

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications*) menjelaskan bahwa masyarakat sekarang dapat secara aktif mencari media dan muatan tertentu untuk menghasilkan kepuasan tertentu (West & Turner, 2008: 101). Teoritikus beranggapan, masyarakat yang aktif akan mampu mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi. Berbekal dari asumsi dasar teori Kegunaan dan Kepuasan, dapat diketahui bahwa khalayak aktif berorientasi pada tujuan ketika menggunakan suatu media, kepuasan berada pada khalayak, sehingga media akan saling berlomba untuk menjadi yang terbaik dikarenakan penilaian mengenai isi berada di tangan khalayak (West & Turner, 2008: 104).

Dengan berbagai karakteristiknya, khalayak memiliki banyak kebutuhan yang perlu dipuaskan oleh media. Misalnya, tipe kognitif – guna memperoleh informasi, pengetahuan, juga pemahaman. Tipe afektif – guna memperoleh pengalaman emosi, baik itu menyenangkan, mengharukan, juga menegangkan. Tipe integrasi personal – guna memperoleh kredibilitas, percaya diri, juga status. Tipe integrasi sosial – guna meningkatkan hubungan dengan teman dan keluarga. Tipe pelepasan ketegangan – semacam pengalihan atau pelarian (West & Turner, 2008: 105). Penjelasan di atas menjelaskan kategori kebutuhan tambahan yang dipenuhi oleh media. Di bioskop contohnya, kebanyakan dari penonton akan menyukai cerita cinta dari pada film dokumenter atau perang. Beberapa orang akan memilih menonton sebagai hiburan dari kesehariannya yang melelahkan (pengalihan).

Blumler menjelaskan bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif. Hal ini disebabkan karena penggunaan media adalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media akan dianggap ada ketika suatu kebutuhan telah terpenuhi. Kesimpulannya, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam sebuah proses komunikasi. Pengguna akan berusaha mencari media yang menurutnya paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori Kegunaan dan Gratifikasi ini mengasumsikan bahwa khalayak mempunyai banyak pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (dalam Rakhmat & Ibrahim, 2016: 117). Misalnya, seperti menonton televisi hingga film, mendengarkan radio, membaca surat kabar, ataupun media massa lainnya.

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 nantinya disebut sebagai komunikasi massa. Berikut adalah berbagai alat komunikasi massa yang sering kali kita temui dalam kehidupan sehari-hari, surat kabar, majalah, internet, tabloid, buku, radio, televisi, kaset, hingga film (Nurudin, 2015: 13).

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 adalah sebuah sarana baru yang digunakan untuk menyebarkan hiburan, cerita, peristiwa, musik, drama, lawak, dan sajian teknis lainnya kepada masyarakat (McQuail dalam Oktavianus, 2015: 3). Film adalah medium komunikasi

massa yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan (Effendy dalam Oktavianus, 2015: 3).

Indonesia memiliki kurang lebih 742 bahasa daerah. Namun, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menyatakan pada tahun 2090 jumlah bahasa daerah hanya akan tersisa 10 persen atau 75 bahasa daerah. Fakta inilah yang menjadi salah satu alasan bagi para sineas Indonesia untuk mulai membuat film berbahasa daerah sebagai upaya pencegahan punahnya kearifan lokal (Raharjo, 2018). Selain film *Yowis Ben*, dunia perfilman Indonesia juga pernah memiliki film berbahasa lokal lainnya yaitu *Finding Srimulat*.

Finding Srimulat berkisah tentang sepasang suami istri bernama Adika (Reza Rahardian) dan Astrid (Rianti Cartwright) yang memiliki mimpi untuk bisa hidup mandiri. Adika yang hanya bekerja di sebuah perusahaan *event organizer* berjanji kepada kedua orang tua Astrid untuk bisa mencukupi Astrid dengan materi yang layak. Namun semakin mendekati kelahiran anak pertamanya, keuangan keluarga ini memburuk. Selain itu, kondisi kantor tempat Adika bekerja juga sedang tidak baik hingga harus di non-aktifkan untuk sementara waktu. Sampai akhirnya ia dipertemukan dengan anggota *Srimulat* dan bisa memulai kisah barunya.

Film yang tayang pada tahun 2013 lalu ini mengangkat genre komedi-percintaan. Film ini menggunakan percampuran bahasa daerah (Jawa dan Madura), bahasa Indonesia, bahasa Jakarta atau gaul, dan sedikit bahasa Inggris. Namun lebih didominasi oleh bahasa Indonesia dibandingkan dengan bahasa daerahnya. *Yowis Ben* dan *Finding Srimulat* memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan, antara lain: sama-sama tayang di bioskop Indonesia, mengangkat tema kebudayaan lokal, dan menggunakan *talent* atau artis yang sudah terkenal.

Finding Srimulat dinilai masih terpengaruh dengan bahasa gaul Jakarta, jika melihat masih ada penggunaan bahasa lo-gue, dan pemilihan judul yang menggunakan bahasa Inggris. Berbeda dengan film *Yowis Ben* yang menggunakan 80 persen bahasa Jawa arek, melibatkan artis yang masih memiliki keterkaitan dengan Jawa Timur, pemilihan lokasi *shooting* yang dilakukan di kota Malang dan Batu, dan di produseri oleh arek Malang yaitu Bayu Skak. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas mengenai Motif Remaja Kota Malang dan Batu Menonton Film *Yowis Ben*.

Yowis Ben ditayangkan di bioskop Indonesia sejak tanggal 22 Februari 2018 lalu, hingga saat ini film tersebut masih bisa diikuti di internet melalui *streaming* atau diunduh. Film “*Yowis Ben*” telah berhasil menarik perhatian 926.278 ribu penonton selama 34 hari dari awal penayangannya. Melalui film tersebut, Bayu Skak membagikan banyak pesan kepada penontonnya terkait ragam kebudayaan lokal di Indonesia. Sehingga dapat dijelaskan bahwa film juga termasuk sebagai media informasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dari sumber informasi ke khalayak sasarnya.

Gambar I.1

Jumlah Penonton Film *Yowis Ben* Selama 34 Hari Tayang



Sumber: <https://www.instagram.com/filmmyowisbenofficial/>

Yowis Ben adalah film Indonesia yang mengangkat genre drama-komedi berbahasa Jawa Timuran, di sutradarai oleh Fajar Nugros dan Bayu Skak sebagai co-sutradara. Dalam film ini, Bayu Skak merangkap sebagai penulis naskah sekaligus pemain utama. Bayu Skak sendiri adalah seorang YouTubers asli Malang yang sejak tahun 2010 memutuskan untuk membuat sebuah *channel* YouTube miliknya sendiri. Sempat vakum, ia kembali aktif di tahun 2012. Biasanya konten yang ia buat masih berkaitan dengan genre komedi, namun uniknya adalah masih kentalnya penggunaan bahasa Jawa Timuran dalam setiap konten yang dibuat oleh Bayu. Bayu Skak sendiri adalah satu-satunya YouTubers pertama di luar Jakarta yang berhasil mendapatkan penghargaan *Gold Button* (penghargaan atas satu juta pelanggan atau *subscriber*) dari YouTube. Dalam wawancaranya dengan pihak Kompas 2017 lalu, Bayu berkata “Aku selalu yakin dengan konten YouTube-ku yang berbahasa Jawa. Aku percaya ciri khas itu punya pasarnya sendiri” (Setiawan, 2018).

Hal inilah yang kemudian kembali diterapkan oleh Bayu Skak ketika menggarap film Yowis Ben. Ketika berdialog, pemain dalam film diatur untuk menggunakan bahasa Jawa, bahkan tingkat presentasinya mencapai angka 80% dan sisanya baru bahasa Indonesia atau lainnya (Setiawan, 2018). Begitupun pengambilan latar tempat *shooting* juga menggunakan kota Malang dan Batu. Di antaranya adalah Museum Angkut, Alun-Alun kota Malang, Gereja Hati Kudus, dan Kampung Warna-Warni.

Talent yang digunakan juga beberapa masih memiliki keterkaitan dengan Jawa Timur sendiri, seperti Joshua Suherman (pemain film dan penyanyi yang lahir dan pernah tinggal di Surabaya), Devina Aureel (*selebgram* asal Malang), hingga menghadirkan legenda pelawak asal Jawa Timur Cak Kartolo dan Cak Sapari. Selain itu, Bayu mengajak para pemain yang setidaknya mau belajar dan berbahasa Jawa. Meskipun sebelumnya

tidak bisa berbahasa daerah. “Brandon Salim dan Arif Didu malah harus dididik terlebih dahulu agar bisa bahasa Jawa, karena mereka asli orang Jakarta” ujar Bayu dalam wawancaranya dengan Kompas lalu (Wardoyo, 2018).

Yowis Ben menceritakan bagaimana kehidupan seorang remaja yang diangkat dari kisah nyata penulisnya yaitu Bayu Skak. Berawal dari keinginannya menjadi tenar, Bayu akhirnya membentuk sebuah *band* miliknya yang terdiri dari 4 personil. Dari sinilah kisah Bayu berjalan, ia menjadi tenar, dan wanita yang ia kagumi berhasil menjadi kekasih hatinya. Namun permasalahan mulai datang satu persatu hingga perpecahan dalam *band* tidak dapat dihindari.

Konten dan *genre* yang disuguhkan dalam film ini adalah gambaran dari kehidupan remaja pada umumnya. Terlibat kasmaran, konflik antar teman, hingga konflik dengan orang tua. Dalam wawancara, Fajar Nugros menjelaskan salah satu keinginannya yaitu agar film Yowis Ben dapat dinikmati oleh semua remaja khususnya di wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah, dan remaja Indonesia pada umumnya (Dalimunthe, 2018).

Sebagai produser dari film Yowis Ben, Chand Parwez Servia mengatakan bahwa penggunaan bahasa ibu di perfilman nasional adalah bukti dari keragaman Indonesia itu sendiri. Di Indonesia ini, orang memahami tentang kebhinekaan adalah keberagaman. Namun ketika ada orang yang menampakkan perbedaan, ia malah dihujat (Indo, 2018). Oleh karena itu, Bayu Skak ingin kembali mengangkat tentang kebudayaan Indonesia, khususnya kebudayaan Jawa Timur.

Bahasa menjadi unsur penting yang digunakan seseorang untuk berkomunikasi, begitupun dalam film. Bahasa adalah identitas dari suatu negara atau wilayah karena digunakan sebagai alat komunikasi utama. Manusia akan membutuhkan bahasa untuk berinteraksi, mengungkapkan

ide, berpendapat, serta hubungan sosial lainnya. Namun dalam perkembangannya, bahasa di Indonesia mulai mengalami pergeseran dengan bahasa anak remaja, atau yang sering disebut sebagai bahasa gaul (Nurhasanah, 2014: 15).

Pemakaian bahasa gaul bahkan tidak hanya digunakan oleh anak remaja, tidak jarang orang berpendidikan juga menggunakan bahasa ini, baik dalam bentuk lisan dan non-lisan dan keadaan formal maupun non-formal (Nurhasanah, 2014: 15). Begitupun dalam perkembangannya, film di Indonesia juga menggunakan varian bahasa gaul dalam proses pembuatannya. Tidak banyak film yang berani menggunakan bahasa khusus milik daerah tertentu, sehingga memperlihatkan bagaimana sekarang ini dialek lokal sudah tidak lagi dianggap penting, jika melihat dari banyaknya film di Indonesia fokus menggunakan bahasa gaul atau yang sering kali disebut sebagai bahasa Jakarta.

Radio Galau FM (2012), *Crazy Love* (2013), *Ada Cinta di SMA* (2016), *Posesif* (2017), dan sebagainya. Merupakan contoh dari film Indonesia yang juga memiliki target penonton remaja (Kapanlagi.com, 2018). Film remaja adalah sebuah *genre* atau kategori dalam film yang menunjukkan bahwa film tersebut diformat secara spesifik dan ditujukan pada remaja (Noviani, 2011: 43). Begitupun film di atas juga menceritakan bagaimana kehidupan remaja pada umumnya, menyangkut kehidupan percintaan, teman dan sahabat, hingga orang tua. Dari tahun ke tahun, film dengan genre remaja banyak di produksi di Indonesia. Namun sayangnya, film terus menerus hanya menggunakan bahasa gaul Jakarta.

Penelitian terdahulu yang menggunakan teori motif telah dilakukan oleh Julio Reinner Lambert pada tahun 2018 dengan judul "*Motif remaja Surabaya dalam menggunakan media sosial instagram*". Penelitian terdahulu lainnya, menggunakan teori motif juga dilakukan oleh Aprilita

Sari pada tahun 2018 dengan judul “*Motif penonton sinetron remaja di Surabaya menonton sinetron Dunia Terbalik di RCTI*”. Pada penelitian terdahulu, para peneliti mengangkat media komunikasi yang berbeda dengan peneliti, yaitu pada televisi dan media sosial. Sedangkan peneliti mengangkat film. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk mencari tahu motif remaja kota Malang dan Batu ketika menonton film Yowis Ben.

Pemilihan kota Malang dan kota Batu sebagai lokasi penelitian dilakukan karena lokasi *shooting* yang dipilih oleh tim Yowis Ben sepenuhnya menggunakan *background* kota Malang dan Batu. Begitupun bahasa yang digunakan juga 80% bahasa Jawa Timuran. Berbekal faktor kedekatan ini, peneliti ingin mengetahui motif remaja kota Malang dan Batu ketika menonton film Yowis Ben yang telah berusaha mengangkat kebudayaan lokal dari kota tersebut.

Peneliti melakukan penelitian terhadap remaja akhir dengan standart yang berlaku di Indonesia yaitu usia 15-24 tahun. Pemilihan responden sendiri dipengaruhi oleh *statement* dari Fajar Nugros dalam wawancaranya dengan portal berita Surya menjelaskan keinginannya agar film Yowis Ben dapat dinikmati oleh semua remaja khususnya di wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah, dan remaja Indonesia pada umumnya (Indo, 2018). Selain itu, adanya asumsi bahwa remaja adalah pihak yang paling mudah terpengaruh oleh budaya baru, seperti penggunaan bahasa Jakarta. Film ini juga merupakan media yang dapat digunakan untuk mengajak remaja agar lebih cinta terhadap bahasa atau produk lokal.

Ashadi Siregar (dalam Noviani, 2011: 41) menegaskan bahwa setiap media massa yang secara spesifik ditujukan pada khalayak remaja pada dasarnya adalah indikator dari pemikiran, nilai dan juga cara pandang para remaja dalam masyarakat di mana media tersebut diproduksi dan

didistribusikan. Pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan peneliti adalah survei dengan menggunakan kuesioner sebagai dasar pengumpulan data.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Motif Remaja Kota Malang dan Batu Menonton Film Yowis Ben?”

I.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui motif remaja Kota Malang dan Batu saat menonton film Yowis Ben.

I.4. Batasan Masalah

Untuk menghindari permasalahan yang terlalu luas, maka peneliti akan membatasi permasalahan yang hendak diteliti. Berikut adalah batasannya:

- a) Objek penelitian yang digunakan adalah Motif dalam menonton film Yowis Ben.
- b) Subjek penelitian yang digunakan adalah Remaja Kota Malang dan Batu berusia 15-24 tahun.
- c) Subjek penelitian telah menonton film Yowis Ben melalui bioskop atau media internet.
- d) Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan cara membagikan kuesioner.
- e) Film yang diteliti adalah film Yowis Ben.

I.5. Manfaat Penelitian

- a) Secara teoritis, penelitian ini akan memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan bagaimana pengaplikasian teori *Uses and Gratification* dalam sebuah film layar lebar.
- b) Secara praktis, penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran dan masukan bagi para praktisi di bidang pembuatan film mengenai motif masyarakat daerah terhadap film yang mengangkat tema kebudayaan lokal daerah tertentu.