

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Mengikuti perkembangan zaman dunia modern yang menganut banyak pemahaman baru dan perkembangan teknologi dalam hidup, manusia menjadi mulai merubah gaya hidup. Gaya hidup yang menyongsong kenyamanan dan materialistis, kehidupan yang menunjukkan kesenangan melalui kepuasan diri. Gaya hidup yang mengikuti arus social melalui menghabiskan waktu di *café*, mall, diskotik dan lainnya. Rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk kesenangan sesaat melalui hal materialistik dan tidak seharusnya. Rela menghamburkan uang jutaan hanya demi kesenangan sesaat yang seharusnya uang tersebut bisa digunakan untuk kebutuhan yang lebih penting bukan lebih mengutamakan kepentingan tambahan atau kepuasan individu (Alamsyah, 2019).

Produk barang baru hasil konstruksi desainer yang dipertunjukkan di mall atau tempat pembelanjaan lainnya yang mengarah pada pembosoran dan konsumsi melebihi batas pribadi atau batas wajar demi memnuhi keinginan pribadi. Tidak merasa cukup dengan menjadi cukup melainkan hauss akan kepuasan pribadi melalui barang-barang borjuis. Pandangan hidup hedonis seperti ini mendorong individu untuk kemudian memperoleh keinginannya melalui satu atau cara lainnya tanpa memandang moral atau kebenaran. Melalui itu kemudian seseorang akan merasa terpenuhi secara pribadi, melalui hidup gaya mewah dapat kemudian dianggap mengikuti zaman dan modis dalam lingkungannya.

Menunjang perkembangan kehidupan manusia modern, tidak hanya pola konsumsi manusia yang berubah, pola komunikasi pun juga. Berkembangnya komunikasi massa membantu saluran komunikasi dapat berlangsung antara sumber dan penerima tanpa perlu melakukan kontak secara langsung. Pesan komunikasi mengalir antar individu melalui saluran media massa seperti majalah, surat kabar, radio, ataupun televisi (Wiryanto, 2000). Film, salah satu wadah seni dan

komunikasi yang menjadi saluran komunikasi massa untuk menyalurkan pesan melalui narasi dan pengambilan gambar memberi dampak dalam aspek edukatif, afektif, ataupun kognitif karena dapat lebih mudah diterima. Media film tidak hanya bercerita tetapi juga memberikan komentar maupun gambaran simbolis yang nyata mengenai kehidupan social manusia, atau dapat juga lebih mendalam menjadi cerminan atau representasi dari kehidupan. Film juga bisa menjadi media pembelajaran bagi khalayak / penonton (Kristanto, 2004).

Berhubungan erat dengan media film, teori semiotika kerap juga dikaitkan. Karena metode semiotika yang memiliki arti makna/tanda yang kemudian dapat ditemukan atau tersimpan dalam sebuah berita, iklan, atau lainnya. Semiotika mempelajari sistem, aturan yang memungkinkan bahwa tanda tersebut memiliki makna dan arti (Kriyantono, 2006). Gaya hidup (lifestyle) bisa diartikan merujuk pada gaya hidup yang unik / khas dalam suatu kelompok (Featherstone, 2001). Sedangkan dalam kehidupan masyarakat modern, gaya hidup dapat kemudian didefinisikan mengenai sikap, nilai-nilai, kekayaan, serta jabatan dan status sosial seseorang (Chaney, 1996). Lingkungan pergaulan sosial kemudian dapat dipengaruhi oleh gaya hidup melalui perilaku manusia yang memiliki kecenderungan untuk berkumpul dengan orang lain yang memiliki gaya hidup yang sama dengan mereka. Salah satu gaya hidup yang kemudian akan dibahas lebih lanjut adalah hedonisme.

Dalam perkembangan media di kehidupan modern, gaya hidup hedonisme kemudian mendorong individu untuk melakukan kepuasan pribadi melalui konsumsi hal materialistis. Konsumsi yang tidak secara fisik dapat terlihat, melalui konsumsi hal yang juga secara simbolis dapat dilihat dalam gaya hidup dan representasi dirinya sebagai seseorang. Secara etimologi, hedonisme diambil dari bahasa Yunani yaitu hedone yang artinya kesenangan. Melalui gaya hidup hedonisme, seseorang dapat mengadopsi perilaku konsumtif karena tidak akan merasa puas atau cukup dengan apa yang dimiliki. Berorientasi pada kenikmatan

pribadi atau kesengan individu. Hal tersebut berkaitan dengan kebahagiaan untuk memenuhi kebutuhan individu dalam memperoleh kepuasan (Sholeh, 2017).

Hedonisme lebih jauh dipahami sebagai gaya atau pola hidup melalui penggunaan uang dan waktu untuk memperoleh kesenangan sesaat dalam hidup dan aktivitas dalam bentuk menghabiskan waktu dengan pergi ke luar rumah, membeli barang –barang yang kurang dibutuhkan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. (H.Susianto, 1993). Menurut Well dan Tigert Fenomena, aspek gaya hidup hedonisme juga berkaitan erat dan tidak bisa dilupakan dari media massa menjadi alat sumber informasi. Melalui media massa film pengaruh gaya hidup hedonisme cukup besar dalam masyarakat hingga dapat membentuk budaya.

Film tidak hanya mempengaruhi penonton ketika film itu di konsumsi saja, melainkan akan terus mempengaruhi pola pemikiran seseorang dalam hidupnya dalam jangka waktu yang lama karena pemahamannya sudah tertanam dalam pikiran. Penonton menjadi mudah terpengaruh oleh budaya atau topik-topik yang dibahas dalam sebuah film karena merasakan bahwa representasi dalam film dapat menjadi cerminan duni nyata. Gaya hidup hedonisme yang mewah, borjuis dan berfoya-foya secara berlebihan tanpa pemikiran panjang dan motivasi yang tepat. Sebagian berpikiran bahwa hidup ini hanya satu kali dan harus benar – benar di nikmati (Muhyidi, 2004). Dengan demikian, pengaruh dari film tersebut akan memungkinkan munculnya suatu fenomena baru di kehidupan secara nyata (Alam, 2019).

Fenomena hedonisme ini sangat terlihat dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam media hiburan, salah satunya film. Film *Mendadak Kaya* menjadi contoh yang menarik untuk diteliti karena secara eksplisit menggambarkan gaya hidup hedonis yang kental. Dalam film ini, penonton disuguhkan dengan karakter-karakter yang mengalami perubahan drastis setelah mendapatkan kekayaan mendadak. Perilaku mereka mencerminkan bagaimana hedonisme dapat mempengaruhi pola pikir dan tindakan individu. Film ini tidak

hanya menjadi hiburan semata, tetapi juga menciptakan ruang untuk refleksi dan diskusi tentang nilai-nilai yang berhubungan dengan kehidupan modern dan dampaknya terhadap perilaku sosial.

Film *Mendadak Kaya* karya Anggy Umbara memberikan gambaran cerita mengenai tiga orang sahabat yang bernama Doyok, Otoy dan Ali Oncom. Ke tiga karakter utama ini diceritakan menghadapi masalah-masalah pelik. Ali Oncom (Dwi Sasono) yang terlilit hutang dan dikejar oleh penagih utang, selain itu dia juga mendapatkan tekanan dari kekasihnya, Yuli (Jihane Almira), yang mengutarakan keinginannya untuk dinikahi. Otoy (Pandji Pragiwaksono) diberikan ancaman oleh istrinya Eli (Nirina Zubir) untuk mengajukan cerai dan pada saat bersamaan akan diusir dari rumah orang tua Eli karena tidak bisa memenuhi kebutuhan dan menafkahi keluarga. Masalah pelik yang dialami dua karakter ini juga ikut diikuti oleh Doyok (Fedi Nuril) yang dengan tidak sengaja menyebabkan kebakaran pada warung kopi milik Mang Ujang (Ence Bagus), dan dia harus bertanggung jawab untuk menggantikan kerugiannya. Keadaan rumit yang dialami ketiga karakter ini mendorong mereka untuk harus kemudian menghasilkan uang yang banyak dalam waktu instan/singkat. Mereka coba melakukan aksi penipuan yang tidak membuahkan hasil, berpura-pura menjadi penggemar dan pemain musik waria mengakibatkan mereka untuk ditangkap oleh Satpol PP, hingga pada akhirnya mereka pun ikut serta dalam aktivitas transaksi ilegal dan misterius antar *gangster*. Persitiwa ini kemudian berhasil membawa untung uang milyaran rupiah, mimpi untuk menghasilkan uang dan menjadi orang kaya pun tidak jauh dijangkau. Mereka bisa jalan-jalan ke luar negeri dengan bebas, membeli barang apapun yang mereka mau dan menyelesaikan masalah keuangan mereka. Satu hal yang mereka tidak pahami, kekayaan tersebut justru menghadirkan petaka di kemudian hari (Zahwa, 2023).

Selain itu, *Mendadak Kaya* juga mengangkat tema absurditas dan hiperbola yang menggambarkan kehidupan glamor serta perilaku konsumtif yang berlebihan. Penggambaran karakter yang menghamburkan uang demi kesenangan sesaat dan

pengakuan dari lingkungan sosialnya menciptakan gambaran yang jelas tentang gaya hidup hedonisme. Dengan memperlihatkan bagaimana karakter-karakter tersebut terjebak dalam lingkaran konsumsi, film ini memberikan kritik sosial terhadap gaya hidup yang terlalu mengutamakan kesenangan instan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada gaya hidup hedonisme dalam film *Mendadak Kaya*, guna memberikan pemahaman lebih dalam tentang konstruksi gaya hidup apa yang terbangun diantara manusia ketika memahami hedonisme dan dampaknya.

Penelitian ini berupaya untuk menganalisis elemen-elemen yang terdapat dalam film *Mendadak Kaya* menggunakan pendekatan semiotika Christian Metz. Dengan menganalisis tanda-tanda dan simbol-simbol yang ada dalam film, diharapkan dapat ditemukan makna yang lebih dalam terkait dengan representasi hedonisme. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana elemen visual dan naratif dalam film berkontribusi dalam membangun makna dan memberikan dampak pada pemikiran serta perilaku penonton. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang gaya hidup hedonis dan dampaknya dalam konteks masyarakat modern saat ini.

Penelitian terhadulu dalam skripsi Nurul dalam film “Crazy Rich Asian” menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yakni segitiga makna. Penelitian ini memiliki persamaan dalam teori semiotika yang membahas mengenai tanda-tanda dalam film. Penelitian film *Mendadak Kaya* memiliki tujuan penelitian yang serupa adalah untuk mencari tahu representasi hedonisme yang terbentuk dalam film. Sama dengan hasil penelitian Nurul yaitu mengenai bagaimana gaya hidup hedonisme yang direpresentasikan dengan orang kaya memiliki kecenderungan menciptakan kesenjangan sosial.

Dalam konteks perkembangan sosial yang semakin kompleks, perilaku hedonis menjadi semakin menonjol, terutama di kalangan generasi muda. Kecenderungan untuk menghabiskan waktu dan uang pada pengalaman atau

barang-barang yang bersifat sementara menggambarkan bagaimana nilai-nilai materialistis mulai mendominasi kehidupan sehari-hari. Perilaku ini sering kali didorong oleh tekanan sosial dan ekspektasi untuk tampil glamor di mata orang lain, menciptakan siklus di mana individu merasa perlu untuk terus berinvestasi dalam kesenangan instan untuk mendapatkan pengakuan. Fenomena ini dapat dilihat pada cara orang *memposting* gaya hidup mereka di media sosial, yang pada gilirannya memengaruhi orang lain untuk mengikuti jejak yang sama demi mendapatkan perhatian dan pengakuan.

Film sebagai salah satu bentuk media massa memiliki peran penting dalam membentuk dan merefleksikan nilai-nilai sosial. Melalui narasi dan karakter yang dibangun, film dapat memberikan gambaran yang jelas tentang gaya hidup hedonistik yang kerap terjadi dalam masyarakat. Dalam hal ini, film *Mendadak Kaya* bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai cermin yang merepresentasikan gaya hidup hedonis yang kian meluas. Karakter-karakter dalam film ini mewakili generasi yang terobsesi dengan kesenangan dan kekayaan, yang pada akhirnya membawa dampak tidak hanya pada diri mereka sendiri, tetapi juga pada masyarakat di sekitarnya.

Pentingnya penelitian ini juga terletak pada kenyataan bahwa film dapat berfungsi sebagai alat edukatif. Dengan menganalisis gaya hidup hedonistik dalam film, penonton diharapkan dapat lebih kritis mengenali gaya hidup yang ditampilkan. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana film dapat memengaruhi pemikiran dan tindakan individu, serta membantu menciptakan kesadaran akan risiko yang mungkin muncul akibat gaya hidup hedonis. Ini sangat relevan dalam konteks masyarakat modern yang dipenuhi dengan pilihan dan tantangan untuk menemukan keseimbangan antara kesenangan dan tanggung jawab.

Selain itu, pendekatan semiotika yang digunakan dalam penelitian ini memberikan alat analisis yang kuat untuk memahami makna yang tersembunyi

dalam simbol dan tanda-tanda yang ada dalam film. Melalui analisis semiotika, peneliti dapat menelusuri hubungan antara teks film dan konteks sosial budaya di mana film tersebut diproduksi dan diterima. Ini membuka peluang untuk mengeksplorasi bagaimana elemen-elemen visual dan naratif dalam film *Mendadak Kaya* saling berinteraksi dan membentuk pemahaman penonton tentang hedonisme.

Keterikatan pada barang-barang material dan pengalaman yang bersifat sementara dapat mengarah pada ketidakpuasan jangka panjang, di mana individu terus mencari kesenangan tanpa menemukan makna yang lebih dalam. Hal ini dapat menjadi perhatian penting bagi para pembuat kebijakan, pendidik, dan praktisi kesehatan mental untuk memahami dinamika ini dan mencari solusi yang lebih holistik.

Selanjutnya, penelitian ini juga ingin menyoroti dampak sosial dari gaya hidup hedonis yang ditampilkan dalam film. Dalam konteks kehidupan nyata, hedonisme dapat menciptakan kesenjangan sosial yang signifikan, di mana sebagian orang memiliki akses lebih besar terhadap sumber daya dan peluang, sementara yang lain terpinggirkan. Kesenjangan ini tidak hanya berpengaruh pada kondisi ekonomi, tetapi juga pada kesehatan mental dan kesejahteraan individu. Dengan memahami bagaimana film dapat merefleksikan dan memengaruhi isu-isu sosial ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap diskusi lebih luas tentang keadilan sosial dan inklusi.

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kompleksitas hedonisme dan dampaknya dalam masyarakat. Melalui analisis mendalam terhadap film *Mendadak Kaya*, diharapkan dapat ditemukan tidak hanya gaya hidup hedonistic itu sendiri, tetapi juga konteks yang lebih luas yang memengaruhi perilaku masyarakat. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak, termasuk akademisi, pembuat film, dan masyarakat luas untuk memahami dan mengkritisi gaya hidup yang semakin mendominasi kehidupan sehari-hari.

Gaya hidup hedonistik yang muncul dalam film *Mendadak Kaya* tidak hanya menggambarkan perilaku konsumtif individu, tetapi juga menyoroti bagaimana lingkungan sosial dan media berkontribusi terhadap pembentukan pola pikir hedonis. Di dalam film, karakter-karakter yang terlibat mengalami transformasi sosial setelah memperoleh kekayaan, yang menunjukkan betapa kuatnya pengaruh status ekonomi dalam menentukan identitas dan penerimaan sosial. Ketika mereka beralih dari kehidupan yang biasa-biasa saja ke dalam dunia glamor, perubahan sikap dan perilaku mereka menciptakan dinamika sosial yang menarik untuk dianalisis. Hal ini mengindikasikan bahwa hedonisme tidak hanya menjadi pilihan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat.

Gaya hidup hedonistik dalam film ini juga mencerminkan realitas kehidupan masyarakat modern yang dikelilingi oleh berbagai promosi dan iklan yang menggiurkan. Di era digital saat ini, akses informasi semakin mudah, dan media sosial berperan besar dalam membentuk gaya hidup masyarakat. Dalam konteks ini, film *Mendadak Kaya* tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan tetapi juga sebagai cermin dari budaya konsumsi yang melanda masyarakat. Representasi hedonisme dalam film ini dapat dilihat sebagai respons terhadap tekanan sosial yang mendorong individu untuk terus menerus mengejar kebahagiaan melalui akumulasi barang dan pengalaman yang bersifat sementara. Selain itu, analisis film ini memberikan wawasan tentang bagaimana hedonisme dapat menjadi bentuk pelarian dari kenyataan hidup yang sulit. Karakter-karakter dalam *Mendadak Kaya* mengalami berbagai kesulitan dalam kehidupan mereka sebelum meraih kekayaan. Setelah mendapatkan kekayaan, mereka mencari pengakuan dan kepuasan melalui pembelanjaan yang berlebihan dan pengalaman-pengalaman yang memanjakan diri. Sikap ini menunjukkan bahwa hedonisme sering kali digunakan sebagai mekanisme untuk menghindari masalah yang lebih dalam dan kompleks, seperti tekanan ekonomi dan hubungan interpersonal yang tidak harmonis.

Selanjutnya, penting untuk memperhatikan bagaimana film ini juga menampilkan konsekuensi dari gaya hidup hedonis. Meskipun karakter-karakter dalam *Mendadak Kaya* tampaknya mendapatkan kebahagiaan dan kepuasan dari kekayaan yang diperoleh, film ini tidak mengabaikan realitas bahwa kekayaan juga dapat membawa masalah baru. Ketidakpuasan yang muncul setelah meraih kekayaan dan kehidupan glamor menunjukkan bahwa hedonisme dapat menjebak individu dalam siklus yang tidak pernah berujung, di mana pencarian kebahagiaan terus menerus dilakukan tetapi tidak pernah terwujud secara substansial.

Film ini juga menggambarkan pentingnya nilai-nilai tradisional dan hubungan sosial yang dapat terlupakan di tengah gaya hidup hedonis. Karakter-karakter utama, meskipun terjebak dalam pencarian kesenangan, akhirnya menyadari bahwa kebahagiaan sejati tidak hanya berasal dari materi. Hubungan dengan teman-teman dan keluarga menjadi aspek penting yang dapat memberikan makna dan kepuasan yang lebih dalam. Penelitian ini berupaya mengeksplorasi bagaimana film *Mendadak Kaya* menekankan kembali nilai-nilai ini melalui narasi dan karakterisasi yang ada.

Metode penelitian yang digunakan dalam analisis film ini juga akan melibatkan kajian terhadap simbol-simbol dan narasi yang dibangun dalam film. Dengan pendekatan semiotika, peneliti akan dapat menggali makna yang lebih dalam dari tanda-tanda yang ditampilkan dalam film. Pemahaman terhadap tanda-tanda ini akan memberikan gambaran yang lebih utuh tentang bagaimana hedonisme direpresentasikan dan diinterpretasikan oleh penonton. Melalui analisis mendalam terhadap elemen visual dan verbal dalam film, diharapkan penelitian ini dapat menyajikan perspektif baru tentang hubungan antara media, budaya, dan perilaku sosial.

Pendekatan semiotika dalam penelitian ini juga akan memperhatikan konteks sosial dan budaya di mana film tersebut diproduksi dan ditayangkan.

Dengan mempertimbangkan latar belakang sosial, politik, dan ekonomi, peneliti akan dapat mengidentifikasi bagaimana elemen-elemen tersebut mempengaruhi narasi dan simbolisme yang ada dalam film. Misalnya, representasi hedonisme dalam film mungkin mencerminkan realitas kehidupan sehari-hari masyarakat tertentu, serta norma dan nilai yang berlaku. Dengan cara ini, penelitian ini tidak hanya akan mengkaji film sebagai karya seni, tetapi juga sebagai produk budaya yang mencerminkan kondisi sosial masyarakat.

Selanjutnya, metode penelitian ini akan menggabungkan analisis kualitatif dengan observasi mendalam terhadap penonton untuk mendapatkan perspektif mereka tentang film dan makna yang mereka ambil dari gaya hidup hedonistik. Dengan melibatkan audiens dalam proses analisis, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih komprehensif mengenai interpretasi dan respons penonton terhadap konten film. Hal ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya tentang dampak film terhadap perilaku sosial dan pengaruh gaya hidup hedonis dalam masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini akan menyajikan sebuah kajian yang holistik mengenai hubungan antara media, hedonisme, dan konteks sosial yang melingkupinya.

Metode penelitian ini juga akan mencakup analisis genre film, di mana jenis dan konvensi genre tertentu dapat mempengaruhi cara hedonisme dipahami dan terjadi. Dengan memahami bagaimana genre seperti komedi, drama, atau *thriller* membangun narasi dan karakter yang berhubungan dengan gaya hidup hedonis, peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola tertentu yang muncul. Misalnya, dalam film komedi, unsur humor seringkali digunakan untuk menyoroti absurditas dari perilaku hedonis, sementara dalam film drama, hedonisme mungkin ditampilkan dengan cara yang lebih serius dan reflektif. Analisis ini akan membantu dalam menguraikan berbagai cara film berfungsi sebagai cermin dari nilai-nilai sosial yang ada.

Di samping itu, penelitian ini juga akan menyoroti peran media sosial dalam mempengaruhi persepsi penonton terhadap gaya hidup hedonistik yang ditampilkan dalam film. Dengan kemajuan teknologi dan popularitas platform berbagi konten, banyak penonton yang mendiskusikan film dan mengkonstruksi makna baru melalui interaksi online. Peneliti akan mengkaji bagaimana komentar dan ulasan penonton di media sosial dapat memperkaya pemahaman tentang dampak film dalam membentuk norma dan nilai yang berkaitan dengan gaya hidup hedonis. Dengan cara ini, penelitian ini akan menggali dimensi baru dari hubungan antara media, audiens, dan perilaku sosial.

Aspek lain yang akan dieksplorasi dalam penelitian ini adalah dampak hedonisme yang direpresentasikan dalam film terhadap perilaku konsumen di dunia nyata. Film sering kali mempengaruhi tren dan pola konsumsi, di mana penonton mungkin terinspirasi untuk meniru gaya hidup yang mereka lihat di layar. Peneliti akan menganalisis bagaimana elemen-elemen seperti fashion, makanan, dan gaya hidup yang ditampilkan dalam film berkontribusi pada pembentukan cita rasa dan preferensi penonton. Dengan memahami hubungan ini, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana media mempengaruhi keputusan konsumsi di masyarakat.

Akhirnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pembuat film dan pemangku kepentingan dalam industri kreatif. Dengan memahami bagaimana gaya hidup hedonistik terwujud dari representasi yang muncul dan diterima oleh penonton, pembuat film dapat lebih bijak dalam mengembangkan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga mempertimbangkan implikasi sosial yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengembangan kebijakan media yang mendukung representasi yang lebih positif dan bertanggung jawab terhadap nilai-nilai sosial. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini tidak hanya terbatas pada bidang akademis, tetapi juga berpotensi memberikan dampak yang lebih luas dalam industri film dan masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang gaya hidup hedonistic dalam media film, khususnya dalam konteks masyarakat modern. Hasil analisis ini tidak hanya akan menambah wawasan akademis, tetapi juga memberikan implikasi bagi pembuat film, pemasar, dan masyarakat umum tentang dampak perilaku hedonis dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menjadi penting untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana media, khususnya film, dapat membentuk dan mempengaruhi pola pikir serta perilaku masyarakat dalam menghadapi tantangan gaya hidup yang semakin kompleks.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah dari penelitian ini adalah bagaimana gaya hidup hedonistik dapat mempengaruhi hidup seseorang secara pribadi, sosial, dan lainnya. Membedah bagaimana bentuk/symbolisme gaya hidup hedonisme terwujud dari representasi yang muncul. Melalui media audio-visual atau film, tanda-tanda bahasa umum komunikasi dan bahasa film dapat ditelaah lebih lanjut menggunakan analisis semiotika Christian Metz yang direpresentasikan dalam film *Mendadak Kaya*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan dan dijabarkan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana gaya hidup hedonistik terwujud dari representasi yang muncul pada film *Mendadak Kaya*?
2. Bagaimana dampak dari gaya hidup hedonistik yang muncul pada film *Mendadak Kaya*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana gaya hidup hedonistik terwujud dari representasi yang muncul pada film *Mendadak Kaya*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih dalam mengenai gaya hidup hedonis dan dampaknya dalam konteks media film, serta dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian lebih lanjut di bidang komunikasi, sosiologi, dan studi media.

Melalui analisis mendalam tentang representasi hedonisme dalam film *Mendadak Kaya*, penelitian berkontribusi untuk memahami bagaimana film sebagai media dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku penonton, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada kajian media dan komunikasi yang lebih luas. Hasil temuan dapat membantu akademisi dalam menggali dinamika antara media, budaya populer, dan gaya hidup masyarakat yang semakin dipengaruhi oleh tuntutan ekonomi dan sosial.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang berguna bagi para praktisi dan pembuat kebijakan di bidang pendidikan dan media. Dengan meningkatnya pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari, penting bagi para pendidik dan praktisi media untuk memahami bagaimana representasi hedonisme dapat membentuk norma dan nilai dalam masyarakat. Penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih kritis tentang konten media yang konsumtif dan dampaknya terhadap pembentukan karakter generasi muda.

Terakhir, hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong diskusi akademis lebih lanjut mengenai etika media dan tanggung jawab sosial dalam penyajian konten film. Dengan memahami konsekuensi dari representasi hedonisme, para pembuat film dan penulis skenario dapat lebih mempertimbangkan dampak sosial dari karya mereka. Penelitian ini juga dapat membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi hubungan antara media, nilai-nilai budaya, dan perilaku

sosial dalam konteks yang lebih luas, memperkaya literatur akademis di bidang studi media dan komunikasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada berbagai pihak terkait, antara lain:

- Masyarakat Umum: Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penyuluhan bagi masyarakat mengenai bahaya dan dampak negatif dari gaya hidup hedonis yang berlebihan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang hedonisme, diharapkan masyarakat dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan dan memilih cara hidup yang lebih seimbang.
- Instansi Pendidikan: Penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam pendidikan, terutama dalam mata kuliah yang berkaitan dengan komunikasi, media, dan sosiologi. Dengan demikian, mahasiswa dapat memahami lebih dalam tentang pengaruh media dan gaya hidup terhadap masyarakat.
- Peneliti dan Akademisi: Penelitian ini juga berguna bagi peneliti lain yang tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai fenomena hedonisme dalam konteks media lainnya. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut dan diskusi akademis.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Kegunaan sosial dari penelitian ini mencakup beberapa aspek yang diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sosial secara keseluruhan:

- Kesadaran Masyarakat: Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pengaruh gaya hidup hedonis yang ditampilkan di media, serta konsekuensi sosial dan psikologis yang mungkin timbul. Dengan pemahaman yang lebih baik, masyarakat

diharapkan dapat lebih kritis dalam menerima dan menilai konten media.

- Kebijakan Publik: Hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan program-program yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang bahaya perilaku konsumtif yang berlebihan. Kebijakan yang mendukung kesadaran sosial dan keuangan akan mendorong individu untuk menjalani gaya hidup yang lebih seimbang dan bertanggung jawab.
- Perbaiki Hubungan Sosial: Dengan mengurangi pengaruh negatif dari hedonisme, penelitian ini diharapkan dapat memperbaiki hubungan sosial di antara individu dalam masyarakat. Masyarakat yang lebih sadar akan nilai-nilai sosial cenderung lebih peduli dan saling mendukung, menciptakan ikatan sosial yang lebih kuat.
- Promosi Nilai-Nilai Positif: Penelitian ini juga berpotensi mempromosikan nilai-nilai positif, seperti keberlanjutan, solidaritas, dan tanggung jawab sosial. Dengan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya nilai-nilai ini, masyarakat dapat lebih termotivasi untuk berkontribusi pada kesejahteraan komunitas mereka.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Peneliti tidak dapat mengikuti proses pembuatan Film *Mendadak Kaya* secara langsung sehingga peneliti hanya dapat menganalisa melalui pembuatan Film tersebut.

Kedua, keterbatasan juga berasal dari sudut pandang analisis yang digunakan. Pendekatan semiotika Christian Metz memberikan wawasan yang mendalam tentang representasi hedonisme dalam film, tetapi tidak mencakup faktor-faktor lain yang mungkin berkontribusi pada perilaku penonton. Misalnya, respons emosional penonton terhadap film, pengaruh budaya, dan latar belakang

sosial penonton yang dapat memengaruhi interpretasi mereka terhadap konten film tidak dapat diteliti secara menyeluruh dalam konteks penelitian ini.

Ketiga, penelitian ini juga terpengaruh oleh waktu dan sumber daya yang terbatas. Dengan keterbatasan waktu, peneliti mungkin tidak dapat melakukan analisis yang terlalu mendalam atau menyeluruh terhadap elemen-elemen lain dalam film yang juga relevan dengan tema hedonisme. Oleh karena itu, penelitian ini mungkin tidak dapat memberikan gambaran yang lengkap tentang dampak film terhadap perilaku sosial dan budaya secara keseluruhan dampak film. Meskipun demikian, hasil penelitian ini tetap diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman tentang representasi hedonisme dalam film *Mendadak Kaya*.

