

**PEMAKNAAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI KONSUMERISME
PADA FILM FIGHT CLUB
(Studi Resepsi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah
Malang)**

SKRIPSI

Diajukan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)
Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Dosen Pembimbing:

Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.

Disusun Oleh:

Hisyam A Gifary

202010040311084

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

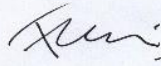
PEMAKNAAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI KONSUMERISME
PADA FILM FIGHT CLUB
(Studi Resepsi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah
Malang).

Diajukan Oleh :

Hisyam A. Gifary
202010040311084

Telah disetujui
Rabu, 8 Oktober 2025

Pembimbing I



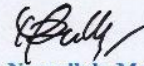
Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Hisyam A. Gifary
202010040311084

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

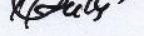

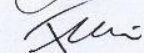
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 8 Oktober 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Nasrullah, M. Si ()
2. Dr. Farid Rusman, M. Si ()
3. Dr. Frida Kusumastuti, M. Si ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Nasrudin Wiratirto, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP DI UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Hisyam A Gifary
No. Induk Mahasiswa : 202010040311084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PEMAKNAAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI
KONSUMERISME PADA FILM FIGHT CLUB 1999 (STUDI RECEPTION ANALYSIS PADA
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 145 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Hisyam A Gifary
NIM : 202010040311084
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : PEMAKNAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI
KONSUMERISME PADA FILM FIGHT CLUB 1999 (STUDI RECEPTION ANALYSIS PADA
MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)

Disetujui,
Pembimbing

(Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Hisyam A. Gifary
NIM : 202010040311084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

PEMAKNAAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI KONSUMERISME PADA FILM FIGHT CLUB 1999 (STUDI RECEPTION ANALYSIS PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Agustus 2025

Yang Menyatakan,


METERAI
TEMPEL
FEAMX430019087
Hisyam A. Gifary



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 135

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 198 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Togemas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

**PEMAKNAAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI KONSUMERISME PADA FILM
FIGHT CLUB 1999 (STUDI RECEPTION ANALYSIS PADA MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)**

Oleh:

Nama : Hisyam A. Gifary

NIM : 202010040311084

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 19 Agustus 2025

Pembimbing I/Promotor

Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.
NIP. 10393090298

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Hidayat A Gifary

NIM : 202010040311084

Hasil Plagiasi : 1/9

BAB I	7			
BAB II	5			
BAB III	16			

1/9

BAB IV	8			
BAB V	0			
BAB VI	7			



Malang,
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Hisyam A Gifary
NIM : 202010040311084
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester (11) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 19 Agustus 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Berdungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Hisyam A. Gifary
2. NIM : 202010040311084
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : PEMAKNAAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI KONSUMERISME PADA FILM FIGHT CLUB 1999 (STUDI RECEPTION ANALYSIS PADA MAHASISWA ILMUKOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)
6. Pembimbing : Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
21/11/2024	Konsultasi Bab I, II, III	<i>h</i>
09/12/2024	Seminar Proposal	<i>h</i>
14/12/2024	ACC untuk penelitian	<i>h</i>
07/05/2025	Pengajuan Bab IV	<i>h</i>
16/05/2025	Pengajuan Bab V	<i>h</i>
30/05/2025	Pengajuan Bab VI	<i>h</i>
08/06/2025	Revisi Bab IV - VI	<i>h</i>
08/07/2025	ACC Semhas	<i>h</i>
24/07/2025	Seminar Hasil	<i>h</i>

Malang , 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada Hari Kamis, 24 Juli 2025

Pukul 18.00

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh

Nama Peneliti	Hisyam A. Gifary
NIM	202010040311084
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	PEMAKNAAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI KONSUMERISME PADA FILM FIGHT CLUB 1999 (STUDI RECEPTION ANALYSIS PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG)
Pembimbing	Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.
Dosen Penguji I	Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui platform Zoom Meeting
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji I dan sejumlah 13 Mahasiswa
(Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Program Studi
1.	Dafa Muwafaq Arsyandra	202010040311369	Ilmu Komunikasi
2.	Araf Muhamad Arsy	202010040311093	Ilmu Komunikasi
3.	Wanda Fidela Khairindiva	202110040311121	Ilmu Komunikasi
4.	Fheroz Ridzitz	202110040311142	Ilmu Komunikasi
5.	Rahmatullah Muhazirin	202510040311049	Ilmu Komunikasi
6.	Salma Arshanty	202110040311079	Ilmu Komunikasi
7.	Habiburrahman Sawaka	202010040311104	Ilmu Komunikasi
8.	Muhammad Iqbal	202010040311249	Ilmu Komunikasi
9.	Salsabila Hanan	202010040311077	Ilmu Komunikasi
10.	Anisa Putriana Chinta	202110040311188	Ilmu Komunikasi
11.	Liansyah Qurnia	202110040311278	Ilmu Komunikasi
12.	Fatikah Royan	202110040311065	Ilmu Komunikasi
13.	Dhea Roszihanita	202110040311096	Ilmu Komunikasi

Malang , 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendulungan Sutani No 186 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 581 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tiogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Hisyam A Gifary. 202010040311084. Pemaknaan Khalayak Mengenai Pesan Anti Konsumerisme Pada Film Fight Club 1999 (Studi Reception Analysis Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang). Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2025.

Dalam budaya konsumerisme, individu dihimbau secara terus-menerus untuk membeli barang-barang dan layanan sebagai cara untuk mencapai kebahagiaan, kepuasan, dan status sosial. Konsumsi dianggap sebagai penentu utama identitas dan nilai diri seseorang. Namun, anti-konsumerisme menolak pandangan ini, anti-konsumerisme menawarkan pandangan alternatif tentang kehidupan yang lebih berkelanjutan, bermakna, dan memuaskan. Sikap ini mengutamakan nilai-nilai seperti kesederhanaan, keadilan sosial, keberlanjutan lingkungan, dan pertumbuhan pribadi di atas kepemilikan barang-barang material. Film sebagai media massa memiliki peran penting dalam mencerminkan dan membentuk budaya serta nilai-nilai sosial. *Fight Club* merupakan salah satu film yang lahir dari pergolakan sosial dan budaya di akhir abad ke-20. Film ini disutradarai oleh David Fincher, film ini menuai perhatian karena kritiknya terhadap konsumerisme, kapitalisme, dan disfungsi sosial di era modern. Subjek pada penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dengan latar belakang yang beragam dan berusia 20-24 tahun sesuai dengan target audience Film "*Fight Club 1999*", metode penelitian menggunakan metode kualitatif, metode analisis menggunakan analisis model Stuart Hall yaitu analisis resepsi. hasil penelitian analisis resepsi penonton pada setiap adegan dalam film "*Fight Club 1999*" menunjukkan enam dari sepuluh partisipan berada pada posisi *Dominan Hegemoni*, empat berada pada posisi *Negosiasi* dan tidak ditemukan subjek yang berada pada posisi *Oposisi* yang berarti pesan Anti Konsumerisme pada Film "*Fight Club 1999*" dapat dipahami tetapi empat subjek tidak sepenuhnya setuju dan tidak ada subjek yang menolak sepenuhnya, setiap subjek memiliki penilaian sendiri karena faktor perbedaan latar belakang, pengalaman dan lingkungan yang sangat mempengaruhi cara individu memaknai pesan

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Anti Konsumerisme, Film Fight Club, Stuart Hall, Konsumerisme

Malang, 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Peneliti



Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.

Hisyam A. Gifary

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur pengkarya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat hidayahnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul **PEMAKNAAN KHALAYAK MENGENAI PESAN ANTI KONSUMERISME PADA FILM FIGHT CLUB (Studi Resepsi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang)**. Proposal Skripsi ini merupakan sebagai syarat penyelesaian gelar Strata 1 (S1) Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penulisan skripsi ini tentunya penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Pertama-tama penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran untuk penulis selama menempuh pendidikan dan dapat menyelesaikan Skripsi.
2. Almarhum Hendrisman selaku Bapak dan Irma Suryani selaku Mamah dari penulis, Terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk tetap berjuang menyelesaikan Skripsi dan meraih gelar Sarjana.
3. Saudara terkasih, Muhammad Irwansyah dan Risma Yulita. Terima kasih selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis.
4. Terima Kasih sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing Dr. Frida Kusumastuti, M. Si. yang senantiasa membimbing penulis dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini, serta meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan saran dari awal hingga akhir.
5. Muhammad Raafi, Jalaludin Akbar Dan Muhammad Iqbal yang sudah menjadi teman diskusi, Terima kasih telah berperan dalam proses penyusunan Skripsi dan terima kasih untuk saran, solusi, dan masukan yang diberikan.

6. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada dosen pengajar di Universitas Muhammadiyah Malang. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, serta pengalaman berharga yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
7. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada narasumber-narasumber yang telah bersedia membantu, meluangkan waktunya dan menjawab pertanyaan dari penulis, sehingga data dalam penelitian ini dapat terpenuhi.
8. Terakhir untuk diri sendiri, Hisyam yang telah menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan oleh orang tua dan telah berjuang hingga saat ini serta bertahan dari tekanan dan permasalahan yang ada.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT KETERANGAN SIAP DI UJI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vi
HASIL CEK PLAGIASI	vii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	4
DAFTAR GAMBAR.....	5
BAB I.....	6
PENDAHULUAN.....	6
1.1 Latar Belakang.....	6
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Komunikasi Massa.....	13
2.2 Film sebagai media komunikasi massa.....	14
2.3 Realitas Media Massa	15
2.4 Khalayak	16
2.5 Resepsi dalam studi khalayak	18

2.6	Analisis Resepsi.....	19
2.7	Anti Konsumerisme	20
2.8	Kerangka Berpikir.....	22
2.9	Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Pendekatan Penelitian	28
3.2	Tipe penelitian	29
3.3	Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
3.4	Subjek Penelitian	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6	Teknik Analisis Data	31
BAB IV.....		32
GAMBARAN UMUM.....		32
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	32
4.1.1	Gambaran Umum Film “ <i>Fight Club 1999</i> ”	32
4.1.2	Sinopsis Film “ <i>Fight Club 1999</i> ”	33
4.2	Gambaran umum Mahasiswa IKOM.....	35
BAB V		36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
5.1	Profil subjek penelitian	36
5.2	Kesan umum subjek terhadap Film “ <i>Fight Club 1999</i> ”	42
5.3	Pemahaman subjek tentang konsumerisme	45

5.4 Kesan subjek tentang pesan Anti-Konsumerisme dalam Film “ <i>Fight Club 1999</i> ”	54
5.5 Posisi Subjek terhadap pesan Anti-Konsumerisme dalam Film “ <i>Fight Club 1999</i> ”75	
5.5.a. Posisi Dominant-Hegemonic	89
5.5.b. Posisi Negosiasi	90
5.5.c. Posisi Oposisi	91
5.6 Diskusi teori	92
5.6.1 Analisis Resepsi pada Film “ <i>Fight Club 1999</i> ” oleh Penonton	92
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	98
6.1 Kesimpulan	98
6.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	25
Tabel 5. 1 Profil Subjek Penelitian.....	37
Tabel 5. 2 Hasil Analisis Data	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kategorisasi audiens dalam teori resepsi (sumber: Pujarama, 2020).....	6
Gambar 1. 2 Ulasan penonton Film “Fight Club 1999” (Sumber : IMDb.com).....	10
Gambar 4. 1 poster Film “Fight Club 1999” (Sumber: IMDb).....	32
Gambar 5. 1 Scene dalam Film “Fight Club 1999”.....	55
Gambar 5. 2 Scene dalam Film “Fight Club 1999”	57
Gambar 5. 3 Scene dalam Film “Fight Club 1999”	59
Gambar 5. 4 Scene dalam Film “Fight Club 1999”	63
Gambar 5. 5 Scene dalam Film “Fight Club 1999”	66
Gambar 5. 6 Scene dalam Film “Fight Club 1999”	67
Gambar 5. 7 Scene dalam Film “Fight Club 1999”	71
Gambar 5. 8 Scene dalam Film “Fight Club 1999”	72
Gambar 5. 9 Scene dalam Film “Fight Club 1999”	73



DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, C., & Meyer, L. (1988). *Teaching with Film*. Routledge.
- Basci, E. (2014). A Revisited Concept of Anti-Consumption for Marketing. *International Journal of Business and Social Science*, 5(7), 160–168. www.ijbssnet.com
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart, and Winston.
- Choiriyati, D. P. & W. (2020). *Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme*.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1989). *Theories of Mass Communication*. Longman.
- Fajarini, S. D., Yuliani, F., & Kurniawati, J. (2025). Peran Algoritma Media Sosial Dalam Membentuk Filter Bubble Dan Echo Chamber Di Kalangan Milenial Dan Gen Z Kota Bengkulu. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(1), 205–226. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8456>
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Basic Books.
- Giroux, H. (2002). *Breaking in to the Movies: Film and the Culture of Politics*. Blackwell Publishing.
- Hall, S. (1980). *Encoding/Decoding*. Routledge.
- Harun, M. (2016). *Pemaknaan khalayak mengenai pertukaran peran gender dalam film (Study Reception Analysis pada film KI & KA 2016)*.
<https://www.kompas.tv/entertainment/255413/ending-film-fight-club-di-china-diubah-tyler-durden-kalah-pemerintah-menang>
<https://medium.com/mel-magazine/a-conversation-with-chuck-palahniuk-the-author-of-fight-club-and-the-man-behind-tyler-durden-9098e9d031fa>
https://www.imdb.com/title/tt0137523/?ref=ttawd_ov_bk
- Jackson, T. (2009). *Prosperity without Growth: Economics for a Finite Plane*. Earthscan.
- Jensen, K. B. (2002). *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. Routledge.
- Karman. (2019). Implikasi Penggunaan Data Besar Terhadap Metode Penelitian Agenda-Setting Implication of Big Data Usage Towards Research Method of Agenda-Setting. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1), 1–20.
- Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1948). *Mass communication, popular taste, and*

- organized social action*. Longman.
- Lee, M. S. W., & Ahn, C. S. Y. (2016). Anti-consumption, Materialism, and Consumer Well-being. *Journal of Consumer Affairs*, 50(1), 18–47. <https://doi.org/10.1111/joca.12089>
- Leonard, A. (2010). *The Story of Stuff: How Our Obsession with Stuff is Trashing the Planet, Our Communities, and Our Health-and a Vision for Change*. Free Press.
- Machmud, M. (2018). *Tuntutan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Penerbit Selaras.
- Maltby, R., & C. (1995). *Hollywood Cinema: An Introduction*. Blackwell Publishing.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Mubin, I. (2015). *Pesan-Pesan Anti Konsumerisme Dalam Film The Truman Show (Analisis Semiotika Roland Barthes)*.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori Dan Riset Khalayak Media*. Kencana.
- Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Graha Grafindo Persada.
- Pertiwi, Ri'aeni, & Y. (2020). *Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film Dua Garis Biru*.
- Pramono, M. S., Tampake, T., Lattu, I. Y. ., & Molewe, A. C. (2024). Peter L. Berger and Thomas Luckmann's social construction of the institutionalization of tolerance values in the Nyadran Perdamaian tradition. *AL MA'ARIEF : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 6(1), 49–61. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v6i1.9759>
- Pujarama, W., & Yustisia, I. R. (2020). *Aplikasi Metode Analisa Resepsi Untuk Penelitian Gender Dan Media*. UB Press.
- Rachmah, I. (2014). *Metode Penelitian: Studi media dan budaya*.
- Ramadhani, C. (2024). *RESEPSI MAHASIWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG ANGKATAN 2020 TERHADAP KAMPANYE MENJAGA LINGKUNGAN OLEH AVOSKIN MELALUI INSTAGRAM DENGAN #MULAI DARIMEJARIAS*.
- Rosenbaum, J. (2000). *Movie Wars: How Hollywood and the Media Limit What Movies We Can See*. A Cappella Books.
- Schor, J. B. (1999). *The Overspent American: Upscaling, Downshifting, and the New Consumer*. Basic Books.
- Scott, A. J. (2005). *On Hollywood: The Place, The Industry*. Princeton University Press.

Severin, W. J. & Tankard, J. W. (2001). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. Addison Wesley Longman.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Syuhadak, N. O. (2022). *Harapan dan Kecemasan Akan Masa Depan pada Mahasiswa Tingkat Akhir*.

Zahira, Y. (2023). *ANALISIS RESEPSI PENONTON TENTANG DISORGANISASI KELUARGA PADA FILM NGERI-NGERI SEDAP (Studi pada mahasiswa UMM penonton film “Ngeri-Ngeri Sedap” dengan latar belakang keluarga disorganisasi dan terorganisasi)*.

