

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era teknologi informasi yang semakin maju, dakwah Islam mengalami berbagai transformasi dalam cara penyampaiannya. Inovasi dalam dakwah menjadi hal yang penting agar pesan-pesan keagamaan dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat yang kini sangat bergantung pada media massa. Salah satu inovasi yang signifikan dalam konteks ini adalah komodifikasi dakwah, di mana pesan-pesan keagamaan dikemas sedemikian rupa agar lebih menarik dan sesuai dengan minat audiens yang luas, sering kali dengan tujuan komersial.

Komodifikasi adalah proses di mana suatu nilai atau simbol diubah menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar, sehingga dapat diperjualbelikan untuk keuntungan ekonomi. Greg Fealy, dalam artikelnya *Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Pietism in Contemporary Indonesia*, menyatakan bahwa komodifikasi agama, termasuk Islam, adalah proses di mana simbol-simbol keislaman dikomersialisasi, sehingga memiliki nilai ekonomi yang dapat diperdagangkan (Rozaki, 2019). Fenomena ini menunjukkan bahwa bahkan simbol-simbol agama yang pada dasarnya tidak memiliki nilai ekonomi kini dapat dijadikan komoditas, termasuk melalui media seperti film.

Film, sebagai salah satu bentuk media massa, telah lama menjadi sarana penting dalam menyampaikan berbagai pesan kepada publik. Fungsi film yang beragam—dari hiburan, edukasi, hingga propaganda—menjadikannya alat yang

sangat efektif untuk menyampaikan pesan, termasuk pesan dakwah. Dalam konteks dakwah, film yang mengangkat tema keagamaan, khususnya Islam, menjadi medium yang tidak hanya merefleksikan realitas sosial, tetapi juga membentuknya.

Salah satu contoh komodifikasi dakwah yang menarik untuk diteliti adalah film "Haji untuk Ayah", yang diproduksi oleh Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) pada tahun 2021. Film ini mengisahkan perjuangan seorang ayah untuk melaksanakan ibadah haji, dan dikemas dengan nilai-nilai keislaman yang kuat. Melalui film ini, pesan-pesan dakwah disampaikan dengan cara yang emosional dan menarik, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin tidak secara aktif mencari konten keagamaan.

Penelitian ini menjadi penting karena fenomena komodifikasi dakwah melalui media massa, khususnya film, belum banyak mendapat perhatian akademis, padahal memiliki dampak signifikan terhadap cara masyarakat memahami dan mempraktikkan agama. Dengan menganalisis bagaimana komodifikasi dakwah terjadi dalam film "Haji untuk Ayah" dan bagaimana pesan-pesan keislaman dikemas dalam konteks komersial, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan tentang sejauh mana komodifikasi ini mempengaruhi efektivitas dakwah. Selain itu, penelitian ini juga akan meneliti dampak dari pendekatan komodifikasi ini terhadap audiens, terutama dalam konteks distribusi melalui akun YouTube BPKH RI, yang telah menarik lebih dari 400 ribu penonton.

Berdasarkan latar belakang ini, penelitian berjudul "**Komodifikasi Dakwah pada Film Haji untuk Ayah (Studi pada Akun Youtube BPKH)**" akan

menganalisis strategi komodifikasi dalam film tersebut dan mengevaluasi efektivitasnya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, adapun fokus penelitian ini berdasarkan teori komofidikasi Vincent Mosco (2009), yaitu :

1. Bagaimana Komodifikasi Isi (Content) Pesan Dakwah dalam Film Haji untuk Ayah ?
2. Bagaimana Komodifikasi Khalayak (Audience) dalam Film Haji untuk Ayah ?
3. Bagaimana Komodifikasi Pekerja (Worker) dalam Film Haji untuk Ayah ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Komodifikasi Isi (Content) Pesan Dakwah dalam Film Haji untuk Ayah
2. Untuk mengetahui Komodifikasi Khalayak (Audience) dalam Film Haji untuk Ayah
3. Untuk mengetahui Komodifikasi Pekerja (Worker) dalam Film Haji untuk Ayah

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan sumbangsih pemikiran terhadap berbagai pihak yang terkait. Manfaat yang diharapkan diantara lain :

1. Kegunaan secara Praktis
 - a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam rangka komodifikasi di era industri 4.0
 - b. Memperluas wawasan bagi praktisi dakwah dan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam tentang komodifikasi dakwah dalam film.

2. Kegunaan secara Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi landasan bagi para peneliti lain yang sejenis serta menambah pembendaharaan ilmu dalam proses pembelajaran komunikasi dan dakwah Islam sebagai pembaca.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

- a. Tesis Ridwan Rustandi yang berjudul “Komodifikasi Dakwah pada Siaran Televisi (Analisis Wacana Kritis pada Siaran “Islam itu Indah” di Media Trans TV)”. Perbedaan yang ditemukan yaitu terletak pada objek dan media yang digunakan. Objek penelitian yang digunakan oleh peneliti sebelumnya yaitu siaran religi “Islam itu Indah”, sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan film yang berjudul “Haji untuk Ayah” sebagai objek penelitian.
- b. Skripsi Tika Yulianti yang berjudul “Komodifikasi Media Cetak Analisis Politik pada Media Indonesia”. Perbedaan yang ditemukan yaitu terletak pada media yang digunakan. Pada skripsi Tika Yulianti media yang digunakan yaitu media cetak, sementara media yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu media film.

- c. Jurnal L. Rudi Rustandi yang berjudul “Disrupsi Nilai Agama di Era Digital”. Perbedaan yang ditemukan yaitu jurnal ini menggunakan media *facebook* sebagai media, sementara dalam penelitian ini media yang digunakan yaitu film. Selain itu jurnal L. Rudi Rustandi menggunakan teori *Thick Description* yang dikemukakan oleh Clifford Greetz, sementara teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu Ekonomi Politik Media yang dikemukakan oleh Vincent Mosco.
- d. Jurnal Arie Setyaningrum Pamungkas yang berjudul “Mediatisasi Dakwah, Moralitas Publik dan Komodifikasi Islam di Era Neoliberalisme”. Perbedaan yang ditemukan yaitu pada Jurnal Arie Setyaningrum Pamungkas menyajikan konten tentang sudut pandang lain terkait adanya komodifikasi Islam yang bagi sebagian kalangan memanfaatkan dengan menyisipkan muatan kapitalis dan politis di dalamnya, sementara pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada komodifikasi dakwah sebagai bentuk inovasi yang tepat sasaran di era neoliberalisme.

F. Landasan Pemikiran

a. Landasan Teoritis

Komodifikasi (*commodification*) adalah titik masuk awal untuk menteorisasikan ekonomi politik komunikasi. Vincent Mosco (2009) berpendapat bahwa komodifikasi dapat diartikan sebagai suatu proses perubahan antara barang dan jasa, termasuk komunikasi yang dinilai karena kegunaannya menjadi komoditas yang dinilai karena komoditas tersebut merupakan sesuatu yang akan dijual dipasaran.

Komodifikasi adalah proses transformasi barang dan jasa yang semula dinilai karena nilai gunanya. Adam Smith dan penganjur ekonomi politik klasik telah membedakan antara produk yang nilainya muncul dari pemuasan keinginan dan kebutuhan khusus manusia, yakni “nilai guna” (use value), dan produk yang nilainya didasarkan atas apa yang bisa ia berikan dalam pertukaran, yakni “nilai tukar”(exchange value). Komoditas adalah bentuk tertentu dari produk ketika produksinya terutama diorganisasikan melalui proses perubahan nilai guna menjadi nilai tukar.

Secara umum Mosco (2009) mengemukakan bahwa komodifikasi yang paling penting dalam komunikasi, diantaranya : komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, komodifikasi tenaga kerja.

Pertama, komodifikasi isi menjadi pusat perhatian kajian ekonomi politknmedia dan komunikasi. Ketika pesan atau isi komunikasi diperlakukan sebagai komoditas, ekonomi politik cenderung memusatkan kajian pada konten media,.

Kedua, “Komodifikasi khalayak”.^N Selain pada komodifikasi isi, komodifikasi juga dapat diterapkan pada khalayak. Ekonomi politik menaruh perhatian pada khalayak, khususnya dalam upaya untuk memahami praktik umum dengan cara pengiklan membayar untuk ukuran dan kualitas (kecenderungan untuk konsumsi) khalayak yang dapat diraih surat kabar, majalah, website, radio atau program siaran televisi.

Ketiga, “komodifikasi tenaga kerja”. Selanjutnya untuk mengkaji proses komodifikasi isi dan khalayak media, penting untuk mempertimbangkan

komodifikasi tenaga kerja media. Tenaga kerja komunikasi yang juga dikomodifikasi sebagai buruh upah telah tumbuh secara signifikan dalam pasar kerja media. Dalam menghadapi komodifikasi ini, para pekerja media telah menanggapi dengan menggolongkan orang-orang dari media yang berbeda, termasuk jurnalis, profesional penyiaran, dan spesialis teknis dalam film, video, telekomunikasi, dan sektor jasa komputer, dan sektor jasa komputer, untuk bergabung ke dalam serikat pekerja dan organisasi-organisasi pekerja lain yang diklaim mempresentasikan segmen terbesar dari tenaga kerja komunikasi, Mosco & Mckercher (2003)

Film sebagai bagian media massa yang sifatnya sangat kompleks. Film yang terdiri atas audio dan visual memiliki kemampuan dalam mempengaruhi emosional penonton dari visual gambar yang dihadirkan. Film yang sering diartikan sebagai potongan gambar yang disatukan menjadi kesatuan tentu tidak luput dari sejarah panjang awal munculnya film. Adanya kemunculan film tentu tidak lepas dari perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan sehingga mampu menghasilkan sebuah pencapaian yang besar dalam bahasa visual dalam seni film. Dengan seni audio visual yang dimiliki oleh film dan kemampuannya dalam menangkap realita sekitar, tentu film menjadi wadah alternatif untuk menyampaikan sebuah pesan kepada penonton.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, film memiliki arti sebagai selaput tipis yang terbuat dari seluloid yang berfungsi sebagai tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) maupun gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop). Selain itu, film juga diartikan sebagai lakon (cerita) gambar hidup (KBBI, 1990).

Sebagai bagian dari industri, film juga memiliki arti sebagai sesuatu bagian dari produksi ekonomi di suatu masyarakat dan film mesti dipandang dalam hubungannya dengan produk-produk lainnya. Menurut Ibrahim (2011) film termasuk kedalam bagian dari komunikasi yang merupakan bagian terpenting dari sebuah sistem yang digunakan individu maupun kelompok yang berfungsi untuk mengirim dan menerima pesan.

Film sebagai media hiburan kini mulai tak asing mengangkat tema maupun simbol-simbol Islam. Penerima tema maupun simbol-simbol Islam. Penerimaan masyarakat terhadap kehadiran film-film Islam membuat beberapa produser mencoba mengangkat genre film ini. Masa depan film Islam dinilai akan semakin terang. Salah satunya Habiburrahman El Shirazy penulis novel dan sutradara film, ia optimis bahwa industri film Islam di Indonesia bakal terus diterima di masyarakat. Sepanjang film-film bernuansa Islam itu digarap dengan apik sesuai syariat Islam, tetapi tidak menghilangkan esensial seni dalam film tersebut.

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “da’wah”. Da’wah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal, ‘ain dan wawu. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dan ragam makna. Makna tersebut yaitu memanggil, mengundang, meminta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, menodoakan, mengaisi, dan meratapi, Ahmad Warson Munawwir (1997: 406).

Musyawahar Kerja Nasional -I PTDI di Jakarta (1968) merumuskan bahwa dakwah adalah mengajak atau menyeru untuk melakukan kebajikan dan mencegah kemungkaran, mengubah umat dari satu situasi kepada situasi lain yang lebih baik

dalam segala bidang, merelasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari bagi seorang pribadi, keluarga, kelompok atau massa, serta bagi kehidupan masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan umat manusia”. Anwar Masy’ari (1981: 9) berpendapat bahwa dakwah adalah “proses penyelenggaraan suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja berupa ajakan kepada orang lain untuk beriman dan mentaati Allah SWT, amar maruf dan nahi munkar untuk mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhai Allah SWT”.

b. Landasan Konseptual

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komodifikasi memiliki arti pengubahan sesuatu komoditas (barang dagangan) yang dapat diperjual belikan. Komodifikasi dapat diartikan segala sesuatu yang dapat berkaitan dengan barang dagangan atau dengan kata lain mengubah sesuatu yang bernilai guna menjadi nilai tukar (uang).

Komodifikasi pada dasarnya anak cucu dari kapitalisme yang prinsip dasarnya adalah memproduksi sesuatu yang memiliki nilai tukar bukan nilai guna. Secara lengkap Marx mendefinisikan kapitalisme sebagai suatu sistem ekonomi yang memberikan ruang kepada individu untuk memproduksi sumber daya produksi vital yang digunakan untuk meraih keuntungan maksimal. Pandangan ini kemudian secara umum menyimpulkan bahwa fenomena kapitalisme berakar pada uang dan secara khusus bagaimana mengelola produksi, distribusi dan konsumsi berlangsung.

Di zaman modern ini, hadirnya teknologi-teknologi komunikasi dan informasi muktakhir (Seperti televisi, radio, dan lain-lain), semakin memicu suburnya proses komodifikasi ini. Komodifikasi seperti memiliki sandaran guna menancapkan konsep profane-nya. Muncullah kemudian asumsi bahwa proses komodifikasi mengakar kuat pada media, salah satunya pada media film. Film merupakan salah satu alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak melalui media cerita (Wibowo, 2006).

Haji untuk Ayah adalah film yang mengisahkan lika-liku kehidupan keluarga kecil pak Dinar merupakan seorang ayah yang berprofesi sebagai badut jalanan. Ia memiliki dua orang anak. Anak pertamanya bernama Salman seorang lulusan SMA yang bekerja sebagai *Office Boy* (OB) di kantor BPKH RI. Dan anak keduanya bernama Ali, ia masih duduk dibangku sekolah dasar. Meskipun pak Dinar hanya berprofesi sebagai badut jalanan, akan tetapi ia memiliki cita-cita yang sangat tinggi dan mulai untuk pergi menjalankan ibadah haji ke tanah suci. Pak Dinar selalu optimis dan yakin bahwa tidak ada yang tidak mungkin (mustahil) walaupun ia sering diremehkan oleh orang lain. Film ini menanamkan nilai kejujuran, kekeluargaan dan keikhlasan yang mendalam.

BPKH RI merupakan sebuah lembaga yang bergerak dibidang pengelolaan keuangan haji. Akan tetapi, pihak BPKH merilis beberapa film yang berkaitan dengan haji, salah satunya film “Haji untuk Ayah”.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam memperoleh data dan informasi, penulis melakukan observasi terhadap film “Haji untuk Ayah” dan melakukan wawancara secara langsung dengan pegawai BPKH, di kantor BPKH yang bertempat di Muamalat Tower, lantai 14-19, Jl. Prof. Dr. Satrio, Kav 18, Karet Kuningan, Setiabudi, Jakarta Selatan – 12940.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma dalam psikologi ialah sekumpulan asumsi, konsep atau proposisi yang secara logis digunakan oleh peneliti, Alsa (2004) yang dapat diartikan berdasarkan perspektif setiap orang. Harmon dalam Moleong (2004) menyatakan bahwa paradigma merupakan metode fundamental dalam berpikir, menilai dan melakukan dalam hal yang berkaitan dengan suatu hal secara khusus dalam sebuah realitas.

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan yaitu paradigma subjektivitas, yang dimana pandangan peneliti terhadap objek penelitian menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, yaitu kualitatif deskriptif. Dalam Anggito Albi & Setiawan Johan (2018 :7) ia mengutip pendapat Denzin & Libcoln, bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menjadikan latar alamiah dengan tujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan menggunakan berbagai macam metode yang ada.

4. Jenis data dan Sumber data

a. Jenis Data

Menurut Sugiyono (2015), jenis data dibedakan menjadi dua, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini termasuk kedalam jenis data kualitatif. Jenis data kualitatif menurut Sugiyono (2015) adalah sebuah data yang berbentuk data, skema, dan gambar. Data kualitatif dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara, dan observasi secara langsung kepada pegawai BPKH RI.

b. Sumber Data

Menurut Arikunto (2016: 114) sumber data dalam penelitian yaitu dari mana suatu dapat diperoleh. Jenis data dan sumber data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu :

a) Sumber data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan Rizcky Syaputra selaku pegawai BPKH dibidang humas sekaligus orang yang terlibat dalam pembuatan film “Haji untuk Ayah” yaitu sebagai Associate Producer.

b) Sumber data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui sumber yang ada atau hasil penelitian serta dapat membantu peneliti dalam memperoleh informasi berkaitan dengan topik penelitian.

Data sekunder dalam penelitian ini, diperoleh melalui proses observasi dan dokumentasi pada film “Haji untuk Ayah” dalam kanal Youtube BPKH dengan cara mengambil beberapa cuplikan dalam bentuk gambar yang berkaitan dengan teori yang digunakan pada penelitian ini.

5. Informan dan Unit Analisis

Subjek penelitian adalah informan yang berarti orang pada latar belakang penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, Moleong (2010: 132). Pemilihan informan dengan sendirinya perlu dilakukan secara purposif (bukan secara acak) yaitu atas dasar apa yang diketahui tentang variasi-variasi yang ada atau elemen-elemen yang ada atau sesuai kebutuhan penelitian. Dengan kata lain jika suatu penelitian sudah tidak ada informasi yang dibutuhkan lagi (data yang diperoleh sudah dianggap cukup) maka peneliti tidak perlu lagi melanjutkannya dengan mencari informasi atau informan lain (sample baru). Artinya jumlah sample atau informan bisa sangat sedikit, tetapi bisa juga sangat banyak. Sangat tergantung pada ; (1) pemilihan informasinya itu sendiri dan (2) kompleksitas atau keragaman fenomena yang dikaji (pokok masalah penelitian). Jadi yang penting dalam penelitian kualitatif adalah tuntasnya perolehan informasi bukan jumlah sample atau jumlah informannya. Oleh karena itu, terdapat tiga tahap yang biasa dilakukan dalam pemilihan sample atau informan, yaitu : (1) pemilihan sample atau informan awal, apakah informan (untuk diwawancarai) ataukah situasional (untuk diobservasi). (2) pemilihan sample atau informan lanjutan, guna memperluas informasi dan melacak segenap variasi informasi yang mungkin ada dan (3) menghentikan pemilihan sample atau informan

lanjutan sekiranya sudah tidak muncul lagi informasi-informasi baru (Subadi, 2006).

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh suatu data peneliti harus melalui beberapa teknik dalam mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian dari sumber data (subyek maupun sampel penelitian). Teknik pengumpulan data merupakan suatu kewajiban, karena teknik pengumpulan data ini nantinya digunakan sebagai dasar untuk mengumpulkan data-data penelitian, Kristanto (2018). Pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi, dan sebaliknya. Oleh karena itu, tahapan ini tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan cermat sesuai prosedur dengan ciri-ciri penelitian kualitatif. Sebab kesalahan atau tidak sempurnaan dalam metode pengumpulan data akan berakibat fatal, yakni berupa data yang tidak credible, sehingga hasil penelitian tidak bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak observasi berperan serta (*participan observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*), dan dokumentasi, Sugiyono (2017). Pada dasarnya kegunaan data (setelah diolah dan dianalisis) ialah sebagai dasar yang objektif didalam proses pembuatan keputusan atau kebijaksanaan dalam rangka memecahkan persoalan oleh pengambil keputusan, Situmorang (2010).

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi, berikut penjabarannya :

1) Observasi

Metode observasi atau mengamati adalah kegiatan manusia sehari-hari, melalui penggunaan mata, panca indera dan membantu indera lainnya. Kunci sukses observasi sebagai sebuah teknik pengumpulan data dan sebagian besar pada kebijaksanaan pengamat, seperti yang dilihat pengamat, mendengar subjek penelitian, maka dia menarik kesimpulan berdasarkan pengamatannya. Pengamat adalah kunci keberhasilan dan akurasi hasil penelitian (Yusuf, 2014).

Teknik observasi pada penelitian ini, dilakukan dengan cara menonton serta menelaah atau mengamati adegan dalam film “Haji untuk Ayah”. Data yang di dapat dari hasil observasi yaitu mengenai : kegiatan yang ada dalam kanal youtube BPKH, seperti apa bentuk promosi film “Haji untuk Ayah”, pesan-pesan dakwah pada film “Haji untuk Ayah” yang menarik perhatian khalayak, data statistik pada kanal youtube BPKH serta film “Haji untuk Ayah”.

2) Wawancara

Menurut Saroso (2017: 47) wawancara adalah salah satu yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari responden dalam berbagai situasi dan konteks. Meskipun demikian, wawancara perlu digunakan dengan berhati-hati dan perlu di triangulasi data dari sumber yang lain.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara kepada pegawai BPKH RI divisi Humas. Adapun beberapa pertanyaan

yang diajukan kepada responden yaitu mengenai : tujuan di produksi film “Haji untuk Ayah”, target usia penonton pada film “Haji untuk Ayah”, seperti apa promosi film sebelum penayangan, talent dan tim produksi, dan biaya yang dikeluarkan dalam memproduksi film “Haji untuk Ayah”.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah bahan tertulis atau film tidak seperti rekaman yang belum siap karena atas permintaan peneliti. Sedangkan Robert C. Bogdan yang dikutip oleh Sugiyono (2005: 82) mengatakan bahwa dokumentasi adalah catatan tentang apa yang terjadi. Bisa berupa kata-kata, gambar, karya monumental seseorang. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dokumentasi merupakan sumber data untuk menyelesaikan penelitian, baik itu berupa tulisan maupun film, gambar (foto) dan karya.

Setelah teknik pengumpulan data dengan cara observasi, peneliti juga melakukan dokumentasi dalam bentuk gambar. Data yang diambil dengan cara dokumentasi, diperoleh berupa kegiatan dalam kanal youtube BPKH, data statistik seperti *subscriber*, *viewers*, *like* dan komentar-komentar pada film “Haji untuk Ayah” serta beberapa cuplikan yang mengandung pesan-pesan dakwah dari tayangan film “Haji untuk Ayah”.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif teknik pemeriksaan keabsahan data meliputi uji kredibilitas (perpanjangan pengamatan), meningkatkan kekuatan, triangulasi, analisis kasus negatif, menggunakan bahan referensi atau mengadakan membercheck, transferabilitas, dependabilitas, maupun konfrimabilitas.

Teknik penentuan keabsahan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Moleong (2004: 330) berpendapat bahwa teknik triangulasi merupakan salah satu teknik penentuan keabsahan data yang memanfaatkan suatu diluar data sebagai keperluan dalam pengecekan atau sebagai suatu bandingan dalam data ini.

8. Teknik Analisis Data

Moleong (2002) mengemukakan bahwa analisis data adalah proses mengatur dan mengklasifikasi data adalah proses mengatur dan mengklasifikasi data dalam pola, kategori, dan unit deskriptif dasar sehingga dapat ditemukan tema dan hipotesis kerja yang dikembangkan berdasarkan rekomendasi data.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif model alur menurut Miles dan Huberman (1992) yang tahap-tahap kegiatannya terdiri dari berikut ini :

- 1) Reduksi data, yaitu sebuah proses seleksi, konsentrasi, abstraksi, dan transformasi dari data kasar yang diperoleh, dilanjutkan dengan seleksi berdasarkan fokus penelitian.
- 2) Penyajian data, yaitu data yang disajikan dalam bentuk narasi dan uraian yang komprehensif, tidak menutup kemungkinan disajikannya bentuk argumentasi saat memberikan penjelasan
- 3) Menarik kesimpulan, peneliti mencoba menemukan makna dari data yang diperoleh, dan dari data validasi untuk menemukan plakon figurasi penjelas, peneliti menarik kesimpulan.