

## **DISKURSUS HAJI DI MEDIA MASSA (ANALISIS TEKSTUAL NILAI-NILAI HAJI DALAM FILM “EMAK INGIN NAIK HAJI”)**

**FEBRIYANTI , SYAFRIDA NURRACHMI**

**PEMBIMBING : Dra.Rachmah Ida,M.Comms,Ph.D**

**HAJJ; MARXISME ; FILM**

**KKB KK-2 TSK 16 / 11 Feb d**

Copyright© 2011 by Airlangga University Library Surabaya

### **SUMMARY**

Haji memiliki keistimewaan tersendiri bagi masyarakat muslim Indonesia, berbeda dengan ibadah-ibadah yang lain seperti sholat, puasa, zakat dan lainnya, haji tidak sekedar memuat nilai-nilai ibadah, lebih dari itu haji seringkali diiringi dengan ritual-ritual sosial budaya. Tesis ini mencoba untuk mengeksplorasi bagaimana media massa mendistribusikan nilai-nilai haji kepada masyarakat melalui sebuah film berjudul “Emak Ingin Naik Haji”. Tesis ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan eksploratif dan menggunakan studi analisis tekstual terhadap film karya Aditya Gumay. Peneliti menggali lebih dalam makna-makna haji yang dilakukan oleh tokoh-tokoh yang ada dalam film tersebut dan menganalisis bagaimana film tersebut mengangkat ideologi-ideologi marxisme (seperti kesadaran palsu, kelas sosial) dan budaya populer. Film “*Emak Ingin Naik Haji*” menampilkan nilai-nilai haji yang telah mengalami fluiditas akibat pemaknaan haji yang “menyimpang” dari tujuan dasar haji yang sebenarnya terdapat dalam teks-teks Islam yang berimplikasi pada realitas sosial masyarakat Indonesia akibat kepentingan ekonomi. Haji dapat memunculkan kesadaran palsu bagi masyarakat miskin yang bermimpi naik haji karena pengaruh lingkungan sekitar yang mengistimewakan haji. Haji tidak lagi menjadi sekedar ibadah, lebih dari itu haji telah menjadi sebuah ritual sosial bagi masyarakat Indonesia dengan karakteristik dan tradisi yang mampu meningkatkan status sosial seseorang. Nilai-nilai haji tersebut menunjukkan bahwa masyarakat selalu berupaya mengenalkan diri mereka melalui barang yang mereka miliki, mereka menemukan jiwa mereka pada kemewahan, pakaian, atribut yang mereka kenakan serta barang-barang konsumtif lainnya. Mekanisme pernyataan posisi seseorang di tengah masyarakat yang berubah dan pengendalian sosial, kini terletak pada kebutuhan baru secara konsumtif. Sehingga pernyataan posisi seseorang dalam masyarakat, dapat pula dikonstruksikan melalui media massa, termasuk film melalui penggunaan produk-produk komersial tertentu yang ada di masyarakat

### **ABSTRAK**

*The film "Emak Ingin Naik Haji" by Aditya Gumay raised about hajj discourse in Indonesian society is interesting to study. As we know that hajj have a distinctive Indonesian Muslim community. Hajj does not just contain the values of worship, more than that hajj is often accompanied by social and cultural rituals. This thesis attempts to explore how the mass media to distribute the values of hajj to the community. This thesis is using a qualitative research with exploratory approach and textual analysis of film studies. Researchers dig deeper meanings of hajj undertaken by figures that exist in the film and analyze how the film was lifted ideologies Marxism (such as false consciousness,*

*social class) and popular culture. The film "Emak Ingin Naik" displays the values of hajj who have suffered due to the fluidity of meaning hajj who "deviate" from the basic purpose of hajj is actually contained in the texts of Islam that has implications for the social reality of Indonesian society due to economic interests. Hajj can come up with a false consciousness of the poor who dream of hajj because of the influence of the environment are privileged. Hajj is no longer a mere worship, more than that pilgrimage has become a social ritual for the Indonesian people with the characteristics and traditions that can enhance one's social status. These values indicate that the Hajj is always working to introduce themselves through the goods they have, they find their soul in luxury, clothing, attributes that they wear and other consumer goods. The mechanism of one's position statement in the middle of a changing society and social control, now lies in the new consumer needs. So that statement a person's position in society, can also be constructed through the mass media, including films through the use of certain commercial products that exist in society.*

*Key words: Hajj, Film, Analysis Textual, Marxisme*

