

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Penelitian menggunakan metode *reception analysis* dengan model encoding-decoding milik Stuart Hall untuk melihat bagaimana penerimaan anggota komunitas mobil mengenai gaya hidup hedonis dalam film *street society*, yang kemudian diinterpretasikan dalam kehidupan mereka. Anggota komunitas mobil sebagai penonton diwakili oleh sembilan informan yang peneliti bagi berdasarkan kategori jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Informan penelitian merupakan audiens aktif dari tiga komunitas mobil yang memiliki *culture setting* berbeda-beda dan juga mewakili setiap kategori dalam memaknai penerimaan gaya hidup hedonis dalam film *street society*.

Dari hasil analisis penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerimaan informan penelitian anggota komunitas mobil mengenai gaya hidup hedonis dalam film *street society* pun beragam. Sebagian besar penerimaan mereka dilatarbelakangi oleh pengalaman masing-masing yang terbawa dari pola pikir dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil temuan penelitian, peneliti menggunakan teori Stuart Hall dalam menginterpretasi berbagai

teks media selama proses penerimaan menjadi tiga bagian yakni *dominant code*, *negotiated code* dan *oppositional code*.

Posisi *dominant code*, informan menerima mengenai gaya hidup hedonis yang ditampilkan dalam film *street society*. Menurut informan dalam film *street society* identik dengan menampilkan gaya hidup hedonis dikalangan komunitas mobil, lingkungan pergaulan seperti tempat nongkrong, hobi memodifikasi mobil, menghabiskan waktu luang, *fashion* dan apapun yang menempel ditubuhnya.

Posisi *negotiated code*, beberapa informan menunjukkan mengenai tempat nongkrong sebagai gaya hidup hedonis. Menurut informan menampilkan tempat nongkrong tidak harus pergi ke tempat hiburan malam untuk menghabiskan uang, semua tergantung dari keinginan individu untuk melakukan berbagai aktivitas atau perilaku yang mewakili gaya hidup yang diinginkannya.

Posisi *oppositional code* beberapa informan menolak gaya hidup hedonis yang ada film *street society*. Informan menunjukkan melalui tanggapan dalam *scene* ketiga saat menampilkan tempat nongkrong sebagai gaya hidup hedonis. Menurut informan dalam hidup berkomunitas mobil dalam film *street society* bukanlah seperti kehidupan di kenyataan.

Pembahasan tentang penerimaan anggota komunitas mobil mengenai gaya hidup hedonis dalam beberapa *scene* film *street society*, cenderung informan menempatkan dirinya pada posisi *dominant code*, yang dapat menerima mengenai gaya hidup hedonis yang ditampilkan dalam film *street society*.

V.2. Saran Akademis

Penelitian berikutnya supaya dapat lebih dikembangkan dengan menggunakan metode semiotik. Sehingga penerimaan pesan tidak hanya pada khalayak dan pesan tertentu saja. Penelitian ini bisa digunakan dengan metode analisis semiotik untuk melihat tanda dan lambang yang ada di setiap *scene* film *street society* mengenai gaya hidup hedonis. Sehingga informan dapat menginterpretasikan makna dalam film *street society* bukan lagi pemaknaan informan mengenai film *street society*.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Adlin, A. (2007). Resistensi Gaya Hidup : Teori dan Realitas.
Bandung : Jelasutra.

Burton, Graeme (2008). Yang Tersembunyi di Balik Media.
Yogyakarta & Bandung ; Jelasutra.

Chaney, David. (2011). Life style. Yogyakarta : Jelasutra.

Hall, Stuart. (2005). Culture, Media and language. In Encoding
/Decoding. London: New York Taylor & Francis e-Library.

Ida, Rachmah. (2011). Metode Penelitian Kajian Media dan
Budaya. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan
Universitas Airlangga.

McQuail, Denis. (1987). Mass Communication Theory Second
Edition; PT. Gelora Aksara Pratama Penerbit Erlangga.

McQuail, Denis. (1997). Audiens Analysis. London: SAGE
Publication.

Maleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sari, Endang. (1993). Audience Research. Yogyakarta.

Susanto, AB. (2001). Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

LAPORAN PENELITIAN

Janice Ambara. (2014). Penerimaan pemirsa perempuan terhadap pesan gaya hidup dalam iklan-iklan kopi dengan endorser perempuan. (Surabaya).

Santi dan Juwito (2015, Oktober). *Reception Analysis* Ibu rumah tangga dalam menonton film televisi. (Surabaya).

Sudarsih, Sri. 2007. Konsep Hedonisme Epikuros Ddan Situasi Indonesia Masa Kini. Semarang: UNDIP.

MEDIA INTERNET

Student journal.petra.ac.id

Lib.ui.ac.id

http://googleweblight.com/?lite_url=http://m.kompasiana.com/faiqfalahi/etika-hedonisme // oleh:Faiqfalahi.2015.Etika Hedonisme.