

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Fokus penelitian ini mengenai penerimaan anggota komunitas mobil mengenai gaya hidup hedonis dalam film *street society* (2014). Fenomena gaya hidup masyarakat dipengaruhi melalui media massa yang sudah menjadi tontonan sehari-hari dan seakan menjadi *trend* untuk meniru dan merubah suatu penampilan. Mereka menjalani hidup dengan bebas untuk memenuhi nafsu yang tanpa batas dan mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar.

Susanto (2001; 19) menyatakan media massa tak terpisahkan dalam gaya hidup, media turut menentukan *trend* dalam menampilkan *trend setters* maupun menampilkan unsur-unsur gaya hidup yang sedang ngetrend. Media massa dapat mempengaruhi cara berpikir dan bertindak, hal itu sejalan dengan yang dinyatakan Adlin (2008; 2) mengenai kekuatan media massa terletak pada fakta bahwa media dapat membentuk apa yang kita ketahui tentang dunia dan dapat menjadi sumber utama pelbagai ide dan opini.

Cara kita menentukan diri kita atau mendefinisikan identitas dari lingkungan sekitar kita ternyata bervariasi dan berbeda satu sama lain yang diperjelas oleh Ida (2011; 3) hal ini ditunjukkan dengan gejala yang muncul dalam kehidupan sehari-hari termasuk gaya hidup, terjadinya perubahan gaya hidup anak muda tidak terlepas dari perubahan budaya dan pola pikir yang cenderung meniru budaya barat.

Pola kehidupan sosial yang khusus sering kali disederhanakan dengan istilah budaya. Budaya didefinisikan sebagai : “keseluruhan /adat-istiadat, sikap, dan nilai-nilai mereka, serta pemahaman yang sama menyatukan mereka sebagai suatu masyarakat” (Kephart 1982; 93 dalam Chaney 1996; 41). Sementara itu gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk cultural masing-masing merupakan gaya, tata karma, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu kelompok tetapi bukanlah keseluruhan pengalaman sosial mereka (Chaney 1996; 41).

Gaya hidup yang ditawarkan media mulai berkembang, tingkatan status sosial semakin nampak jelas yang berasal dari kalangan atas, menengah dan bawah. Gaya hidup serba mewah atau dikenal dengan istilah hedonis semakin menjadikan masyarakat larut didalamnya. Hedonis menurut Susanto dan Wulandari (2014; 21) adalah sebagai sesuatu yang dianggap

baik bila mengandung kenikmatan, ciri khas gaya hidup hedonis adalah kebahagiaan diperoleh dengan menghindari perasaan yang tidak enak tanpa peduli dengan akibat yang akan timbul setelahnya, gaya hidup seperti ini dipandang bebas dan berani. Seperti halnya gaya hidup hedonis di komunitas mobil yang secara tidak langsung membawa kehidupan yang mewah, menyukai pesta, bersenang-senang dan mengikuti arus pergaulan.

Dunia otomotif yang identik dengan kemewahan dan kebebasan menjadi daya tarik tersendiri bagi komunitas mobil. Salah satunya mobil mewah sebagai bentuk koleksi yang menjadikan hobinya bukan hanya sebagai kebutuhan tetapi dipandang sebagai bentuk dari gaya hidup sehingga dapat diakui dan diterima keberadannya di status sosial tertentu (Kusumanugraha 2003; 3)

Salah satu film Indonesia pertama otomotif berupa transportasi darat yang menggunakan mesin terutama mobil dan menampilkan gaya hidup hedonisme ditunjukkan melalui film *street society* (2014). Film dengan karakter Indonesia tersebut menampilkan aksi balap dengan mobil mewah yang dikendarai oleh sekelompok anak muda untuk saling adu kecepatan dan mempertahankan identitasnya di komunitasnya. Film yang mengangkat masalah balapan mobil untuk memenuhi kesenangan pribadi,

kenikmatan dan kemapanan di atas segalanya dan ada kecenderungan untuk lebih memilih hidup mewah dan tanpa harus bekerja keras.

Film *street society* (2014) yang disutradarai oleh Awi Suryadi bergenre action dengan menampilkan aksi balap dijalanan. Film *street society* menampilkan sebuah gaya hidup yang glamour, terlihat dari tokoh utama yang melakukan aksi seperti kebut-kebutan dijalanan, mabuk, sering berganti pasangan, sampai beradu dijalanan untuk melakukan aksi balap dengan lawan tanpa memperdulikan keselamatan orang lain. Film ini menyampaikan pesannya melalui adegan kebut-kebutan dan gaya hidup dengan atau tanpa disadari oleh penontonnya.

Pentingnya film *street society* untuk diteliti karena film tersebut menampilkan gaya hidup hedonis yang memainkan melalui sebuah identitas dan masuk dalam sebuah status sosialnya. Film *street society* membawa peran, karakter, cara berpikir yang ditampilkan mengenai pembawaan seseorang dan interaksinya sehingga penontonnya dapat memaknai pesan yang disampaikan dalam film *street society*.

Penyampaian pesan yang secara langsung dirasakan oleh penontonnya dan membawa perubahan dalam gaya hidup yang ditampilkan melalui film *street society* pun bervariasi. Disadari atau tidak, film *street*

*society* 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 *street society* bukan hanya fokus pada gaya berpakaian, barang yang menempel pada dirinya dan fasilitas saja, tetapi juga mengenai pandangan hidup dengan cara yang halus.

Film *street society* (2014) yang diperankan oleh tokoh utama Marcel Chandrawinata (Rio), Chelsea Elizabeth Islan (Karina), Edward Gunawan (Nico), Edward Akbar (Yopie). Rio sebagai pemuda yang mempunyai keberanian dan hobi balap yang sangat luar biasa, membuat pembalap rivalnya Nico asal Surabaya ingin adu talenta dengannya. Kirana berperan sebagai seorang DJ yang mempunyai karakter ganda, dan Yopie sebagai pemuda yang memanfaatkan Rio untuk membalaskan dendamnya dengan Nico anak dari mafia yang membuat ayah Yopie dan Kirana meninggal.



Gambar I.1 Cuplikan Adegan Film “*Street Society*” (2014)

Sumber : Film *Street Society* (2014)

Gaya hidup hedonis Marcel Chandrawinata (Rio) dan teman-temannya ditampilkan dalam film *street society* (2014) dengan cara selalu mengisi setiap malam di waktu luangnya untuk melakukan adu balap. Susanto (2001; 5) menyatakan berdasarkan bagaimana seseorang ingin dipersepsikan oleh orang lain. Rio memiliki *frame of reference* yang dipakai dalam bertingkah laku yang tertuang dalam minat, aktivitas atau opininya. Disitulah akan terbentuk pola perilaku tertentu terutama berkaitan dengan bagaimana rio membentuk image di mata orang lain, yang melekat dengan status sosial yang disandangnya.

Dalam hal tersebut Rio dapat mempertahankan image sebagai pembalap yang tidak bisa dikalahkan setelah mendapatkan tantangan adu balap dari pembalap rivalnya asal surabaya. Rio mencintai balap liar karena merasa berhasil melakukan dan mencapai sesuatu (kecepatan), merasa

dihormati oleh orang lain. Status sosial yang disandang Rio dan teman-temannya mampu menumbuhkan citra dirinya dengan segala yang menempel di tubuhnya, mobil, pakaian dan barang lain yang menunjukkan status sosial (Susanto 2001; 8).



Gambar I.2 Cuplikan Adegan Film “*Street Society*” (2014)

Sumber : Film *Street Society* (2014)

Susanto (2001; 8) menyatakan status memang tidak bisa dielakan dalam pola pergaulan. Pernyataan tersebut dijelaskan oleh David Chaney (1996; 16) bahwa kamu bergaya maka kamu ada! Kalau kamu tidak bergaya, siap-siaplah untuk dianggap “tidak ada” : diremehkan, diabaikan, atau mungkin dilecehkan. Gaya hidup hedonisme yang tergambar di film *street society* (2014) cenderung kesenangan, sering bertemu dan dengan teman-temannya untuk sekedar berkumpul dan tidak lepas untuk membicarakan sebuah tantangan adu balap.

Wawancara singkat yang dilakukan peneliti melibatkan empat orang yang memiliki latar belakang berbeda berdasarkan jenis kelamin, usia pendidikan dan pekerjaan yang berbeda untuk mengetahui pemaknaan mereka mengenai gaya hidup hedonis dalam komunitas mobil dalam film *street society*. Menurut Dwiki (21 tahun, Mahasiswa, salah satu anggota komunitas mobil *celcius* di Surabaya) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis sebagai identitas perilaku seseorang mengenai status sosial yang disandangnya. Gaya hidup hedonis komunitas mobil yang ditampilkan di film *street society* mempunyai tujuan menghabiskan uang hanya untuk mobil dan mengutamakan mobil sebagai segalanya agar terlihat lebih menarik dimata orang lain.

Amadea (21 tahun, mahasiswa, salah satu anggota komunitas mobil *celcius* di Surabaya) mengatakan bahwa gaya hidup hedonisme sebagai tingkah laku, sikap, perbuatan dan pembawaan diri. Gaya hidup di film *street society* terlihat dari penampilan mereka yang dengan ringan membiayai untuk keperluan modifikasi. Mobil yang memiliki suara besar dan bentuk fisik yang menarik menjadi daya tarik sendiri dan tempat yang biasanya dipakai untuk berkumpul dan menghabiskan malam dengan mengecek kecepatan mobil mereka dengan cara *battle* dengan mobil lain maupun klub sendiri.



Cindy (22 tahun, salah satu anggota komunitas mobil sonic di Surabaya) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis mencerminkan bagaimana berpenampilan bukan hanya ditubuh tetapi juga benda apa yang dibawa dan pola-pola yang diadaptasi oleh sebagian orang dari lingkungan sekitarnya. Gaya hidup yang ditampilkan dalam film *street society* menonjolkan kemewahan untuk melakukan modifikasi habis-habisan untuk mobil kesayangannya agar menjadi mobil satu-satunya yang tercepat di Indonesia.

Andre (21 tahun, salah satu anggota komunitas mobil sonic Surabaya) mengatakan bahwa gaya hidup hedonisme merupakan perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas dan minat untuk merefleksikan status sosialnya. Gaya hidup hedonis dalam film *street society* dipandang sebagai upaya untuk menciptakan identitas diri, terutama anggota komunitas mobil yang memiliki hobi dalam dunia otomotif, sering mengutak ngatik mobil sehingga rela menghabiskan uangnya untuk kebutuhan modifikasi mobil yang dapat mencerminkan status sosialnya.

Dari hasil *In-depth interview* yang dilakukan, peneliti mengetahui makna gaya hidup dalam komunitas mobil melalui empat informan yang berbeda jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Dalam kajian *reception analysis* sebagai audiens mereka mungkin saja duduk dan

membaca atau menonton dengan pasif secara fisik, namun pada kenyataannya banyak hal yang sedang berlangsung dalam pikiran mereka (Burton, 2008; 222).

Burton (2008; 183) menyatakan banyak pesan dalam media menyangkut gaya hidup tentang kelompok yang kita termasuk didalamnya, tentang presentasi diri kita, tentang pelbagai kepercayaan dan nilai kita. Apapun makna yang ditemukan dalam media, pesan-pesan tersebut mungkin ada secara sengaja maupun tidak sengaja. Menurut Chaney (2011; 92) Gaya hidup merupakan cara terpola dalam menginvestasi aspek-aspek tertentu kehidupan sehari – hari dengan nilai sosial atau simbolik, tapi ini juga berarti bahwa gaya hidup adalah cara bermain dengan identitas.



Gambar I.3 Poster Film “*Need For Speed*” (2014)

Sumber : Film *Need For Speed*

Tidak kalah menarik, film yang juga bertema adu balap salah satunya *need for speed* yang seri pertamanya dirilis 2014. Awal film *need for speed* merupakan sebuah game balap yang mulai dipasarkan tahun 2000. Larisnya game *need for speed* menjadi alasan Electronic Arts dan DreamWorks untuk membuat sebuah film dengan judul yang sama.

Film *need for speed* menitikberatkan pada adegan yang tidak lepas dari andalannya mobil mewah berkecepatan tinggi yang siap melakukan aksi adu balap. Film *need for speed* (2014) disebut memiliki kemiripan dengan film *street society* (2014) karna alur cerita dari awal sampai akhir hampir sama yaitu membuat keributan dalam adu balap dengan nuansa balas dendam dan percintaan.

Film *need for speed* (2014) dan *street society* (2014) sebagai film yang terpusat pada persahabatan, tantangan, adu balap dan percintaan. Film yang banyak menyajikan adegan kebut-kebutan dapat membuat penontonnya merasakan ketegangan berkendara dengan kecepatan ratusan mil per jam.

Peneliti memilih film *street society* karena dari segi cerita ending film *street society* tidak mudah ditebak, dan perbedaannya di film *need for speed* (2014) tidak banyak menampilkan tentang gaya hidup sebagai seorang pembalap mobil, berbeda dengan film *street society* (2014) yang setiap *scene* menampilkan gaya hidup sebagai anggota komunitas mobil yang menyandang status sosial nya.

Perbedaan antara film *street society* (2014) dan *need for speed* (2014) dapat dilihat melalui gaya hidup yang membawa makna pada seseorang dari setiap filmnya. Ditegaskan oleh Chaney (1996; 40) bahwa gaya hidup membantu memahami apa yang orang lakukan, mengapa mereka melakukannya dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain.

Ketertarikan pada dunia mesin biasanya digemari oleh laki-laki yang akhirnya membentuk suatu perkumpulan atau komunitas untuk menyalurkan hobi, khususnya pada dunia balap salah satunya dengan ikut tergabung di komunitas mobil dengan menggunakan berbagai macam tipe mobil dengan design khusus untuk mobil balap. Anggota yang tergabung dalam komunitas mobil secara tidak langsung mendorong untuk memiliki kehidupan yang mewah dan mengikuti pola pergaulan disekitarnya.

Kegemaran dalam dunia mesin memiliki daya tarik tersendiri bagi anggota yang tergabung dalam komunitas mobil yang menjadikan mereka tergabung dalam suatu arena kumpul untuk menghabiskan waktu luang bersama, sehingga tercipta hubungan sosial dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan dengan membuat suatu kelompok yang berfungsi sebagai wadah dalam menyalurkan hobi.

Komunitas pun terbentuk oleh orang yang merasa senasib, sepekerjaan dan saling ketergantungan. Dimana anggota dan komunitas tersebut berusaha untuk menjadi sama dan mempunyai ikatan karena kesamaan yang dimiliki. Tentunya untuk menjadi sebuah komunitas memiliki ciri khas dan cara bergaul untuk membedakan diri dengan komunitas lainnya.

Berdirinya suatu komunitas mobil telah menghasilkan berbagai macam kegiatan dan prestasi diantaranya berbagai kontes modifikasi mobil, melakukan aksi balap mobil. Kegiatan seperti itu sudah pasti menuntut anggota di komunitas mobil untuk mengeluarkan banyak biaya terutama dalam memodifikasi mobilnya.

Salah satu kegiatan yang rutin dilakukan komunitas mobil adalah dengan melakukan latihan adu balap, mengikuti event kontes mobil sebagai ajang untuk memamerkan hasil modifikasi kendaraan melalui aksi balap yang dianggap menantang dan mengasikan. Tempat yang biasa digunakan untuk berkumpul ada di beberapa cafe ataupun klub malam yang menyajikan berbagai bentuk fasilitas hiburan malam termasuk berbagai jenis minum-minuman untuk dikonsumsi atau dibeli sejenis *chivas*, dan martel memiliki harga ratusan ribu hingga jutaan rupiah.

Hal seperti ini merupakan salah satu ciri khas dari gaya hidup hedonis. Pembawaan dari lingkungan pergaulan serta kegiatan dalam komunitas mobil cepat atau lambat akan berpengaruh pada anggota yang tergabung dalam komunitas mobil tersebut. Seperti halnya, penggunaan mobil sebagai identitas penting bagi mereka, rutinitas kegiatan atau perkumpulan ditempat yang (*highclass*). Aktivitas itu dilakukan agar mereka dipandang sebagai golongan atas ataupun supaya mereka dapat berada di dalam status sosial tertentu.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menyimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah penerimaan anggota komunitas mobil mengenai gaya hidup hedonis dalam film *street society* (2014) dengan menggunakan metode penelitian *reception analysis* dan paradigma *encoding-decoding*. Subjek penelitian ini adalah anggota komunitas mobil dengan kriteria informan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan yang berbeda sedangkan objek penelitiannya adalah penerimaan anggota mengenai gaya hidup.

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini mengenai penerimaan dan gaya hidup sehingga dapat menjadi referensi. Adapun penelitian tersebut dilakukan oleh Janice Ambara mahasiswi Universitas Kristen Petra Surabaya yang berjudul “penerimaan pemirsas perempuan

terhadap pesan gaya hidup dalam iklan-iklan kopi dengan *endorser* perempuan”, tujuan penelitiannya yaitu ingin mengetahui penerimaan dari khalayak perempuan yang mengonsumsi kopi dan mengenai pesan gaya hidup dalam iklan-iklan kopi dengan *endorser* perempuan.

Persamaan penelitian Janice Ambara dengan yang akan dilakukan peneliti yaitu pada fokus penelitian yang sama-sama mengangkat tentang khalayak dengan menggunakan metode penelitian *reception analysis* dengan model encoding-decoding milik Stuart Hall dengan menggunakan pendekatan kualitatif, dan objek dari penelitian yang sama-sama fokus tentang penerimaan mengenai gaya hidup. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya Janice Ambara pada perempuan dan konsumsi kopi yang telah dipertontonkan rekaman video iklan sedangkan peneliti fokus pada anggota komunitas mobil mengenai film *street society*.

Untuk menjawab rumusan masalah maka peneliti menggunakan metode *reception analysis* yang menyatakan bahwa cara kita mengatakan sesuatu dan apa yang kita pilih untuk dikatakan dan dibentuk untuk penerima (Burton 2008; 215). Audiens aktif mampu memberikan umpan balik yang berpengaruh dan melakukan sesuatu hal terhadap bentuk komunikasi yang mereka terima.



Audiens mengambil peran aktif dalam komunikasi media untuk memuaskan kebutuhan dalam media tersebut. Hal ini berarti bahwa audiens bukanlah penerima yang pasif terhadap komunikasi. Kebutuhan – kebutuhan esensial yang telah diidentifikasi adalah mendapatkan informasi, mendapatkan pemahaman tentang identitas, mendapatkan interaksi sosial dan mendapatkan hiburan.

Burton (2008; 225) Audiens tidak hanya sekedar mengambil apapun yang diberikan kepada mereka meskipun mereka hanya bisa memilih dari apa yang ditawarkan kepada mereka. Mereka menggunakan apa yang ditawarkan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan, mereka memainkan peran yang aktif dan mereka dapat menginterpretasikan pesan - pesan tersebut.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana penerimaan anggota komunitas mobil mengenai gaya hidup hedonis dalam film *street society*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan anggota komunitas mobil mengenai gaya hidup hedonis dalam film *Street Society*.

#### **1.4 Batasan Masalah**

- a. Subjek Penelitian : Anggota komunitas mobil dan film *street society*
- b. Objek Penelitian : Penerimaan mengenai gaya hidup
- c. Metode Penelitian : *Reception Analysis*

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat-manfaat yang dapat diambil dari penelitian berikut, yaitu:

Bagi Akademis

Diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan rujukan sebagai upaya pengembangan ilmu, dan berguna untuk menjadi referensi bagi yang melakukan kajian terhadap *reception analysis* mengenai gaya hidup dalam sebuah film.