



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode analisis *discourse analysis*, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai keterkaitan film-film Indonesia yang memiliki latar cerita luar negeri dengan aspek motivasi penontonnya.

1. Melalui analisis dalam *semiotics building* dari hasil *focus group discussion* terlihat bahwa *apparatus cinema* masih membutuhkan bantuan bioskop dalam penyampaian suatu ideologi. Melalui analisis *semiotics building*, terlihat juga bahwa narasumber melakukan kegiatan menonton di bioskop sebagai salah satu bentuk eskapisme dari kesehariannya. Selain itu, narasumber menonton film Indonesia dengan latar cerita luar negeri dikarenakan adanya hambatan bagi masing-masing individu untuk melakukan eskapisme dengan cara *travelling*.
2. Melalui analisis dalam *world building* dari hasil *focus group discussion* terlihat bahwa penonton memiliki *autobiographical memory*, yaitu kondisi ketika penonton selalu terbiasa untuk hanya mengingat satu hal detail dalam film yang memiliki kesamaan dengan dirinya. Hal ini kemudian berkaitan erat dengan bagaimana proses interpelasi terjadi. Selain temuan mengenai *autobiographical memory*, melalui analisis *world building* terlihat bahwa penonton memiliki kebiasaan untuk membandingkan dirinya dengan hal

yang ada dalam film dan kemudian berpengaruh dengan bentuk katarisis tiap individu.

3. Melalui analisis dalam *activity building* dari hasil *focus group discussion* terlihat bahwa ketika menonton terjadi suatu *mental process* dalam penonton sehingga dapat mengarahkan tiap individu untuk ter-interpelasi dengan film yang sedang ditontonnya. Selain kegiatan interpelasi, penonton juga melakukan negosiasi serta proyeksi primer maupun sekunder ketika menonton film Indonesia yang memiliki latar cerita luar negeri. Salah satu unsur dalam *viral marketing (word of mouth)* juga menjadi salah satu kegiatan yang dilakukan oleh penonton film-film Indonesia yang memiliki latar cerita luar negeri
4. Melalui analisis dalam *socioculturally-situated identity and relationship building* dari hasil *focus group discussion* terlihat bahwa agama dari penonton mempengaruhi jenis tontonan yang hendak dipilihnya. Hal ini terlihat dari adanya data yang memperlihatkan bahwa narasumber non-Muslim hanya menonton sedikit atau bahkan tidak menonton film Indonesia yang memiliki latar cerita luar negeri dengan tema keagamaan. Selain mempengaruhi pemilihan jenis tontonan, agama penonton juga mempengaruhi proses negosiasi penonton terhadap suatu pesan yang terdapat dalam film Indonesia dengan latar cerita luar negeri.
5. Melalui analisis dalam *political building* dari hasil *focus group discussion* terlihat bahwa terdapat ideologi kapitalis yang mempengaruhi benak penonton dan mendorong tiap individu untuk bekerja keras. Selain itu,

dalam analisis *political building* terlihat juga bahwa ideologi keagamaan yang hendak disampaikan oleh pembuat film sedikit gagal untuk tersampaikan ke dalam benak penonton. Terdapat beberapa penonton yang tidak menerima ideologi agama dan lebih merasakan ideologi bangsa Barat dalam film Indonesia yang memiliki latar cerita luar negeri.

6. Melalui analisis dalam *connection building* dari hasil *focus group discussion* terlihat bahwa masa lalu penonton dapat memicu terjadinya katarsis ketika penonton sedang menonton hal yang sama dengan masa lalunya. Selain itu, masa lalu penonton juga dapat memperlihatkan bahwa di masa kanak-kanak, penonton cenderung menerima ideologi secara langsung tanpa melakukan proses negosiasi di dalam benaknya.

Melalui hasil analisis dari segi *6 building task* dalam *discourse analysis*, terlihat bahwa keterkaitan antara film-film Indonesia dengan latar cerita luar negeri dengan aspek kepenontonannya adalah adanya pengaruh suatu ideologi dan kebudayaan dominan yang tertanam dalam benak penonton. Ideologi dan kebudayaan dominan tersebut kemudian mempengaruhi dorongan penonton dalam melakukan eskapisme, katarsis, dan keputusan pembelian tiap individu.

## **5.2. Saran**

Beberapa saran yang diusulkan berdasarkan penelitian ini antara lain: Perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk melengkapi penelitian ini, salah satunya adalah penelitian mengenai tingkat pemahaman penonton Indonesia terhadap pesan ideologi yang disampaikan dalam suatu film. Penelitian lanjutan tersebut dapat dilakukan dengan melakukan *focus group discussion* tambahan dengan topik

pembahasan yang lebih sempit, tetapi membahas satu topik mengenai ideologi dengan lebih mendalam. Selain itu, saran bagi peneliti di penelitian-penelitian berikutnya adalah untuk menyediakan antisipasi masalah bagi teknik pengumpulan data yang akan digunakan. Antisipasi masalah berupa *focus group discussion* atau wawancara harus diperkirakan sejak perancangan sehingga narasumber dapat lebih mudah untuk melakukan wawancara kembali.