

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media *of mass communication* yang artinya adalah media komunikasi massa. Media yang dimaksud adalah media massa yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain – lain. Jadi, disini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurrudin, 2007:4).

Media massa menurut Defleur dan Denis (Winarso, 2005 : 171) merupakan suatu alat yang digunakan untuk komunikasi dalam penyampaian pesan dengan menggunakan suatu teknologi, dimana sasaran media tersebut merupakan khalayak yang besar dan masal yang menyimak dan merasakan terpaan pesan dengan caranya sendiri. Fungsi media massa menurut Jay Black dan F.C Whitney yaitu media massa memberikan hiburan, melakukan persuasi dan sebagai transmisi budaya atau tempat berlalunya nilai-nilai budaya dan sosial diluar kita. Fungsi media massa secara umum dalam berbagai wacana ada empat fungsi untuk mempengaruhi. Keempat fungsi tersebut sangatlah melekat erat dalam media massa secara utuh dan fungsi-fungsi tersebut sering berhubungan,

mempengaruhi atau mendukung satu dengan lainnya sehingga pelaksanaannya harus dilakukan secara bersama-sama tanpa mengesampingkan salah satu diantaranya (Winarso, 2005 : 28). Salah satu fungsi media massa sebagai hiburan dapat ditemukan pada film.

Film merupakan media massa yang tidak terbatas pada ruang lingkungannya. Hal ini mempengaruhi unsur cita rasa dan unsur visualisasi yang saling berkesinambungan. Menurut Alex Sobur dalam bukunya semiotika komunikasi, film merupakan salah satu media berpotensi untuk mempengaruhi khalayak karena kemampuan dan kekuatannya menjangkau banyak segmen social. Dalam hubungannya, film dan masyarakat dipahami secara linear. Dalam artian film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan dibaliknya, tanpa pernah berlaku sebaliknya. Kritik dan perspektif ini di dasarkan atas argument bahwa film adalah potret dari masyarakat dimana film itu dibuat (Sobur, 2003 : 127).

Keberadaan film ditengah masyarakat mempunyai makna yang unik diantara media komunikasi lainnya. Selain dipandang sebagai media komunikasi yang efektif dalam penyebarluasan ide yang memberi jalur pengungkapan kreativitas, dan media budaya yang melukiskan kehidupan manusiis dan kepribadian suatu bangsa. Perpaduan kedua hal tersebut menjadikan film sebagai media yang mempunyai peran penting di masyarakat. Di satu sisi film dapat memperkaya kehidupan masyarakat dengan hal – hal yang baik dan bermanfaat, namun di sisi lain film juga dapat membahayakan masyarakat. Film yang mempunyai pesan untuk

menamakan nilai pendidikan merupakan salah satu hal yang baik dan bermanfaat sedangkan film yang menyampaikan nilai – nilai yang cenderung dianggap negatif oleh masyarakat seperti kekerasan, rasisme, hedonisme, diskriminasi dan sebagainya dapat mempengaruhi pola pikir, karakter, dan sikap yang cenderung negatif bagi tiap orang yang menontonnya.

Untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, sutradara menggunakan imajinasinya untuk suatu pesan melalui film dengan mengikuti unsur-unsur yang menyangkut eksposisi (penyajian secara langsung atau tidak langsung). Tidak sedikit film yang mengangkat cerita nyata atau benar-benar terjadi dalam masyarakat. Banyak muatan-muatan pesan ideologis, sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi pola pikir para penontonnya. Sebagai gambar yang bergerak, film adalah reproduksi dari kenyataan seperti apa adanya.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengulas tentang film drama komedi romantis yang berjudul “*Crazy Rich Asians*”. Menurut IMDb, film “*Crazy Rich Asians*” mendapatkan banyak sekali respon positif dan juga negative dari penonton. “*Crazy Rich Asians*” mendapatkan rating 7,0 dari 10. Film ini telah masuk dalam beberapa deretan nominasi – nominasi dan mendapatkan penghargaan pada ajang festival film yakni nominasi *Best Motion Picture – Musical or Comedy* di ajang Golden Globe Awards, nominasi *Best Production Design* yang diberikan kepada Nelson Coates & Andrew Baseman di ajang Critics' Choice Awards, nominasi *Best Actress in*

a Motion Picture – Comedy or Musical yang diberikan kepada Constance Wu di ajang Satellite Awards, penghargaan *Best Comedy* di ajang Critics' Choice Awards, penghargaan *Best Acting By an Ensemble* di ajang National Board of Review, Awkwafina dan Constance Wu juga mendapatkan penghargaan *The Comedy Movie Star of 2018* di ajang People's Choice Awards, dan masih banyak lagi penghargaan yang didapatkan oleh film "*Crazy Rich Asians*" ini.

Film "*Crazy Rich Asians*" adalah sebuah film produksi SK Global Entertainment, Starlight Culture Entertainment, Color Force, Ivanhoe Pictures, Electric Somewhere serta disutradarai oleh Jon M. Chu merupakan film yang menceritakan tentang kisah Rachel Chu (diperankan Constance Wu), seorang profesor ekonomi keturunan China-Amerika yang bertandang ke kota kelahiran sang kekasih Nick Young (Henry Golding), Singapura untuk bertemu keluarganya. Namun perjalanan itu menjadi sesuatu yang mengejutkan untuk Rachel kala mengetahui Nick ternyata seorang profesor yang terlahir dari keluarga yang amat kaya raya.

Nick merupakan laki-laki tampan, pintar, terkenal, serta kaya raya. Hal itulah yang membuat semua perempuan lajang kelas atas di berbagai Negara khususnya Singapura sangat memujanya. Drama pun muncul saat para wanita jutawan itu mengetahui keberadaan Rachel, berita mengenai hubungannya dengan Nick secara cepat menyebar hingga diketahui oleh ibu dari Nick. Perempuan-perempuan yang tidak menyukai keberadaan Rachel selalu berusaha untuk menjatuhkannya dengan berbagai cara, hal itu juga

dilakukan oleh ibu dari Nick. Konflik lain tercipta saat keberadaan Rachel tidak diterima oleh keluarga Nick. Saat mengetahui hal itu, Rachel berusaha sebaik mungkin beradaptasi dengan menyesuaikan kehidupan sosial keluarga Nick, mulai dari hal berpakaian hingga berperilaku.

Namun pada akhirnya Rachel tidak tahan akan sikap keluarga Nick terhadapnya yang semakin merendahkan harga dirinya. Rachel pun memilih pergi, dan Nick dihadapkan dalam pilihan antara Rachel atau keluarganya.

Saat ini banyak film mengandung unsur gaya hidup hedonis yang seringkali penggambarannya identik dengan kehidupan masyarakat kota yang memainkan melalui sebuah identitas dan masuk dalam status sosialnya, hal ini juga secara langsung diperlihatkan pada setiap adegan dalam film tersebut. Menonton film yang banyak mengandung unsur gaya hidup hedonis, bagi sebagian orang diibaratkan sebagai tolak ukur tentang perkembangan sikap dan perilaku metropolis yang layak untuk diadopsi sebagai salah satu bagian dari dirinya agar tidak ketinggalan jaman. Tolak ukur yang diperolehnya dari hasil melihat film kemudian dijadikan bahan masukan dan diskusi dilingkungan sosial, sebagai sebuah wacana yang layak atau tidak untuk ditiru. Dengan dominasi pergaulan sosial yang cenderung homogen, diduga akan mewarani perilaku hedonis sebagian orang.

Berbicara tentang hedonisme, perilaku hedonis sangat membahayakan remaja, remaja akan mengambil simplifikasi kehidupannya menjadi parameter perkembangan kehidupannya di masa mendatang. Nafsu

kemewahan dan kemegahan membudaya dalam dirinya, akibatnya apabila semua bentuk kemewahan dan kemegahan tersebut tidak dapat dipenuhi akan membuat remaja frustrasi dan kecewa yang berkepanjangan. Kesenangan yang berlebihan tanpa melihat orang-orang disekitar sepertinya sudah mulai nampak di Indonesia. Sudah banyak masyarakat di Indonesia tidak lagi mempedulikan budaya silaturahmi antara individu satu dengan individu yang lainnya, padahal budaya Indonesia sudah sangat terkenal dengan keramahannya dengan masyarakat lain. Salah satu penyebab dari masalah ini adalah pengaruh hedonisme.

Kata *hedone* sendiri berasal dari bahasa Yunani yang berarti kesenangan atau kenikmatan. Hedonisme adalah pandangan hidup menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Bagi para penganut paham ini, bersenang-senang, pesta-pora, dan plesiran merupakan tujuan hidup, entah itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak. Mereka beranggapan bahwa hidup hanya sekali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup senikmat-nikmatnya. Di dalam lingkungan penganut paham ini, hidup dijalani dengan sebebaskan-bebasnya demi memenuhi hawa nafsu yang tanpa batas. Penegertian hedonisme disampaikan beberapa filsuf Yunani yang menyatakan bahwa manusia kodratnya mencari kesenangan, bahwa perasaan-perasaan senang adalah baik dan perasaan-perasaan sedih adalah jelek.

Hedonisme adalah sesuatu yang dianggap baik. Sesuai dengan kesenangan, yang hanya mendatangkan kesusahan, penderitaan, dan tidak

menyenangkan adalah sesuatu yang dinilai tidak baik (Burhanuddin, 1997:81). Jadi bisa dikatakan bahwa para penganut hedonisme ini lebih mementingkan kesenangannya, tidak lagi peduli oleh orang yang berada disekitar mereka, karena yang terpenting buat mereka adalah kesenangan. Salah satu contoh hedonisme seperti berfoya-foya dan hura-hura. Dalam perspektif hedonisme para penganut hedonisme kebanyakan dari kalangan menengah ke atas, karena dalam melampiaskan kesenangannya pasti uang yang mereka keluarkan sangat banyak, tapi mereka tidak begitu mempedulikannya karena yang terpenting bagi penganut hedonisme adalah kesenangan dan kepuasan. Akan tetapi bagi yang tidak mampu dan ingin cepat seperti itu, pasti jalan pintaslah yang akan diambil. Hedonisme wujud dari perilaku untuk mencoba suatu hal yang baru. Hedonisme sebagai fenomena yang tercermin dari perilaku kehidupan sehari-hari. Perilaku tersebut lama kelamaan mengakar dalam kehidupan mereka yang pada akhirnya menjadi suatu kebiasaan bagi mereka, hal ini dapat berpengaruh pada pembentukan sikap dan mental bagi sebagian orang penganut hedonisme.

Hedonisme menyatakan bahwa tujuan hidup adalah kebahagiaan atau mencapai kesenangan sebanyak mungkin (sebesar-besarnya) dengan jerih payah sedikit mungkin (sekecil-kecilnya). Gaya hidup hedonisme telah banyak mempengaruhi gaya hidup para remaja. Kasali (2008) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek gaya hidup hedonis, yaitu (1) *Activities* (kegiatan) yaitu tindakan nyata yang dilakukan seseorang ; (2) *Interest* (minat) yaitu

objek, peristiwa atau topic yang menjadi perhatian khusus seseorang ; dan (3) *Opinion* (opini) yaitu jawaban lisan tertulis yang diberikan stimulus mengenai pikiran, harapan dan evaluasi dalam perilaku.

“*Crazy Rich Asians*” yang menarik perhatian peneliti adalah pada film ini menampilkan adegan-adegan dengan kehidupan mewah, memperlihatkan perilaku hidup mewah dan barang-barang yang mewah, serta perilaku bersenang-senang yang secara berlebihan dari para pemainnya. Film “*Crazy Rich Asians*” memiliki kecenderungan suatu gaya hidup hedonisme yang menjadi dasar dari trend atau mode yang akan melahirkan *lifestyle* apabila mode itu menjadi sebuah keseharian. Gaya hidup dalam film “*Crazy Rich Asians*” bukan hanya fokus pada gaya berpakaian, barang yang mereka gunakan dan fasilitas saja, tetapi juga mengenai pandangan hidup.

Selain itu, film ini pun sempat viral karena diparodikan oleh netizen di media sosial seperti twitter, instagram, dan facebook. Viralnya dikarenakan unsur hedonisme yang ada pada film tersebut. Yang awalnya berjudul *Crazy Rich Asians*, saat diparodikan berubah menjadi *Crazy Rich Surabayan*. Dan hal tersebut mengakibatkan beberapa remaja di Surabaya yang status ekonominya menengah ke atas membuat hal viral juga berupa video yang menunjukkan kekayaan yang mereka miliki secara berlebihan. Hal seperti ini yang menimbulkan kekhawatiran akan perubahan sikap dan perilaku remaja saat ini dengan mempengaruhi gaya hidupnya yang disebabkan oleh film yang ditontonnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana unsur hedonisme digambarkan dalam film “*Crazy Rich Asians*” dan bagaimana remaja memaknai hedonisme yang digambarkan dalam film tersebut. Penerimaan terhadap unsur hedonisme dapat dikaji melalui analisis penerimaan penonton. Penelitian ini membahas tentang bagaimana penerimaan penonton terhadap unsur hedonisme yang ada dalam film “*Crazy Rich Asians*”. Setiap penonton memiliki pandangan yang berbeda, sehingga tidak semua penonton bisa menerima dengan sama mengenai apa yang disuguhkan dalam film tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas timbul ketertarikan peneliti untuk mengetahui bagaimana penerimaan remaja Surabaya terhadap hedonisme sebagai gaya hidup dalam film “*Crazy Rich Asians*”. Dipilihnya remaja Surabaya sebagai informan penelitian dengan rentan usia 18-25 tahun baik laki – laki maupun perempuan karena sesuai dengan kategori usia penonton “*Crazy Rich Asians*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah : bagaimana penerimaan remaja Surabaya terhadap hedonisme sebagai gaya hidup dalam film “*Crazy Rich Asians*”.

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah : Untuk mengetahui bagaimana penerimaan remaja Surabaya terhadap hedonisme sebagai gaya hidup dalam film “*Crazy Rich Asians*”.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan kontribusi dalam rangka pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya yang terkait dengan tema hedonisme pada film, dan menganalisa film dengan metode deskriptif kualitatif. Dan bisa menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai hal ini.

1.4.2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi kritik maupun saran dan menjadi kerangka acuan bagi pihak rumah produksi atau pembuat film agar film dan karya lainnya lebih berkualitas dan bermanfaat, serta membawa dampak positif bagi penontonnya.