

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Film merupakan wujud media komunikasi massa unik dan menjadi salah satu pilihan media hiburan yang digemari masyarakat. Mengacu pada hasil analisis data studi filmindonesia.or.id berkolaborasi dengan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) didapat jumlah penonton film per tahun mengalami kenaikan mencapai 40,5 juta penonton pada tahun 2017, ditahun berikutnya yaitu 2018 mengalami pertambahan hingga 51,2 juta penonton. Raihan tersebut tidak lepas dari ciri positif perfilman di Indonesia yang mulai memiliki tempat tersendiri hati khalayak. Meningkatnya jumlah pertumbuhan penonton perfilman Indonesia seakan selaras dengan meningkatnya media untuk menonton film.

Menonton film kini tak lagi harus datang ke bioskop ataupun menikmati di televisi. Namun, kita bisa menikmatinya melalui berbagai platform menonton video yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun dengan mudah. Hadirnya *Platform over-the-top* (OTT) merupakan ragam baru media penayangan film di Indonesia dengan seiring berkembangnya digitalisasi serta menjadi pilihan tempat menonton film yang diminati khalayak selain datang ke bioskop ditengah kondisi pandemi Covid-19. Era digital yang terus mengalami perkembangan menjadikan kapasitas media massa saat ini menjadi tak terbatas hanya pada media massa elektronik saja, melainkan kini mampu menjangkau segmen masyarakat lebih luas, sehingga mengakibatkan besarnya potensi film dalam mempengaruhi khalayak.

Bagi orang-orang pembuat film, film menjelma media gambaran akan ide-ide kreatif yang sarat akan pesan tersirat untuk khalayak. Pesan tersebut

dikemas dalam sebuah tanda-tanda yang terstruktur sebagai upaya mencapai efek yang diharapkan. Keberadaan isyarat tidak terbatas pada bahasa, akan tetapi juga terletak pada sesuatu yang bukan bahasa. Tanda disebuah film tak terlepas pada kehidupan sosial, hal itulah yang menjadikan tanda dalam sebuah film dapat diterima oleh penonton karena apa yang ditampilkan seolah ada dalam kehidupan yang dialaminya. Jika melihat fenomena tersebut menjadikan kekhawatiran tersendiri akan dampak suatu film terutama film romansa persahabatan remaja. Berbeda dari film-film lainnya, kemunculan film series Ustad Milenial produksi IM-A-GIN-E tayang perdana mulai 12 April 2021 di *platform* WeTv dan Iflix Indonesia menghadirkan alur cerita baru dengan kemasan menarik dari kisah romansa persahabatan remaja yang kental akan nuansa islami.

Film ini menjadi angin segar dalam *genre* romansa persahabatan remaja yang jauh dari unsur kriminal, perbuatan zina, dan kenakalan remaja pada dunia perfilman Indonesia sebelum-sebelumnya. Melalui peran karakter dalam Film Series Ustad Milenial, menghadirkan sisi unik dari kehidupan kaum milenial yang tidak hanya aktif di media sosial, melainkan juga aktif dalam kelompok-kelompok kreatif. Selain itu, anak muda juga memiliki mental tangguh dalam berjuang ketika menghadapi masalah ataupun berjuang mengejar cita-cita, serta tetap berpegang teguh pada keyakinannya. Sisi lain dari film ini juga mengajarkan toleransi dalam beragama.

Eko Kristianto produser film tersebut menegaskan “*Point of view* film ini menerangkan tentang pengetahuan agama dan ilmu bisnis yang diketahui dari perspektif Islam yang menarik”. Pengetahuan yang disajikan dapat memperkaya eksperimen keagamaan yang terdiri dari habluminallah, hambluminannas, dan perdalam tentang 6 rukun iman bagi penonton. Film ini tidak hanya sarat akan muatan ilmu keislaman, tetapi juga sarat akan nilai-nilai toleransi dalam menghormati dan menghargai sesama umat beragama (Nuty Laraswaty, cinemags.co).

Jika diamati secara menyeluruh Film Series Ustad Milenial kaya akan simbol dan makna identitas keislaman anak muda. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana cara representasi identitas diri yang mencerminkan generasi muda Islami menggunakan pendekatan semiotik dari Charles Sander Peirce. Film ini mengambil *setting* di Daerah Istimewa Yogyakarta, semakin membawa kita pada rasa kagum akan berbagai sisi. Kota yang dikenal dengan kota pelajar dan budaya ini mampu dikemas dengan mempesona yang menghadirkan sendiri muatan budaya dan keindahan pedesaan, yang didalamnya tidak kalah menariknya tak melupakan warna-warna baru kehidupan di era milenial. Dimana kota ini menjadi tempat *multiculture* dan terdapat sosial masyarakat yang harmoni, sebagai tempat berkembangnya islam ditengah kemajemukan masyarakat milenial dan modern pelajar khususnya. Cermin cara berpenampilan yang mengikuti *trend* kekinian tak terlepas dari berubahnya gaya menutup aurat dan berperilaku yang perlahan mengalami perubahan sebagai hasil adopsi dan dampak trend populer atau berorientasi dari sang idola di media sosial. Seiring berkembangnya zaman, fenomena ini secara tidak langsung telah mengubah cara mereka mengekspresikan diri.

Tidak hanya dari cara berpakaian saja yang dapat menunjukan representasi diri, tetapi juga secara keseluruhan dalam bertindak dan menampilkan potensi diri. Dilihat dari apa yang dilakukan secara verbal dan nonverbal, hal tersebut menjadi ciri khas remaja muslim. Film ini mengajarkan bagaimana seorang muslim dewasa dalam menyikapi perasaan cinta dan kegalauan terhadap lawan jenis. Selain itu, perlunya orang tua dalam memberikan penanaman pendidikan moral sejak dini kepada anak, sebagai bekal dalam pembentukan konsep diri anak yang mengutamakan nilai-nilai agama.

Penelitian terdahulu yang menjadi bahan acuan dalam penelitian ini antara lain: Pertama, penelitian yang berjudul Pesan Dakwah dalam Film Inshaallah SAH (dalam Badiatul Mardiyah, 2019) berbeda dengan penelitian

yang akan diteliti oleh peneliti yang berjudul Representasi Identitas Islami Anak Muda dalam Film Series Ustad Milenial, perbedaannya ada pada fokus penelitian yang terdapat pada kedua penelitian tersebut. Film besutan sutradara Hestu Saputra memiliki daya pikat tersendiri bagi peneliti, karena setiap *scene* dalam film tersebut mampu membuat penasaran dengan pesan dan simbol bagi anak muda dalam memecahkan permasalahan. Kedua, penelitian yang berjudul Nilai-Nilai Islam dalam Film Ayat-Ayat Cinta 2 (Arini M, 2020) perbedaan dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti, terletak pada objek penelitian. Pada penelitian ini berfokus pada pemaknaan nilai-nilai islam yang terdapat pada adegan-adegan di film Ayat-ayat Cinta 2 yang dilakukan secara verbal maupun non verbal, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dengan berjudul Representasi Identitas Islami Anak Muda dalam Film Series Ustad Milenial. Objek pada penelitian ini adalah Film Series Ustad Milenial dengan penekanan pada konsep representasi disetiap *scene-scene* anak muda dalam merepresentasikan identitas Islami di ranah privat dan publik.

Sebagaimana yang telah dipaparkan dari latar belakang tersebut, penulis akan menggunakan pendekatan semiotika dari Charles Sander Peirce untuk mengetahui representasi ikon, indeks, dan simbol dalam menghasilkan suatu tanda. Pengupasan teori segitiga tersebut hanya dapat dipahami apabila satu sama lain memiliki keterkaitan. Menurut Pierce, kehidupan manusia tidak dapat lepas dari tanda, serta tanda yang senantiasa mempunyai arti. Berikutnya arti tersebut mempunyai muatan pesan selaku pelengkap komunikasi kepada penonton. Peneliti tertarik untuk mengupas lebih dalam mengenai “bagaimana representasi identitas Islami anak muda pada film series Ustad Milenial”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengambil masalah penelitian bagaimana representasi identitas Islami anak muda pada film series Ustad Milenial?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi identitas Islami anak muda pada film series Ustad Milenial, yang dihadirkan di setiap *scene*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah manfaat secara teoritis dan secara praktis:

1.4.1 Manfaat Akademis

- a. Menambah informasi atau kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan pengembangan studi mengenai semiotika komunikasi terkait dengan tanda yang terdapat dalam film religi.
- b. Kontribusi pada penelitian-penelitian selanjutnya khususnya dalam kajian analisis teks media komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bisa dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai informasi dalam pemahaman dan pengetahuan mengenai gambaran bagaimana anak muda islam dalam berperilaku di kehidupan sehari-hari. Sehingga selalu mengedepankan norma sosial dan norma agama yang ada. Dan menjadikannya sebagai hamba yang taat pada ajaran agama, yang senantiasa hal tersebut mampu membawanya menjadi hamba yang lebih dekat dengan Tuhan Yang Maha Esa.

Selain itu hasil penelitian ini diharapkan menjadi gambaran untuk lebih mengedepankan sikap toleransi antar umat beragama. Disisi lain dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian pembelajaran mengenai pentingnya mengutamakan kualitas film yang unggul sehingga dari apa yang ditampilkan tidak hanya dinikmati secara visualnya saja melainkan juga isi yang terkandung di dalam film tersebut.