

FILM DAN IDEOLOGI POTRET ISLAM DALAM FILM-FILM *HOLLYWOOD*

Herry Hermawan

Fakultas Ilmu Komunikasi Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
herry_hermawan2004@yahoo.com

Abstract

This research is concerned with Hollywood's portrayal of Islam. This research paper is basically analyses of four Hollywood Movies (Batman v Superman: Dawn of Justice; Avatar: The Last Airbender; Robocop 2014 and Iron Man 3). It consists the analysis of these movies to find out how Hollywood portrays Muslims, especially after 9/11. Through the qualitative research method the analysis techniques in use were genre and semiotics analysis. I analyzed and criticized the four movies' scenes with regard to the language they used, the places where the scenes of movies took place and other minor details such as how the directors narrated and articulated different events and scenes with different Islamic symbols. The findings indicate that Islam and Muslims received negative coverage. A consistent stereotyped association with violence, terrorism, fundamentalism and extremism marks the representations of Islam and Muslims in Hollywood movies. These representations encapsulate the perception of Islam and Muslims by mass media to the point it becomes very difficult to perceive Islam and Muslims differently.

Keywords: film and ideology, hollywood, muslims

Abstrak

Penelitian ini berkaitan dengan penggambaran tentang Islam dalam film-film *Hollywood*. Makalah penelitian ini pada dasarnya menganalisis empat film *Hollywood* (*Batman v Superman: Dawn of Justice; Avatar: The Last Airbender; Robocop 2014* dan *Iron Man 3*). Penelitian ini terdiri dari analisis keempat film ini untuk mencari tahu bagaimana *Hollywood* menggambarkan Muslim, terutama setelah peristiwa 9/11. Melalui metode penelitian kualitatif, teknik analisis yang digunakan adalah analisis genre dan semiotika. Peneliti menganalisis dan mengkritisi empat adegan film yang berkaitan dengan bahasa yang mereka gunakan, tempat di mana adegan film berlangsung dan rincian kecil lainnya seperti bagaimana sutradara menceritakan dan mengartikulasikan peristiwa dan pemandangan yang berbeda dengan simbol-simbol Islam yang berbeda. Temuan menunjukkan bahwa Islam dan Muslim menerima liputan negatif. Sebuah konsistensi setereotip yang dihubungkan dengan kekerasan, terorisme, fundamentalisme dan ekstremisme menandai representasi Islam dan Muslim dalam film-film *Hollywood*. Representasi ini mencerminkan persepsi tentang Islam dan Muslim oleh media massa hingga menjadi sangat sulit untuk memahami Islam dan Muslim secara berbeda.

Kata Kunci: film dan ideologi, hollywood, islam

PENDAHULUAN

Sebagian besar orang percaya, film merupakan medium yang lebih mudah dan mengasyikkan untuk dinikmati dibandingkan media lain. Sebagai sebuah medium massa, film merupakan suatu produk dari kebudayaan manusia yang “mewakili” dan

merepresentasikan nilai-nilai dari pandangan kelompok masyarakat tertentu, semangat jaman tertentu, dan sudah pasti ideologi tertentu.

Semua itu sebenarnya merupakan elemen-elemen yang secara alamiah menjadi integral dalam setiap karya film. Melalui film,

seseorang dapat menggali berbagai pesan sosial-budaya yang menjadi kecenderungan dinamika budaya masyarakatnya. Film tidak hanya merepresentasikan realitas subjektif dan imajinasi penciptanya, tetapi juga merefleksikan realitas objektif dari (lingkungan) masyarakat yang menjadi objek garapannya, seperti diungkapkan oleh Noer (1980) sebagai berikut; “Saat ini, saya kira, hanya film satu-satunya kesenian yang paling mampu mewakili (representatif) kompleksitas dan kesemerawutan zaman ini. Dari mulai isi sampai kepada bentuknya film adalah lengkap kesenian zaman ini. Film betul-betul lengkap mewakili kegandrungan kita yang sangat mendasar (radikal) akan hidup alias kebenaran, dan sekaligus juga mewakili nafsu kita hampir tanpa batas. Pertempuran ide dan pertempuran uang ada dalam film. Alam (naluri) dan Mesin bekerjasama dalam film.”

Sebagai sebuah medium massa, film tentunya mewakili pandangan-pandangan, termasuk ideologi serta gagasan, yang dimiliki dan dibawa oleh kelompok tertentu. Film sering dimanfaatkan sebagai alat untuk mendukung propaganda ideologi, pendidikan politik dan hal-hal lain yang menggiring orang untuk menonton, memahami dan menjadi bagian dari propaganda politik tersebut. Menurut Nichols (1976: 25), “*The majority of films in all categories are the unconscious instruments of the ideology... Whether the film is ‘commercial’ or ‘ambitious’, ‘modern’ or ‘traditional’... whether it belongs to the ‘old’ cinema or ‘young’ cinema, it is most likely to be re-hash of the same old ideology.*”

Ideologi memang tidak bisa dipisahkan dari sebuah film. Di setiap film pasti ada kepentingan yang bermain, baik itu kepentingan kekuasaan, negara, korporasi, dan yang lainnya, yang “dipaksakan” kepada para pembuat film untuk membuat negara lain selalu berada pada posisi nomor dua dalam tatanan pergaulan internasional. Ideologi yang dipaksakan kepada negara luar terjadi dalam film-film *Hollywood*. Ideologi tersebut tidak lain adalah ideologi negara adikuasa Amerika

Serikat tempat *Hollywood* berada. Kepentingan AS hampir selalu terakomodir dari film-film produksi *Hollywood*. Ironisnya, kepentingan itu biasanya selalu menganggap orang lain pada posisi nomor dua. Bahkan, tidak hanya sekadar penomorduaan, tapi ada stereotip yang dibangun, misalnya penonjolan *WASP* (*White Anglo-Saxon Protestant*), ketika orang yang berkulit putih, beragama Anglo-saxon, dan beragama Protestan selalu dianggap terbaik dibanding yang lain sebagai oposisi binernya, seperti kulit hitam, bangsa non-Amerika dan agama Islam. Hampir di setiap film *Hollywood* yang menjadi pahlawan biasanya adalah yang berkulit putih, Bangsa Amerika dan beragama Protestan.

Di sini juga ada stereotip yang dibangun, yang bukan *WASP* dianggap nomor dua, terbelakang, bikin masalah, dan stereotip-stereotip lainnya. Representasi orang berkulit hitam dan beragama Islam juga selalu digambarkan secara parsial. Dalam film-film *Hollywood* ras kulit hitam selalu diidentikkan dengan kemiskinan, bikin onar dan lain sebagainya. Begitu juga dengan orang Islam yang selalu dianggap suka kekerasan, dianggap teroris dan berbagai stereotip lainnya. Negara-negara dunia ketiga juga mendapat stereotip jelek, di mana dianggap sebagai negara terbelakang, miskin, dan tidak beradab.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kandungan film-film *box office* terpilih untuk dikaji tema, plot, makna dan pesan yang terdapat di dalamnya. Berdasarkan pada anggapan film tidak beroperasi dalam kekosongan dan sarat dengan ideologi tertentu yang digunakan secara halus untuk menstrukturkan ide-ide pihak dominan kepada masyarakat, maka penelitian ini mencoba memperlihatkan bagaimana aspek ini digunakan untuk mengekalkan stereotip yang sudah ada.

Berdasarkan pemikiran ini, maka pertanyaan penelitiannya, bagaimana Islam digambarkan dalam film-film *box office Hollywood*? Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengkaji, memahami, menganalisis dan

menunjukkan kekeliruan interpretasi dalam medium film, khususnya film-film Amerika, yang mencakup isu-isu agama, budaya, jender dan ras. Secara khusus tujuan penelitian ini yaitu untuk menyoroti tema berkenaan dengan penggambaran Islam dan Muslim secara negatif.

Untuk tujuan ini maka peneliti akan menganalisis 4 (empat) buah film yaitu *Batman vs Superman: Dawn of Justice*; *Avatar: The Last Airbender*; *Robocop 2014* dan *Iron Man 3*. Dengan menggunakan empat bahan sinematik ini, seperti yang disajikan dalam metodologi studi kasus, makalah ini akan menjelaskan bagaimana film-film *Hollywood* berkontribusi terhadap stereotip Muslim yang saat ini sedang bertumbuh.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Ideologi sering diartikan sebagai sebuah gagasan, maupun ide. Dalam ideologi terdapat sebuah pemikiran yang abstrak yang seringkali diterapkan pada berbagai persoalan publik yang pada akhirnya disangkutkan dengan permasalahan politik. Meskipun sebenarnya tujuan utama dibalik ideologi adalah menawarkan perubahan melalui pemikiran normatif.

Ideologi sebagai sistem makna yang membantu menjelaskan dan mendefinisikan realitas dan membantu dalam membuat nilai-nilai pembenaran atas realitas itu. Ideologi terkait dengan konsep-konsep seperti “pandangan dunia”, “sistem keyakinan” dan “nilai-nilai”, namun makna ideologi lebih luas dari konsep-konsep itu.

Istilah ideologi tidak selalu harus bermuatan politik, malahan pada awal kelahirannya ideologi dimaksudkan sebagai kawasan ideasional dalam suatu budaya, yang bersifat objektif dan netral, tidak bersifat menilai baik-buruk. Tetapi dalam perkembangannya dan dalam implementasinya, ideologi mendapat muatan subjektif sehingga tidak lagi bersifat netral tetapi bersifat partisan (Kaplan dan Manners, 2002).

Para pengamat Marx, misalnya, melihat

ideologi dari sudut pandang bahwa kehidupan sosial menentukan kesadaran. Di sini posisi ideologis menjadi dominan karena merupakan fungsi dari posisi kelas yang berkuasa, bahkan seringkali ideologi dipandang sebagai kesadaran palsu (*false consciousness*) dari kelas pekerja atau sebagai strategi hegemoni para elit yang berkuasa (Miller, 2000; Magnis-Suseno, 2001; Little John, 2000).

Dengan demikian, konsep ideologi saat ini seringkali tidak merujuk kepada sebuah konsep yang netral tetapi sangat terkait dengan sistem kekuatan dan dominasi. Kekuatan dan kekuasaan dilihat sebagai kemampuan dari pelaku untuk melakukan campur tangan dalam serangkaian peristiwa yang dapat mengubah wacana orang lain. Hal ini selanjutnya membawa kepada konsep hegemoni.

Hegemoni merujuk kepada sebuah proses kelompok dominan yang memimpin kelompok lain untuk menerima pengabdian sebagai norma; sebuah proses dominasi dari seperangkat ide untuk menggeser atau memilih anggota kelompok lainnya (Littlejohn, 1996). Ideologi dominan mencakup sebuah hegemoni melawan kelompok tak berdaya (Littlejohn, 2000: 217; Miller, 2002: 67). Hegemoni kata Littlejohn (1996: 235) “...is always a fluid process, a contemporary state in a ‘theatre of struggle’.”

Dalam konteks politik, konsep kekuasaan sering ditujukan kepada pihak pemerintah atau partai politik yang berkuasa dengan sebutan elit dominan. Memang kekuasaan sangat dipengaruhi oleh gagasan-gagasan seperti kepercayaan, simbol-simbol, doktrin-doktrin, melebihi yang dapat direalisasikan oleh gagasan tersebut (Dye dan Zeigler, 1986). Setiap gagasan membantu untuk memutuskan siapa memperoleh apa dalam masyarakat, dan membantu untuk menilai atau menustifikasi keluaran atau hasil.

Kekuasaan erat kaitannya dengan penggunaan serta artikulasi kebahasaan. Di dalam suatu teks iklan politik, bahasa merupakan representasi dari hubungan-hubungan sosial, bahkan menjadi ruang bagi penggunaan berbagai kekuatan tertentu.

Bahasa sebagai representasi berperan dalam membentuk jenis-jenis subjek, strategi-strategi dan tema-tema wacana tertentu. Bahasa dan wacana senantiasa terlibat di dalam hubungan-hubungan kekuasaan, terutama dalam proses pembentukan subjek, dan berbagai macam tindakan representasi yang terdapat di masyarakat.

Melalui bentuk bahasa, isi film dapat berfungsi sebagai teks komunikatif dan dapat menunjukkan kekuasaan. Analisis bahasa terhadap teks film tidak akan terlepas dari analisis bahasa. Dengan kata lain bahasa sebagai produk sosial tidak mungkin dapat lepas keterkaitannya dengan unsur-unsur sosial lainnya. Dengan demikian, bahasa mempunyai banyak fungsi sebagaimana bahasa itu terlibat dalam struktur sosial lainnya. Film sebagai bagian dari struktur sosial tidak dapat sama sekali melepaskan diri dari kekuatan-kekuatan di luar institusi bahasa sendiri.

Dalam film, kekuasaan juga sering merepresentasikan diri sebagai pelabelan. Proses pemberian label dapat berlangsung kuat, sehingga para korban yang menerima julukan tidak mampu melawan pengaruhnya. Penjulukan membawa dampak negatif bagi orang yang menjadi korban penjulukan. Dampaknya akan lebih besar lagi bila jika disebarluaskan oleh media. Apalagi jika korban penjulukan merupakan sosok yang tidak berdaya. Penelitian yang dilakukan Moni Storz pada Tahun 1974 (Mulyana, 2001), menunjukkan bahwa ada orang yang semula sehat akhirnya gila karena dijuluki "sakit mental" oleh anggota keluarga, kerabat, dokter, psikiater, dan petugas pusat rehabilitasi mental.

Para pelaku kepentingan mendasarkan diri pada ideologinya yang menjadi kekuatan yang sangat besar dalam memengaruhi dan membentuk karakteristik film. Ideologi dominan ini sering dipaksakan sehingga memengaruhi warna pada isi film yang diartikulasikan secara verbal dan non verbal.

Perspektif teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori kritis dengan pendekatan *Marxist Criticism*. Metodologi

dalam perspektif kritis menggunakan prinsip dialog atau dialektikal, artinya metode yang mengembangkan terjadinya dialog dan dialektika antara peneliti dan sumber data.

Film yang dijadikan bahan pembahasan, yaitu film *Batman v Superman; Avatar: The Last Airbender; Robocop 2014* dan *Iron Man 3*. Berdasarkan objek penelitian yang akan diteliti, penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Tipe penelitian deskriptif merupakan penggambaran pengalaman dan pemahaman berdasarkan hasil pemaknaan terhadap film *Batman v Superman; Avatar: The Last Airbender; Robocop 2014* dan *Iron Man 3*.

Dalam penelitian ini akan digunakan teknik analisis semiotika dari Saussure dan Pierce. Di sini penulis akan melihat kepada hubungan antara tanda-tanda yang terdapat dalam teks film dengan makna yang diacu oleh teks tersebut dengan memerhatikan segitiga makna terutama dalam memaknai setiap simbol. Ada beberapa aspek yang menjadi acuan penting dan konkrit dalam penelitian dengan dimensi-dimensinya yakni (1) konsep cerita, (2) Jenis cerita, (3) artistik (elemen estetik) dan (4) penokohan.

Temuan penelitian merupakan pengetahuan subjektif, yaitu merepresentasikan kondisi subjek penelitian yang tidak didasarkan pada kriteria dan indikator-indikator standar. Peneliti menghubungkan satu teks dengan teks yang lainnya sehingga menemukan makna apa yang tersembunyi dalam teks tersebut. Upaya menghubungkan antar teks didasarkan landasan pemikiran, suatu teks hadir ke permukaan tidaklah begitu saja atau tidak hadir dengan sendirinya tetapi memiliki asal muasalnya dan keterkaitan dengan yang lainnya.

TEMUAN DAN DISKUSI

Potret Islam dalam Film *Avatar: The Last Air Bender*

Walaupun film serial animasi *Avatar: The Legend of Aang* mengusung isu lingkungan hidup, tetapi dalam film layar lebar *Avatar: The Last Airbender*, isu ini seolah bergeser menjadi, atau diikuti oleh, isu tentang ras dan etnik.

Dalam film animasi serial Avatar, misalnya, rakyat Kerajaan Bumi digambarkan memiliki rambut yang berwarna coklat maupun hitam dalam beragam bentuk. Beberapa pria memakai topi dan memelihara janggut maupun kumis. Warna kulit mereka seperti perpaduan antara putih dan sawo matang, dan mereka memiliki mata yang berwarna hijau atau coklat. Mereka biasanya memakai pakaian berwarna hijau, hijau-kuning, atau coklat, dan terlihat memakai atribut lain dengan warna yang berbeda.

Di kota Ba Sing Se, pakaian dan gaya rambut para wanita kelihatan mirip dengan orang Manchu di Cina selama masa Dinasti Qing. Begitu juga para pria, mereka menggunduli kepala hanya setengah dan memelihara kunci di belakang kepalanya. Pakaian para Dai Li mirip dengan pakaian pengawal dari Cina. Raja Bumi terlihat masih muda seperti halnya para raja Cina saat pemerintahan oleh suku Manchu.

Kendati demikian, dalam film layar lebar *Avatar: The Last Airbender*, masyarakat Kerajaan Bumi digambarkan sebagai sebuah bangsa yang terbelakang, kumuh dan miskin. Pakaian mereka tampak kumal. Mereka digambarkan bermata sipit, dan berkulit kuning. Penggambaran seperti ini mengesankan bahwa orang-orang Asia merupakan orang-orang yang masih terbelakang atau belum berkembang, dan dianggap belum mampu melepaskan diri dari belenggu kemiskinan serta dari dominasi bangsa lain.

Dalam serial animasi, Bangsa Pengembara Udara biasa terlihat memakai pakaian kuning, jingga, dan cokelat. Kebanyakan pengembara udara memiliki mata berwarna abu-abu atau cokelat dan cerah berseri-seri. Bangsa Pengembara Udara memiliki rambut cokelat tua yang alami. Tetapi dalam versi layar lebar, para pengembara udara ini digambarkan berkulit putih dan berwarna biru. Tokoh Aang, misalnya, digambarkan sebagai seorang bocah berkulit putih dan bola matanya berwarna biru. Penggambaran seperti ini menyiratkan bahwa ras kulit putih atau orang-orang barat merupakan ras dan etnik unggulan, yang memiliki niat baik untuk memperbaiki kehidupan. Hal yang

sama juga terjadi ketika ada pergeseran dalam penggambaran Suku air. Dalam film layar lebar *Avatar: The Last Airbender*, Suku Air digambarkan sebagai orang berkulit putih, padahal karakter aslinya berkulit gelap.

Pemilihan aktor berkulit putih untuk menggambarkan karakter berkulit gelap memicu kontroversi dan tuduhan rasisme terhadap studio dan agensi yang melakukan audisi. Rasisme adalah suatu sistem kepercayaan atau doktrin yang menyatakan bahwa perbedaan biologis yang melekat pada ras manusia menentukan pencapaian budaya atau individu – bahwa suatu ras tertentu lebih superior dan memiliki hak untuk mengatur ras yang lainnya.

Tidak hanya itu, penggambaran bangsa Negara Api pun terjadi pergeseran dari film animasi ke film layar lebar. Dalam serial animasi, mereka digambarkan sebagai orang yang berkulit kuning agak coklat, bermata coklat dan agak sipit. Umumnya kepala mereka setengah gundul mirip orang-orang Manchuria. Tetapi dalam film layar lebar, karakter fisik mereka digambarkan sebagai orang-orang yang berwarna agak sawo matang, dengan rambut ikal, matanya berwarna coklat, dan dengan bentuk hidung mancung agak besar.

Secara rasial, penggambaran bangsa Negara Api dalam film layar lebar *Avatar: The Last Airbender* lebih mengarah kepada orang-orang Arab atau Timur Tengah. Secara etnisitas, penggambaran ras yang kearab-araban ini dapat dikaitkan dengan isu agama, yaitu Islam, karena Islam berasal dari Negara Arab, dan umumnya orang Arab memeluk Islam. Dengan demikian terkesan bahwa film tersebut ingin menyampaikan pesan bahwa bangsa Arab khususnya, dan masyarakat Islam umumnya, merupakan bangsa yang biadab yang selalu berbuat kerusakan.

Potret Islam dalam Film *Iron Man 3*

Dalam seri ketiga film *Iron Man 3* ini juga terdapat simbol-simbol bernuansa Islam yang dijadikan target dan dihantam dengan tujuan untuk memperburuk citra Islam di mata masyarakat. Berikut ini sejumlah adegannya:

Tony Stark melakukan perjalanan ke Afghanistan untuk memperagakan garis rudal barunya. Setelah *showcase* yang mengesankan, pasukannya disergap oleh sekelompok militan Arab. Adegan ini cukup untuk mengasosiasikan penjahat dengan kelompok Islam militan. Memecahkan karakter dan kelompok Iron Man, kita dapat mengungkapkan nada-nada film Islamofobia film.

Bahkan ketika pihak militer mengirim Iron Patriot ke Pakistan untuk menyelidiki titik asal siaran Mandarin yang dicurigai, Iron Patriot mendobrak pintu sebuah pabrik. Ia melihat sebuah ruangan penuh dengan perempuan berjilbab hitam sedang bekerja di mesin jahit. Iron Patriot pun melaporkan kembali ke atasannya dengan gaya lelucon: "*Kecuali serangan Mandarin berikutnya ke AS melibatkan pakaian olahraga yang dibuat dengan murah, saya pikir Anda salah lagi.*"

Adegan ini tidak lebih dari mendukung stereotip wanita Muslim. engecilkan karakter perempuan yang kuat dan mengandalkan stereotip perempuan Muslim sebagai sosok yang bermasalah, hanya melanggengkan sikap negatif dan asumsi yang salah.

Film *Hollywood* sering mengorientasikan atau menjelekkkan karakter wanita Muslim sebagai orang yang terpinggirkan - dengan menciptakan adegan dengan wanita yang diselimuti warna hitam hanya untuk menggambarkan "sosok yang asing, yang lain dari yang lain" atau wanita yang tertindas adalah oleh "orang jahat."

Hanya dalam dua puluh detik, film ini berhasil mencapai hampir semua stereotipe dan membangun ketakutan tentang wanita Muslim yang bisa dibayangkan, termasuk: Wanita Muslim perlu diselamatkan, wanita Muslim dan Pakistan mudah dihomogenisasi, wanita Muslim ditindas, wanita Muslim adalah teroris, wanita Muslim anonim alat peraga, wanita Muslim tidak bersuara

Secara terang dan jelas, film seri ketiga *Iron Man* menyebutkan, orang yang meraka sebut teroris adalah seperti Thaliban, Ikhwanul Muslimin (IM) dan Al Qa'idah serta mereka

yang berperan serupa. Selain itu musuh bebuyutan Amerika dalam hal ekonomi yakni Cina, turut dihantam.

Berpakaian seperti Genghis Khan modern, dikelilingi oleh Kalashnikov yang menggunakan anak buahnya dari Bangsa Arab, *The Mandarin* menjadi sosok yang diajarkan oleh Amerika untuk ditakuti. Tokoh-tokoh seperti bin Laden dan kelompok-kelompok yang dipimpinya selalu digambarkan sebagai milisi yang hidup di gurun pasir dan menjadi sumber kejahatan yang sangat kuat.

Potret Islam dalam Film *RoboCop 2014*

Dalam film *Robocop 2014*, simbol-simbol Islam begitu kentara, mulai dari peci, jilbab hingga bahkan ucapan takbir "Allahu Akbar". Dalam pembukaan film kontroversial *Robocop 2014* tersebut, pasukan Amerika dengan luasannya melakukan pelecehan terhadap perempuan yang dihias dengan jilbab yang secara jelas mereka melecehkan model jilbab syar'i dengan model kerudung gaul. Ternyata model kerudung gaul adalah hasil budaya barat. Dalam menit-menit awal film tersebut, wanita yang dihias dengan gaya jilbab gaul itu dilkenakan tindakan *screening* untuk melihat apakah ia membawa senjata ataukah tidak.

Setelah itu, ada juga beberapa sosok tak dikenal yang akan melakukan tindakan bom bunuh diri. Begitu santernya musuh-musuh Islam melakukan propaganda. Dalam rangka mengebiri jihad, mereka membuat skenario bom bunuh diri di depan televisi yang sedang meliput proses pemindaian rutin oleh militer robot tersebut.

Saat perencanaan bom bunuh diri tersebut, ada dialog yang cukup menggelitik. Ketua pelaksana bom bunuh diri tersebut mengatakan kepada anggotanya, tujuan mereka melakukan bom bunuh diri itu adalah agar direkam oleh kamera dan dipandang sebagai pejuang, seperti dapat disimak dalam percakapannya sebagai berikut, "*Rencana kita bukanlah membunuh mereka. Tujuannya ialah mati di televisi.*"

Alangkah malangnya Amerika hingga membuat skenario seburuk itu. Syari'at jihad

pun dicitrakan sebagai tindakan yang hanya mencari popularitas belaka. Tampaknya, skenario ini terasa cukup berhasil menggiring opini masyarakat kaum Muslimin terutama yang belum paham hakikat jihad.

Lebih jauh lagi, masih dalam serangkaian pelecehan terhadap Islam, ada sosok pemuda dalam film tersebut yang dengan lantang meneriakkan takbir, “*Allahu Akbar.. Allah Akbar*,” sambil melakukan penyerangan terhadap robot buatan Amerika itu. Begitulah Islam selalu menjadi objek pelecehan yang terselipkan dalam berbagai film-film buatan barat.

Potret Islam dalam Film *Batman vs Superman: Dawn of Justice*

Di 20 menit pertama film ini memperlihatkan orang Islam dengan memakai peci (sorban) dan sejenisnya dengan memakai senjata, cerita itu saat Louis Lane (pacar dari tokoh Superman) mewawancarai orang Islam di sebuah gurun, dan bertanya, “*Apakah anda teroris?*” Masalahnya muncul pada menit ke-12 ketika muncul adegan sejumlah pria yang memakai jubah dan peci putih sedang memegang senjata dan juga menyandera seorang perempuan. Ternyata mereka yang memakai jubah dan peci tersebut digambarkan sebagai teroris. Sudah diprediksi apa yang terjadi, dalam adegan tersebut mereka terlibat baku tembak dengan tentara, yang pada gilirannya datang Superman menyelamatkan sandera.

DISKUSI

Liputan media terkait isu-isu Islam telah berubah secara dramatis sejak awal milenium baru, baik dalam kuantitas maupun kualitas. Peristiwa 11 September 2001, mendorong Islam ke dalam garis depan media global; tidak hanya cakupan Islam yang secara drastis meningkat, terutama di media berita dan hiburan, tetapi cara di mana Islam dijebak oleh media juga berubah. Bahkan sebelum serangan teroris 9/11 di *World Trade Center* dan *Pentagon*, Muslim Amerika, Timur Tengah dan di penjuru dunia lainnya menghadapi stereotip tentang budaya

dan agama mereka. Sejumlah film *Hollywood* dan acara televisi menggambarkan orang-orang Islam sebagai penjahat, jika bukan teroris langsung.

Penjulukan membawa dampak negatif bagi orang yang menjadi korban penjulukan. Dampaknya akan lebih besar lagi bila jika disebarluaskan oleh media. Apalagi jika korban penjulukan merupakan sosok yang tidak berdaya. Menurut Teori penjulukan (*labelling theory*), proses pemberian label dapat berlangsung kuat, sehingga para korban yang menerima julukan tidak mampu melawan pengaruhnya (Mulyana, 2001).

Begitu juga “Perang Melawan Terorisme” pimpinan Amerika yang merupakan perpanjangan tangan dari penjulukan yang dibuatnya menyebabkan peningkatan Islamophobia (ketakutan atau kebencian terhadap Islam) di seluruh dunia. Peningkatan Islamophobia ini pada gilirannya tercermin dalam cara media, khususnya film-film *Hollywood*, merepresentasikan stereotip populasi Muslim. Selain itu, *Hollywood* telah banyak menggambarkan orang-orang Arab sebagai Muslim, tapi mengabaikan sejumlah besar orang Arab Kristen yang tinggal di Amerika Serikat dan Timur Tengah. Harus diakui jika film-film *Hollywood* merupakan medium penting dalam membentuk perspektif budaya dan hegemoni Islam serta Muslim. *Hollywood* sering menggambarkan Islam secara negatif.

Gambaran tentang penggambaran negatif Islam sepanjang sejarah *Hollywood* ini akan dibahas dengan mengadopsi teori yang dikembangkan oleh Jack Shaheen. Gagasannya Jurgen Habermas tentang ideologi ruang publik akan digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan yang dimainkan oleh media dalam sistem sosial modern yang telah berkontribusi pada representasi tentang umat Islam. Sedangkan penggunaan media sebagai kendaraan yang mempromosikan dan membangun identitas sosial akan dieksplorasi melalui konsep identitasnya Stuart Hall.

Shaheen mengidentifikasi empat stereotip

dalam menggambarkan orang Muslim dalam film-film *Hollywood*. Empat stereotip yang mendominasi bioskop pasca 9/11 meliputi: a) sangat kaya; b) maniak seks; c) barbar dan kasar; dan, 4) mereka yang bersenang-senang dalam aksi terorisme (Shaheen, 2009). Semua stereotip ini berfungsi dalam melanggengkan representasi palsu orang-orang Arab sebagai sebuah kelompok. Shaheen (2009) menyatakan, “*Arabs remain the most maligned group in the history of Hollywood. Malevolent stereotypes equating Islam and Arabs with violence have endured for more than a century...Arab=Muslim=Godless Enemy.*” Cara bagaimana perlakuan yang merendahkan itu dilakukan dapat disamakan dengan sikap Jerman pra-Nazi melawan Yahudi. Menurut Shaheen pada saat itu orang-orang Yahudi dilihat sebagai sosok yang gelap, bermata licin, korup dan sama sekali berbeda. Keadaan yang sama ini dianggap dihadapi oleh orang Arab (di Amerika) saat ini.

Shaheen (2001) menambahkan, Hollywood telah melabeli umat Muslim, yang *notabene* dikaitkan dengan Arab, sebagai agama fanatik yang brutal, tak berperasaan, tidak beradab dan budaya gila uang yang bertekad untuk meneror orang-orang Barat yang beradab. Pendapat ini dikuatkan oleh Edward Said (dalam Canas, 2008) yang menggambarkan Muslim sebagai inferior, pra-modern dan berkenaan dengan kekerasan. Film *Iron Man 3*, *RoboCop 2014*, dan *Batman v Superman: Dawn of Justice*, secara jelas mengidentifikasi beberapa representasi Muslim pasca 9/11 yang mendukung teori-teori pemfitnahan terhadap Muslim. Stereotip terhadap Muslim ini didorong oleh xenophobia masyarakat yang membangun hegemoni di sekitar Islam.

Stereotip Islam yang paling umum adalah pemberontak Muslim radikal, yang cenderung melancarkan jihad, atau perang suci, melawan Barat. Stereotip ini biasanya mewakili kekerasan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari menjadi Muslim, serta agama sebagai pembenaran untuk tindakan kekerasan. Contoh stereotip semacam ini dapat dilihat

secara jelas dalam film *RoboCop 2014* dan *Batman v Superman: Dawn of Justice*.

Karim (2003) menyimpulkan, “media *mainstream...* adalah saluran penting untuk komunikasi hegemonik dan biasanya berfungsi sebagai instrumen rekayasa konsensus.” Dengan demikian, representasi tentang Muslim di *Hollywood* berulang. Akibatnya, fitnah terhadap kaum Muslim di media film menunjukkan hubungan yang saling terkait antara budaya, identitas, kekuasaan dan media yang membangun perspektif hegemonik.

Media berdiri sebagai kekuatan pendorong di belakang ideologi yang membentuk dan mengubah representasi Islam di dalam ruang publik. Menurut Said (1985), Islam oleh barat dibentuk sedemikian rupa untuk menutupi segala sesuatu yang paling tidak disetujui dari sudut pandang rasionalitas beradab dan Barat.

Hubungan antara kekuasaan, budaya, media dan representasi disorot oleh Morley dan Chen (1996, h. 85) yang menyatakan, “*culture is the way the social relations of a group are structured and shaped; but it is also the way those shapes are experienced, understood and interpreted.*” Jadi, hubungan ini secara signifikan berkaitan dengan konsepnya Habermas yang menggambarkan keterbatasan media untuk menyesuaikan diri dengan ideologi-ideologi (Rutherford, 2000). Film *Avatar: The Last Air Bender* mengidentifikasikan peran media ini dalam sebuah adegan yang melibatkan empat suku (suku air, angin, bumi dan api), dengan mengidentifikasikan dan mengandalkan ideologi budaya yang dominan dari suku api (yang diidentikkan dengan bangsa kearab-araban *c.q.* Muslim).

Stereotip rasial media dari orang-orang Timur Tengah ini terkadang menghasilkan konsekuensi yang tidak menguntungkan, termasuk kejahatan kebencian, pemprofilan ras, diskriminasi dan penindasan. Selain diidentifikasikan sebagai Muslim dalam film dan televisi, orang Arab sering ditampilkan sebagai orang asing dalam produksi *Hollywood*.

Media hampir selalu menggambarkan orang Arab dan Arab Amerika, sebagai Muslim,

padahal kebanyakan orang Arab Amerika mengidentifikasi diri sebagai orang Kristen dan hanya 12 persen yang Muslim. Sensus tahun 2000 (data terbaru tentang populasi Arab Amerika) menyatakan, hampir setengah orang Arab Amerika dilahirkan di AS dan bahwa 75 persen berbahasa Inggris dengan sangat baik, tetapi Hollywood berulang kali menggambarkan orang Arab sebagai orang asing dengan aksen berat dan aneh.

Kalau bukan teroris, karakter Arab di film-film *Hollywood* dan acara televisi sering digambarkan sebagai sheiks minyak. Mereka sering digambarkan sebagai sosok yang berhidung besar dan mata jahat. Charles E. Butterworth, seorang profesor tamu politik Timur Tengah di Universitas Harvard, mengatakan kepada *Times* bahwa orang Barat telah menstereotipkan orang Arab sebagai barbar sejak zaman Perang Salib.

Representasi dominan wanita Muslim dalam Film *Iron Man 3*, *RoboCop 2014* adalah mereka semua merupakan individu yang ditekan dan dikendalikan yang harus mengikuti perintah suami mereka dan diwajibkan untuk mengikuti aturan dan fungsi yang ketat dan konservatif dalam masyarakat. Keadaan ini didukung oleh Allen (1997, h.27) yang menyatakan “*many women are under such complete male domination that they do not even control their own bodies or sexuality... and are not allowed to hold positions of social, political, or economic power.*” Perempuan Muslim sering ditampilkan sebagai korban pasif dari kekuasaan laki-laki.

Media kadang-kadang mengkritik Islam karena memarginalisasi perempuan dan karena memberikan jumlah kekuasaan yang tidak proporsional kepada laki-laki. Islam sering digambarkan sebagai ajaran yang tidak memberikan kesetaraan kepada kaum perempuan, dan yang tidak pernah memberikan hak-hak perempuan sebagaimana mestinya, yang dinilainya tidak sesuai dengan kebebasan beragama. Sebagai hasil dari penggambaran ini, kata-kata yang paling umum digunakan untuk menggambarkan wanita Muslim oleh dunia perfilman (termasuk wartawan dan politisi)

adalah ‘dipisahkan’, ‘dipukuli’, ‘penghinaan’, ‘cadar’, ‘kebebasan’, ‘agama’, ‘kebencian’, ‘hak asasi manusia’ dan ‘ekstremisme’. Dalam Film *Iron Man 3*, *RoboCop 2014*, wanita Muslim digambarkan sebagai korban kekerasan dalam rumah tangga laki-laki.

Harus diakui jika selama ini *Hollywood* telah menggambarkan para wanita Arab khususnya, wanita muslim umumnya, secara sempit. Selama beberapa dekade, wanita keturunan Timur Tengah telah digambarkan sebagai penari perut berpakaian minim, dan perempuan harem atau sebagai perempuan pendiam yang diselimuti cadar. menurut situs web *Arab Stereotypes*, penari perut dan wanita berjilbab menyuarakan perempuan Arab. “Wanita berjilbab dan penari perut adalah dua sisi dari koin yang sama,” kata situs itu. Penari perut merupakan kode budaya Arab yang eksotis dan seksual. Penggambaran perempuan Arab sebagai sosok seksual menjadi sesuatu untuk kesenangan laki-laki. Di sisi lain, jilbab telah menjadikan keduanya sebagai situs intrik dan sebagai simbol utama penindasan. Sebagai situs intrik, cadar telah direpresentasikan sebagai zona terlarang yang mengundang penetrasi laki-laki.”

Penggambaran seperti ini telah ada sebelumnya. Film seperti *Arabian Nights* (1942), dan *Ali Baba and the Forty Thieves* (1944), misalnya, merupakan beberapa film yang menampilkan wanita Arab sebagai penari berjilbab. Ketika *Disney* merilis film *Aladdin* (1992), kelompok Arab Amerika menyuarakan kemarahan mereka atas penggambaran karakter Arab. Pada menit pertama diperlihatkan adegan ketika Aladdin melantunkan “*from a faraway place, where the caravan camels roam, where they cut off your ear if they don't like your face. It's barbaric, but hey, it's home*” (dari tempat yang jauh, di mana unta kafilah berkeliaran, di mana mereka memotong telinga Anda jika mereka tidak menyukai wajah Anda. Itu biadab, tapi hei, itu rumah).

Tetapi dalam rilis video dari film tersebut *Disney* mengubah lirik lagu pembuka *Aladdin* setelah kelompok Arab Amerika mengancam versi aslinya sebagai stereotip. Memang lagu

tema bukanlah satu-satunya masalah yang dihadapi kelompok advokasi Arab dengan film ini. Ada juga adegan di mana seorang pedagang Arab memegang tangan seorang wanita karena mencuri makanan untuk anaknya yang kelaparan.

Contoh lainnya, ketika raksasa minuman *Coca-Cola* memulai debutnya di sebuah iklan selama *Super Bowl 2013*, yang menggambarkan orang-orang Arab yang mengenakan unta di gurun. Tetapi penggambaran ini membuat kelompok-kelompok Arab Amerika jauh dari senang. Representasi ini sebagian besar sudah ketinggalan jaman, sama seperti penggambaran umum Amerika mengenai penduduk Asli Amerika sebagai orang-orang lekat dengan cambuk dan cat perang di wajah, dan yang selalu melintasi dataran.

Jelas unta dan gurun dapat ditemukan di Timur Tengah, tetapi penggambaran orang-orang Arab ini telah menjadi begitu melekat dalam kesadaran publik bahwa itu stereotip. Dalam iklan *Coca-Cola* ini orang-orang Arab berada di belakang ketika mereka bersaing dengan gadis-gadis dari Vegas, koboi dan yang lainnya, yang menggunakan moda transportasi yang lebih nyaman untuk mencapai botol raksasa *Coke* di padang pasir. Stereotip ini telah membentuk opini publik tentang Islam, sehingga mayoritas orang menganggap Muslim itu asing dan aneh. Pada gilirannya, mereka beranggapan Islam merupakan ancaman bagi budaya Barat dan umat Islam dianggap berbeda dari anggota masyarakat Barat. Penggolongan kaum Muslimin seperti ini sama halnya dengan penggambaran masyarakat yang memvalidasi konsep hegemoni yang “...equates with domination of a single power over others... that is devoid of any ideational content” (Haugaard & Lentner, 2006, h.216).

Hall (1997) mendefinisikan representasi sebagai intrinsik terhadap inti budaya melalui produksi makna melalui bahasa, wacana dan citra. Citra tradisional masyarakat Muslim telah didasarkan pada landasan yang dibangun oleh *Hollywood* dan media yang telah menggambarkan umat Islam dalam cahaya

negatif yang membentuk ide-ide hegemonik Islam saat ini. Terbukti, media telah menjadi pengaruh utama dari gagasan xenophobia yang dimiliki masyarakat Barat terkait dengan Islam. Xenofobia ini merupakan perwakilan dari ideologi umum yang ada dalam ruang publik.

Dengan demikian, stereotip tentang Islam yang dipaparkan dalam film layar lebar *Batman v Superman: Dawn of Justice*; *Avatar: The Last Airbender*; *Robocop 2014* dan *Iron Man 3* adalah turunan dari kemampuan media untuk menemukan isu-isu sensitif yang meresap di sekitar rasa takut masyarakat untuk membentuk ideologi umum yang menjadi kekuatan yang sangat besar dalam memengaruhi dan membentuk karakteristik masyarakat.

SIMPULAN

Film layar lebar *Batman v Superman: Dawn of Justice*; *Avatar: The Last Airbender*; *Robocop 2014* dan *Iron Man 3*. merupakan sebuah contoh penyimpangan karya seni. Kegagalan para pembuat film untuk mentransformasikan makna spiritualitas ke dalam sebuah alur cerita yang menarik serta simbol-simbol yang tidak melanggar kaidah moralitas merupakan akibat ketidakmampuan mereka dalam memadukan antara unsur estetika, metafisika dan logika. Ketiga faktor ini sering digarap secara terpisah dan serampangan atau disatukan begitu saja. Akibatnya banyak adegan yang saling berbenturan satu sama lainnya, misalnya, di satu sisi mereka mengedepankan semangat spiritual dan moral, tetapi di lain sisi dominasi rasial dan etnisitas ditonjolkan.

Dari kacamata seni, barangkali penyimpangan tersebut dapat dimengerti, karena karya seni berkaitan dengan masalah selera dan intuisi. Ia dapat diciptakan, dipelihara atau dibentuk ulang sesuai dengan keinginan, suasana hati dan imaji penciptanya, sehingga membuatnya dapat bergerak bebas. Tetapi masalahnya sekarang adalah seni yang menggunakan simbol-simbol ideologis untuk tujuan komersial. Jadi yang diutamakan hanya bentuk dan aromanya, bukan hakekat atau substansinya.

Masalah ini menjadi contoh betapa media memiliki kekuatan untuk menciptakan citra realitas (*image of reality*) bagi pemirsanya. Citra merupakan gambaran yang oleh Lipmann (Bungin, 2001) disebut sebagai *picture in our heads* (gambaran dalam benak). Jadi media memiliki kemampuan tertentu dalam menciptakan citra realitas tertentu, baik berkenaan dengan manusia, benda atau peristiwa yang terjadi.

Media massa merupakan pintu gerbang kedua, setelah pendidikan formal, yang juga memiliki andil besar dalam membentuk pemikiran masyarakat. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika saat ini media menjadi ajang berbagai pertarungan seperti pertarungan politik, ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya.

Media juga dapat berfungsi sebagai sublimasi atau sebagai katarsis dari suatu kejadian. Sebagai sublimasi dari suatu kejadian maka yang dipentingkan adalah makna dari pesan yang disampaikan, sedangkan sebagai katarsis dari suatu kejadian maka yang dipentingkan adalah bentuk bukan isi. Karena umumnya para kreator media lebih mengutamakan bentuk daripada makna, maka misi pencerahan ruhani hampir terlupakan dan cenderung lebih menekankan kepada aspek hiburan. Akibatnya mereka melupakan pesan moral dan spiritual yang merupakan kewajiban media untuk menyampaikannya ke tengah pemirsa yang semakin kehilangan makna.

Kenyataan lain juga menunjukkan, para elit kapitalis media ini telah mengambil alih kekuatan dalam mengonstruksi sebuah realitas sosial. Langkah ini dilakukan melalui penguasaan kapital dan menebarkan dominasi hegemoninya serta pelebaran sayapnya melalui produk-produk mereka. Tujuannya tidak lain adalah pencarian keuntungan sebesar-besarnya dan menjaga kelangsungan hidup bisnisnya di masa yang akan datang.

Konstruksi sosial oleh media merupakan bagian dari hegemoni pemodal (pemilik) dan para praktisi media terhadap masyarakat pemirsa. Hegemoni elit industri media ini dapat dilihat ketika konstruksi realitas sosial melalui

media, secara langsung atau tidak langsung telah mengonstruksi masyarakat tentang diri dan kebutuhannya. Dengan kata lain, teks-teks media ini, yang diproduksi secara terus menerus, telah menyebabkan masyarakat berada dalam kebutuhan konsumerisme. Pada gilirannya masyarakat semakin teralienasi dari lingkungannya. Begitu juga masyarakat Muslim menjadi teralienasi dari agama serta lingkungannya. Alienasi ini akhirnya memperbesar penyimpangan perilaku yang banyak bermunculan di masyarakat.

Sebab itu tidak sedikit orang yang memandang secara sinis dan pesimis terhadap produk-produk kapitalisme seperti itu. Bahkan kelompok Marxis sendiri mencap orang-orang seperti ini sebagai kelas pemilik atau kelas menengah yang melakukan eksploitasi terhadap media untuk mempromosikan dan mempertahankan kepentingannya atas tanggungan 'kematian' masyarakat (O'Sullivan *et al.*, 1994). Atau seperti disindir oleh Nikolai Gogol, sebagai orang-orang yang hidup dari 'jiwa-jiwa mati'. Begitu juga tampaknya jiwa-jiwa mati para kapitalis ini hanya dapat dihidupkan dengan uang.

Tampaknya para pemilik media, dilatarbelakangi dengan ideologi kapitalismenya, lebih menyukai untuk menggarap budaya populer daripada memunculkan gagasan-gagasan yang konstruktif. Para elit media ini pun barangkali beranggapan masalah kreativitas dan dampak sosial tidak terlalu mendesak atau relevan selama mereka tetap untung. Lagi pula pada umumnya masyarakat menerima apa pun yang disajikan oleh media sejauh apa yang mereka nikmati terasa menghibur.

Tidak mengherankan jika kapitalisme sering dituding sebagai biang keladi kejahatan. Dalam hal ini kejahatan yang dilakukan oleh para elit kapitalis media terhadap umat manusia yaitu menghambat dan mengabaikan hak-hak pemirsa untuk mendapatkan pemahaman terhadap konsep kehidupan secara benar.

Seharusnya para elit kapitalis media ini berperan dalam membentuk sebuah kultur

yang dapat melahirkan harmonisasi antara alam dengan kehidupan masyarakat, dan antar masyarakat dalam kehidupannya. Media selain harus memunculkan gagasan-gagasan yang konstruktif, ia juga harus mampu menciptakan iklim pembangunan yang kondusif yang dapat mendorong masyarakat untuk berpartisipasi sosial aktif dalam setiap proses perubahan. Mustahil negara dan bangsa akan sejahtera jika media massa tidak turut menjaga keseimbangan kehidupan masyarakat. Bagaimana pun masyarakat membutuhkan kepuasan, rasa aman, kasih sayang, motivasi, inspirasi, informasi dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, NR 1997, *Islam and women's rights*, Free Enquiry, vol. 17, no. 4, p.27.
- Bungin, Burhan. 2001. *Imaji Media Massa: Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi*. Yogyakarta: Jendela.
- Canas, S 2008, 'The Little Mosque on the Prairie: Examining (multi) cultural spaces of nation and religion', *Cultural Dynamics*, vol. 20, no. 3, pp. 195-211.
- Dines, Gail. & Jean M. Humez. 2011. *Gender, Race and Class in Media: A Text Reader*. London. Sage Publications Inc.
- Dye, Thomas R. & Zeigler. 1986. *American Politics in the Media Age*, second edition, California: Brooks/Cole Publishing Company,
- Fiske, John. 1992. *Introduction to Communication Studies*, 2nd edition. London and New York: Routledge.
- Giddens, Anthony. 1986. *Central Problems in Social Theory: Actions, Structure and Contradictions Analysis*, Bekerly and Los Angeles: University California Press.
- Hall, S 1997, *Representation: Cultural representations and signifying practices*, Sage Publications, London.
- Hall, Stuart. 1966. Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post-Structuralist Debates. Dalam *Cultural Studies and Communications*. Edited by James Curran, David Morley and Valerie Walkerdine. London: Arnold.
- Haugaard, M & Lentner, HH (eds.) 2006, *Hegemony and power: Consensus and coercion in contemporary politics*, Lexington Books, Lanham.
- Kaplan, David dan Albert A. Manners. 2002. *Teori Budaya*. Terjemahan Landung Simatupang. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Karim, KH 2003, *Islamic Peril: Media and global violence*, Black Rose Books, London.
- Littlejohn, Stephen E. 1996. *Theories of Human Communication*. Belmont California: Wadsworth Publishing Company.
- Littlejohn, Stephen E. 2000. *Theories of Human Communication*. Albuquerque, New Mexico: Wadsworth, Thomson Learning.
- Magnis-Suseno, Frans. 1991. *Pemikiran Karl Marx*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Morley, D & Chen, KH (eds.) 1996, *Stuart Hall critical dialogues in cultural studies*, Routledge, New York.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Nuansa-nuansa Komunikasi. Meneropong Politik Dan Budaya Komunikasi. Masyarakat Kontemporer*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- O'Sullivan, Tim., Brian Dutton, Philip Rayner. 1994. *Studying the Media: An Introduction*, London: Edward Arnold.
- Rutherford, P 2000, *Endless Propaganda: the advertising of public goods*, University of Toronto Press, Toronto.
- Said, E 1985, *Covering Islam*, Routledge & Kegan Paul, London.
- Shaheen, J. 2009. *Reel bad Arabs: How Hollywood vilifies a people*. Olive Branch.
- Shaheen, J. G. 2008. *Guilty: Hollywood's verdict on Arabs after 9/11*. Performing Arts.
- Shaheen, JG 2001, *Reel Bad Arabs*, Olive Branch Press, New York.