

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penggunaan media sosial sering kali menjadi ajang individu untuk mengumbar kekayaannya, dengan melakukan kegiatan berfoya-foya seperti *shopping*, *clubbing*, berkumpul ria, dan lain-lain. Dalam melakukan kegiatan tersebut, mereka dapat memuaskan kesenangan yang ada pada dirinya. Kegiatan berfoya-foya yang menginginkan kesenangan pada diri sendiri identik sebagai gambaran gaya hidup hedonis.

Gaya hidup hedonis sering kali diartikan kenikmatan, kesenangan terhadap apa yang dilakukan oleh individu. Mereka menganggap bahwa sesuatu yang baik ketika melakukan kesenangan dalam hidupnya terpenuhi, sebaliknya jika kesenangan dalam hidupnya tidak terpenuhi, akan dianggap buruk. Tujuan hidup bagi penganut hedonis hanya untuk menyenangkan dirinya.

Hedonis sering kali dikaitkan dengan sifat boros yang suka menghamburkan uang serta hanya memikirkan kebahagiaan di dunia. Seseorang yang menganut gaya hidup hedonis lebih menyukai kegiatan yang menyenangkan hidupnya daripada kegiatan yang dianggap tidak berfaedah seperti kegiatan sosial. Pusat perhatian menjadi keinginan kaum hedonis, serta waktu luang digunakan untuk bermain, dan memiliki ruang lingkup pertemanan yang sama.

Seseorang yang menerapkan pola gaya hidup hedonis secara terus-menerus akan mengarah kepada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering

kali diidentikkan dengan kegiatan yang membeli barang hanya berdasarkan keinginan saja bukan kebutuhan. Mereka cenderung menghabiskan uang untuk saat ini, tidak memikirkan penggunaan uang tersebut untuk jangka panjang. Terlihat dari unggahan di media sosial yang memamerkan dirinya seperti melakukan berkumpul ria, *shopping*, *clubbing* yang menjadi konsumsi sehari-hari dalam kehidupannya.

Kekayaan yang didapatkan oleh penganut kaum hedonis bukan berasal dari proses kerja keras, namun didapatkan secara instan. Gaya hidup hedonis menjangkit semua kalangan terutama bagi masyarakat modern untuk terlihat hidup mewah, berfoya-foya, dan sebagainya demi aspek kesenangan diri. Hedonis sering kali diangkat oleh media massa, sesuai dengan fungsi dari media massa yaitu sebagai penyebar informasi yang berisikan tentang kehidupan glamor.

Film menjadi bagian dari media massa, baik secara langsung maupun tidak langsung menyalurkan sebuah budaya baru seperti hedonis. Film disusun menjadi satu kesatuan yang berisikan suatu pesan untuk mempengaruhi tingkah laku hingga cara berkomunikasi antar satu dengan yang lainnya. Kekuatan film dapat menjangkau berbagai kalangan sehingga memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak.

Gaya hidup hedonis sering kali digambarkan dalam film, dilihat dari para pemainnya yang menggunakan teknologi canggih, seperti merek ternama yaitu *Apple*. Tidak hanya teknologi, penggunaan pakaian, aksesoris, kendaraan yang mengarah gaya hidup hedonis. Pengaruh ini akan menimbulkan peniruan atau

imitasi. Jika peniruan film tersebut tidak sesuai dengan norma, akan berdampak negatif dalam kehidupan.

Film sebagai media massa memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Tujuan penonton dalam menonton film ingin merasa terhibur, selain berfungsi memberi hiburan, film juga memiliki fungsi bersifat informatif, edukatif, dan persuasif. Penonton juga akan memperoleh pesan moral dari film yang ditonton (Ruliana dan Puji, 2019:168).

Film bersifat audio visual dengan menggabungkan suara dan gambar, sama dengan televisi. Namun, keduanya memiliki perbedaan dalam proses komunikasinya bersifat mekanis atau non-elektronik, sedangkan dalam fungsinya bersifat menyegarkan pikiran (rekreatif), mendidik (edukatif), himbauan (persuasif) atau non-informatif. Peristiwa-peristiwa yang dikemas pada film pun menyerupai peristiwa yang pernah terjadi dalam kehidupan masyarakat.

Gambaran yang terjadi pada masyarakat dituangkan pada film. Dikarenakan dalam kehidupan masyarakat, film selalu melihat realitas yang terjadi. Seolah-olah film dibuat bahwa kehidupan nyata yang terjadi, masyarakat dapat merasakannya. Seiring perkembangan zaman, film-film saat ini memunculkan adegan seks, kekerasan, gaya hidup, dan lain-lain yang terdapat makna di dalamnya.

Menurut Tuner, adanya perbedaan pada film sebagai representasi dari realitas yaitu apa yang dituangkan ke dalam layar berupa kode-kode, aturan-aturan berulang/konvensi, dan ideologi kebudayaan yang dihadirkan kembali, sedangkan film dijadikan refleksi dari realitas yaitu hanya memindahkan realitas itu tanpa

mengubahnya sedikitpun (Sobur, 2017:127-128).

Alur cerita pada film yang mudah dipahami mampu meraih penonton terbanyak. Selain dari alurnya, karakter tokoh pada adegan-adegan film juga mampu melekat pada pikiran masyarakat, seperti tokoh tersebut bersifat antagonis, protagonis. Ketika sifat karakter tokoh tersebut dikenal, memungkinkan masyarakat meniru apa yang diperankan oleh tokoh itu. Berkaitan dengan hal ini, dari sekian jenis film, salah satunya film cerita sebagai film utama yang menyajikan durasi cukup panjang.

Film yang merujuk cerita lebih banyak diminati karena bersangkutan dengan kehidupan sehari-hari. Dari film cerita terbagi lagi menjadi genre drama komedi, menjadi daya tarik audiens karena terdapat humor di dalamnya. Film dengan genre drama komedi melakukan penggabungan drama dengan unsur komedi yang diselipkan pesan moral untuk audiens. Peneliti tertarik pada film genre drama komedi keluarga yaitu Film Orang Kaya Baru.

Film yang berjudul Orang Kaya Baru berdurasi 99 menit, yang di sutradarai oleh Ody C Harahap dan dipublikasikan pada tanggal 24 Januari 2019. Penulis menonton film Orang Kaya Baru di *iflix* pada tahun 2020 dan memilih film ini di tahun 2021 untuk dilakukan penelitian dengan menganalisis semiotika mengenai gaya hidup hedonis yang terdapat dalam film tersebut. Pemeran Film Orang Kaya Baru diperankan oleh Lukman Sardi (bapak), Cut Mini (ibu), Derby Romeo (Duta/anak pertama), Raline Shah (Tika/anak kedua), dan Fatih Unru (Dodi/anak ketiga).

Karakter tokoh pada film Orang Kaya Baru, yaitu tokoh bapak sebagai kepala rumah tangga dan orang tua yang selalu bersikap bijaksana pada keluarganya, ia memiliki pemikiran yang positif, bersyukur dan selalu menyampaikan wejangan saat berada di meja makan keluarga tentang kehidupan. Tokoh Ibu sebagai pemeran ibu rumah tangga pada umumnya, bersifat bawel, memiliki rasa gengsi yang tinggi.

Karakter tokoh Duta sebagai anak pertama yang terjun pada dunia teater menjadi seorang sutradara dan kini berjuang dalam meniti karier. Tika sebagai mahasiswi yang pintar di universitas ternama, sifatnya yang ramah, baik, loyal. Dodi sebagai siswa SMP yang tidak peduli ketika dibully oleh temannya, baik hati, serta bales dendam kepada yang mengejek Dodi ketika sudah memiliki yang dulunya diejek bahwa ia tidak mampu membelinya.

Film ini bercerita tentang sebuah keluarga yang hidup sederhana. Kesederhanaan yang terjadi membuat ketiga anak dari bapak selalu direndahkan oleh teman-temannya ketika berada di sekolah maupun kampus. Dibalik hidup sederhana yang dialami keluarga tersebut mereka tetap menjalani kehidupannya dengan harmonis. Bapak yang selalu mengajarkan rasa syukur kepada keluarganya serta untuk tetap berpikir positif.

Kemudian hari, bapak mendadak meninggal dunia. Beberapa hari setelah bapak meninggal, ada seorang pengacara yang datang untuk memberitahukan bahwa sebelum bapak meninggal, ia meninggalkan sebuah wasiat dalam bentuk video. Di dalam video tersebut menayangkan bapak yang bercerita bahwa selama ini ia memiliki harta sebesar Rp 30 miliar dan berpura-pura menjadi orang miskin

serta menyembunyikannya dari istri serta anak-anaknya. Bapak menyampaikan bahwa seluruh harta warisan tersebut menjadi warisan untuk istri dan anak-anaknya.

Seketika mereka mendadak menjadi orang kaya. Namun, keluarga ini terlena dengan kehadiran harta yang berlimpah. Mereka menjadi orang yang senang berfoya-foya mendapatkan sesuatu untuk kesenangan dirinya dengan mudah karena uang. Dilihat dari adegan-adegan yang menunjukkan gaya hidup hedonis. Ibu, Tika, Dito, dan Dodi melakukan kegiatan berbelanja dan membeli sesuatu tanpa memikirkan harga dengan tujuan kesenangan diri.

Setelah mendapatkan uang tersebut, mereka langsung menuju restoran dan menempati meja privat maksimal lima orang dengan pembelian minimal dua juta lima ratus ribu. Duta memesan semua menu yang ada di buku menu restoran tersebut. Mereka berbincang bahwa uang bapak yang dicairkan hari ini harus dihabiskan agar bisa mencairkan sisa uang bapak lagi.



Gambar 1. 1 Scene Berfoya-Foya di Mall

Di hari yang sama mereka menuju *Mall* untuk berbelanja apa yang diinginkan. Ibu membeli pakaian dalam, perhiasan sebanyak mungkin. Tika

membeli pakaian, *handphone*, laptop. Dodi membeli sepatu baru dengan merek ternama agar tidak dicemoohkan oleh teman sekelasnya, dan Dito membeli sepeda motor. Semua yang diinginkan tercapai pada hari itu, terlihat pada gambar di atas masing-masing dari keluarga tersebut menjinjing barang hasil belanja di *Mall*.

Saat di sekolah Dodi pun memamerkan sepatu barunya kepada teman-teman yang sering membullynya. Ketika teman-temannya memeriksa apakah sepatu itu asli di dalam sepatu tersebut Dodi sengaja memasukkan struk harga pembelian sepatu itu. Respon mereka kaget melihat Dodi mampu membeli sepatu dengan harga fantastis dan Dodi merasa senang karena sudah membalas apa yang sebelumnya mereka lakukan pada dirinya.

Keesokan harinya ibu melihat rumah bagus dijual dan ia tertarik dengan rumah tersebut hingga langsung membelinya seharga Rp. 8 miliar. Menempati rumah baru maka perabotan rumah juga baru, mereka membeli di toko furniture, sempat diremekan oleh pegawai toko tersebut, ibu mengatakan semua barang yang dipegang, disentuh oleh anaknya akan dibeli. Ibu juga mengajak satpam toko tersebut untuk bekerja di rumahnya dengan gaji 2x lipat dari toko. Satpam pun tergiur dengan gaji yang berkali-kali lipat, dan bersedia bekerja di rumah keluarga tersebut.

Teman-teman Dodi juga meledeknya ketika Dodi dijemput oleh ibu dengan menggunakan sepeda motor. Namun, Dodi membalasnya dengan perkataan “yang penting kan ga macet”. Mendengar Dodi direndahkan oleh temannya, ibu langsung mencetuskan untuk membeli mobil. Setelah uang warisan

bapak cair lagi, ibu dan anak-anak menuju *showroom* mobil dan langsung membeli 3 mobil *mini cooper* dibayar *cash*.

Tika yang sempat juga dicemoohkan oleh teman kampusnya, lalu mereka melihat Tika menjadi orang kaya, terlihat dari berubahnya *style* pakaiannya Tika, *gadget*-nya, menggunakan mobil membuat mereka mendekati Tika. Lalu Tika berteman dengan mereka, mulai ke tempat hiburan malam berupa diskotek, melakukan perawatan tubuh seperti manikur.

Berlanjut hingga harta warisan bapak berjumlah 30 miliar habis. Rasa kebingungan melanda mereka, masih banyak tujuan yang belum terpenuhi. Akhirnya, mereka kembali hidup dengan kesederhanaan dan baru menyadari bahwa kebahagiaan sesungguhnya adalah keharmonisan dalam keluarga melainkan bukan uang. Dan kehadiran uang dapat merusak suasana harmonis keluarga, karena lebih mementingkan diri sendiri dari pada arti kebersamaan.

Dalam pemaparan film tersebut, dapat kita amati adanya adegan yang menunjukkan gaya hidup hedonis. Terlihat dari adegan ketika mereka melakukan pembelian terhadap sesuatu, misalnya, membeli rumah seharga Rp.8 miliar, tiga mobil *mini cooper*, motor, sepatu, baju, dan sebagainya. Adegan tersebut merupakan kegiatan berfoya-foya dengan menghamburkan uang tanpa pikir harga yang bertujuan untuk memenuhi kesenangan hidupnya.

Film *Orang Kaya Baru* menyuguhkan pesan moral bagi yang menontonnya. Pesan dari *scene per scene* memiliki makna tersembunyi. Alur pada film tersebut, menayangkan bagaimana proses ketika keluarga tersebut hidup sederhana lalu mendadak kaya dengan bergelimang harta hingga hidupnya jatuh

kembali seperti sedia kala dengan kehidupan yang sederhana, memiliki maksud tujuan tertentu.

Serangkaian *scene* yang menunjukkan gaya hidup hedonis menciptakan sistem tanda atau semiotika. Analisis semiotika pada film menjadi kajian yang berkesinambungan. Menurut van Zoest, film menggunakan tanda arsitektur, maksud makna dari tanda yang ada pada film yaitu menggambarkan hal-hal yang berisi suatu pesan (Sobur, 2017:128)

Tanda-tanda yang ada pada film dibangun untuk mencapai apa yang diharapkan. Gambar dan suara merupakan hal yang terpenting pada film. Dengan adanya gambar pada film menjadi ikonis atau lambang dari realitas yang dipaparkannya. Gambar dan suara yang dimaksud berupa kata atau kalimat yang diungkapkan oleh pemain film yang dilengkapi *background* yang sesuai pada gambar tersebut (Sobur, 2017:128).

Cerita pada film *Orang Kaya Baru* terdapat tanda yang menceritakan secara khusus. Terlihat dalam penyampaian dari yang disuguhkan pada kamera seperti *zoom in* (memperbesar gambar), *zoom out* (memperkecil gambar), *close-up* (foto yang diambil dari jarak dekat), dan sebagainya. Hal tersebut merupakan tata bahasa yang menyertakan simbol baik secara visual atau linguistik. Bahwa di dalam simbol visual/gambar dan linguistik/bahasa terdapat makna tanda yang berisikan pesan untuk disampaikan kepada audiens.

Dengan gambaran dari film tersebut akhirnya peneliti ingin mengkaji film “Orang Kaya Baru” yang terdapat gaya hidup hedonis di dalam film tersebut. Peneliti menggunakan teknik semiotika untuk menganalisis makna dan tanda

mengenai gaya hidup hedonis yang terdapat pada Film Orang Kaya Baru. Berdasarkan dari permasalahan di atas, agar penelitian ini terarah maka peneliti mengambil judul: “**Representasi Gaya Hidup Hedonis Dalam Film Orang Kaya Baru**”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan terkait gaya hidup hedonis yang terdapat dalam Film Orang Kaya Baru, maka pertanyaan penelitiannya adalah bagaimana representasi gaya hidup hedonis dalam Film Orang Kaya Baru?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini terkait gaya hidup hedonis yang terdapat dalam Film Orang Kaya Baru adalah untuk mengetahui representasi gaya hidup hedonis dalam Film Orang Kaya Baru.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi, konsentrasi Jurnalistik mengenai kajian media pada film tentang representasi film.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang Ilmu Komunikasi, konsentrasi Jurnalistik mengenai makna tanda yang terdapat dalam sebuah film melalui semiotika.

