

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Gaya hidup perkotaan yang modern membuat remaja ini ingin terlihat berbeda dari remaja yang lain, ingin diakui jati dirinya sebagai bentuk eksistensi dirinya yang berbeda, merasa bahwa dengan melakukan hal negatif tersebut mereka akan terlihat berbeda, dianggap mengikuti trend yang ada, akan mendapatkan perhatian lebih dari orang disekitarnya.

Hasil dari interpretasi tanda di dalam film *Not For Sale* ini menunjukkan remaja yang dalam masa pencarian jati diri ini terlibat dalam hal yang negatif, mereka berontak melawan norma yang sudah ada, meyakini apa yang dilakukannya adalah benar, dan muncul keinginan untuk melepaskan diri dari orang dewasa. Mereka mengikuti dan terpengaruh oleh lingkungan temoatnya bergaul dan teman atau suatu kelompok tertentu yang mereka ikuti.

Apa yang mereka lakukan dan konsumsi juga menunjukkan jati diri mereka, sehingga timbul juga tindakan konsumtif karena jati diri mereka, berada dalam kelas gaya hidup sosial yang mana terlihat baik dari apa yang dia kenakan dan konsumsi. Maka dari itu, seperti yang ada dalam film, mereka mengkonsumsi alkohol, narkoba, merokok secara terbuka dan terlibat dalam prostitusi karena didasari oleh keinginan untuk menunjukkan eksistensi diri mereka sebagai remaja perkotaan.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademik

Saran bagi penelitian selanjutnya, khususnya pada konsentrasi media adalah lebih mengkaji fenomena gaya hidup remaja yang dimuat dalam media massa, sehubungan dengan bagaimana gaya hidup

digambarkan dalam film, iklan, media cetak atau sinetron. Selain itu, penelitian ini juga bisa dijadikan referensi bagi media mengenai bagaimana konsep gaya hidup remaja perkotaan. Sedangkan bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai bagaimana gaya hidup remaja yang terjadi selama ini.

V.2.2. Saran Praktis

Bagi media massa, baik cetak maupun elektronik yang menampilkan fenomena gaya hidup remaja sebaiknya untuk tidak hanya menampilkan remaja dalam sisi yang negatif tapi juga membangun sisi. Sebab jika makin banyak tayangan yang menampilkan gaya hidup remaja dalam sisi yang negatif, dirasa akan bisa berpengaruh dalam kehidupan remaja terhadap pola gaya hidup. Karena tayangan yang berkualitas akan membuat masyarakat lebih cerdas.

DAFTAR PUSTAKA

- A Common Sense Media Research Study. Social Media, Social Life : HOW TEENS VIEW THEIR DIGITAL LIFE
- Alfathri, Adlin. 2006. Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas. Yogyakarta : Jalasutra
- David, Chaney. 2011. Lifestyle: Suatu Pengantar Komprehensif. Yogyakarta: Jalasutra
- Dimitri, Nindyastari. 2008. GAYA HIDUP REMAJA YANG MELAKUKAN CLUBBING, Jurnal Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma,
- Dr.James E.Gardner. 1990. Memahami Gejolak Remaja. Jakarta: Mitra Utama
- Iman Budhi Santosa. 2011. Kisah polah tingkah: potret gaya hidup transformatif. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Malcolm Barnard. 2011. Fashion Sebagai Komunikasi. Yogyakarta :Jalasutra
- Mudjiono, Yoyon. 2011. Kajian Semiotika Dalam Film. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volumel, No.1
- Nugroho, Setiadi. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media Jakarta.
- Papilia, Olds Feldman. 2009. Human Development : Perkembangan Manusia. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rahma Sugihartati, 2009. Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rizky Hafiz Chaniago & Fauziah Kartini Hassan Basri. Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication. Budaya Popular Dan Komunikasi: Impak Kumpulan Slank terhadap Slanker di Indonesia, Jilid 27(1): 91-100

- Santrock J.W. 2003. *Adolescence Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga
- Sarwono, Sarlito W. 2010. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA
- SEJIWA. 2008. *Bullying: Mengatasi Kekerasan di Sekolah dan Lingkungan Sekitar Anak*. Jakarta: Grasindo
- Sella Ayu Pertiwi, *Konfrontasi dan Fanatisme Pada Remaja Korean Wave (Penelitian Pada Komunitas Super Junior Fans Club ELF “Ever Lasting Friend”)*, *Jurnal Psikologi*, No.2 Vol.1, 2013
- Sobur,Alex. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA
- Sriyanto, Aim Abdulkarim, Asmawi Zainul, Enok Maryani. *Perilaku Asertif dan Kecenderungan Kenakalan Remaja Berdasarkan Pola Asuh dan Peran Media Massa*. *Jurnal Psikologi* . VOLUME 41, NO. 1, JUNI 2014: 74 – 88.
- Subandi, Idi Ibrahim, (2005). *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam "Masyarakat Komoditas" Indonesia*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Vera, Nawiroh. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.