

REPRESENTASI DAKWAH DAN IDENTITAS GENDER DALAM FILM HAYYA: TELAAH SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TERHADAP PERJUANGAN KEMANUSIAAN

**Nur Maulidaturidha, Muhammad Rif At, S. Ag, M. Ag.,
Nur Falikhah, S.Ant., M.Sc**

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi nilai-nilai dakwah dan isu identitas gender dalam film Hayya: The Power of Love 2 melalui pendekatan semiotik Roland Barthes. Sebagai lanjutan dari film sebelumnya, Hayya menyajikan narasi yang kuat tentang perjuangan kemanusiaan, cinta, dan pengorbanan yang dikemas dalam bingkai dakwah visual. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis semiotik Roland Barthes, yang membagi tanda ke dalam tiga tingkatan makna: denotatif, konotatif, dan mitos. Data diperoleh melalui dokumentasi adegan-adegan penting dalam film dan dianalisis secara mendalam untuk mengungkap makna tersirat dari simbol-simbol visual dan naratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film Hayya tidak hanya mengangkat pesan-pesan dakwah tentang kasih sayang dan tanggung jawab sosial, tetapi juga merepresentasikan konstruksi identitas perempuan Muslim dalam konteks konflik kemanusiaan. Simbol-simbol seperti jilbab, anak yatim, dan perjuangan tokoh utama diposisikan sebagai elemen mitologis yang menyuarakan etika Islam dan nilai-nilai universal. Penelitian ini menunjukkan bahwa film sebagai media populer dapat menjadi sarana dakwah yang efektif sekaligus ruang tafsir budaya dan identitas. Kesimpulan dari penelitian ini mempertegas bahwa pendekatan Barthes efektif dalam mengungkap makna dalam narasi dakwah kontemporer.

Kata Kunci: Film Islami, Semiotika Roland Barthes, Dakwah Visual, Representasi Gender, Hayya

Pendahuluan

Perkembangan media digital dalam dua dekade terakhir telah menghadirkan transformasi besar dalam cara dakwah Islam dikomunikasikan kepada publik. Dari mimbar ke layar, pesan-pesan keagamaan kini bertransformasi dalam berbagai bentuk konten audiovisual, termasuk film. Film, sebagai medium yang bersifat naratif dan visual, memiliki kekuatan signifikan dalam menyampaikan nilai, membentuk persepsi, dan memengaruhi audiens secara emosional. Dalam konteks dakwah Islam, film dapat berperan sebagai alat komunikasi yang bukan hanya menyampaikan ajaran-ajaran keagamaan secara eksplisit, tetapi juga menyiratkan nilai-nilai moral dan spiritual melalui representasi karakter, konflik, dan simbol-simbol sinematik yang kaya makna.

Salah satu contoh film yang menonjol dalam tren dakwah kontemporer adalah *Hayya: The Power of Love 2*, sebuah sekuel dari film *212: The Power of Love* yang disutradarai oleh Jastis Arimba dan diproduksi oleh Warna Pictures pada tahun 2019. Film ini tidak hanya menyajikan kisah romantika dan keluarga, tetapi juga sarat dengan pesan-pesan dakwah dan empati terhadap isu-isu kemanusiaan, khususnya penderitaan anak-anak di wilayah konflik seperti Palestina. Tokoh utama dalam film, Rahmat, merepresentasikan sosok Muslim yang bergulat dengan dilema personal, tanggung jawab moral, dan pengabdian terhadap agama. Di sisi lain, karakter anak Palestina bernama Hayya menjadi simbol universal dari ketulusan, kepolosan, dan penderitaan umat manusia.

Fenomena ini membuka ruang kajian baru dalam studi komunikasi Islam, khususnya pada aspek bagaimana representasi dakwah dimediasi oleh bahasa sinematik. Sebagaimana dikemukakan oleh Hoover (2006), media massa dalam konteks religius tidak hanya memfasilitasi penyebaran pesan-pesan keagamaan, tetapi juga membentuk "religious imagination", yakni konstruksi makna spiritual melalui simbol, narasi, dan pengalaman visual. Dalam konteks film *Hayya*, nilai-nilai Islam tidak disampaikan melalui ceramah verbal, melainkan melalui dialog, ekspresi emosional, dan simbol visual yang dapat dianalisis secara semiotik.

Lebih jauh, film ini menarik untuk dikaji karena membawa isu representasi gender dalam narasi dakwah. Sosok perempuan Muslim dalam film *Hayya* digambarkan dalam berbagai peran: sebagai ibu, aktivis kemanusiaan, hingga pendamping spiritual. Representasi ini menjadi penting untuk dikritisi, terutama dalam kerangka teoritik yang menelaah bagaimana identitas gender dibentuk dan dikonstruksi dalam media Islam. Sebagaimana dijelaskan oleh Mulvey (1975) dalam teorinya tentang "the male gaze", visualisasi perempuan dalam film sering kali dimaknai melalui perspektif maskulin.

Namun, dalam film Hayya, narasi perempuan tidak sekadar menjadi objek pasif, melainkan memiliki agensi dalam menyuarakan nilai-nilai keislaman.

Dalam tradisi semiotik, kajian terhadap simbol dan representasi visual telah menjadi pendekatan yang mapan dalam memahami makna tersirat dalam teks media. Roland Barthes (1977), melalui teorinya tentang denotasi, konotasi, dan mitos, menawarkan kerangka kerja untuk menggali dimensi makna yang tersembunyi di balik teks visual. Melalui lensa Barthes, film bukan hanya media hiburan, tetapi juga medan wacana yang mengandung konstruksi sosial, ideologis, dan religius. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik Roland Barthes untuk mengkaji bagaimana film Hayya merepresentasikan nilai-nilai dakwah serta konstruksi identitas gender dalam bingkai naratif dan simbolik yang kompleks.

Dalam konteks akademik, kajian ini menjadi relevan karena mempertemukan tiga ranah kajian utama: komunikasi dakwah, studi media visual, dan representasi gender dalam Islam. Ketiganya menjadi topik yang semakin penting di tengah berkembangnya dakwah digital dan maraknya produksi film bertema Islami di Indonesia. Selain itu, kajian ini juga berkontribusi dalam memperluas horizon pemahaman tentang bagaimana budaya populer dapat menjadi medan strategis untuk menyuarakan nilai-nilai Islam dalam cara yang lebih subtil dan kontekstual.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, muncul beberapa pertanyaan penting yang menjadi fokus kajian ini. Pertama, bagaimana representasi nilai-nilai dakwah Islam ditampilkan dalam film Hayya: The Power of Love 2? Kedua, bagaimana simbol-simbol visual dan naratif dalam film tersebut mencerminkan pesan-pesan keislaman yang kontekstual dan humanis? Ketiga, bagaimana konstruksi identitas perempuan Muslim direpresentasikan dalam film ini dan apa implikasinya terhadap persepsi publik tentang peran gender dalam konteks dakwah?

Rumusan masalah tersebut menjadi titik tolak dalam menganalisis film Hayya sebagai teks budaya yang kompleks dan sarat makna. Pertanyaan-pertanyaan ini bukan hanya penting dalam memahami isi film itu sendiri, tetapi juga dalam membaca bagaimana media populer dapat membentuk atau merefleksikan wacana keislaman di ruang publik kontemporer.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis representasi nilai-nilai dakwah dalam film Hayya: The Power of Love

2 melalui pendekatan semiotik Roland Barthes.

2. Mengidentifikasi simbol-simbol visual dan naratif yang memuat pesan-pesan keislaman dan kemanusiaan.

3. Mengkaji bagaimana konstruksi identitas perempuan Muslim diartikulasikan dalam film, serta makna ideologis dan teologis yang terkandung di dalamnya.

Dengan tujuan tersebut, penelitian ini tidak hanya menawarkan pembacaan tekstual terhadap film sebagai artefak budaya, tetapi juga membuka ruang kritik dan refleksi terhadap cara dakwah Islam dimediasi dalam budaya populer.

Urgensi Penelitian

Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya produksi film bertema Islami yang menyasar generasi muda Muslim urban di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, film seperti *Ketika Cinta Bertasbih*, *99 Cahaya di Langit Eropa*, dan *Surga yang Tak Dirindukan* telah menciptakan genre tersendiri dalam sinema Indonesia yang dikenal sebagai film dakwah. Genre ini tidak hanya bertujuan menghibur, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai Islam secara simbolis dan naratif. Dalam hal ini, *Hayya: The Power of Love 2* menjadi representasi terbaru dari genre tersebut dengan pendekatan yang lebih politis dan humanis, terutama dalam isu Palestina dan perjuangan kemanusiaan global.

Dalam konteks akademik, kajian film dakwah belum banyak yang menyoroti aspek semiotik secara mendalam, terutama dengan menggunakan pendekatan Roland Barthes. Kebanyakan kajian masih berfokus pada analisis naratif konvensional atau penilaian normatif terhadap isi dakwah. Padahal, dalam studi komunikasi kontemporer, penting untuk melihat bagaimana pesan-pesan dakwah dikonstruksi secara visual dan simbolik, termasuk makna-makna mitologis yang membentuk kesadaran kolektif umat Islam.

Selain itu, isu representasi gender dalam film Islam juga masih menjadi diskursus yang jarang disentuh secara kritis. Perempuan sering kali direpresentasikan secara simplistik dalam film dakwah—entah sebagai objek moralitas, simbol kesalehan, atau figur domestik. Dalam film *Hayya*, terlihat adanya upaya untuk mendekonstruksi narasi lama dengan menampilkan perempuan sebagai subjek yang aktif dalam aksi sosial dan spiritual. Hal ini layak untuk dianalisis lebih jauh dalam kerangka kritik media dan wacana Islam progresif.

Signifikansi Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperluas penggunaan pendekatan semiotik Barthesian dalam studi komunikasi Islam. Pendekatan

ini memungkinkan analisis yang lebih dalam terhadap pesan dakwah, bukan hanya dari aspek verbal, tetapi juga dari dimensi visual dan ideologis. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya khazanah metodologi dalam kajian dakwah dan komunikasi visual.

Secara praktis, temuan dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para dai, pembuat film, dan praktisi media dakwah dalam merancang pesan keagamaan yang lebih kontekstual, inklusif, dan berbasis estetika sinematik. Di era media sosial yang sangat visual, kemampuan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai Islam secara simbolis dan kreatif menjadi kebutuhan yang semakin mendesak.

Bagi masyarakat umum, penelitian ini membantu memperluas wawasan dalam memahami bagaimana film bukan hanya media hiburan, tetapi juga medan wacana yang membentuk kesadaran kolektif tentang Islam, kemanusiaan, dan peran sosial umat. Dengan membaca film Hayya melalui pendekatan semiotik, publik diajak untuk lebih kritis dan reflektif dalam mengonsumsi produk budaya, serta memahami narasi dakwah dari berbagai sudut pandang yang lebih luas.

Landasan Teori dan Literatur Review

Untuk menganalisis film Hayya: The Power of Love 2, penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Barthes (1977) membedakan tiga lapis makna dalam sistem tanda: denotatif, konotatif, dan mitos. Denotasi adalah makna literal dari sebuah tanda, konotasi adalah makna tambahan yang dipengaruhi oleh konteks budaya dan sosial, sementara mitos merupakan konstruksi ideologis yang mereproduksi nilai-nilai dominan dalam masyarakat. Pendekatan Barthes relevan dalam membongkar bagaimana teks media, dalam hal ini film dakwah, mengonstruksi realitas dan mengkomunikasikan nilai-nilai melalui simbol visual, naratif, dan kultural.

Selain teori semiotik, penelitian ini juga diperkaya dengan teori representasi media dari Stuart Hall (1997) yang menekankan bahwa representasi bukan sekadar refleksi realitas, tetapi juga produksi makna yang berkaitan erat dengan kekuasaan dan ideologi. Representasi dalam media dapat memperkuat stereotip atau sebaliknya, mendekonstruksi asumsi lama. Dalam konteks ini, bagaimana perempuan Muslim direpresentasikan dalam film Hayya menjadi isu penting untuk dianalisis. Apakah film ini mereproduksi stereotip tradisional, atau justru menawarkan konstruksi baru tentang identitas perempuan dalam dakwah Islam kontemporer?

Literatur yang relevan dalam kajian ini antara lain studi dari Barendregt (2011) yang membahas tentang popularisasi Islam melalui media digital di Indonesia, serta kajian

dari Heryanto (2015) yang menunjukkan bagaimana sinema pasca-Reformasi menjadi ruang ekspresi religius dan identitas nasional. Studi-studi ini menegaskan bahwa media populer seperti film memiliki peran strategis dalam mengartikulasikan nilai-nilai Islam dalam format yang dapat diterima oleh audiens luas, khususnya generasi muda urban.

Penelitian sebelumnya juga telah menggarisbawahi pentingnya analisis semiotik dalam konteks film dakwah. Sebagai contoh, studi oleh Pramudia dan Astuti (2021) menganalisis film *Ketika Cinta Bertasbih* dan menemukan bahwa simbol-simbol keislaman dalam film tersebut secara konsisten digunakan untuk menyampaikan pesan moral dan nilai kesalehan personal. Namun, kebanyakan studi semacam itu hanya fokus pada pesan eksplisit, belum banyak yang menggali lapisan mitos atau ideologi di balik representasi visual. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil posisi untuk mengisi celah tersebut melalui telaah Barthesian yang lebih mendalam.

Selain itu, beberapa studi terkait representasi gender dalam film Islam menunjukkan adanya kecenderungan penggambaran perempuan secara dikotomis: sebagai sosok suci atau terpinggirkan (Nurmila, 2009; van Doorn-Harder, 2006). Namun demikian, ada juga temuan yang menunjukkan perubahan arah dalam beberapa produksi film yang menampilkan perempuan Muslim sebagai agen perubahan sosial, seperti terlihat dalam *Hayya*. Dalam film ini, peran perempuan tidak hanya sebagai pelengkap naratif, tetapi memiliki kontribusi signifikan dalam menyuarakan isu kemanusiaan dan perjuangan dakwah melalui perspektif empati dan kasih sayang.

Dengan berlandaskan teori semiotik Barthes, teori representasi Hall, dan didukung oleh studi-studi terdahulu tentang media Islam dan sinema Indonesia, penelitian ini mengembangkan kerangka analisis yang komprehensif untuk membaca simbolisme dakwah dan representasi gender dalam film *Hayya*. Konteks sosial-politik seperti isu Palestina, kemanusiaan global, dan relasi gender dalam masyarakat Muslim turut dijadikan sebagai kerangka interpretatif untuk memahami bagaimana makna dibentuk dan disebarluaskan melalui narasi film.

Tinjauan Pustaka

Kajian Teori

Dalam memahami struktur makna dalam teks visual seperti film, kajian semiotik menjadi alat analisis yang sangat penting. Semiotika sebagai ilmu tentang tanda, memberikan kerangka kerja untuk membongkar struktur pesan yang tidak selalu tampil secara eksplisit dalam komunikasi visual. Roland Barthes, salah satu tokoh utama dalam pengembangan semiotika modern, menekankan bahwa tanda terdiri atas signifier

(penanda) dan signified (petanda), dan keduanya beroperasi dalam sistem yang lebih luas yang disebut sebagai mitos (Barthes, 1977). Melalui mitos, tanda tidak hanya mengandung makna harfiah, tetapi juga nilai-nilai ideologis yang diinternalisasi oleh masyarakat. Dengan demikian, film tidak hanya menyampaikan cerita, tetapi juga membentuk persepsi, membingkai realitas, dan membangun konstruksi sosial tertentu, termasuk dalam hal keislaman dan gender.

Barthes membagi sistem makna menjadi tiga lapis utama: denotatif (makna literal), konotatif (makna kultural atau simbolik), dan mitos (makna ideologis). Dalam konteks film dakwah, sistem ini sangat relevan karena banyak pesan-pesan dakwah justru tersampaikan bukan secara verbal, tetapi melalui ekspresi visual, gestur, simbol pakaian, dan narasi yang berlapis. Sebagai contoh, representasi perempuan berjilbab dalam film tidak hanya merepresentasikan kesalehan, tetapi juga dapat dimaknai sebagai simbol identitas, resistensi, atau bahkan domestikasi, tergantung dari konteks naratif dan sinematikannya.

Pendekatan Barthesian juga memungkinkan analisis terhadap "naturalized meaning", yakni makna yang telah dianggap wajar atau tidak lagi dipertanyakan oleh audiens. Hal ini penting dalam mengkaji film dakwah yang sering kali membingkai nilai-nilai tertentu sebagai bagian dari kebenaran normatif Islam. Sebagaimana ditunjukkan oleh Chandler (2007), semiotika membantu kita menggugat apa yang tampak "alami" dan mempertanyakan konstruksi ideologis di baliknya.

Selain teori semiotika, pendekatan representasi juga relevan dalam penelitian ini. Stuart Hall (1997) mengemukakan bahwa representasi adalah praktik produksi makna melalui bahasa, tanda, dan gambar. Representasi dalam film tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara pandang dan memperkuat ideologi dominan. Dalam konteks film Islami, representasi tentang Muslimah, jihad, kasih sayang, dan kemanusiaan menjadi penting untuk dikaji karena dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap nilai-nilai Islam. Representasi gender, dalam hal ini, bukan hanya soal siapa yang tampil dan bagaimana mereka ditampilkan, tetapi juga soal siapa yang memiliki suara, siapa yang dikonstruksikan sebagai pusat narasi, dan siapa yang berada di pinggiran.

Dalam film Hayya, perempuan direpresentasikan dalam beberapa posisi simbolik: sebagai ibu pengasuh, aktivis sosial, dan objek empati. Masing-masing posisi ini mengandung muatan ideologis yang dapat dibaca melalui pendekatan Barthes dan Hall. Selain itu, aspek emosi dan ekspresi spiritual yang ditampilkan dalam film juga dapat

dianalisis dengan menggunakan teori komunikasi simbolik yang dikembangkan oleh Mead (1934) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Blumer (1969) melalui teori interaksionisme simbolik. Menurut teori ini, makna tidak inheren pada objek, tetapi dibentuk melalui interaksi sosial. Film sebagai media interaktif secara simbolik dengan audiensnya memfasilitasi proses ini.

Teori komunikasi dakwah juga menjadi kerangka penting dalam penelitian ini. Komunikasi dakwah, menurut Thoha (1996), merupakan proses penyampaian pesan keislaman dengan tujuan mengubah perilaku, memperkuat akidah, dan memperluas pemahaman umat terhadap ajaran Islam. Dalam film dakwah, komunikasi tidak hanya terjadi melalui dialog verbal antar tokoh, tetapi juga melalui simbol-simbol visual, narasi dramatik, serta suasana emosional yang dibangun untuk mempengaruhi audiens. Oleh karena itu, kajian terhadap komunikasi dakwah dalam film harus mencakup pemahaman semiotik dan estetika sinematik.

Penelitian Terdahulu dan Gap Studi

Penelitian tentang film dakwah di Indonesia menunjukkan tren yang signifikan sejak munculnya gelombang sinema Islam pasca-Reformasi 1998. Film seperti *Ayat-Ayat Cinta* (2008), *Ketika Cinta Bertasbih* (2009), hingga *212: The Power of Love* (2018), menandai kebangkitan film bertema keislaman di ruang sinema nasional. Kajian oleh Heryanto (2015) menyatakan bahwa kebangkitan sinema Islami merupakan bagian dari fenomena “pious popular culture”, di mana ajaran agama disajikan dalam medium populer untuk menjangkau masyarakat urban Muslim. Heryanto menekankan bahwa sinema Islam sering kali membawa aspirasi politik identitas Muslim, dan bukan sekadar ekspresi kesalehan personal.

Dalam ranah akademik, sejumlah penelitian telah dilakukan terhadap film dakwah dan nilai-nilai yang dikandungnya. Misalnya, studi oleh Fahmi & Permatasari (2021) menganalisis representasi nilai dakwah dalam film *99 Cahaya di Langit Eropa*, dan menemukan bahwa simbol-simbol keislaman seperti hijab, masjid, dan persahabatan lintas budaya digunakan untuk menyampaikan pesan Islam yang moderat dan dialogis. Sementara itu, Isnawati (2020) mengkaji bagaimana film *Surga yang Tak Dirindukan* mengandung pesan dakwah tentang kesabaran, keteguhan iman, dan relasi rumah tangga dalam bingkai Islam normatif.

Namun demikian, pendekatan analitis dalam banyak kajian sebelumnya masih bersifat deskriptif-normatif. Mereka cenderung menilai apakah suatu film “sesuai” atau “tidak sesuai” dengan ajaran Islam, tanpa menggali lebih dalam bagaimana pesan dakwah

dikonstruksi secara simbolik dan ideologis melalui bahasa sinematik. Dalam konteks ini, pendekatan semiotik yang ditawarkan oleh Roland Barthes masih jarang digunakan secara konsisten untuk membedah struktur makna dalam film dakwah.

Adapun studi semiotik terhadap film keislaman lebih banyak dilakukan terhadap film Barat atau dokumenter, seperti penelitian Aljunied (2012) yang menggunakan pendekatan Barthesian untuk membedah representasi Muslim dalam film *The Message* dan *Malcolm X*. Sementara dalam konteks film Indonesia, penggunaan semiotik Barthes masih terbatas. Penelitian oleh Andriani dan Putri (2022) merupakan salah satu pengecualian, ketika mereka menggunakan semiotika untuk menelaah makna mitologis dalam film *The Santri*, namun penelitian tersebut tidak membahas representasi gender secara mendalam.

Aspek representasi gender juga belum banyak disentuh secara kritis dalam studi film dakwah. Padahal, sebagaimana dikemukakan oleh Nurmila (2009), konstruksi identitas perempuan dalam sinema Islam sangat dipengaruhi oleh relasi kuasa antara wacana keislaman dan budaya patriarkal. Dalam hal ini, pendekatan interseksional antara kajian gender, studi dakwah, dan semiotika menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana perempuan digambarkan dalam film tidak sekadar sebagai objek moral, tetapi juga sebagai agen sosial dan spiritual.

Dalam film *Hayya: The Power of Love 2*, terdapat narasi yang menonjolkan sosok anak-anak, perempuan, dan relasi emosional sebagai kekuatan utama dalam komunikasi dakwah. Hal ini berbeda dari pendekatan dakwah tradisional yang lebih menekankan pada retorika, argumentasi logis, atau otoritas ulama. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan pembacaan baru terhadap film dakwah yang menggunakan perspektif Barthesian untuk mengeksplorasi lapisan makna dalam simbol-simbol visual dan naratif yang tidak tampak secara eksplisit.

Dengan demikian, gap penelitian yang ingin diisi oleh kajian ini adalah:

1. Kurangnya studi semiotik mendalam terhadap film dakwah Indonesia dengan kerangka Roland Barthes.
2. Minimnya analisis terhadap representasi perempuan Muslim dalam film dakwah kontemporer.
3. Ketiadaan pendekatan interdisipliner yang menggabungkan semiotika, komunikasi dakwah, dan studi gender dalam satu kerangka utuh.

Penelitian ini berupaya menjembatani celah tersebut dengan cara mengkaji film *Hayya* sebagai teks kultural dan ideologis, bukan sekadar sebagai wahana moralitas Islam.

Dengan kerangka teoritik yang kuat dan pendekatan kualitatif yang tajam, diharapkan hasil penelitian ini dapat memperkaya khazanah akademik dalam studi komunikasi Islam, film keagamaan, dan media populer kontemporer.

Konteks Dakwah dalam Media Visual

Selain menelaah teori dan penelitian terdahulu, penting juga untuk memahami posisi dakwah dalam konteks media visual secara lebih luas. Dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar dan pengajian, tetapi telah merambah ke dalam berbagai bentuk media populer, seperti YouTube, podcast, bahkan film layar lebar. Perubahan ini menandai pergeseran paradigma dari komunikasi dakwah tradisional menuju dakwah digital dan visual yang lebih adaptif terhadap kultur generasi muda. Sebagaimana dikemukakan oleh Azra (2017), Islam Indonesia mengalami transformasi signifikan dalam hal ekspresi kultural dan media sejak era Reformasi, termasuk dalam ekspansi dakwah melalui medium estetika dan naratif populer.

Dalam konteks ini, film bukan hanya instrumen hiburan atau edukasi, melainkan alat dakwah yang memiliki kapasitas untuk membentuk opini publik dan membangun empati terhadap nilai-nilai keislaman. Daya tarik film terletak pada kemampuannya menghadirkan pengalaman afektif dan visual yang mendalam. Oleh sebab itu, pembacaan semiotik terhadap teks film menjadi penting untuk memahami bagaimana pesan dakwah dikodekan dalam narasi dan visualitas yang mengandung lapisan-lapisan makna tersembunyi.

Menurut Qamaruddin (2020), dakwah visual memiliki tiga dimensi utama: dimensi spiritual, estetika, dan ideologis. Dimensi spiritual berkaitan dengan pesan keislaman yang disampaikan, dimensi estetika terkait dengan strategi penyajian visual, sementara dimensi ideologis merujuk pada nilai-nilai yang direproduksi melalui simbol, narasi, dan karakter. Film *Hayya*, sebagai produk budaya, menggabungkan ketiga dimensi ini dalam menyampaikan pesan tentang cinta, pengorbanan, dan solidaritas kemanusiaan. Analisis yang mendalam terhadap unsur-unsur ini dapat membuka pemahaman baru tentang bagaimana media Islam tidak hanya menyampaikan nilai, tetapi juga menegosiasikan identitas dan wacana sosial dalam masyarakat kontemporer.

Penutup Tinjauan Pustaka

Secara keseluruhan, tinjauan pustaka ini memperlihatkan bahwa terdapat ruang penting bagi penelitian yang mengkaji film dakwah menggunakan pendekatan semiotik Roland Barthes, dengan fokus pada representasi gender dan nilai dakwah dalam medium visual. Penelitian sebelumnya telah membahas film dakwah dari berbagai sisi, tetapi

belum banyak yang menggali lapisan mitologis dan simbolik dalam film Islami kontemporer secara kritis. Oleh karena itu, studi terhadap *Hayya: The Power of Love 2* diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami strategi dakwah melalui media populer serta memperkuat pemahaman kritis terhadap produksi makna dalam sinema Islam Indonesia.

Metodologi

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian analisis semiotik. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus utama penelitian adalah menafsirkan makna simbolik yang terkandung dalam narasi film, khususnya makna dakwah dan konstruksi gender yang dimediasi melalui tanda-tanda visual dan naratif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyelami kedalaman makna, konteks budaya, serta ideologi yang tersirat dalam media visual, tanpa membatasi diri pada generalisasi statistik sebagaimana lazim dalam pendekatan kuantitatif.

Analisis semiotik yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada kerangka teori Roland Barthes (1977), yang membagi sistem tanda ke dalam tiga tingkatan makna: denotatif (makna literal), konotatif (makna kultural), dan mitos (makna ideologis). Dengan menggunakan analisis Barthesian, penelitian ini berupaya untuk membongkar cara-cara film *Hayya: The Power of Love 2* menyampaikan pesan dakwah dan memproduksi representasi sosial tertentu, terutama terkait identitas gender dan isu kemanusiaan, melalui sistem tanda visual dan naratif.

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori analisis teks media, khususnya analisis film sebagai teks budaya. Sebagaimana dinyatakan oleh Krippendorff (2004), teks media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk dan mereproduksi struktur makna sosial. Oleh karena itu, film sebagai objek kajian tidak hanya dipahami sebagai hiburan, tetapi sebagai arena produksi wacana, ideologi, dan nilai-nilai kolektif yang mempengaruhi persepsi khalayak.

Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis atau mengukur dampak, melainkan menjelaskan dan menafsirkan struktur makna yang terkandung dalam film. Dengan demikian, proses penelitian bersifat interpretatif dan reflektif, didasarkan pada keterlibatan aktif peneliti dalam membaca teks visual secara kritis dan kontekstual. Subjektivitas peneliti dalam menafsirkan makna tidak dihindari, tetapi justru dianggap sebagai bagian dari pendekatan hermeneutik yang melekat dalam metode kualitatif.

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah film Hayya: The Power of Love 2, yang disutradarai oleh Jastis Arimba dan dirilis pada tahun 2019 oleh Warna Pictures. Film ini dipilih secara purposif karena memuat konten dakwah Islam secara eksplisit maupun implisit dalam bentuk narasi, simbol visual, serta dinamika relasi sosial yang ditampilkan melalui karakter dan konflik yang ada di dalamnya. Selain itu, film ini menampilkan isu-isu kontemporer yang relevan, seperti perjuangan kemanusiaan, kasih sayang lintas bangsa, dan keterlibatan perempuan dalam misi dakwah dan kemanusiaan.

Film ini merupakan sekuel dari 212: The Power of Love (2018), dan secara ideologis melanjutkan semangat spiritual dan sosial yang dikemas melalui elemen sinematik yang lebih ekspresif. Fokus utama dalam penelitian ini adalah adegan-adegan yang memuat representasi nilai dakwah dan peran perempuan, baik sebagai figur religius maupun sebagai subjek naratif yang memiliki agensi. Oleh karena itu, film dianalisis sebagai teks yang kaya akan simbol, bukan hanya sebagai cerita fiktif.

Objek kajian tidak terbatas pada keseluruhan film, melainkan difokuskan pada sejumlah cuplikan adegan kunci (selected scenes) yang mengandung kepadatan simbolik dan relevansi dengan tema penelitian. Misalnya, adegan pertemuan Rahmat dengan Hayya, adegan pengorbanan, adegan refleksi spiritual, serta interaksi tokoh perempuan dengan konteks keislaman dan kemanusiaan. Pemilihan adegan-adegan tersebut dilakukan melalui proses observasi awal dan penandaan secara sistematis selama penayangan film.

Sumber Data

Data dalam penelitian ini bersumber dari dua kategori, yaitu:

1. Data Primer, berupa:

- o Cuplikan adegan film Hayya: The Power of Love 2 dalam bentuk audiovisual yang dianalisis secara tekstual.
- o Dialog atau narasi verbal yang diucapkan tokoh dalam film, terutama yang mengandung unsur nilai dakwah, moral, spiritualitas, dan representasi identitas gender.

2. Data Sekunder, berupa:

- o Artikel ilmiah, buku, dan jurnal yang membahas film dakwah, teori semiotika, representasi gender dalam media Islam, serta kritik budaya populer.
- o Wawancara media, ulasan film, dan berita yang relevan dengan latar belakang produksi dan resepsi publik terhadap film ini.

Sumber-sumber data sekunder tersebut digunakan untuk memperkuat konteks interpretasi, membandingkan temuan, serta menunjukkan posisi film ini dalam peta sinema dakwah Indonesia kontemporer.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahap utama:

1. Observasi dan Penayangan Film

Peneliti menonton film Hayya secara menyeluruh sebanyak beberapa kali guna menangkap narasi, mengidentifikasi simbol visual, serta mencatat struktur alur cerita dan dialog. Setiap adegan yang relevan dengan tema dakwah dan representasi gender dicatat secara sistematis dan didokumentasikan dalam bentuk transkrip serta tangkapan layar (screenshots).

2. Pencatatan dan Klasifikasi Simbol

Tanda-tanda visual seperti pakaian (jilbab, sorban, seragam), lokasi (masjid, tempat pengungsian), ekspresi emosional, serta warna dominan dianalisis dan dikelompokkan berdasarkan tema makna dakwah dan identitas. Proses ini penting untuk memilah lapisan makna denotatif dan konotatif sesuai pendekatan semiotik Barthes.

3. Dokumentasi dan Studi Literatur

Peneliti mengakses berbagai sumber literatur melalui jurnal daring, buku teori komunikasi, semiotika, dan media Islam sebagai pendukung interpretasi. Studi pustaka ini juga mencakup referensi kontekstual seperti latar konflik Palestina dan gerakan dakwah visual di Indonesia. Proses pengumpulan data dilakukan selama lebih dari satu bulan untuk menjamin keakuratan klasifikasi dan kedalaman interpretasi terhadap simbol dan pesan dakwah yang dikonstruksi dalam film.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model semiotik Roland Barthes, yang membedakan antara makna denotatif, konotatif, dan mitos. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap yang saling berkaitan:

1. Identifikasi Tanda (Signifier dan Signified)

Tahap awal melibatkan pengamatan terhadap unsur visual dalam adegan-adegan film yang relevan. Tanda (signifier) seperti busana, ekspresi wajah, properti visual, setting lokasi, dan dialog dipetakan untuk menentukan makna harfiahnya (signified). Misalnya, seorang perempuan berhijab yang menangis di depan kamera dapat dimaknai sebagai ekspresi spiritualitas, penderitaan, atau penyesalan, tergantung dari konteks naratif.

2. Penafsiran Konotatif

Setelah makna literal diidentifikasi, peneliti menginterpretasikan makna kultural dan simbolik dari tanda-tanda tersebut. Misalnya, penggunaan jilbab putih oleh karakter utama dalam adegan tertentu tidak hanya menunjukkan identitas Muslimah, tetapi juga menyiratkan makna spiritualitas, kesucian, dan harapan. Makna konotatif ini dianalisis dengan

mempertimbangkan latar budaya, ideologi dakwah, dan konteks masyarakat Indonesia.

3. Penggalian Makna Mitos

Pada tahap ini, peneliti mencari lapisan makna yang lebih dalam, yakni mitos—atau ideologi yang dibentuk dan dipertahankan melalui simbol. Dalam film Hayya, mitos yang muncul misalnya adalah tentang “pengorbanan perempuan sebagai bentuk ibadah”, atau “kesalehan sebagai representasi Islam ideal”. Mitos ini dilacak melalui narasi berulang, konstruksi tokoh, serta emosi dominan yang ditampilkan dalam film.

4. Kategorisasi Tematik

Semua tanda dan makna yang telah dianalisis kemudian dikategorikan ke dalam dua tema utama: nilai dakwah dan representasi gender. Hal ini memudahkan peneliti untuk mengidentifikasi pola simbolik yang konsisten, sekaligus menyusun temuan secara sistematis dalam bagian hasil dan pembahasan.

5. Kontekstualisasi

Temuan simbolik tidak hanya dibaca sebagai teks internal, tetapi juga dikaitkan dengan konteks sosial-politik yang lebih luas. Isu Palestina, dakwah visual, relasi patriarkal, dan budaya populer Islam Indonesia digunakan sebagai konteks eksternal untuk mendukung pembacaan makna simbol.

Proses analisis ini dilakukan secara berulang dan reflektif, dengan prinsip triangulasi data dan dialog antar-sumber untuk memastikan validitas makna.

Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, validitas dan reliabilitas lebih dikenal dengan istilah kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas (Lincoln & Guba, 1985). Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan beberapa teknik berikut:

1. Triangulasi Sumber

Data diperoleh dari berbagai sumber: tayangan film, transkrip narasi, literatur akademik, dan ulasan media. Hal ini dimaksudkan agar analisis tidak bersifat tunggal atau bias personal.

2. Prolonged Engagement

Peneliti melakukan penayangan film berulang kali untuk memastikan pemahaman yang utuh terhadap narasi, simbol, dan emosi yang dibangun dalam film.

3. Peer Debriefing

Hasil sementara dari analisis disandingkan dengan pandangan rekan sejawat atau dosen pembimbing untuk mendapat masukan kritis yang memperkuat interpretasi.

4. Audit Trail dan Dokumentasi

Semua proses pencatatan simbol, analisis makna, dan rujukan pustaka dilakukan secara

terdokumentasi untuk menjamin akuntabilitas analisis dan memungkinkan replikasi di masa mendatang.

Dengan penerapan prosedur ini, diharapkan hasil analisis film dalam penelitian ini memiliki validitas internal yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis.

Penutup Metodologi

Metode penelitian ini dirancang untuk membongkar struktur makna dalam film dakwah melalui pendekatan semiotik Barthes yang terstruktur dan kontekstual. Fokus pada representasi dakwah dan gender memungkinkan penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam studi media Islam dan komunikasi dakwah visual. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa media populer seperti film dapat dibaca secara kritis sebagai teks budaya yang menyuarakan ideologi, nilai-nilai spiritual, sekaligus membuka ruang interpretasi terhadap identitas keislaman dalam masyarakat modern.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Film Hayya: The Power of Love 2

Film Hayya: The Power of Love 2 merupakan lanjutan dari film sebelumnya, 212: The Power of Love, yang mengangkat tema tentang gerakan moral Islam di Indonesia. Dalam sekuelnya ini, fokus utama cerita beralih kepada perjalanan batin dan perjuangan personal Rahmat, seorang jurnalis dan aktivis kemanusiaan yang dilanda konflik batin antara cinta, pengabdian, dan panggilan spiritual. Tokoh sentral lainnya adalah seorang gadis kecil Palestina bernama Hayya yang kemudian diasuh oleh Rahmat. Hubungan keduanya menjadi poros utama dalam pembangunan emosi, konflik, dan pesan film.

Film ini tidak hanya mengangkat isu-isu sosial seperti pengungsian, anak yatim, dan konflik Palestina, tetapi juga menyisipkan pesan-pesan dakwah seperti pentingnya kasih sayang, keikhlasan, tanggung jawab moral, serta nilai-nilai keislaman yang dibingkai secara visual. Keberadaan tokoh-tokoh perempuan seperti Aziza dan tokoh pendukung lainnya menambah kompleksitas representasi nilai gender dalam film ini. Dari segi struktur sinematik, film ini menampilkan perpaduan antara alur linier dengan sisipan kilas balik (flashback) yang membentuk kontinuitas naratif emosional. Unsur visual seperti pencahayaan lembut, close-up wajah, simbol religius, dan latar musik spiritual turut berperan penting dalam menyampaikan pesan dakwah secara halus namun mendalam.

Struktur Naratif Film sebagai Media Dakwah Visual

Dalam film Hayya, struktur naratif dibangun dengan formula klasik tiga babak: pengenalan konflik, eskalasi, dan resolusi. Namun, yang membedakan adalah bagaimana elemen-elemen naratif tersebut digunakan untuk mengemas dakwah secara simbolik dan emosional. Dakwah dalam film ini tidak diwujudkan dalam bentuk khutbah atau ceramah, tetapi melalui pengalaman emosional karakter, dialog interpersonal yang reflektif, dan simbol visual yang mendalam.

1. Pengenalan: Konflik Batin Tokoh Utama

Rahmat digambarkan sebagai sosok Muslim modern yang memiliki idealisme, tetapi juga mengalami krisis personal. Dalam awal film, ia digambarkan sedang menata ulang hidupnya setelah kegagalan cinta. Kehadirannya di kamp pengungsi Palestina mempertemukannya dengan Hayya, yang menjadi simbol penderitaan umat manusia. Adegan ini tidak hanya memperkenalkan karakter, tetapi juga membuka ruang dakwah tentang kepedulian terhadap sesama, ukhuwah Islamiyah, dan empati lintas bangsa.

2. Eskalasi: Proses Transformasi Spiritual melalui Relasi Emosional

Narasi berkembang saat Rahmat membawa Hayya ke Indonesia, memicu konflik hukum dan sosial karena Hayya dianggap tidak sah secara hukum untuk diadopsi. Di sinilah dimensi dakwah berkembang: pengasuhan anak yatim, nilai kejujuran, dan keikhlasan dipertontonkan secara visual dan emosional. Transformasi Rahmat dari pribadi egois menjadi penyayang dan spiritual adalah bagian dari dakwah karakter (uswah hasanah) yang menjadi pendekatan penting dalam dakwah kontemporer.

3. Resolusi: Spiritualitas sebagai Penyelesaian Konflik

Film mencapai klimaks ketika Hayya harus berpisah dan dikembalikan ke lembaga resmi. Adegan perpisahan sarat dengan simbol keikhlasan, takdir, dan penerimaan terhadap kehendak Ilahi. Melalui air mata dan pelukan, penonton diajak meresapi esensi tauhid dan kepasrahan kepada Allah. Penutup film memperlihatkan perubahan total dalam karakter Rahmat yang kini menjadi lebih taat, stabil, dan berdedikasi.

Narasi semacam ini menjadikan film sebagai sarana dakwah visual yang lebih "menyentuh" dan personal, terutama untuk kalangan generasi muda urban yang tidak lagi terhubung secara rutin dengan majelis taklim atau ceramah konvensional.

Analisis Simbol Dakwah melalui Pendekatan Semiotik Roland Barthes

Dalam film Hayya, banyak tanda visual dan naratif yang membentuk pesan dakwah secara implisit. Menggunakan kerangka semiotik Barthes, simbol-simbol tersebut dianalisis ke dalam tiga lapisan makna, yaitu denotatif (makna literal), konotatif (makna emosional atau kultural), dan mitos (makna ideologis).

1. Simbol Hayya (anak perempuan Palestina)

- Denotatif: Hayya adalah anak perempuan yatim asal Palestina yang kehilangan keluarganya akibat konflik bersenjata.
- Konotatif: Sosok Hayya melambangkan kepolosan, ketidakberdayaan, dan kesucian yang terguncang akibat kekerasan dunia dewasa. Ia juga menggambarkan cinta yang tak bersyarat dan kebutuhan akan kasih sayang.
- Mitos: Hayya dikonstruksikan sebagai simbol umat Islam yang tertindas namun tetap tegar, sekaligus menjadi mitos tentang bagaimana anak-anak dapat menjadi sarana transformasi spiritual bagi orang dewasa. Dalam tradisi Islam, anak yatim mendapat tempat mulia, film ini menghidupkan kembali mitos itu dalam wujud Hayya sebagai “malaikat kecil”.

2. Simbol Rahmat (jurnalis muslim)

- Denotatif: Seorang pria dewasa, mantan aktivis 212, yang mengalami kegagalan cinta dan disorientasi spiritual.
- Konotatif: Rahmat adalah potret Muslim modern yang terdidik, rasional, namun terasing dari nilai-nilai spiritual. Proses perjumpaannya dengan Hayya menjadi sarana kembalinya ia pada jalan dakwah dan spiritualitas.
- Mitos: Rahmat menjelma sebagai representasi “pemuda hijrah”, sebuah narasi populer dalam budaya Islam urban masa kini. Film ini menampilkan mitos bahwa kedekatan dengan anak yatim dan pengorbanan pribadi adalah jalan kembali kepada Allah.

3. Simbol Jilbab Putih

- Denotatif: Jilbab putih digunakan oleh beberapa tokoh perempuan, terutama pada momen-momen sakral seperti shalat, mengasuh anak, atau refleksi diri.
- Konotatif: Warna putih menandakan kemurnian, kesucian, dan niat tulus. Jilbab bukan hanya penutup kepala, tetapi juga simbol kehormatan dan kesalehan.
- Mitos: Dalam mitologi Islam populer, perempuan berjilbab putih sering diasosiasikan dengan figur “wanita salehah” yang menjadi pelindung moral keluarga dan masyarakat. Film ini memperkuat mitos tersebut dalam berbagai adegan dramatis.

4. Simbol Tempat Ibadah dan Adzan

- Denotatif: Masjid, sajadah, suara adzan dan bacaan Al-Qur'an muncul berulang dalam beberapa adegan penting.
- Konotatif: Elemen-elemen ini berfungsi untuk menguatkan atmosfer spiritual dan mengundang perenungan. Setiap kemunculan adzan, misalnya, selalu diikuti momen

refleksi atau perubahan sikap tokoh.

- Mitos: Dalam film ini, tempat ibadah tidak hanya menjadi latar, melainkan “penanda spiritualitas” yang hadir untuk menyucikan konflik dan membingkai setiap dilema personal dengan nilai-nilai transendental.

5. Simbol Air Mata dan Pelukan

- Denotatif: Beberapa adegan menampilkan tangisan Rahmat, Hayya, maupun tokoh perempuan saat berpisah atau memaafkan.
- Konotatif: Tangisan dan pelukan dipakai sebagai medium afeksi dan pertobatan. Air mata menjadi bahasa spiritualitas yang lebih kuat daripada kata-kata.
- Mitos: Dalam narasi dakwah kontemporer, “air mata karena Allah” menjadi mitos kekuatan spiritual paling murni. Film ini menghidupkan mitos tersebut dan mengajak penonton untuk merasakan empati, bukan hanya memahami pesan secara rasional.

Simbol-simbol tersebut menunjukkan bahwa film Hayya tidak menggunakan dakwah secara verbal sebagai pendekatan utama, melainkan mengandalkan kekuatan semiotik dalam menghidupkan nilai-nilai Islam melalui visual, emosi, dan narasi. Dengan pendekatan semiotik Barthes, pesan dakwah dalam film ini dapat ditafsirkan tidak hanya sebagai ajakan beragama, tetapi juga sebagai kontemplasi sosial dan spiritual yang menyentuh banyak lapisan audiens.

Representasi Gender dan Perempuan Muslim dalam Film Hayya

Film Hayya: The Power of Love 2 menampilkan perempuan tidak hanya sebagai elemen pendukung, tetapi juga sebagai subjek penting dalam proses dakwah dan transformasi karakter. Dalam pendekatan representasi yang dikemukakan Stuart Hall (1997), penting untuk menganalisis bagaimana perempuan dikonstruksikan dalam narasi dan bagaimana makna-makna itu merefleksikan atau bahkan menegosiasikan posisi gender dalam masyarakat Islam kontemporer.

1. Perempuan sebagai Ibu Pengasuh

Tokoh perempuan yang paling menonjol dalam film adalah Aziza, seorang perempuan Muslim Indonesia yang juga aktivis kemanusiaan. Aziza membantu Rahmat dalam mengurus Hayya dan tampil sebagai sosok yang lembut, sabar, dan spiritual. Peran ini menempatkannya dalam konstruksi perempuan sebagai “ibu pengasuh” yang memiliki kapasitas empatik tinggi. Dalam kultur dakwah, figur perempuan seperti ini dianggap sebagai representasi rahmat Allah—mengasuh, menyembuhkan luka, dan memberi cinta tanpa syarat.

Namun, peran ini juga bisa dibaca sebagai simbol domestikasi peran perempuan.

Meskipun Aziza cerdas dan aktif, ia tetap digambarkan berada dalam ruang-ruang relasi yang subordinatif terhadap peran laki-laki. Ia tidak menjadi pengambil keputusan, melainkan pelengkap moral dalam perjalanan spiritual tokoh utama laki-laki.

2. Perempuan sebagai Agen Dakwah Emosional

Yang menarik, film ini tidak menampilkan perempuan hanya sebagai objek pasif. Ada beberapa momen kunci di mana tokoh perempuan menunjukkan agensi, mereka mengambil inisiatif, memberikan nasihat religius, bahkan menjadi mediator dalam konflik. Dalam satu adegan, Aziza menasihati Rahmat agar menyerahkan keputusan pada kehendak Allah, menunjukkan bahwa suara religius tidak hanya datang dari tokoh laki-laki.

Dengan demikian, film ini mencoba menampilkan perempuan sebagai subjek dalam narasi dakwah, bukan hanya penyampai norma moral, tetapi juga penjaga integritas spiritual. Mereka menyampaikan nilai melalui ekspresi emosional dan peran relasional, yang menjadi kekuatan penting dalam dakwah visual.

3. Representasi Perempuan dan Kesalehan Visual

Estetika visual film ini juga menunjukkan bagaimana perempuan Muslim direpresentasikan melalui simbol pakaian dan ekspresi tubuh. Tokoh perempuan dalam film secara konsisten digambarkan mengenakan jilbab, dengan warna-warna lembut seperti putih, krem, dan abu-abu. Hal ini memberi kesan kesalehan, ketulusan, dan kemurnian niat.

Namun, dalam teori representasi media, visualisasi semacam ini juga bisa dilihat sebagai bentuk simplifikasi identitas. Perempuan salehah dalam film sering kali hanya direpresentasikan melalui simbol-simbol visual, bukan melalui kompleksitas peran sosialnya. Identitas perempuan menjadi "dikenali" bukan karena wacana intelektual atau perannya di ruang publik, melainkan melalui penampilan dan ekspresi emosionalnya.

4. Kritik dan Potensi Dekonstruksi

Meskipun masih mengandung bias maskulinitas, film *Hayya* setidaknya menunjukkan upaya untuk menyeimbangkan representasi gender dalam dakwah Islam visual. Perempuan tidak ditampilkan dalam posisi antagonistik atau penuh dosa seperti dalam narasi-narasi film keagamaan era sebelumnya. Mereka hadir sebagai pelaku cinta, empati, dan penyembuhan. Hal ini sejalan dengan konsep rahmah (kasih sayang) dalam Islam, yang sangat berkelindan dengan karakteristik feminin.

Dekonstruksi terhadap stereotip gender terlihat dalam bagaimana film menampilkan nilai-nilai keislaman melalui karakter Hayya, seorang anak perempuan yang justru menjadi katalis perubahan spiritual tokoh laki-laki dewasa. Representasi ini membalik pola dominan dalam film dakwah, di mana laki-laki biasanya menjadi pendidik dan perempuan menjadi objek bimbingan. Dalam Hayya, suara spiritual berasal dari "yang kecil", "yang lemah", dan "yang perempuan".

Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Temuan dalam penelitian ini memiliki kesinambungan sekaligus perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan sejumlah studi terdahulu tentang film dakwah di Indonesia. Sebagaimana telah dikemukakan oleh Fahmi dan Permatasari (2021) dalam kajiannya terhadap film 99 Cahaya di Langit Eropa, dakwah dalam film cenderung disampaikan melalui dialog antar tokoh dan situasi moral yang bersifat normatif. Nilai-nilai seperti toleransi, ukhuwah Islamiyah, dan identitas Muslim diaspora menjadi pokok utama. Namun, penyampaian pesan dakwah dalam film tersebut masih banyak bergantung pada teks verbal dan plot yang eksplisit.

Berbeda dari itu, Hayya: The Power of Love 2 menyampaikan dakwah melalui pendekatan yang lebih emosional, simbolik, dan visual. Film ini mengandalkan simbol-simbol kuat seperti anak yatim Palestina, jilbab putih, air mata, dan pelukan sebagai sarana penyampaian pesan. Hal ini menunjukkan pergeseran strategi dakwah dari pendekatan tekstual ke pendekatan afektif, dari ceramah menjadi sinema, dari rasionalitas ke empati.

Jika dibandingkan dengan kajian Isnawati (2020) yang menganalisis film Surga yang Tak Dirindukan, representasi perempuan dalam Hayya juga tampak lebih progresif. Dalam film Surga, tokoh perempuan dibingkai dalam narasi poligami dan pengorbanan sebagai pengabdian domestik. Sedangkan dalam Hayya, perempuan justru tampil sebagai aktor aktif dalam proses penyembuhan spiritual dan sosial. Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran nilai representasi perempuan dalam sinema Islam Indonesia, dari pasif ke aktif, dari objek moral ke subjek empati dan kasih sayang.

Secara umum, penelitian ini memperkuat temuan-temuan sebelumnya bahwa film adalah medium potensial untuk menyampaikan pesan dakwah. Namun, penelitian ini menambahkan dimensi semiotik yang jarang disentuh secara serius dalam studi-studi terdahulu. Melalui pendekatan Barthesian, film dibaca tidak hanya dari apa yang tampak, tetapi dari sistem tanda yang bekerja di balik visual, dialog, dan struktur

naratif. Dengan demikian, penelitian ini memperluas horizon analisis dakwah visual dalam ranah akademik.

Implikasi Teoritis dan Praktis dari Temuan Penelitian

Implikasi Teoritis

Dari sisi teori komunikasi dakwah, temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah visual memiliki kompleksitas yang melampaui sekadar penyampaian pesan. Dakwah dalam film bukan hanya soal menyampaikan nilai agama secara eksplisit, tetapi tentang menciptakan ruang kontemplasi, membentuk emosi, dan mengajak pada refleksi spiritual melalui simbol dan estetika. Ini menguatkan pentingnya integrasi antara teori komunikasi Islam dengan teori media dan semiotika modern dalam kajian dakwah masa kini.

Dalam kerangka semiotik Barthes, film dakwah seperti *Hayya* adalah teks yang hidup, membentuk mitos baru tentang kesalehan, cinta, pengorbanan, dan peran perempuan dalam masyarakat Islam. Mitos-mitos ini kemudian membentuk kesadaran kolektif umat melalui pengalaman sinematik. Teori Barthes memungkinkan analisis yang lebih tajam terhadap produksi makna dalam konteks budaya populer Islam, dan memberikan alat kritik untuk memahami dakwah sebagai praktik ideologis sekaligus spiritual.

Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi para dai, pembuat film, dan institusi dakwah dalam merancang strategi komunikasi yang lebih kontekstual dan afektif. Di era digital ini, pendekatan ceramah verbal mulai ditinggalkan oleh generasi muda. Sebaliknya, mereka lebih merespons pesan yang dibungkus dalam bentuk narasi visual, kisah menyentuh, dan pengalaman emosional yang otentik. Film seperti *Hayya* memberikan model dakwah yang tidak menggurui tetapi menginspirasi.

Selain itu, kajian ini juga dapat mendorong produksi konten dakwah yang lebih sensitif terhadap isu gender. Representasi perempuan dalam film dakwah sebaiknya tidak lagi dibatasi pada peran normatif domestik, tetapi juga membuka ruang bagi agensi, suara spiritual, dan kontribusi sosial perempuan. Representasi yang adil dan setara akan memperkuat nilai-nilai Islam sebagai rahmatan lil ‘alamin yang inklusif dan humanis.

Ringkasan Temuan Kunci

Berdasarkan hasil analisis terhadap film *Hayya: The Power of Love 2* menggunakan

pendekatan semiotik Roland Barthes, penelitian ini mengungkap sejumlah temuan kunci yang memperkaya wacana dakwah visual dan representasi gender dalam sinema Islam kontemporer Indonesia.

1. Representasi Dakwah secara Visual dan Simbolik

Film Hayya mengusung nilai-nilai dakwah secara tidak langsung melalui simbol, narasi emosional, dan representasi visual. Pendekatan dakwah dalam film ini lebih bersifat reflektif dan kontemplatif ketimbang instruktif. Simbol-simbol seperti jilbab putih, anak yatim, masjid, dan air mata menjadi sarana penyampaian pesan moral dan spiritual yang menyentuh aspek afektif audiens.

2. Peran Anak dan Perempuan sebagai Subjek Spiritual

Tokoh Hayya sebagai anak perempuan Palestina menjadi pusat transformasi spiritual bagi karakter utama, menunjukkan bahwa dakwah bisa datang dari yang lemah, kecil, dan tidak berdaya. Hal ini membalik logika dakwah konvensional yang biasanya mengedepankan otoritas ulama atau figur maskulin. Demikian pula dengan tokoh-tokoh perempuan dewasa, yang tidak hanya tampil sebagai simbol kesalehan, tetapi juga sebagai agen empati dan penuntun spiritual.

3. Pergeseran Narasi Dakwah dalam Budaya Populer

Film ini menunjukkan pergeseran penting dalam cara dakwah disampaikan—dari narasi verbal ke narasi visual, dari doktrin ke emosi, dari ceramah ke cerita. Hal ini menandai adaptasi dakwah terhadap kultur sinema dan kebiasaan konsumsi media masyarakat urban Muslim masa kini.

4. Produksi Mitos dan Ideologi dalam Sinema Islam

Lewat teori Barthes, film ini dipahami tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga memproduksi mitos-mitos baru tentang kesalehan, perjuangan, dan peran perempuan. Mitos ini mengkonstruksi cara umat Islam melihat diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya. Oleh karena itu, dakwah visual harus dibaca secara kritis sebagai bentuk produksi makna yang sarat ideologi.

Dengan menyampaikan pesan Islam melalui estetika sinema, Hayya: The Power of Love 2 menjadi representasi penting dari bentuk baru dakwah yang lebih kontekstual, afektif, dan inklusif. Penelitian ini tidak hanya menawarkan telaah terhadap satu teks film, tetapi juga membuka kemungkinan untuk memperluas diskusi akademik tentang integrasi komunikasi Islam, teori media, dan studi budaya populer.

Simpulan

Film Hayya: The Power of Love 2 merupakan contoh kuat dari bagaimana dakwah

Islam dapat diartikulasikan melalui media populer dengan pendekatan visual, emosional, dan simbolik. Berdasarkan hasil analisis semiotik Roland Barthes, dakwah dalam film ini tidak disampaikan secara langsung melalui ceramah atau dialog dogmatis, melainkan melalui struktur naratif, simbol-simbol visual, dan konstruksi karakter yang sarat makna. Makna denotatif, konotatif, dan mitologis dari berbagai elemen visual—seperti sosok Hayya, jilbab putih, air mata, dan pelukan, menunjukkan bahwa pesan dakwah dapat disampaikan secara halus namun mendalam. Film ini juga membangun mitos baru tentang keislaman kontemporer yang inklusif, humanis, dan penuh empati, khususnya dalam konteks isu kemanusiaan global dan krisis Palestina.

Selain itu, representasi gender dalam film ini mengindikasikan adanya upaya untuk mendekonstruksi narasi lama yang menempatkan perempuan hanya dalam peran domestik atau pasif. Perempuan dalam Hayya ditampilkan sebagai agen spiritual dan emosional yang memainkan peran penting dalam membentuk narasi dakwah. Dengan demikian, film ini bukan hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga mengusulkan model dakwah baru yang lebih partisipatif dan relevan dengan konteks sosial kekinian.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Film dakwah dapat menjadi medium efektif untuk menyampaikan nilai Islam melalui pendekatan simbolik dan estetika visual.
2. Pendekatan semiotik Barthes mampu mengungkap makna tersirat yang tersembunyi di balik tanda-tanda visual dalam film dakwah.
3. Representasi perempuan dalam film Hayya menunjukkan pergeseran dari narasi patriarkis menuju narasi yang lebih egaliter dan inklusif.
4. Mitos-mitos baru tentang kesalehan, perjuangan, dan cinta dalam Islam dikonstruksi ulang dalam film ini untuk menjangkau audiens muda dan urban secara emosional.

Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan tersebut, beberapa saran dapat diberikan untuk pengembangan kajian akademik dan praktik dakwah Islam kontemporer:

1. Untuk Peneliti dan Akademisi

Kajian semiotik terhadap film dakwah perlu dikembangkan lebih luas untuk mengkaji berbagai genre dan konteks, termasuk dakwah digital, web series Islami, dan konten TikTok keagamaan. Pendekatan interdisipliner antara komunikasi, kajian gender, dan studi media sangat dibutuhkan untuk membaca perkembangan dakwah visual secara komprehensif.

2. Untuk Praktisi Media Dakwah dan Sineas Muslim

Produser film Islami dan dai kreatif disarankan mengembangkan narasi dakwah yang tidak hanya normatif, tetapi juga estetis, simbolik, dan kontekstual. Film dapat digunakan sebagai ruang tafsir keislaman yang progresif, tanpa kehilangan nilai-nilai inti Islam.

3. Untuk Institusi Pendidikan dan Pesantren

Film seperti Hayya dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran dakwah kontekstual di kelas-kelas komunikasi Islam, studi media, atau pengajaran nilai akhlak. Dengan pendekatan visual dan emosional, peserta didik dapat memahami nilai-nilai dakwah secara lebih reflektif dan aplikatif.

4. Untuk Penelitian Selanjutnya

Studi lanjutan dapat memperluas objek kajian ke film-film dakwah lain yang mengusung isu lingkungan, politik, atau pluralisme agama, serta memperbandingkan representasi gender antara film dakwah dan konten dakwah digital. Penggunaan pendekatan naratif dan diskursif juga dapat melengkapi analisis semiotik dalam menggali lapisan makna yang lebih dalam.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam ranah akademik, tetapi juga memberikan masukan strategis bagi praktik dakwah Islam yang lebih kreatif, relevan, dan berdampak sosial di era budaya populer.

Referensi

- Arifin, B. (2011). *Ilmu komunikasi dan dakwah Islam*. Jakarta: Kencana.
- Arifin, H. M. (1993). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Arifin, I. (2006). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barthes, R. (1977). *Image–Music–Text* (S. Heath, Trans.). New York: Hill and Wang.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi penelitian kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fahmi, I., & Permatasari, N. (2021). Representasi dakwah dalam film “99 Cahaya di Langit Eropa”: Analisis semiotika Roland Barthes. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, 5(1), 22–34.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: SAGE Publications.
- Heryanto, A. (2015). *Identitas dan kenikmatan: Politik budaya layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hidayat, D. N. (2006). *Komunikasi dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hofstede, G. (1997). *Cultures and organizations: Software of the mind*. New York: McGraw-Hill.
- Isnawati, N. (2020). Nilai-nilai Islam dalam film *Surga yang Tak Dirindukan*. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*, 4(2), 100–115.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6–18.
- Nurmila, N. (2009). *Women, Islam and everyday life: Renegotiating polygamy in Indonesia*. London: Routledge.
- Qamaruddin. (2020). Dakwah visual: Teori dan praktik. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1), 34–46.
- Thoha, M. A. (1996). *Strategi dakwah*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- van Doorn-Harder, N. (2006). *Women shaping Islam: Indonesian women reading the Qur'an*. Urbana: University of Illinois Press.