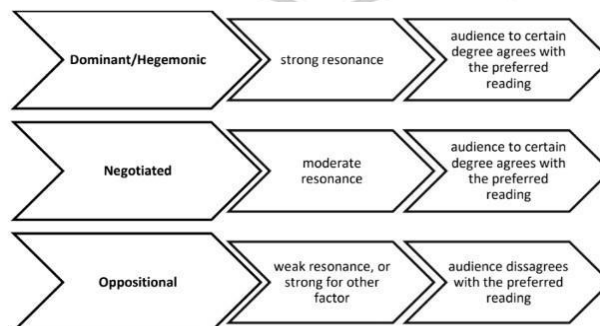


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periode awal kajian tentang audiens, Posisi audiens ditempatkan sebagai penerima pasif dari konten yang diproduksi oleh institusi media (Nasrullah, 2019). Di mana audiens seolah-olah tidak memiliki kuasa dan menjadi pihak yang didominasi oleh media. Seiring dengan kemajuan teknologi, muncul periode dimana audiens menjadi pihak yang aktif (Nasrullah, 2019). Sebagai audiens aktif, mereka memiliki kemampuan untuk memberikan penilaian atas teks media serta melakukan pilihan dalam menentukan media mana yang akan dilihat dan didengar. Joseph Klapper dalam (Pujarama, W., & Yustisia, 2020) menjelaskan konsep selective exposure, yakni kecenderungan audiens untuk memilih pesan media tertentu dan memaknai pesan media sesuai dengan sikap dan kepercayaan yang dimiliki. Konsep ini semakin relevan pada era internet saat ini di mana audiens dapat dengan mudah untuk menanggapi pesan media berdasarkan interpretasinya sendiri dan memiliki lebih banyak pilihan untuk mengakses berbagai jenis media. Dalam perspektif (Hall, 1980), interpretasi audiens merupakan bagian penting dalam proses pembentukan makna, di mana penerimaan makna sebuah pesan akan sangat bergantung berdasarkan dari latar belakang budaya, hubungan sosial, dan berdasarkan bagaimana pengalaman hidup individu. Dengan demikian, interpretasi dan penerimaan makna oleh audiens dapat berbeda antara satu audiens dengan audiens lainnya. Dalam melihat bagaimana penerimaan audiens terhadap pesan media (Morrisan 2013) dalam (Pujarama, W., & Yustisia, 2020) memetakan tiga posisi hipotetikal yang dicetuskan oleh Stuart Hall seperti contoh pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1. 1 Kategorisasi audiens dalam teori resepsi (sumber: Pujarama & Yustisia, 2020)

Dalam upaya memahami peran audiens yang aktif, seperti yang dikutip (Danesti, 2013) dalam (Ramadhani, 2024) teori resepsi atau teori penerimaan merupakan sebuah teori yang berfokus kepada peran penerima pesan dalam proses komunikasi, artinya dalam teori ini lebih menekankan peran audiens dalam menerima dan memaknai pesan, bukan peran media sebagai pengirim pesan. Hal ini sejalan dengan pendapatnya Baran (2003) dalam (Ramadhani, 2024) yang menyatakan bahwa teori resepsi berfokus mendeskripsikan peran individu dalam memaknai dan memahami teks media. Teks media di sini bisa berupa tulisan seperti koran, produk visual seperti poster, ataupun berupa audio visual seperti film. Selain itu, dalam memaknai teks media, audiens dapat melakukannya secara subjektif bergantung pada pengalaman hidup yang pernah dialami. Bertrand & Hughes (2005) dalam (Pujarama, W., & Yustisia, 2020) memiliki pendapat yang sama mengenai pemaknaan pesan oleh audiens, mereka menyatakan bahwa dalam teori resepsi, pemaknaan pesan media yang oleh audiens sangat dipengaruhi oleh faktor sosial budaya

Asumsi dasar dalam teori analisis resepsi adalah bahwa audiens bersifat aktif, yaitu audiens yang memiliki otonomi dalam memproduksi dan mereproduksi makna dari teks media yang mereka lihat, dengar, dan baca. (Rachmah, 2014) menjelaskan dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian: Studi media. dan budaya*, Teori encoding/decoding yang dikemukakan (Hall, 1980) menyoroti peran penerima pesan (decoder) dalam hal memaknai pesan yang dikirim oleh pengirim (encoder), yang dapat menghasilkan bermacam-macam interpretasi terhadap teks media dalam proses produksi maupun penerimaannya. Hall mengemukakan tiga posisi yang berbeda dalam interpretasi audiens, yaitu: pertama, posisi dominant-hegemonic, pada posisi ini audiens memahami dan menerima pesan media secara keseluruhan sesuai dengan tujuan pembuat pesan; kedua, posisi negosiasi, pada posisi negosiasi audiens memahami pesan media tetapi menggabungkan interpretasinya dengan pengalaman pribadi; dan ketiga, posisi oposisi, di mana audiens memahami tetapi menolak pesan media. Penerapan dari teori ini dapat dilihat dalam penelitian “Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film Dua Garis Biru” oleh (Pertiwi, Ri’aeni, 2020), yang menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa pada adegan konflik pertama dan kedua, penonton cenderung berada dalam posisi dominant-hegemonic, sementara pada konflik ketiga, terjadi pergeseran ke posisi oposisi.

Penelitian serupa dilakukan oleh (Choiriyati, 2020) dalam “Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme” yang sama karena menggunakan teori analisis resepsi serta metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa pada isu standar sosial perempuan, audiens cenderung menerima pesan secara dominan, sementara pada isu aborsi muncul beragam interpretasi yang dipengaruhi baik dari latar belakang sosial, pendidikan, budaya, serta agama dan pengalaman pribadi setiap informan.

Objek penelitian ini adalah Film “*Fight Club 1999*” garapan dari sutradara David Fincher, yang diadaptasi dari sebuah novel dengan judul yang sama karya Chuck Palahniuk. Film tersebut menampilkan Brad Pitt yang memerankan sebagai tokoh bernama Tyler Durden, Edward Norton yang berperan sebagai The Narrator, dan Helena Bonham Carter sebagai Marla Singer. Alur cerita mengikuti perjalanan tokoh utama, The Narrator, yang digambarkan mengalami ketidakpuasan terhadap kehidupannya yang monoton dan terjebak dalam gaya hidup konsumtif. Sosok The Narrator mewujudkan identitas dan mendeskripsikan dirinya melalui barang-barang fisik seperti peralatan rumah dari brand mahal. Pertemuan The Narrator dengan Tyler Durden, sosok kharismatik yang menganut pandangan Anti-Konsumerisme, menjadi titik balik dalam perjalanan karakternya. Bersama-sama, mereka membentuk sebuah klub pertarungan rahasia sebagai bentuk perlawanan terhadap tekanan kehidupan modern dan budaya konsumtif. Dalam wawancaranya bersama *Medium.com*, Chuck Palahniuk menyatakan bahwa “*Fight Club pada dasarnya tentang memberdayakan individu, membantu mereka membuat pilihan terbaik menurut versi mereka sendiri. Inti dari Fight Club adalah memberi kekuatan kepada setiap orang melalui berbagai latihan emosional dan mental. Tujuannya bukan untuk mempertahankan Fight Club itu sendiri, tetapi untuk membekali orang-orang agar sukses di dunia nyata*”. Berdasarkan informasi dari IMDb.com, Film “*Fight Club 1999*” meraih sejumlah penghargaan internasional yang mengakui kualitasnya dalam berbagai aspek produksi. Sebagian besar penghargaan yang diterima adalah untuk aspek teknis, penampilan aktor dan kualitas rilis DVD. penghargaan internasional utama datang dari Empire Award di Inggris dan Saturn Award di Amerika.

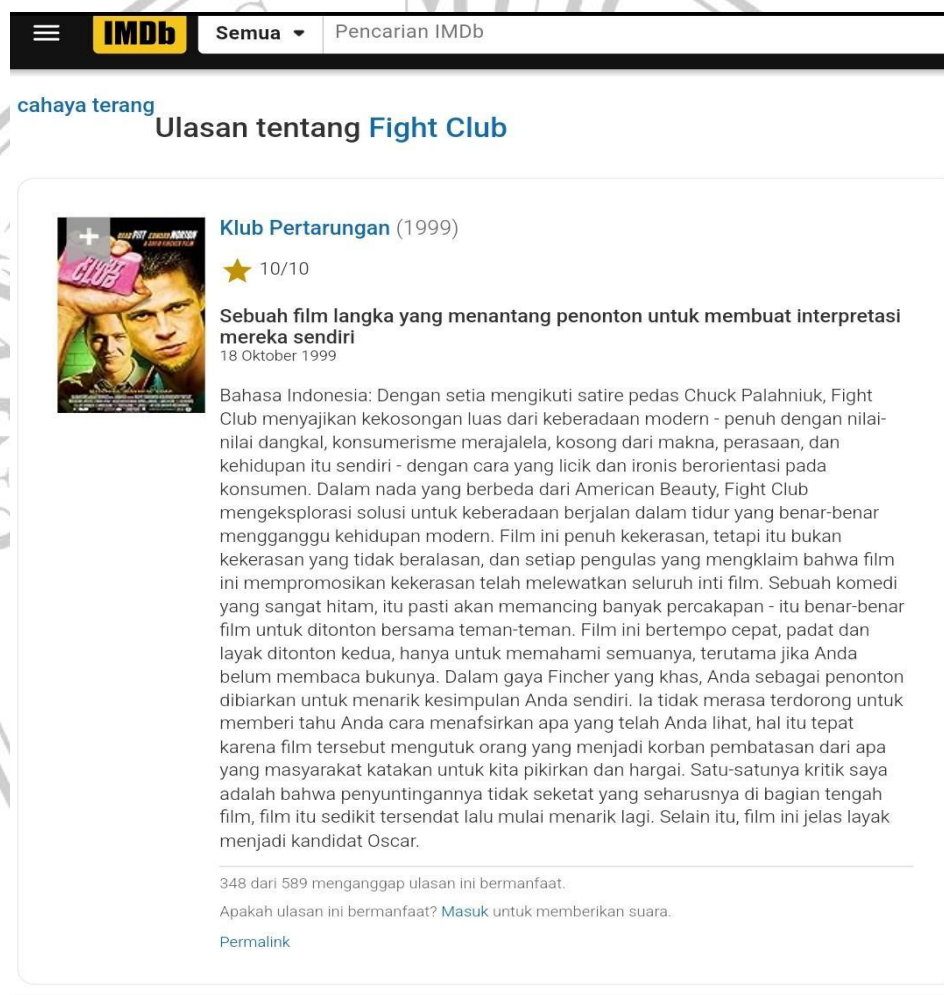
No	Tahun	Penghargaan	Kategori	Penerima
1	2000	Penghargaan Asosiasi Film	Sound Mixing	Ren Klyce,

		& Televisi Online	terbaik	David Parke
2	2000	Penghargaan Asosiasi Film & Televisi Online	Sound Editing terbaik	Ren Klyce, Richard Hymns
3	2000	Brit Awards	Soundtrack Album terbaik	The Dust Brothers
4	2000	Empire Awards, UK	Best Director	David Fincher
5	2000	Empire Awards, UK	Best British Actress	Helena Bonham Carter
6	2000	Saturn Awards	Rilis DVD terbaik	Fight Club 1999
7	2001	DVD Exclusive Awards	Best DVD Special Edition Release	Fight Club 1999
8	2000	Blockbuster Entertainment Awards	Favorite Actor (Drama)	Brad Pitt
9	2000	Blockbuster Entertainment Awards	Favorite Actress (Drama)	Helena Bonham Carter
10	2000	BMI Film dan TV Awards	BMI Film Award	The Dust Brothers
11	2000	Sierra Awards	DVD terbaik	Fight Club 1999

Tabel 1.1 Penghargaan Film *Fight Club* 1999 (Sumber : IMDb.com)

Film "*Fight Club 1999*" mendapatkan respons yang beragam dari masyarakat dan kritikus film. Kritikus ternama Roger Ebert, melalui situs rogerebert.com memberikan dua dari empat bintang karena menganggap film ini mengglorifikasi kekerasan. Namun, film ini kemudian diakui sebagai cult classic dan membangun basis penggemar yang kuat, terutama di kalangan generasi muda usia 20an yang merasa film tersebut merefleksikan keresahan eksistensial, ketidakpuasan terhadap budaya konsumerisme, serta krisis identitas. Penerimaan dunia terhadap film ini juga bervariasi: di Inggris dan Prancis, *Fight Club* lebih cepat diterima, sedangkan di Tiongkok, film ini sempat dilarang atau dibatasi penayangannya karena dianggap menampilkan kekerasan dan pemberontakan terhadap otoritas. Berdasarkan Kompas.tv dalam versi yang didistribusikan oleh Tencent Video di Tiongkok, ending *Fight Club* diubah, di mana


tokoh utama (The Narrator/Tyler Durden) ditangkap polisi dan menjalani perawatan psikologis hingga sembuh, berbeda dengan ending asli yang menampilkan kematian Tyler dan kelompoknya berhasil meledakkan gedung-gedung pencakar langit. Pernyataan ini sejalan dengan teori analisis resepsi Stuart Hall, yang menjelaskan bahwa masing-masing khalayak dapat menafsirkan dan memaknai pesan media secara berbeda, sesuai dengan pengalaman hidup atau latar belakang masing-masing. Akibatnya, audiens memiliki beragam persepsi terhadap Film *“Fight Club 1999”* (Pramesthi, 2021) dalam (Zahira, 2023).



IMDb Semua Pencarian IMDb

cahaya terang

Ulasan tentang Fight Club

 **Klub Pertarungan** (1999)
★ 10/10

Sebuah film langka yang menantang penonton untuk membuat interpretasi mereka sendiri
18 Oktober 1999

Bahasa Indonesia: Dengan setia mengikuti satire pedas Chuck Palahniuk, *Fight Club* menyajikan kekosongan luas dari keberadaan modern - penuh dengan nilai-nilai dangkal, konsumerisme merajalela, kosong dari makna, perasaan, dan kehidupan itu sendiri - dengan cara yang licik dan ironis berorientasi pada konsumen. Dalam nada yang berbeda dari *American Beauty*, *Fight Club* mengeksplorasi solusi untuk keberadaan berjalan dalam tidur yang benar-benar mengganggu kehidupan modern. Film ini penuh kekerasan, tetapi itu bukan kekerasan yang tidak beralasan, dan setiap pengulas yang mengklaim bahwa film ini mempromosikan kekerasan telah melewatkan seluruh inti film. Sebuah komedi yang sangat hitam, itu pasti akan memancing banyak percakapan - itu benar-benar film untuk ditonton bersama teman-teman. Film ini bertempo cepat, padat dan layak ditonton kedua, hanya untuk memahami semuanya, terutama jika Anda belum membaca bukunya. Dalam gaya Fincher yang khas, Anda sebagai penonton dibiarkan untuk menarik kesimpulan Anda sendiri. Ia tidak merasa terdorong untuk memberi tahu Anda cara menafsirkan apa yang telah Anda lihat, hal itu tepat karena film tersebut mengutuk orang yang menjadi korban pembatasan dari apa yang masyarakat katakan untuk kita pikirkan dan harga. Satu-satunya kritik saya adalah bahwa penyuntingannya tidak seketat yang seharusnya di bagian tengah film, film itu sedikit tersendat lalu mulai menarik lagi. Selain itu, film ini jelas layak menjadi kandidat Oscar.

348 dari 589 menganggap ulasan ini bermanfaat.
Apakah ulasan ini bermanfaat? [Masuk](#) untuk memberikan suara.
[Permalink](#)

Gambar 1. 2 Ulasan penonton Film *“Fight Club 1999”* (Sumber : IMDb.com)

Melihat beragamnya interpretasi terhadap Film *“Fight Club 1999”* di berbagai belahan dunia, riset audiens menjadi penting dilakukan, khususnya untuk memahami bagaimana generasi muda usia 20-24 tahun memaknai film ini. Rentang usia ini merupakan fase kritis dalam kehidupan seseorang, di mana budaya konsumerisme dan

harapan-harapan sosial yang baru menjadi isu yang sangat dekat dengan pengalaman mereka (Hurlock, 2002) dalam (Syuhadak, 2022). Oleh karena itu, peneliti menetapkan Film “*Fight Club 1999*” sebagai objek penelitian untuk memahami bagaimana penonton, khususnya Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang berusia 20-24 tahun dengan latar belakang yang beragam memaknai fenomena Anti-Konsumerisme pada Film “*Fight Club 1999*”.

Dalam 10 tahun terakhir pembahasan mengenai Anti-Konsumerisme tampaknya fokus pada empat klaster yaitu: pembahasan mengenai definisi Anti-Konsumerisme (Basci, 2014). Dampak negatif konsumerisme dan pentingnya Anti-Konsumerisme (Lee & Ahn, 2016). Dan analisis Semiotika Roland Barthes pesan Anti-konsumerisme (Mubin, 2015). Sementara belum ditemukan studi yang menjelaskan tentang bagaimana penerimaan khalayak mengenai pesan-pesan Anti-Konsumerisme, karena itu penelitian ini berusaha menutupi kekurangan studi terdahulu dengan cara menjelaskan bagaimana pesan-pesan Anti-Konsumerisme diinterpretasikan oleh khalayak, penelitian ini akan menggali berbagai tanggapan, interpretasi, dan makna yang muncul dari interaksi audiens dengan latar belakang sosial yang berbeda.

Untuk itu peneliti mengambil judul **PEMAKNAAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI KONSUMERISME PADA FILM FIGHT CLUB (Studi Resepsi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang)**. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pemahaman mengenai bagaimana cara khalayak memaknai pesan-pesan Anti-Konsumerisme, serta memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman tentang dinamika komunikasi media.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana audiens menginterpretasi fenomena Anti-Konsumerisme yang ditampilkan dalam Film “*Fight Club 1999*”.

1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana khalayak memaknai fenomena Anti-Konsumerisme yang ditampilkan dalam film “*Fight Club*”. Dengan pendekatan analisis resepsi, penelitian ini akan melihat bermacam-macam interpretasi,

reaksi, dan tanggapan dari beragam kelompok audiens terhadap tema ini, adapun Manfaat penelitian yaitu:

a) Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian analisis resepsi. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang ingin meneliti tema serupa di masa mendatang.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memudahkan pembaca dalam memahami pesan yang terkandung dalam Film "*Fight Club 1999*". Dan diharapkan akan dapat menyatukan persepsi terhadap pesan yang disampaikan oleh peneliti dan khalayak luas penonton Film "*Fight Club 1999*".

