ini telah banyak hadir televisi swasta nasional yang bersaing keras untuk meraih penonton sebanyak-banyaknya. Makin menarik siaran makin banyak penonton. Demikian kecenderungan kebijakan yang dianut semua redaktur televisi. Bila semua siaran televisi menyuguhkan yang menarik, yang dilakukan pemirsa sebisa mungkin menikmati semua siaran yang menarik tersebut. Jeda iklan, atau waktu tayangan yang berbeda biasanya digunakan pemirsa untuk pindah channel mencari tayangan yang menarik. Bila demikian artinya *time exposure* pemirsa terhadap televisi di duga semakin tinggi.

Masalah inilah yang harus segera diwaspadai, apalagi ketika acara siaran 80% masih didominasi oleh produk asing. Barang kali kecemasan seperti yang saya sampaikan dia atas, yang menimbulkan kesadaran betapa pentingnya keterlibatan etika dan kajian isi dalam bidang penyiaran. Etika dan regulasi komunikasi macam apakah yang mampu memelihara sendi-sendi budaya, sistim nilai, etis masyarakat kita? UU penyiaran, Pers,

⁶Malik, Deddy Djamiluddin. 1997. *Industri Televisi dan Tantangan Etika Komunikasi Islami*.

keterbukaan informasi ITC sudah kita miliki, nyatanya *technetronic ethnocide* terus berlangsung didepan kita.

D. Menghadirkan Budaya Melalui Film

Film, seperti halnya artikel di koran, foto, maupun video yang tersebar di media cetak, adalah sebuah media yang ada di masyarakat. Ia adalah penghubung, sekaligus menjadi perantara bagi realita-realita yang ada di dalam kehidupan sehari-hari. Tomas Axelson, dalam jurnalnya yang berjudul *Movies, Mind, and Meaning: Studying Audience and Favorite Films* menjabarkan bahwa film dewasa ini bukan semata hiburan saja bagi masyarakat. Film, dalam posisinya sebagai media, adalah sebuah media yang, selain menghubungkan dan menjadi perantara bagi sebuah realita (s), juga menjadi pembentuk realita baru serta pemberi makna bagi realita tersebut. Seperti halnya koran, televisi, ataupun media lainnya, posisi film sebagai media di masyarakat juga cukup kuat. Sebagai media yang bersifat dua arah, film dapat membuat masyarakat bertanya-tanya tentang sebuah realita yang ditampilkan. Seperti yang diungkapkan oleh Margaret R. Miles dalam bukunya *Seeing and Believing: Religion and Values in The Movies* bahwa dalam balutan hiburan, film dapat membuat masyarakat bertanya, menegosiasikan, serta melawan nilai dan budaya yang sudah dipercayai di masyarakat.⁷

Dengan kekuatan seperti itu, film sebenarnya bisa digunakan sebagai bentuk kritik terhadap isu yang terjadi sekaligus membentuk budaya yang baru di masyarakat. Dibalut dengan unsur hiburan (karena film, sebagaimana karya narasi fiktif macam cerita pendek atau novel), ia akan membuat masyarakat berpikir dan

mempertanyakan nilai dan budaya yang ada, lalu menciptakan budaya baru di tubuh masyarakat. Seperti diungkapkan oleh Tomas Alexson, film adalah media yang baik untuk membentuk realita(s) di masyarakat. Bukan hanya realita, film pun ampuh untuk menciptakan sebuah budaya yang baru di masyarakat.

Tengok saja *Captain Tsubasa*. Lewat beberapa filmnya (walau *Captain Tsubasa* sebenarnya adalah serial TV yang diadaptasi dari sebuah *manga*) film ini berhasil membentuk sebuah budaya sepakbola yang baru di Jepang. *Captain Tsubasa* sukses membuat masyarakat yang awalnya menyukai bisbol, menjadi begitu tergila-gila akan sepakbola. Ada sebuah budaya baru yang terbentuk, dan hal itu terjadi karena campur tangan film di dalamnya. Budaya sepakbola Indonesia yang sehat yang sekarang sedang digaungkan oleh Presiden Indonesia, Joko Widodo lewat rencana percepatan pembangunan sepakbola Indonesia, bisa didukung lewat penyajian film-film sepakbola Indonesia yang bermutu, mengangkat isu-isu yang dekat, dan disajikan dengan cara yang menarik lewat sinematografi yang menawan. Hal ini, walau akan makan waktu cukup lama, akan menciptakan budaya baru di masyarakat, yaitu masyarakat yang mencintai namun kritis terhadap sepakbola.⁸

Dengan menyajikan film-film sepakbola Indonesia yang bermutu, maka masyarakat akan disuguhkan tayangan baru dan tidak melulu itu-itu saja. Minat masyarakat Indonesia untuk menonton film pun (baik itu di bioskop atau dari DVD) akan meningkat jika suguhan film sepakbola ini dikemas secara unik dan menarik. Setidaknya hal tersebut akan menjadi oase di tengah tema film Indonesia sekarang yang terkesan itu-itu saja (meski beberapa ada juga yang menarik).

⁷<http://panditfootball.com/cerita/208233/SFS/170330/anomali-film-sepakbola-indonesia-membentuk-budaya-di-masyarakat>

⁸*Ibid.*

E. Film Kultural Edukatif

Pemerintah pada masa Orde Baru sangat menghitung peran film nasional sebagai bagian dari strategi kebudayaan membangun masyarakat. Untuk itu, dirumuskan terminologi “film kultural-edukatif” sebagai orientasi kreatif bagi para sineas dan film maker. Film-film yang masuk FFI atau yang berhasil menggondol penghargaan Piala Citra pada era itu, umumnya “digolongkan menjadi film kultural-edukatif”. Sejah ini, “film kultural-edukatif” dipahami sebagai film yang mengandung nilai-nilai budaya bangsa yang berpotensi “mendidik” publik, terutama berkaitan dengan nasionalisme, pendidikan watak, mental, perilaku atau karakter.

Seiring dengan longsor dan lengsernya rezim Orba, terminologi “film kultural-edukatif” tidak terdengar lagi. Gelombang Reformasi 1998, membuka arus kebebasan di segala bidang, termasuk dunia film. Sineas atau film maker tidak lagi diatur oleh negara dalam penciptaan kreatifnya. Munculnya berbagai karya dengan berbagai genre, misalnya komedi, drama, horor, action, seks dan lainnya. Muncul pula film-film yang menghadirkan “fakta-fakta” sejarah terkait peran orang-orang besar (tokoh pergerakan) dalam memerjuangkan kemerdekaan negeri ini. Misalnya Soekarno, KHA Dahlan (pendiri Muhammadiyah), KH Hasyim Asyarie (pendiri NU) dan lainnya. Selain itu, di dunia film “non-komersial” muncul karya-karya alternatif, baik yang berkonten nilai-nilai sosial maupun personal. Ini menunjukkan, wajah dunia perfilman nasional serupa mozaik, plural dan mencerminkan pilihan-pilihan nilai yang beragam dari pembuatnya atau pola pikir masyarakatnya.⁹

⁹<http://www.jogjafilm.com/id/news/read/film-berbasis-budaya>

Film berbasis budaya menurut Indra Trenggono (2015)¹⁰ bisa dimaknai sebagai film yang menghadirkan realitas budaya baik berupa nilai-nilai, ekspresi/perilaku, tradisi, maupun produk-produk budaya yang bersifat material yang terkait dengan kehidupan manusia. Kebudayaan menjadi jalan atau cara bagi masyarakat untuk merespons dan menjawab persoalan kehidupan. Pendekatan penggarapan bisa secara historis, antropologis, psikologis, kultural, sosial dan dramatik. Obyek garapan bisa berupa manusia, masyarakat (komunitas), tokoh, benda-budaya, benda cagar budaya, situs sejarah, mitologi, legenda, nilai-nilai kearifan lokal dan ekspresi estetis (kesenian) dan non-estetis (budaya).

Jenis Film berbasis atau berkarakter budaya antara lain, (1) film fiksi (film cerita yang menghadirkan manusia dengan persoalan dan dinamika budaya yang melekat dalam dirinya yang bisa dikenali melalui berbagai simbol-simbol auditiv dan visual khas filmis (sinematografis); (2) film dokumenter (film yang menghadirkan dokumentasi budaya, baik berupa budaya tak tampak maupun budaya tampak). Kebudayaan dihadirkan secara obyektif sebagai fakta dan data.

A. Dakwah dan Film Kultural Edukatif

Agama sebagai sumber legitimasi nilai (sebagai *checker* dan *balancer*) tindakan manusia sampai kapanpun memang tak terbantahkan. “Kehadiran” Tuhan dalam masyarakat (*theodicy*) yang kemudian disebut oleh Peter L. Berger sebagai “langit suci” (*the sacred canopy*) yang melindungi masyarakat dari situasi ketidakbermaknaan (*meaningless*), kekacauan (*chaos*), dan keputusasaan (*hopeless*) tak terbentahkan.¹¹

¹⁰Indra Tranggono, *pengamat kebudayaan, anggota tim kurator program pembuatan film berbasis budaya, Dinas Kebudayaan DIY, tahun 2014 dan 2015*

¹¹Peter L. Berger, *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*,

Upaya mengkaji dan memahami perintah agama, khususnya bagi para guru agama dan da'i, menjadi penting bila upaya pemantapan kehidupan keagamaan dan pengembangannya agar supaya berhasil dengan baik. Perkembangan media massa bak jamur di musim hujan. Terutama *The Big Five of Mass Media* (lima besar media massa), yaitu: surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Kelimanya berusaha merebut minat masyarakat dengan memberikan pelayanan yang terbaik. Film bisa menjadi instrumen dakwah. Dengan film para dai tidak perlu membuat jarak dengan pendekatan dogmatis; baik buruk atau hitam putih, melainkan dapat melibatkan para penonton secara emosi. Film media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan suatu pesan sosial maupun agama kepada khalayak dengan tujuan memberikan pesan moral, informasi, hiburan dan ilmu yang bermanfaat dan mendidik. Film memiliki seni tersendiri dalam menyampaikan suatu peristiwa untuk dijadikan sebuah cerita. Film memiliki fungsi edukatif dan instruktif, mulai dari tingkat bawah sampai tingkat ilmiah.¹²

Film dapat memberikan pengaruh besar pada jiwa manusia. Dalam satu proses menonton film, terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu jiwa sosial sebagai identifikasi psikologis. Ketika proses dikoding terjadi, para penonton sering menyamakan seluruh pribadinya dengan salah seorang pemeran film. Penonton bukan hanya dapat memahami atau merasakan seperti yang dialami oleh salah satu pemeran, lebih dari itu, mereka seolah-olah mengalami sendiri adegan-adegan dalam film. Pesan-pesan dapat

disampaikan kepada penonton secara halus dan menyentuh hati tanpa merasa digurui.¹³ Bahwa untuk mengkomunikasikan pesan Islam, hendaknya dilakukan secara *qaulan-sadidan* yaitu pesan yang dikomunikasikan dengan benar, menyentuh, dan membekas dalam hati. Hal ini senada dengan Firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (٧٠)

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar (qaulan-sadidan). (QS. al-Ahzab [33]: 70)

B. Menghadirkan Dinamika Budaya Banten dalam Film

Saya bukan ahli film dan saya juga tidak pernah kuliah mengambil sinematografi atau sejenisnya. Saya hanya ingin mengatakan bahwa film adalah media terefektif dan terpopuler dalam pembelajaran apapun termasuk sistem nilai dan budaya oleh masyarakat. Mengacu pada tema makalah saya "membangun Film Kultur Edukatif di Banten", dapat menghadirkan film fiksi yang berkonten tentang manusia dengan dinamika kebudayaan di Banten, tentu memiliki kekuatan imajinasi yang mewujudkan dalam dunia alternatif yang dihadirkan. Ia memberikan berbagai pandangan baru, nilai-nilai baru dan pengalaman baru (estetik, dan non-estetik) kepada penontonnya. Dengan cara itu, film tersebut mampu menggugah kesadaran penonton akan nilai-nilai bermakna dan penting.

Adapun film dokumenter yang berbasis dinamika kebudayaan di Banten harus mencerminkan realitas kultural baik yang berkaitan dengan masa lalu (tradisi lama), masa kini (realitas kontemporer) maupun pandangan-pandangan ke depan

Garden City, N.J.: Doubleday, 1967. Diterjemahkan dalam bahasa Indonesia *Langit Suci: Agama Sebagai Realitas Sosial*, terjemahan Hartono (Jakarta: LP3ES, 1994, hlm. 63.

¹²Gayus Siagian, *Menilai Film*, (Jakarta: Dewan Kesenian Jakarta, 2006) hlm. 40.

¹³Aep Kusnawan, *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung: Benang Merah Pers, 2004), hlm. 93-96.

(visioner). Film tersebut memiliki sudut pandang atau cara pandang yang khas, tajam, unik, cerdas atas realitas sosial-kultural yang didokumentasikan, sehingga mampu memberi pengkayaan pengetahuan dan nilai pada penonton. Banten sebagai wilayah yang strategis karena berada di *ketiak* Ibukota NKRI kawasan yang selalu berubah secara dinamis dalam pencarian sosok dirinya dan pencarian makna. Namun di sebagian wilayah Banten merupakan warisan lama kejayaan Kerajaan Islam yang syarat dengan berbagai sistem nilai dan pranata sosial mempengaruhi masyarakat di Banten. Di dalam dinamika perubahan itu, muncul berbagai fenomena penting yang layak dibaca, dipahami, ditafsir, dikaji dan dimaknai baik secara konseptual (dunia ide) maupun secara estetik (simbol-simbol). Terkait dengan hal ini, ISKI Banten dan Pemerintah Daerah Prov. Banten dalam ini Dinas Pendidikan dan Kebudayaan atau Instansi terkait ini dapat menginisiasi lahirnya film-film berbasis budaya, diharapkan dapat melahirkan film fiksi dan dokumenter yang memiliki kualitas gagasan dan kualitas estetik serta kualitas teknik. Sekaligus melahirkan para sineas, film maker yang memiliki kecerdasan visi dan ketrampilan teknis tinggi, di Banten.

C. Penutup

Film dalam posisinya sebagai media, adalah sebuah media yang menghubungkan dan menjadi perantara bagi sebuah realita (s), menjadi pembentuk realita baru serta pemberi makna bagi realita. Melvin DeFleur dalam Teori Norma Budaya, media menawarkan norma budaya, mampu mengubah norma tradisi masyarakat. Posisi film sebagai media cukup kuat. Sebagai media yang bersifat dua arah, film dapat membuat masyarakat bertanya-tanya tentang sebuah realita yang ditampilkan. Margaret R. Miles dalam

bukunya *Seeing and Believing: Religion and Values in The Movies* bahwa dalam balutan hiburan, film dapat membuat masyarakat bertanya, menegosiasikan, serta melawan nilai dan budaya yang sudah dipercayai di masyarakat. film digunakan sebagai bentuk kritik terhadap isu yang terjadi sekaligus membentuk budaya yang baru di masyarakat. Film bisa menjadi instrumen dakwah. Dengan film para da'itidak perlu membuat jarak dengan pendekatan dogmatis; hitam putih, atau baik buruk, melainkan dapat melibatkan penonton secara emosi. Bahwa untuk mengkomunikasikan pesan Islam, hendaknya dilakukan secara *qaulan sadidan* yaitu pesan yang dikomunikasikan dengan benar, menyentuh, dan membekas dalam hati

DAFTAR PUSTAKA

- Aep Kusnawan, *Komunikasi Penyiaran Islam*, Bandung: Benang Merah Pers, 2004
- Francis Fukuyama. *The Great Dsirruption. Hakikat Manusia dan Rekonstitusi Tatanan Ssoaial. Penerjemah Ruslani*. Penerbit QALAM. Yogyakarta. 2002.
- Gayus Siagian, *Menilai Film*, Jakarta: Dewan Kesenian Jakarta, 2006
- Indra Tranggono, *pengamat kebudayaan, anggota tim kurator program pembuatan film berbasis budaya, Dinas Kebudayaan DIY, tahun 2014 dan 2015*
- Malik, Deddy Djamaluddin. *Industri Televisi dan Tantangan Etika Komunikasi Islami*. 1997.
- Peter L. Berger, *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*, Garden City, N.J.: Doubleday, 1967. Diterjemahkan dalam bahasa Indonesia *Langit Suci: Agama Sebagai Realitas Sosial*,

Membangun Film Kultur Edukatif

- terjemahan Hartono (Jakarta: LP3ES, 1994)
- Rakhmat, Jalaluddin. *Generasi Muda di Tenga Arus Perkembangan Informasi. Buku. Hegemony Budaya*. Penerbit Yayasan Bentang Budaya. Yogyakarta. 1997
- Toffler, Alvin. *The Third Wave, . William Morrow & Co.*. New York. 1981.
- <http://panditfootball.com/cerita/208233/SFS/170330/anomali-film-sepakbola-indonesia-membentuk-budaya-di-masyarakat>.
- <http://www.jogjafilm.com/id/news/read/film-berbasis-budaya>.

