

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada motif masyarakat Surabaya menonton film Milly Mamet (*Ini Bukan Cinta dan Rangga*). Alasan penulis melakukan penelitian ini karena berdasarkan pengamatan dari penulis bahwa perfilman Indonesia yang semakin berkembang dengan berbagai *genre* film-film yang disajikan, masih jarang adanya pembuatan *spin off* atau cerita lepasan dari film utama yang ada. Film Milly Mamet (*Ini Bukan Cinta dan Rangga*) merupakan film *spin off* pertama dari dunia film *Ada Apa Dengan Cinta*, oleh sebab itu penulis memilih Film Milly Mamet (*Ini Bukan Cinta dan Rangga*) (Fauzia, 2018). Sedangkan alasan mengapa masyarakat Surabaya dipilih sebagai subjek karena kota Surabaya merupakan satu-satunya kota di Jawa Timur yang dikunjungi rombongan dari pemeran film Milly Mamet (*Ini Bukan Cinta dan Rangga*) (sumber: youtube StarvisionPlus).

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratifications*, menurut Kriyantono (2012: 208) inti dari teori ini adalah audien pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan para audien akan terpenuhi. Audien diartikan sebagai pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Audien berusaha untuk mencari sumber media mana yang dapat memuaskan kebutuhannya. Artinya teori ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai kuasa penuh untuk menentukan media mana yang dapat memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2015: 192). Sebagai contoh seseorang ingin mengetahui berita-berita terkini

maka ia memilih media televisi sebagai media yang dapat memuaskan kebutuhannya mengenai berita terkini.

Media massa adalah sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya (McQuail, 1987: 3). Kelebihan yang dimiliki media massa adalah kemampuan untuk mengatasi hambatan ruang dan waktu, media massa mampu menyebarkan pesan dengan seketika dalam waktu yang tak terbatas. Komunikasi inilah yang disebut dengan komunikasi massa. Alat komunikasi massa yang sering ditemui antara lain; surat kabar, majalah, internet, tabloid, buku, radio, televisi, kaset dan film (Nurudin, 2015:13).

Dalam penelitian ini, penulis akan membahas komunikasi massa yang dilakukan melalui media massa film. Film yang dimaksudkan disini ialah film yang berjudul Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga). Film adalah suatu bentuk komunikasi massa elektronik berupa media audio visual yang mampu menampilkan kata-kata, bunyi, citra dan kombinasinya (Sobur dalam Oktavianus, 2015:3). Film telah dikonsumsi masyarakat karena mampu membawa imajinasi manusia ke ranah yang paling dalam dan liar (Gozali, 2015: 2).

Film berperan sebagai sarana yang digunakan untuk menyebarkan hiburan yang sudah menjadi kebiasaan terdahulu, serta menyajikan cerita, peristiwa, musik, drama, lawak dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat (McQuail, 1987:13). Lebih dari itu, film merupakan sebuah gambaran sosial yang merekam sekaligus berbicara tentang dinamika kehidupan masyarakat pada saat film tersebut diproduksi (Noviani, 2011: 41). Sama halnya dengan film Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga) yang menuangkan kisah dalam kehidupan nyata sang sutradara dalam film. Sebagai contoh terdapat *scene* di dapur ketika Mamet bilang, “Ya harusnya *lo* di rumah ngurusin

Sakti (anak dari Milly dan Mamet).” Kemudian Milly menjawab, “Ya aku dari Sakti lahir udah urusin dia.” Merupakan pengalaman pribadi dari sang sutradara (Aditya, 2018). Selain itu juga terdapat *scene* yang menunjukkan Milly selalu memotret terlebih dahulu makanan yang hendak ia makan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Maru/Matchbox, sekitar 69 persen generasi milenial memiliki kebiasaan untuk mengambil foto atau video makanan mereka sebelum menyantap makanan mereka (Susita, 2017).



Gambar 1.1 Official Poster *Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga)*
(Sumber: www.klikstarvision.com)

Film *Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga)* merupakan film pecahan/*spin off* dari dunia *Ada Apa Dengan Cinta* yang dimana film *Ada Apa Dengan Cinta* pada saat penayangan perdananya berhasil menarik perhatian para penggemar film dan membuat Jakarta berubah menjadi “*Jollywood*” (Raslan, 2016). Istilah lain dari *spin off* adalah *sidequel*.

Menurut Zoebazary (2010) *spin off* adalah film atau program televisi yang dibuat berdasarkan elemen-elemen film atau program televisi yang sudah ada sebelumnya, dibuat pada medium sejenis atau berbeda (dalam Triartanto, 2015: 24). Lebih spesifiknya, *spin off* dapat pula dimaknai sebagai suatu produksi film atau program televisi yang dibuat secara khusus berdasarkan karakter tokoh, yang telah memiliki daya tarik sendiri dari film (Triartanto, 2015:24).

Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga) mulai tayang pada layar lebar Indonesia tanggal 20 Desember 2018 (klikstarvision.com). Sebelum penayangan secara serentak di bioskop, para pemain beserta sutradara sempat melakukan *roadshow* ke beberapa daerah di Indonesia. Antara lain seperti, Semarang, Solo, Jogja, Bandung, Karawang, Makassar, Medan dan masih banyak lagi. Surabaya juga menjadi salah satu kota yang didatangi rombongan Milly Mamet (berdasarkan pengamatan penulis dilihat dari youtube *channel* StarvisionPlus). Berdasarkan alasan diatas maka penulis memilih masyarakat Surabaya yang menonton film Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga) sebagai responden dalam penelitian ini.

Selain Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga), perfilman Indonesia juga pernah disajikan dengan film-film *spin off* lainnya seperti Asih *spin off* dari film yang berjudul Danur dan Sabrina *spin off* dari film yang berjudul The Doll (Istihanah, 2018). Keduanya merupakan film yang bergenre horor, sedangkan Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga) merupakan film bergenre drama-komedi. Alasan penulis memilih Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga) karena jumlah keseluruhan penonton dari AADC jauh lebih banyak dibandingkan dengan penonton dari Danur dan The Doll. Jumlah penonton film AADC mencapai 6.365.509, sedangkan jumlah penonton untuk Danur hanya 5.308.829 dan The Doll hanya 1.777.116 (filmindonesia.or.id).

Berdasarkan banyaknya jumlah penonton dari AADC 1 dan 2 membuat penulis memilih film Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga) sebagai film yang hendak diteliti pada penelitian ini. Hal lain yang mendukung penelitian ini ialah adanya pergantian pemeran sorotan atau pemeran utama, yang awalnya membahas kisah asmara antara Cinta dan Rangga kini menjadi kisah dari sahabat Cinta yakni Milly dan Mamet yang dalam AADC 1 diceritakan terus mengejar-kejar Cinta. Selain itu, film Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga) ini dipercayakan kepada sutradara handal yang berhasil memproduksi film-film terbaik Indonesia, Ernest Prakasa (Fauzia, 2018).

Film Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga) bercerita tentang kehidupan rumah tangga Milly dan Mamet. Dalam film ini diceritakan Milly dan Mamet baru saja menikah dan dikaruniai seorang anak laki-laki bernama Sakti. Kisah keluarga baru ini menghadapi berbagai konflik. Salah satunya ialah ketika Milly yang menjadi ibu rumah tangga setelah memiliki anak mulai bosan dengan rutinitasnya, mencoba untuk kembali bekerja. Sedangkan Mamet yang merasa memiliki tanggung jawab sebagai kepala keluarga mencoba untuk memulai usaha sendiri, sehingga Sakti kurang mendapatkan perhatian dari kedua orang tuanya.

Penelitian sebelumnya mengenai motif yang pernah dilakukan yaitu Motif masyarakat Surabaya menonton sinetron “Orang Ketiga” di SCTV milik Giancinta Kristantiningsih Gunawan dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian milik saudari Giancinta terletak pada kajian yang diteliti. Penelitian ini memiliki kajian penelitian Film Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga), sedangkan penelitian milik Giancinta memiliki kajian penelitian sinetron Orang Ketiga. Sehingga teori yang digunakan Giancinta ialah teori motif menonton sinetron. Penelitian Motif Masyarakat Surabaya Menonton Film Milly

Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga) ini menggunakan motif menonton film dari jurnal yang berjudul *An Active Cinema Experience: A Study on User Expectation and Perceived Gratifications of a Real-time Animated Film System* milik Yun-Ke Chang, Miguel A. Morales-Arroyo, Mark J. Chaves, dan Jaime Jimenez.

Penelitian lainnya mengenai motif ialah penelitian milik Fariany Widiastuti dari Universitas Muhammadiyah Malang berjudul *Motif Masyarakat dalam Menonton Film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1* (Studi pada Anggota UKM Kine Klub UMM Angkatan 2016). Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada film yang dikaji. Penelitian milik saudari Fariany Widiastuti mengkaji film *Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! Part 1*, sedangkan penulis memilih mengkaji film *Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga)*.

I.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dari penelitian ini ialah “Apa Motif Masyarakat Surabaya Menonton Film Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga)”

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini guna mengetahui Motif Masyarakat Surabaya Menonton Film Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga).

I.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Motif dengan subjek masyarakat Surabaya dan dalam kajian film Milly Mamet (Ini Bukan Cinta dan Rangga).

I.5 Manfaat Penelitian

- 1.5.1 Manfaat Akademis: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu media pembelajaran bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dalam mempelajari penerapan teori *Uses and Gratification*.
- 1.5.2 Manfaat Praktis: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pihak produser guna mengetahui alasan orang menonton film.