

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Fokus penelitian ini akan membahas tentang bagaimana penggambaran gaya hidup dalam film *Orang Kaya Baru*. Tak bisa dipungkiri bahwa masyarakat konsumen Indonesia tumbuh sejalan dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi yang ditandai dengan semakin menjamurnya pusat perbelanjaan mirip *shopping mall*, industri waktu luang, industri *fashion* atau mode, industri kecantikan, industri kuliner, dll dengan cara mempromosikan gaya hidup melalui iklan dan televisi hingga membentuk identitas diri (Chaney, 2011:8). Kemunculan industri media dari mancanegara ini justru menyerbu dan masuk ke tanah air melalui majalah-majalah mode yang menawarkan gaya hidup yang sejujurnya tak dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat (Chaney, 2011:8).

Fenomena tentang gaya hidup mendapatkan perhatian besar seiring dengan semakin beragamnya perwujudan gaya hidup yang ditampilkan oleh pelbagai kelompok dalam masyarakat (Adlin, 2006:35). Ruang dan waktu disesaki oleh simulasi media yang melumpuhkan indra pembeda individu (Adlin, 2006:25). Iklan membuat individu berlomba-lomba untuk mendapatkan mobil dan pakaian, melakukan pekerjaan yang tidak disukai demi membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan (Adlin, 2006:xv).

Alhasil, masyarakat diubah menjadi masyarakat konsumeristis di mana gaya hidup berbelanja menjadi suatu ideal baru menggantikan kebajikan-kebajikan

klasik sehingga belanja menjadi sebuah keutamaan baru yang budaya dan simbolik (Adlin, 2007:26). Hal ini dapat dilihat di mal, yakni cara orang berpakaian, cara berjalan, cara berbicara, topik yang dibahas hingga pola konsumsi yang digunakan oleh individu (Adlin, 2007:35).

Tanpa sadar, gaya hidup yang ditawarkan dalam masyarakat merupakan hasil pergulatan diri dalam mencari identitas dan sensibilitas di lingkungan tempat individu hidup meskipun muncul perubahan dalam diri individu yang sejatinya gagal memahami apa yang paling dominan membentuk individu baik itu nilai, cita rasa dan gaya (Chaney, 2011:12-13).

Gaya hidup merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana seseorang berpakaian, menggunakan mobil, berekreasi, mencari hiburan, dll (Sobur, 2016:167). Demikian gaya hidup sudah melebur antara kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) karena itu kebutuhan berubah menjadi keinginan sehingga membuat individu berpikir bahwa “aku adalah apa yang aku konsumsi!” (Adlin, 2007:26-27). Misalnya tidak cukup bila seseorang hanya makan namun perlu untuk makan di McDonald. Individu yang makan di McDonald bukan karena *beef burger*-nya yang enak melainkan karena fungsi untuk makan berubah menjadi cara individu menunjukkan identitasnya (Adlin, 2007: 26). Atau contoh lain seperti minum kopi di *Starbucks*, orang tidak sekedar menikmati kopinya yang enak namun untuk menunjukkan siapa dirinya.

Dalam gaya hidup, individu selalu berusaha membuat dirinya berbeda dari orang lain tanpa sadar pada saat yang sama individu terus melakukan pengulangan sehingga terciptalah pola yang mudah ditebak karena individu merasa perilaku

yang dilakukan berulang-ulang itu nyaman dan aman dengan terus membuat dirinya berbeda (Adlin, 2007:99). Gaya hidup bukan merupakan sesuatu yang sifatnya alami melainkan dibentuk dalam masyarakat sehingga menjadi sebuah kebiasaan.

Gaya hidup dimaknai sebagai tata cara hidup yang mencerminkan sikap dan nilai dari seseorang (Adlin, 2006:36). Gaya hidup mencerminkan bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungan (Intan dkk, 2019:49).

Nas dan v.d. Sande merumuskan konsep gaya hidup menjadi lima dimensi yakni (Sobur, 2016:168): 1) *morfologi*, dalam dimensi ini gaya hidup dilihat sebagai sejauh mana individu menggunakan kota dan fasilitasnya seperti tempat berbelanja apakah individu selalu pergi ke tempat yang sama atau di berbagai tempat; 2) *hubungan sosial*, dimensi ini mengarah pada bagaimana individu berinteraksi dan membangun pola dalam hubungan sosial individu seperti membentuk sebuah pergaulan antar individu; 3) *domain*, dimensi ini merujuk pada bagaimana mendapatkan informasi dalam suatu jaringan sosial dan apakah peran tersebut dinilai berharga; 4) *makna*, dimensi ini menelusuri bagaimana pemaknaan yang diberikan oleh individu dalam setiap kegiatan yang dilakukan; 5) *style*, dimensi ini merujuk pada gaya hidup yang menggunakan simbol lalu memberikan nilai dari simbol pada objek di sekitarnya.

Dewasa ini, semakin banyak kehadiran film-film yang menghiasi bioskop Indonesia. Dimulai dari awal tahun 2000 dengan suksesnya film remaja berjudul Ada Apa Dengan Cinta sehingga berturut-turut muncul film lainnya baik itu

komedi, horor, romantis, misteri maupun aksi yang membuat film Indonesia diterima oleh penonton dan kualitas filmnya yang terus mengalami peningkatan.

Salah satunya adalah film *Orang Kaya Baru*, merupakan hasil produksi *Screenplay Films* dan *Legacy Pictures* yang rilis pada 24 Januari 2019. Film bergenre drama komedi ini menceritakan tentang kehidupan keluarga biasa yang terdiri dari ayah (Lukman Sardi), ibu (Cut Mini) dan tiga anak, Duta (Derby Romero), Tika (Raline Shah) dan Dodi (Fatih Unru) mendadak berubah ketika ayah meninggal dan meninggalkan warisan dengan banyak harta. Perubahan ekonomi yang terjadi membuat gaya hidup mereka pun berubah. Cut Mini yang berperan sebagai ibu fokus menghabiskan uangnya dengan cara mengoleksi emas dan membagi-bagikan uangnya sehingga viral serta dapat menaikkan status sosialnya, Derby Romero sebagai Duta yang sibuk dengan teaternya, Raline Shah sebagai Tika yang menjauh dari teman-temannya dan mulai masuk ke salah satu geng youtuber sehingga membuat hidupnya berubah, dan Fatih Unru sebagai Dodi yang memerankan karakter menjadi anak yang memamerkan barang-barang pada temannya sebagai bentuk eksistensi diri.

Alasan peneliti memilih film *Orang Kaya Baru* dibandingkan film lainnya karena film ini mengisahkan tentang fenomena gaya hidup yang merujuk pada gaya hidup orang kaya baru yang suka menghabiskan uangnya untuk berbelanja atau untuk mengakui status sosialnya dalam masyarakat. Hal ini didukung oleh pernyataan sutradara film Ody C. Harahap, menurutnya film ini dibuat karena muncul fenomena “Orang Kaya Baru” sebuah istilah yang merujuk pada seseorang dengan tingkat keuangan naik drastis dalam waktu singkat kemudian

mengalami gegar budaya sehingga melakukan hal-hal yang dianggap norak oleh orang lain (Rosalia Indra, 2019, <https://beritagar.id/artikel/seni-hiburan/mengapa-orang-kaya-baru-tembus-sejuta-penonton>, 12 Februari 2019).

Film Orang Kaya Baru sendiri merupakan film yang fenomenanya tidak jauh dari kehidupan masyarakat. Film ini menjadi film ketiga terlaris sepanjang 2019. Kehidupan keluarga yang apa adanya mendadak berubah menjadi orang kaya karena harta warisan yang ditinggalkan oleh ayah. Saat menjadi orang kaya terjadi perubahan yang dapat dilihat dari gaya hidup mereka. Mereka menghabiskan uang untuk berbelanja dilihat dari cara berpakaian, membeli kendaraan, dll merupakan bagian dari gaya hidup.

Penelitian tentang penggambaran gaya hidup dilakukan untuk mengetahui bagaimana penggambaran gaya hidup yang terjadi terkait cara seseorang mencari kesenangan dilihat dari cara berpakaian, membeli kendaraan, dll. Dengan demikian, fokus penelitian ini yang akan dibahas adalah bagaimana gaya hidup yang terjadi dalam film Orang Kaya Baru.

Untuk mendapatkan penggambaran dari film tersebut maka berikut beberapa *scene* yang peneliti peroleh dari hasil *screen shoot* film Orang Kaya Baru:

Gambar I.1 Cuplikan Adegan Film Orang Kaya Baru (2019)



Sumber: Film Orang Kaya Baru (2019)

Berdasarkan contoh cuplikan adegan film di atas menggambarkan bahwa gaya hidup yang ditunjukkan film *Orang Kaya Baru* (2019) merupakan gaya hidup yang menghabiskan uang untuk membelanjakan sesuatu. Semua karakter dalam film ini ingin menampilkan bahwa memiliki banyak uang membuat seseorang dapat melakukan apa saja seperti membeli telepon genggam terbaru, motor, mengoleksi emas, membeli kendaraan tanpa mempedulikan orang lain karena itu menjadikan seseorang lebih individualis.

Beberapa cuplikan dalam film seperti saat para tokoh pergi ke *mall* untuk *shopping* menggambarkan gaya hidup dimana mereka memanfaatkan kota dan fasilitasnya seperti tempat berbelanja atau bagaimana saat Tika membangun hubungan sosial dengan teman-teman vlogernya agar kelihatan lebih hits.

Adapun film-film serupa yang menggambarkan tentang gaya hidup seperti film berjudul *Bebas* (2019).

Gambar I.2 Poster Film Bebas (2019)



Sumber: www.imdb.com (Diakses pada tanggal 13 Januari 2020, pukul 14:33

WIB)

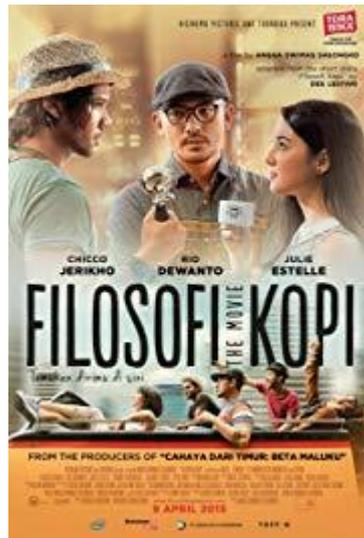
Fim Bebas (2019) menceritakan tentang sekelompok remaja yang terdiri dari lima anak perempuan dan satu laki-laki yang menjadi sahabat sejak SMA. Namun, karena sebuah peristiwa yang tragis menyebabkan mereka harus berpisah. 23 tahun lamanya mereka berpisah dan akhirnya bertemu kembali karena keingan terakhir salah seorang sahabatnya yang sedang sakit. Film ini berkisah tentang potret gaya hidup klasik versi modern pada zamannya yang merupakan adaptasi film Sunny (2011) dari Korea Selatan dengan gaya kehidupan remaja pada tahun 1998-an.

Adapun film ini dirilis di bioskop Indonesia pada 3 Oktober 2019 dengan gaya retro-klasik yang gayanya menjadi hits dilihat dari *trend fashion* atau *mode* yang muncul akhir-akhir ini. Tokohnya terdiri dari Maizura sebagai Vina, gadis asal Sumedang yang pindah ke Jakarta dan kemudian masuk dalam sekelompok remaja yang hits di sekolahnya. Selain itu, beberapa tokoh lainnya turut mengambil peran meramaikan film ini seperti Sheryl Sheinafia, Agatha Pricilla, Baskara Mahendra, Zulfa Maharani, Lutesha, Marsha Timothy, Susan Bachtiar, Indi Barends, Baim Wong, Widi Mulia, Salvita Decorte, dan pemeran lainnya. Baskara Mahendra sebagai Jojo merupakan satu-satunya anak laki-laki yang tergabung dalam geng dengan anggota seluruhnya adalah anak perempuan. Kehadiran Jojo dalam geng ini menunjukkan bahwa dalam sekelompok anak perempuan biasanya selalu ada anak laki-laki yang membantu saat ada percekocan pada era 90-an.

Setiap pemain karakter dalam film ini memperlihatkan bahwa fashion dan kehidupan remaja yang berkelompok sudah ada sejak zaman dulu bagaimana

sebuah penampilan menyesuaikan tuntutan zaman dan pergaulan remaja disesuaikan.

Gambar I.3 Poster Film Filosofi Kopi (2015)



Sumber: www.imdb.com (Diakses pada tanggal 13 Januari 2020, pukul 14:15 WIB)

Selain film Bebas (2019) adapula film Filosofi Kopi yang juga menggambarkan tentang gaya hidup. Film ini diteliti oleh Maria Mellinda Tulenan mahasiswi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang digunakan peneliti sebagai penelitian terdahulu karena menggunakan objek, subjek dan metode yang sama. Penelitian serupa dengan judul “Penggambaran Gaya Hidup Dalam Film Filosofi Kopi” menjadi acuan dan referensi peneliti untuk melakukan penelitian yang sama namun dengan subjek yang berbeda. Film Filosofi Kopi ini menceritakan tentang kehidupan modern dengan gaya hidup ngopi di kafe sebagai bentuk aktualisasi diri karena kesempatan memanfaatkan waktu luang dengan tetap gaya.

Film ini diperankan oleh Rio Dewanto sebagai Jodiy, Julie Estelle sebagai El, Chicco Jerikho sebagai Ben dan Melissa Karim sebagai Cici serta beberapa tokoh lainnya seperti Jajang C.Noer, Otig Pakis, Slamet Rahardjo dan lain-lain.

Kedua film yakni film Bebas (2019) dan film Filosofi Kopi (2015) dipilih peneliti sebagai pembanding karena mempunyai kesamaan yakni menonjolkan gaya hidup sebagai bentuk eksistensi diri. Namun, ketiga film ini memiliki sudut pandang yang berbeda dalam menggambarkan gaya hidup dilihat dari cara memanfaatkan barang dan atau jasa yang diperankan oleh setiap tokohnya.

Alasan peneliti memilih film Orang Kaya Baru karena peneliti ingin melihat bagaimana penggambaran gaya hidup dalam film tersebut diceritakan. Apakah sesuai dengan realitas dalam masyarakat, bahwa cara menghabiskan uang dan waktu luang seperti berbelanja atau menghabiskan uang merupakan bagian dari gaya hidup orang kaya baru. Kehidupan orang kaya baru yang egois dan sibuk dengan urusan masing-masing atau mencari eksistensi diri, suka pamer dan menghamburkan uang menjadi sebuah gaya hidup untuk mengaktualisasikan keberadaan mereka dalam kelompok sosial.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode semiotik yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce. Menurut Peirce *triangle meaning theory* terdiri dari tiga unsur atau elemen yakni *sign*/tanda, obyek dan interpretan dimana tanda mengacu pada sesuatu yang ada di luar dirinya sementara obyek akan mempengaruhi pikiran pemakai karena ketiga unsur saling timbal balik yang menghasilkan makna suatu obyek dan kemudian dilambangkan oleh pemakai sebagai simbol baik itu kata-kata, gambar atau isyarat (Moerdjati, 2016:111).

Pada umumnya, film dibuat dengan memunculkan banyak tanda yang digunakan untuk mencapai efek yang diharapkan, karena itu dalam produksi film audio visual menjadi penting sehingga dapat digunakan dalam sistem tanda untuk menggambarkan sesuatu (Sobur, 2016:128). Oleh karena itu peneliti menggunakan metode yang dikemukakan Peirce untuk memaknai dan memahami tanda yang ditunjukkan dalam film Orang Kaya Baru. Tanda yang dimaksud adalah bagaimana penggambaran gaya hidup dalam setiap scene film Orang Kaya Baru (2019) dimana tanda menunjukkan ikon dan lambang yang menginterpretasikan gaya hidup sesuai dengan *triangle meaning theory*.

I.2. Rumusan Masalah

Bagaimana penggambaran gaya hidup dalam film Orang Kaya Baru?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui proses penelitian terkait dengan rumusan masalah adalah untuk mengetahui penggambaran gaya hidup dalam film Orang Kaya Baru.

1.4. Batasan Masalah

Untuk menjawab permasalahan penelitian agar lebih efektif dan efisien maka batasan masalah yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subjek yang akan diteliti peneliti adalah film Orang Kaya Baru
2. Objek yang dipakai peneliti adalah penggambaran gaya hidup orang

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian yang dikaji dapat menjadi acuan dan masukan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penggambaran gaya hidup dalam kehidupan sosial di masyarakat. Sehingga dengan kontribusi dari peneliti menjadi literatur untuk penelitian lainnya dengan metode yang sama.

1.5.2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat sebagai rujukan terkait penggambaran gaya hidup orang kaya baru melalui film Orang Kaya Baru. Sehingga selanjutnya bisa menjadi gambaran tentang bagaimana gaya hidup yang terjadi di masyarakat dan masyarakat dapat mengubah perilaku-perilaku yang dapat menyebabkan penyimpangan dalam lingkungannya.