

ABSTRAK

Melati Triana Himawan : Komodifikasi Dakwah pada Film “Haji untuk Ayah”
(Studi Deskriptif pada Akun Youtube BPKH)

Dalam menyampaikan pesan dakwah di era teknologi informasi, dibutuhkan inovasi agar dapat tersampaikan secara maksimal. Salah satu inovasi yang banyak digunakan ialah komodifikasi. Dakwah keislaman telah mengikuti sesuai dengan perkembangan media massa. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa media menekankan pada aspek komersial dan komodifikasi. Film ”Haji untuk Ayah” merupakan karya film yang diproduksi oleh Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH). Dalam penelitian ini, film tersebut akan dikaji secara mendalam berdasarkan komodifikasi Vincent Mosco.

Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana praktik komodifikasi pada film “Haji untuk Ayah” berdasarkan komodifikasi menurut Vincent Mosco, yaitu komodifikasi isi (*content*), komodifikasi khalayak (*audience*), dan komodifikasi pekerja (*worker*).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori ekonomi politik media Vincent Mosco. Teori tersebut adalah proses transformasi barang dan jasa yang semula dinilai karena nilai guna menjadi komoditas yang bernilai karena mendatangkan keuntungan di pasar.

Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif dengan menjabarkan hasil penelitian dengan pembahasan guna memberikan fakta dan data mengenai komodifikasi pada film “Haji untuk Ayah”. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigma subjektivitas, yang dimana pandangan peneliti terhadap objek penelitian menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Adapun teknik pengumpulan data dari penelitian ini, yaitu dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Adapun hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, diperoleh hasil yaitu : Pertama, Komodifikasi isi (*content*) pada Film “Haji untuk Ayah” yang dilihat dari ide produksi film, promosi film dalam bentuk *short* video di platform youtube BPKH, dan pesan-pesan dakwah yang menarik dan mempengaruhi khalayak. Kedua, komodifikasi khalayak pada film “Haji untuk Ayah” yang dapat dilihat dari adanya komodifikasi *subscriber*, komodifikasi *viewers*, komodifikasi *like*, serta komodifikasi komentar yang memengaruhi adanya monetisasi pada film “Haji untuk Ayah”. Ketiga, komodifikasi pekerja pada film “Haji untuk Ayah”, yang dapat dilihat dari adanya kerjasama antara pihak Badan Pengelola Keuangan Haji dengan Film Maker Muslim, serta penyediaan pekerja dari pihak Film Maker Muslim seperti *talent* dan tim produksi film.

Kata kunci : Film Haji untuk Ayah, Komodifikasi Dakwah, Youtube BPKH