

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP FILM “BIDAAH” DI PRODI KOMUNIKASI
DAN PENYIARAN ISLAM UNISMUH MAKASSAR ANGKATAN 2022**

Ru'yatul Aini

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar

ruyatultoabo@gmail.com

Meisil B. Wulur

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar

meisil@unismuh.ac.id

M. Zakaria Al Anshori

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Makassar

zakaria71@unismuh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya peran media film sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan di era digital, khususnya dalam menghadirkan wacana kritis terkait praktik keberagamaan di masyarakat melalui film “Bidaah” yang memicu beragam respons. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2022 terhadap nilai-nilai dakwah dalam film tersebut serta meninjaunya dari perspektif dakwah dan komunikasi Islam. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, serta dianalisis secara kualitatif dengan model interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memandang film “Bidaah” tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media dakwah yang memuat pesan akidah, syariah, dan akhlak serta kritik terhadap praktik keagamaan yang menyimpang, dengan sikap mahasiswa yang cenderung kritis, reflektif, dan menekankan pentingnya pemahaman berbasis dalil, tabayyun, serta kehati-hatian dalam menerima informasi keagamaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa film “Bidaah” memiliki potensi sebagai media dakwah yang edukatif dan reflektif dalam membentuk pola pikir keagamaan mahasiswa, dengan implikasi perlunya penguatan literasi media dan literasi keagamaan agar pesan yang disampaikan dapat dipahami secara proporsional dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Kata kunci: Persepsi Mahasiswa, Film “Bidaah”, Media Dakwah, Komunikasi Islam, Literasi Keagamaan

Abstract

This study is motivated by the increasing role of film as a medium for conveying religious messages in the digital era, particularly in presenting critical discourse on religious practices through the film “Bidaah,” which has generated diverse responses. The study aims to analyze the perceptions of students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program at Universitas Muhammadiyah Makassar, cohort 2022, regarding the values of da’wah in the film, as well as to examine it from the perspectives of da’wah and Islamic communication. This research employs a qualitative descriptive approach, utilizing data collection techniques such as in-depth interviews, observation, and documentation, which are analyzed using an interactive model. The findings indicate that students perceive the film “Bidaah” not only as entertainment but also as a medium of da’wah containing messages related to aqidah, sharia, and akhlaq, as well as critiques of deviant religious practices. Students tend to demonstrate critical and reflective attitudes, emphasizing the importance of evidence-based understanding (dalil), tabayyun (verification), and caution in receiving religious information. The study concludes that the film “Bidaah” has the potential to serve as an educational and reflective medium of da’wah in shaping students’ religious perspectives. It also highlights the need to strengthen media literacy and religious literacy so that the conveyed messages can be understood proportionally and do not lead to misinterpretation.

Keywords: Student Perception, “Bidaah” Film, Da’wah Media, Islamic Communication, Religious Literacy

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Media tidak lagi terbatas pada ruang-ruang konvensional seperti masjid atau musholla, tetapi telah berkembang melalui berbagai platform digital yang memungkinkan penyampaian pesan keagamaan secara lebih luas dan efektif. Dalam konteks ini, media film menjadi salah satu sarana komunikasi yang memiliki kekuatan visual dan naratif dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah kepada masyarakat, khususnya generasi muda yang akrab dengan teknologi digital.¹

Media dakwah pada hakikatnya merupakan instrumen yang digunakan oleh da’i untuk menyampaikan ajaran Islam yang mencakup aspek akidah, syariah, dan akhlak. Efektivitas dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan dalam memilih media yang sesuai dengan karakteristik audiens. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial yang mencapai sekitar 167 juta pengguna di Indonesia atau sekitar 60,4% dari keseluruhan jumlah penduduk,² media visual seperti film menjadi semakin relevan

¹ Demas A. Patiawan, *Konsep Teknologi Bagaimana Cara Mata Memandang* (Yogyakarta: Cahaya Harapan, 2023), hlm 74.

² Agnes Z. Yonatan, “Menilik Jumlah Pengguna Media Sosial 2013-2023,” GoodStas, 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/agneszezfanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>, (diakses pada 20 Mei 2024).

sebagai sarana dakwah yang mampu menjangkau generasi Z yang cenderung menyukai konten interaktif dan audiovisual.³

Di sisi lain, dakwah sebagai kewajiban umat Islam bersifat dinamis dan terus berkembang mengikuti perubahan zaman. Hal ini sejalan dengan prinsip amar makruf nahi mungkar yang menuntut penyampaian ajaran Islam secara bijaksana dan kontekstual. Dalam khazanah pemikiran Islam, isu bid'ah menjadi salah satu tema yang kerap menimbulkan perdebatan. Bid'ah dipahami sebagai sesuatu yang tidak ada pada masa Rasulullah Saw⁴, namun dalam perkembangannya dibedakan menjadi bid'ah hasanah dan bid'ah sayyi'ah tergantung pada kesesuaiannya dengan prinsip syariat.⁵

Fenomena tersebut turut diangkat dalam film “Bidaah”, yang menjadi viral dan memunculkan beragam respons di kalangan masyarakat. Film ini tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga menghadirkan kritik terhadap praktik keagamaan yang dianggap menyimpang serta mengajak penonton untuk merefleksikan pemahaman mereka terhadap ajaran Islam. Kehadiran film ini menjadi menarik untuk dikaji karena mampu memicu diskursus keagamaan, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai kelompok intelektual yang memiliki kemampuan berpikir kritis.

Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2022 merupakan calon komunikator dakwah yang dituntut memiliki pemahaman keislaman yang komprehensif sekaligus kemampuan komunikasi yang efektif. Dalam menyikapi konten keagamaan di media, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai penonton, tetapi juga sebagai subjek yang aktif dalam menafsirkan pesan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana persepsi mereka terhadap film “Bidaah”, apakah dipandang sebagai media dakwah yang edukatif atau justru sebagai sumber kontroversi dalam memahami ajaran Islam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana persepsi mahasiswa KPI Unismuh Makassar angkatan 2022 terhadap nilai-nilai dakwah dalam film “Bidaah”; dan (2) bagaimana pandangan mereka terhadap film tersebut ditinjau dari perspektif dakwah dan komunikasi Islam. Sejalan dengan itu, penelitian ini

³ Edy Prihantoro and Asyifa Aulia Handayani, “Streaming Media Over The Top (OTT) di Masa Pandemi COVID-19,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 20, no. 3 (2022), hlm 167

⁴ Abu Muhammad 'Izudin bin Abdussalam, *Qawa'id alAhkâm fî Mashalih al-An'âm* (Beirut: Dar alKutub al-Ilmiyah, tt), h. 172

⁵ Syeikh Ja'far Muhammad Ali al-Baqiry, *Al-Bidah*, (Rabithah al-Tsaqofah wa al-'alaqat al-Islamiyah 1996), h. 146

bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa terhadap nilai-nilai dakwah dalam film serta memahami cara pandang mereka dalam kerangka komunikasi Islam.

Penelitian ini memiliki relevansi dalam pengembangan kajian dakwah dan komunikasi Islam, khususnya dalam konteks pemanfaatan media film sebagai sarana dakwah kontemporer. Selain itu, penelitian ini mengisi kesenjangan penelitian (*research gap*) antara studi sebelumnya yang cenderung berfokus pada analisis isi atau narasi film, dengan kajian yang menitikberatkan pada resepsi audiens, khususnya mahasiswa sebagai kelompok terdidik yang memiliki latar belakang keislaman.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya kajian komunikasi dakwah berbasis media, serta kontribusi praktis bagi pengembangan strategi dakwah yang lebih adaptif, kritis, dan kontekstual di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi praktisi media dan lembaga pendidikan dalam meningkatkan literasi keagamaan dan literasi media di kalangan generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam persepsi mahasiswa terhadap film “Bidaah” sebagai fenomena sosial berbasis pengalaman subjektif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada penafsiran makna, sikap, serta pandangan mahasiswa terhadap pesan keagamaan yang disampaikan melalui media film.⁶

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan menitikberatkan pada analisis terhadap film “Bidaah” sebagai media dakwah serta respon audiens terhadapnya. Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap isi film, termasuk adegan, dialog, dan visual, untuk mengidentifikasi pesan-pesan dakwah yang terkandung di dalamnya, serta mengaitkannya dengan persepsi mahasiswa sebagai penonton.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2022 yang dipilih secara purposif. Kriteria pemilihan didasarkan pada keterlibatan mereka dalam kajian keislaman serta relevansi latar belakang akademik dengan fokus penelitian, sehingga dianggap mampu memberikan pemahaman dan interpretasi yang mendalam terhadap film “Bidaah”. Adapun objek penelitian

⁶ Nana Syaodih, Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm.5.

adalah persepsi mahasiswa terhadap nilai-nilai dakwah dan isu keagamaan yang ditampilkan dalam film tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap film, serta dokumentasi. Selain itu, data pendukung diperoleh dari berbagai sumber sekunder seperti literatur keislaman, jurnal ilmiah, ulasan media, serta tanggapan masyarakat di platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Viu untuk memperkaya konteks analisis.⁷

Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Analisis dilakukan secara sistematis dengan menyeleksi data yang relevan, mengelompokkan ke dalam tema-tema utama, serta melakukan verifikasi secara berulang untuk memastikan keakuratan dan konsistensi temuan penelitian.⁸

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar merupakan lingkungan akademik yang menekankan integrasi antara ilmu dakwah, komunikasi Islam, serta kemampuan analisis kritis terhadap fenomena media dan sosial keagamaan. Kurikulum yang diterapkan tidak hanya membekali mahasiswa dengan pemahaman normatif tentang akidah, syariah, dan akhlak, tetapi juga mendorong kemampuan interpretatif dalam membaca realitas keagamaan di ruang publik, termasuk melalui media film.

Dalam konteks penelitian ini, lima mahasiswa KPI angkatan 2022 dipilih sebagai informan melalui teknik purposive sampling, dengan pertimbangan keterlibatan mereka dalam aktivitas akademik dan keagamaan. Karakteristik informan menunjukkan adanya variasi latar belakang pengalaman organisasi dan intensitas kajian keislaman, yang secara langsung memengaruhi cara mereka menafsirkan film “Bidaah”. Variasi ini menegaskan bahwa persepsi tidak bersifat tunggal, melainkan terbentuk melalui interaksi antara pengetahuan, pengalaman, dan konteks sosial individu.

⁷Husyandi, Muarif. "Analisis Komparatif Kosakata Bahasa Indonesia, Bahasa Melayu Malaysia Dalam Episode Perdana Serial drama 'bidaah'." *Jurnal Bahasa Asing* 18.1 (2025): 74-84.

⁸ Thalib, M. A. (2022). Pelatihan analisis data model Miles dan Huberman untuk riset akuntansi budaya. *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah*, 5(1), 23-33.

Film “Bidaah” sebagai objek penelitian merepresentasikan fenomena penyimpangan praktik keagamaan yang dikemas dalam narasi dramatik. Melalui tokoh Walid sebagai figur otoritas keagamaan, film ini menampilkan relasi kuasa, manipulasi simbol religius, serta praktik-praktik kontroversial yang memicu perdebatan. Hal ini menjadikan film tersebut tidak hanya sebagai produk hiburan, tetapi juga sebagai medium diskursus keagamaan yang relevan untuk dianalisis dalam perspektif komunikasi Islam.

B. Persepsi Mahasiswa terhadap Nilai-Nilai Dakwah dalam Film “Bidaah”

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar memandang bahwa film *Bidaah* tidak sekadar berfungsi sebagai tontonan hiburan, tetapi juga sebagai media yang menyampaikan berbagai pesan dakwah yang berkaitan dengan aspek akidah, syariah, dan akhlak dalam kehidupan umat Islam. Film ini mengangkat fenomena penyimpangan ajaran agama yang dilakukan oleh seorang pemimpin kelompok keagamaan bernama Walid, yang memanfaatkan otoritas spiritual untuk memengaruhi para pengikutnya.

Dalam alur cerita film tersebut digambarkan berbagai praktik yang kontroversial, seperti konsep nikah batin, ritual pencarian berkah melalui air bekas cucian kaki pemimpin kelompok, serta berbagai bentuk manipulasi ajaran agama yang digunakan untuk kepentingan pribadi. Melalui konflik sosial dan keagamaan yang ditampilkan, film ini memperlihatkan bagaimana sebagian masyarakat dapat dengan mudah menerima dan mengikuti ajaran seorang tokoh agama tanpa melakukan kajian kritis terhadap dasar ajaran tersebut.

Bagi mahasiswa, fenomena yang ditampilkan dalam film ini memberikan ruang refleksi mengenai pentingnya memahami ajaran Islam secara benar dan komprehensif berdasarkan sumber utama ajaran Islam, yaitu Al-Qur’an dan Sunnah. Hasil wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memandang film “Bidaah” sebagai bentuk kritik sosial terhadap praktik keagamaan yang menyimpang, sekaligus sebagai media edukasi yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih berhati-hati dalam menjalankan ajaran agama.

1. Nilai Akidah

Mahasiswa menilai bahwa film “Bidaah” mengandung pesan yang kuat terkait penguatan akidah. Film ini menggambarkan bagaimana pengaruh seorang pemimpin kelompok keagamaan dapat membentuk keyakinan para pengikutnya, bahkan hingga

menimbulkan penyimpangan dalam pemahaman tauhid. Tokoh Walid dalam film tersebut digambarkan sebagai figur yang mengklaim otoritas spiritual tinggi, sehingga para pengikutnya menerima ajaran tanpa melakukan kajian kritis.

Temuan ini menunjukkan bahwa film “Bidaah” mengingatkan pentingnya memahami ajaran Islam berdasarkan dalil yang sahih. Mahasiswa menekankan bahwa ajaran agama tidak boleh diterima begitu saja hanya karena disampaikan oleh tokoh agama, melainkan harus dikaji berdasarkan Al-Qur’an dan Sunnah. Dengan demikian, film ini dipandang sebagai media yang mendorong kesadaran kritis dalam menjaga kemurnian akidah.

2. Nilai Syariah

Selain akidah, mahasiswa juga memandang bahwa film “Bidaah” memberikan pesan penting terkait pelaksanaan syariah. Film ini menampilkan berbagai praktik keagamaan yang tidak memiliki dasar syariat, seperti konsep nikah batin dan ritual pencarian berkah melalui air bekas cucian kaki pemimpin kelompok. Mahasiswa menilai bahwa praktik-praktik tersebut menunjukkan adanya penyimpangan ajaran agama yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap sumber ajaran Islam. Oleh karena itu, film ini mengingatkan bahwa setiap ibadah harus memiliki landasan yang jelas dalam Al-Qur’an dan Sunnah.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa film “Bidaah” mendorong mahasiswa untuk menggunakan akal dan ilmu dalam memahami ajaran agama. Mahasiswa tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga melakukan refleksi terhadap praktik keagamaan yang berkembang di masyarakat. Dengan demikian, film ini berfungsi sebagai media edukasi yang menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjalankan ajaran agama secara benar.

3. Nilai Akhlak

Dari aspek akhlak, mahasiswa menilai bahwa film “Bidaah” mengandung pesan moral yang berkaitan dengan sikap kritis, tanggung jawab, dan kehati-hatian dalam beragama. Film ini mengajarkan pentingnya memahami ajaran agama sebelum mengamalkannya, serta mendorong sikap reflektif dalam menyikapi fenomena keagamaan di masyarakat.

Selain itu, mahasiswa juga menekankan pentingnya sikap tabayyun dan tidak terburu-buru dalam menilai praktik keagamaan. Film ini mengingatkan bahwa

perbedaan pandangan harus disikapi dengan bijaksana dan tidak langsung memberikan penilaian tanpa memahami konteksnya.

Di sisi lain, mahasiswa juga menilai bahwa gaya penyampaian pesan dalam film ini terkadang cukup tegas dan konfrontatif. Hal ini dapat menimbulkan kontroversi, namun juga mampu mendorong penonton untuk berpikir lebih kritis. Dengan demikian, film “Bidaah” tidak hanya menyampaikan pesan moral, tetapi juga memunculkan ruang refleksi bagi penonton.

C. Pandangan Mahasiswa terhadap Film “Bidaah” dari Perspektif Dakwah dan Komunikasi Islam

1. Film “Bidaah” dari Perspektif Dakwah

Mahasiswa memandang film “Bidaah” sebagai media dakwah yang memanfaatkan pendekatan audio-visual dalam menyampaikan pesan keagamaan. Film ini dinilai mampu menghadirkan pesan dakwah secara lebih kontekstual melalui alur cerita, dialog, dan konflik sosial yang dekat dengan kehidupan masyarakat.

Melalui pendekatan tersebut, pesan dakwah tidak hanya disampaikan secara langsung, tetapi juga melalui gambaran peristiwa yang dapat dipahami oleh penonton. Film ini mengangkat fenomena penyimpangan praktik keagamaan dan mengajak penonton untuk lebih kritis dalam memahami ajaran Islam.

Mahasiswa juga menilai bahwa film ini berkaitan dengan prinsip amar ma’ruf nahi munkar, yaitu mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Film ini mengingatkan bahwa setiap ajaran harus dipahami berdasarkan ilmu dan dalil yang benar. Selain itu, film ini juga mendorong sikap reflektif terhadap praktik keagamaan yang berkembang di masyarakat.

Mahasiswa juga menilai bahwa pendekatan naratif yang digunakan dalam film ini mampu menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Melalui konflik cerita yang realistis serta karakter tokoh yang kuat, film “Bidaah” mampu membangun kesadaran kritis penonton terhadap berbagai fenomena keagamaan yang terjadi di lingkungan sosial mereka.

Dengan demikian, film “Bidaah” dipandang sebagai media dakwah modern yang relevan dengan perkembangan zaman, karena mampu menyampaikan pesan keagamaan secara menarik dan mudah dipahami.

2. Film “Bidaah” dari Perspektif Komunikasi Islam

Dalam perspektif komunikasi Islam, mahasiswa menilai bahwa film “Bidaah” menggunakan strategi komunikasi yang menggabungkan pendekatan persuasif dengan gaya penyampaian yang tegas. Pendekatan ini dinilai efektif dalam membangkitkan kesadaran kritis penonton, karena tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendorong refleksi terhadap praktik keagamaan.

Namun demikian, mahasiswa juga menyadari bahwa gaya komunikasi yang terlalu konfrontatif dapat menimbulkan resistensi atau perbedaan pendapat di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh metode penyampaiannya.

Film ini juga dinilai relevan dengan keilmuan Komunikasi dan Penyiaran Islam, karena memberikan gambaran mengenai praktik dakwah di masyarakat serta tantangan dalam menyampaikan pesan keagamaan. Film ini menunjukkan pentingnya mempertimbangkan konteks sosial, karakter audiens, serta prinsip komunikasi Islam seperti hikmah dan mau’izhah hasanah. Selain itu, penggunaan media film dinilai efektif dalam menjangkau generasi muda. Melalui visual, dialog, dan alur cerita, pesan dakwah dapat disampaikan secara lebih menarik dan mudah dipahami.

Dengan demikian, film “Bidaah” dipandang sebagai media dakwah kontemporer yang memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan keislaman. Melalui pendekatan komunikasi yang tepat, media film dapat berfungsi sebagai instrumen dakwah yang tidak hanya memberikan pengetahuan keagamaan, tetapi juga mampu membentuk kesadaran kritis, memperdalam pemahaman agama, serta mendorong perubahan sikap ke arah yang lebih baik dalam kehidupan masyarakat.⁹

D. Makna Temuan dan Kontribusi Akademik

Berdasarkan keseluruhan temuan, penelitian ini menunjukkan bahwa film “Bidaah” memiliki peran sebagai media yang tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga membentuk kesadaran kritis mahasiswa dalam memahami praktik keagamaan. Mahasiswa tidak lagi bersikap pasif, tetapi aktif dalam menafsirkan dan mengevaluasi pesan yang diterima.

Temuan ini memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi dakwah, khususnya dalam memahami bagaimana media film dapat digunakan sebagai sarana dakwah yang

⁹ Acep Aripudin, “Dakwah Antarbudaya: Media dan Transformasi Sosial,” *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 34, No. 1 (2014), hlm. 1–15.

efektif. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan pentingnya literasi keagamaan dan literasi media dalam memahami pesan yang disampaikan melalui media populer.¹⁰ Secara konseptual, penelitian ini menegaskan bahwa dakwah di era modern tidak hanya berlangsung melalui mimbar, tetapi juga melalui media budaya populer seperti film. Oleh karena itu, pendekatan dakwah perlu disesuaikan dengan perkembangan media dan karakteristik audiens agar dapat mencapai tujuan secara optimal.¹¹

Peneliti berpendapat bahwa film “Bidaah” merupakan representasi dakwah kontemporer yang memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan keagamaan secara efektif. Namun, efektivitas tersebut sangat bergantung pada kemampuan audiens dalam memahami dan menafsirkan pesan secara kritis. Film ini dapat menjadi media edukasi yang konstruktif apabila didukung oleh literasi keagamaan yang memadai. Sebaliknya, tanpa pemahaman yang cukup, film ini berpotensi menimbulkan salah tafsir. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan media film dalam dakwah harus diimbangi dengan pendekatan yang bijaksana, baik dari sisi isi maupun metode penyampaian, agar mampu memberikan dampak yang positif bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Muhammadiyah Makassar angkatan 2022 terhadap film “Bidaah” bersifat beragam namun cenderung mengarah pada penilaian kritis dan reflektif. Temuan utama mengindikasikan bahwa film tersebut dipahami tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media dakwah yang mengandung nilai-nilai akidah, syariah, dan akhlak. Mahasiswa menilai bahwa film ini mampu mendorong kesadaran akan pentingnya memahami ajaran Islam berdasarkan Al-Qur’an dan Sunnah, serta menumbuhkan sikap selektif terhadap otoritas keagamaan. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengkaji persepsi mahasiswa terhadap film “Bidaah” serta makna pesan dakwah yang terkandung di dalamnya telah terjawab, di mana film tersebut dipersepsikan sebagai sarana edukasi, kritik sosial, sekaligus refleksi keagamaan.

¹⁰ Siti Nurjanah, “Peran Literasi Media dalam Membentuk Sikap Kritis Masyarakat,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12, No. 1 (2020), hlm. 55–70.

¹¹ Fathurrahman, “Pendekatan Dakwah Berbasis Media Digital dan Karakteristik Generasi Milenial,” *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 42, No. 1 (2022), hlm. 67–82.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat konsep bahwa persepsi individu dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengetahuan dan pengalaman, serta faktor eksternal berupa media dan lingkungan sosial. Dalam konteks komunikasi dakwah, temuan ini menegaskan bahwa media film dapat menjadi instrumen dakwah kontemporer yang efektif apabila mampu menggabungkan pesan keagamaan dengan pendekatan naratif yang kontekstual. Secara praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media audio-visual seperti film memiliki potensi besar dalam meningkatkan literasi keagamaan dan membangun kesadaran kritis, khususnya di kalangan generasi muda. Namun, efektivitas tersebut sangat bergantung pada cara penyampaian pesan dan tingkat literasi audiens dalam memahami konten yang disajikan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang terbatas serta fokus yang hanya pada satu kelompok mahasiswa dalam satu program studi, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Selain itu, penelitian ini berfokus pada satu objek film sehingga belum membandingkan dengan media dakwah lainnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan subjek yang lebih beragam, memperluas objek kajian, serta mengkaji perbandingan efektivitas berbagai media dakwah agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran media dalam membentuk persepsi keagamaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussalam, A. M. I. (n.d.). *Qawa'id al-Ahkâm fi mashalih al-an'âm*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah.
- Al-Baqiry, S. J. M. A. (1996). *Al-bidah*. Rabithah al-Tsaqafah wa al-'Alaqat al-Islamiyah.
- Aripudin, A. (2014). Dakwah antarbudaya: Media dan transformasi sosial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 34(1), 1–15.
- Fathurrahman. (2022). Pendekatan dakwah berbasis media digital dan karakteristik generasi milenial. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(1), 67–82.
- Husyandi, M. (2025). Analisis komparatif kosakata bahasa Indonesia dan bahasa Melayu Malaysia dalam episode perdana serial drama “Bidaah”. *Jurnal Bahasa Asing*, 18(1), 74–84.
- Nurjanah, S. (2020). Peran literasi media dalam membentuk sikap kritis masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 55–70.
- Patiawan, D. A. (2023). *Konsep teknologi: Bagaimana cara mata memandang*. Yogyakarta: Cahaya Harapan.
- Prihantoro, E., & Handayani, A. A. (2022). Streaming media over the top (OTT) di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(3), 167.

- Sukmadinata, N. S. (2008). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Thalib, M. A. (2022). Pelatihan analisis data model Miles dan Huberman untuk riset akuntansi budaya. *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah*, 5(1), 23–33.
- Yonatan, A. Z. (2023). Menilik jumlah pengguna media sosial 2013–2023. *GoodStats*. Diakses 20 Mei 2024, dari <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeanyayonatan/menilik-jumlah-pengguna-media-sosial-2013-2023-WR7bg>