

ABSTRAK

Sejak jatuhnya rezim Orde Baru, produksi dan penyebaran visi serta cita-cita Islam telah berubah dari otoritas eksklusif keagamaan ke ekonomi berbasis pasar. Salah satunya melalui sinema Islami Indonesia. Meski tidak sepenuhnya baru, peningkatan pesat jumlah produksi, konsumsi, dan resepsi dari ragam genre ini telah mengindikasikan lahirnya tren budaya pop Islami di kalangan kelas menengah muslim yang keanggotaannya semakin menguat di Indonesia.

Film-film Islami telah memberikan reproduksi citra yang stabil terhadap konstruksi identitas gender laki-laki dan perempuan dan secara konstan mempromosikan serta memperkuat ekspektasi publik atas harapan terhadap peran sosial, sifat, dan perilaku yang dimediasi secara kuat melalui citra dari beragam ketokohnya. Padu-padan identitas muslim dan identitas gender yang erat kaitannya dengan nilai-nilai maskulinitas dan femininitas tradisional dalam layar sinema Islami Indonesia merupakan pertanyaan besar penelitian ini.

Menggunakan analisis isi dan memberi kode pada karakter-karakter yang penting bagi plot dan kehadirannya merupakan dasar cerita dalam sampel 62 film. Penelitian ini menunjukkan beragam bentuk dari praksis pendisiplinan identitas gender bagi laki-laki dan perempuan dalam kerangka masyarakat Islamisme pasca-Orde Baru. Meski tidak ada perbedaan jumlah yang signifikan pada rasio karakter laki-laki dan perempuan yang muncul, diversifikasi promosi spektrum ajaran Islam melalui film-film Islami telah melegitimasi bentuk-bentuk maskulinitas dan femininitas tradisional sebagai dampak dari sejarah heteronormativitas yang panjang; melalui bahasa – yang mencakup tindakan dan komunikasi simbolik – sebagai situs kekuasaan struktural patriarkal.

Kata Kunci: Gender, Muslim, Sinema, Heteronormativitas, Maskulinitas, Femininitas, Citra

ABSTRACT

Since the fall of the New Order regime, Islamic vision and ideals' production and dissemination have been shifted from an exclusive religious authority to a market-based economy. Indonesian Islamic cinema is one of its forms. Although not entirely new, the rapid increase in production, consumption, and reception of these genre has indicated the birth of Islamic pop culture trends among Muslim middle classes whose presence has strengthened in Indonesia.

Islamic films have provided stable image reproduction designs towards male and female gender identities and constantly promoting and reinforcing public expectations of the social roles, characteristic traits, and behavioral personalities that are strongly mediated through its character's images. The combination of Muslim and gender identities that closely related to traditional values of masculinity and femininity on the silver screen of Indonesian Islamic cinema are the framework of the questions of this research.

Using content analysis and coded the characters who were essential to the plot and whose presence was fundamental to the story in the sample of 62 films. This research shows various practical forms on how male and female gender identities are disciplined within the framework of post-New Order's Islamism society. Despite of its number of male and female characters – both in main and supporting roles – statistically shown no significant difference, the diverse promotion of Islamic teachings through Islamic films have legitimized traditional forms of masculinity and femininity as the effects of heteronormativity long history; through language – which includes symbolic actions and communication – as a site of patriarchal power structures.

Key Word: *Gender, Muslim, Cinema, Heteronormativity, Masculinity, Femininity, Images*