

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan merupakan suatu yang konstan dan tidak dapat dihindari. Setiap manusia tidak akan terlepas dari perubahan seiring perkembangan zaman. Perubahan serta perkembangan terjadi di segala aspek dan bidang, termasuk perubahan sikap dan perilaku dari remaja. Remaja memiliki kriteria dan kondisi yang berbeda satu sama lain sehingga menyebabkan kompleksnya perilaku remaja.

Perkembangan industri yang pesat pada era globalisasi ini membuat penyediaan barang masyarakat menjadi berlimpah. Masyarakat dengan mudah tertarik untuk mengonsumsi barang karena banyak sekali pilihan yang ada. Barang-barang yang dahulu dianggap kebutuhan sekunder, berubah menjadi kebutuhan primer, dan barang-barang mewah telah menjadi kebutuhan sekunder, bahkan malah menjadi kebutuhan primer. Sama halnya dengan barang-barang kebutuhan tersier, pada saat ini juga telah banyak yang menjadi kebutuhan utama, yang biasanya berupa fasilitas-fasilitas yang membuat kesenangan semata seperti tempat karaoke, bioskop, tempat hiburan malam dan lain sebagainya (Chatijah dan Purwadi, 2007).

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki hasrat atau keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, yaitu kebutuhan rohani. Salah satu dari kebutuhan rohani ini adalah hiburan, yang bertujuan untuk memperoleh rasa nyaman, senang serta tenang setelah melakukan berbagai pekerjaan selama menjalani kehidupan sehari-hari. Jenis hiburan diantaranya, yang sangat digemari masyarakat adalah menonton film. Film yang berkualitas tidak hanya dipandang sebagai hiburan, tetapi menjadi sebuah karya yang mengandung harapan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern akan pengetahuan, ilmu budaya, motivasi hidup dan lain sebagainya.

Manusia dan hiburan tidak dapat dipisahkan karena hiburan merupakan kebutuhan setiap manusia, baik dikala sedang menghadapi permasalahan maupun tidak ada masalah apapun dalam kehidupan sehari-hari. Hiburan adalah segala kegiatan yang dapat menyegarkan kembali kondisi fisik dan perasaan yang dapat berupa permainan, aktivitas olahraga, menonton pertunjukan, ataupun melaksanakan kesenangan pribadi, mengobrol dengan teman, dan sebagainya. Salah satu upaya untuk menghibur diri di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung adalah menonton film di bioskop yang telah menjadi sebuah *lifestyle* atau gaya hidup bagi remaja yang membutuhkan hiburan.

Bes Cinema merupakan salah satu ruang yang direncanakan karena kebutuhan akan tempat persinggahan, pertemuan bersama lainnya di tempat hiburan. Pertemuan bersama orang banyak kemungkinan akan

timbul bermacam-macam kegiatan di Bes Cinema seperti menonton, yang menjadi objek sasarannya adalah remaja.

Remaja mengalami proses pembentukan perilakunya, pada saat mereka mencari identitas dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal. Remaja akan cenderung untuk terlibat dalam pertemanan sebaya sebagai kelompok sosial dalam pencarian identitasnya. Definisi remaja menurut Sarlito (2004: 14), menyatakan remaja untuk masyarakat Indonesia dapat menggunakan batasan usia 11-24 tahun. Remaja dahulu sebelum ada Bes Cinema mereka sering berkunjung ketempat hiburan lainnya seperti menonton televisi di rumah, ke pantai, ke pusat perbelanjaan, tempat karaoke, dan tempat hiburan lainnya.

Perilaku merupakan bentuk nyata dari sebuah hubungan sosial. Ketika seseorang berhadapan dengan lingkungan sosialnya, maka seseorang tersebut mutlak berperilaku sebagai bentuk interaksi. Perilaku ini dimungkinkan dengan adanya komunikasi (Sarwono, 2005). Perilaku atau aktivitas-aktivitas dalam pengertian yang luas yaitu perilaku yang nampak (*overt behavior*) dan perilaku yang tidak nampak (*innert behavior*). Perilaku yang tidak tampak dapat berupa berfikir, tanggapan, sikap, persepsi, emosi, pengetahuan dan lain-lainnya. Perilaku yang tampak misalnya berjalan, berbicara, beraksi berpakaian dan lain-lainnya.

Aktivitas ke Bes Cinema adalah sebuah kebutuhan yang termasuk ke dalam kebutuhan tersier. Kebutuhan tersier adalah kebutuhan pelengkap

dari kebutuhan sekunder yang jika dipenuhi akan memiliki manfaat dan jika tidak terpenuhi tidak masalah. Tapi di masa sekarang ini kebutuhan sekunder dan tersier harus terpenuhi layaknya kebutuhan primer. Semua itu guna untuk memenuhi *trend* gaya hidup yang terjadi. Kebutuhan setiap manusia akan berlangsung secara terus menerus dan tidak akan ada habisnya.

Bes Cinema merupakan bioskop satu-satunya yang ada di Provinsi Bangka Belitung. Bioskop merupakan salah satu media hiburan yang murah dan populer serta memiliki pengaruh besar terhadap remaja di Kota Pangkalpinang. Aktivitas berkunjung ke Bes Cinema merupakan suatu kebiasaan bagi kaum remaja khususnya remaja di Kota Pangkalpinang. Adanya bioskop di Kota Pangkalpinang tidak terlepas dari gaya hidup remaja yang berkunjung ke Bes Cinema yang semakin hari semakin meningkat, seperti rasa keinginan dan perubahan dari diri pribadi remaja di Kota Pangkalpinang sendiri untuk tidak mau tertinggal oleh modernitas. Remaja menjadi jenuh dengan tempat hiburan yang sering mereka kunjungi selama ini seperti pantai, *Bangka Trade Center (BTC)*, tempat karaoke, dan tempat hiburan lainnya. Remaja beranggapan menonton film di bioskop lebih menarik.

Remaja cenderung memiliki emosi yang belum stabil sehingga memandang segala sesuatu bergantung pada emosinya. Seiring dengan perkembangannya, remaja memasuki tahap dimana lebih mampu membuat keputusan sendiri. Remaja juga memiliki karakteristik mudah terpengaruh,

suka ikut-ikutan teman, tidak berpikir hemat, dan tidak realistis. Karakteristik remaja inilah yang membawa perubahan perilaku pasca Bes Cinema. Penelitian ini disusun sebagai usaha untuk mengetahui perubahan perilaku remaja pasca Bes Cinema di Kota Pangkalpinang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perilaku remaja sebelum dan sesudah adanya Bes Cinema di Kota Pangkalpinang?
2. Bagaimana faktor-faktor penyebab perubahan perilaku remaja pasca keberadaan Bes Cinema di Kota Pangkalpinang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan perilaku remaja sebelum dan sesudah adanya Bes Cinema di Kota Pangkalpinang.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor penyebab perubahan perilaku remaja pasca keberadaan Bes Cinema di Kota Pangkalpinang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan kontribusi:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan untuk Studi Sosiologi khususnya untuk kajian Perubahan Perilaku, sebagaimana penelitian ini memfokuskan untuk mengkaji Perilaku remaja pasca Bes Cinema.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan nyata bagi usaha mengendalikan perubahan perilaku pada remaja.
- b. Sebagai bahan kajian bagi orang tua dalam memberi bimbingan serta batasan dalam memberikan uang saku pada anaknya, sehingga mereka dapat selektif dalam membeli barang dan dapat menghargai uang.
- c. Bagi remaja agar lebih kritis dalam menerima pesan komunikasi yang diperoleh dari tontonan flim di bioskop.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penulisan karya ilmiah peneliti perlu menggunakan penelitian orang lain sebagai patokan atau sebagai bahan acuan dalam penulisan selanjutnya. Dalam sebuah penelitian sosial biasanya bersifat berkelanjutan atau bersifat dinamis yang selalu berubah-ubah, serta menghindari dari tindakan plagiat dalam penulisan karya ilmiah.

Dalam pengangkatan masalah tersebut peneliti mengacu pada penelitian terdahulu dengan tinjauan pustaka yang pertama dari Wagner (2009) tentang “Gaya Hidup *Shopping Mall* Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Perkotaan, Studi: Konsumen Remaja Di Tiga *One Stop Shopping Mall* di Jakarta”. Dalam penelitian ini melihat bahwa *shopper* dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu *real shopper*, *socialize shopper*, dan *beginner shoppers*.

Penelitian terkait juga menjelaskan bagaimana dapat terjadi pengaruh konsumtif, salah satunya dengan berbagai pengaruh media massa seperti koran, majalah yang memang berporos pada sisi fashion dunia seperti *Cosmopolitan*, *FHM*, *Esquire*, dan lainnya. Di sisi lain remaja belum mampu untuk berpikir kritis sehingga mudah untuk dipengaruhi akan iklan, mengikuti *style* teman, tidak realistis, dan cenderung boros. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja dengan menggunakan media massa, sehingga menjadikan *shopper* bertindak konsumtif, kemudahan dalam mengakses pada media massa dan iklan yang menarik

dan tersebar dimana-mana membuat para remaja mudah terbuju oleh produk yang ditawarkan dalam iklan sehingga remaja berperilaku konsumtif.

Perbedaan mendasar dari penelitian ini adalah objek kajiannya, dimana penelitian sebelumnya mengacu pada pemenuhan kebutuhan yang didasari “*shopping mall*” yang mana bisa menggugah konsumen untuk membeli. Sementara objek yang diteliti oleh peneliti yaitu Bes Cinema.

Tinjauan pustaka yang kedua yaitu, Sukma Astriana (2015) tentang “Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sosiologi Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji”. Dalam penelitian ini melihat bahwa penampilan modis sering ditemukan pada mahasiswa di perguruan tinggi sama seperti di lingkungan. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji (Fisip Umrah) Tanjungpinang sebelumnya tidak banyak mahasiswa yang mengutamakan penampilan. Penampilan mahasiswa yang *fashionable* diikuti dengan berkembangnya media massa yang menjual berbagai macam barang untuk menunjang penampilan mereka. Mahasiswa selalu ingin berpenampilan menarik dan modis mengikuti pusat gaya (*trend center*). Penelitian ini mengenai perilaku konsumtif mahasiswa sosiologi di Fisip Umrah Tanjungpinang dalam membeli tas, sepatu dan baju yang berlebihan dan bagaimana *trend* mempengaruhi mahasiswa dalam berpenampilan.

Astriana juga menjelaskan bahwa dalam perilaku konsumtif yang lebih mendominasi adalah konsumsi melibatkan hasrat yaitu keinginan

mahasiswa untuk tampil cantik dan menarik dengan menggunakan barang-barang yang bagus untuk memenuhi hasrat dan rasa tidak puas dalam diri mahasiswa serta adanya pengaruh dari teman sebaya yang membuat mahasiswa semakin konsumtif. Dilihat dari Tanjungpinang banyak terdapat tempat-tempat yang menjual berbagai macam model baju, sepatu serta tas yang menarik sehingga membuat mahasiswa semakin puas untuk membeli barang yang dianggap penting untuk penampilannya.

Penelitian yang diteliti oleh Astriana dengan apa yang diteliti oleh peneliti terdapat kesamaan juga perbedaan. Kesamaannya terdapat pada metode dan adanya pengaruh untuk berperilaku konsumtif. Peneliti juga menggunakan metode kualitatif. Dalam metode ini lebih mengutamakan informasi yang diberikan oleh informan. Sementara perbedaan mendasarnya terletak pada obyek dan kepuasan dalam membeli barang.

Tinjauan pustaka yang ketiga yaitu, Wahyudi (2013), Universitas Mulawarman tentang Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meninjau tentang perilaku konsumtif remaja pengunjung Mall Samarinda Central Plaza serta untuk mengetahui remaja memilih belanja di Mall. Penelitian ini dilakukan di Mall Samarinda Central Plaza. Remaja merupakan masa-masa yang masih terbilang kurang stabil dan bersifat dinamis, terutama masih dalam tahap pencarian akan sebuah identitas diri dengan tuntutan berbagai kebutuhan dan cenderung berlaku konsumtif. Mall umumnya adalah seputar *fashion* dan pernak pernik kaum

muda, produk keluaran Mall ini terlihat modern dan eksklusif. Oleh karena itu tidaklah mengherankan kalau berbagai produk yang ditawarkan dari sebuah Mall lebih ditujukan untuk kalangan remaja. Hal ini didukung dengan konsep Mall secara keseluruhan yang sangat identik dengan jiwa anak muda khususnya remaja.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam menggali data-data dari lapangan, yaitu melalui teknik wawancara mendalam, observasi langsung, serta data primer yang didapat dari hasil wawancara instrument utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif remaja pengunjung Mall Samarinda Central Plaza sebagian besar dari keseluruhan adalah untuk berbelanja dan mengkonsumsi barang yang ditawarkan di pusat perbelanjaan tersebut meskipun ada beberapa remaja berkunjung ke Mall untuk menghilangkan rasa jenuh dan sebagai sarana rekreasi atau hiburan, jalan-jalan dan bersosialisasi.

Dari penelitian Wahyudi (2013) terdapat kesamaan dengan apa yang diteliti oleh peneliti. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang perilaku remaja dan sama-sama sebagai media sarana hiburan untuk menghilangkan rasa jenuh. Perbedaannya terletak pada obyek yang diteliti. Wahyudi fokusnya pada Mall sementara peneliti terfokus pada Bes Cinema.

F. Kerangka Teoritis

Teori menjadi sangat penting dalam suatu penelitian, adanya teori membuat suatu masalah menjadi mudah untuk dianalisis berdasarkan teori tersebut. Untuk mengkaji mengenai perubahan perilaku remaja pasca Bes Cinema di Kota Pangkalpinang peneliti menggunakan teori sosial postmodern yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard tentang hiperealitas.

Jean Baudrillard melihat masyarakat kontemporer atau masyarakat saat ini tidak lagi didominasi oleh produksi, namun oleh media, model sibernetika dan sistem pengendali informasi hiburan dan industri pengetahuan dan lain sebagainya. Dapat dikatakan masyarakat telah bergeser dari masyarakat yang didominasi oleh mode produksi menuju masyarakat yang dikontrol oleh kode produksi. Tujuannya telah beralih dari eksploitasi dan laba ke arah dominasi oleh tanda dan sistem yang menghasilkan (Ritzer, 2009: 677).

Baudrillard menggambarkan dunia ini sebagai hiperealitas. Sebagai contoh, media mulai tidak lagi cermin realitas melainkan menjadi realitas atau rill dari realitas (Ritzer, 2009: 678). Hiperealitas adalah efek, keadaan atau pengalaman kebendaan dan atau ruang yang dihasilkan dari proses tersebut (Piliang, 2003: 150). Baudrillard mengungkapkan bahwa apa yang direproduksi dalam dunia hiperealitas tidak saja realitas yang hilang, tetapi juga dunia yang nyata: fantasi, mimpi, halusinasi.

Totalitas hidup seseorang (kegembiraan, kesedihan, kesukaan, keberanian dan sebagainya) secara tak sadar terperangkap di dalam dunia hipperrealitas media, namun apabila seseorang tersebut mencoba melihat media dengan kesadaran, maka ia akan menyadari bahawa apa yang ia saksikan tak lebih dari sebuah fantasi, fiksi, atau fatamorgana sebuah kesemuan (Piliang, 2003: 152-153).

Konsep hipperrealitas sebagaimana yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard, adalah sebuah konsep dalam dunia postmodern dimana ukuran-ukuran realitas yang ada tidak dapat dipegang lagi. Sebuah dunia realitas yang dalam konstruksinya tidak bisa dilepaskan dari produksi dan permainan tanda-tanda. Permainan tersebut sedemikian rupa sehingga tanda-tanda tersebut kehilangan kontak dengan realitas yang direpresentasikan.

Hipperrealitas menciptakan satu kondisi, yang didalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian. Hipperrealitas menghadirkan model-model kenyataan sebagai sebuah simulasi bagi penikmatnya, sebuah simulacrum. Simulasi atas dasar tanda-tanda realitas dimana tanda-tanda hidup bukan untuk melukiskan realitas yang diwakilkannya tetapi mereka hadir hanya untuk mengacu pada dirinya sendiri (Piliang, 2003).

Hipperrealitas pun ikut dipengaruhi oleh postmodernisme karena memang hipperrealitas adalah sebuah konsep dalam dunia postmodernisme contoh yang dapat kita lihat dari Hipperrealitas akibat dari postmodernisme dalam menonton film.

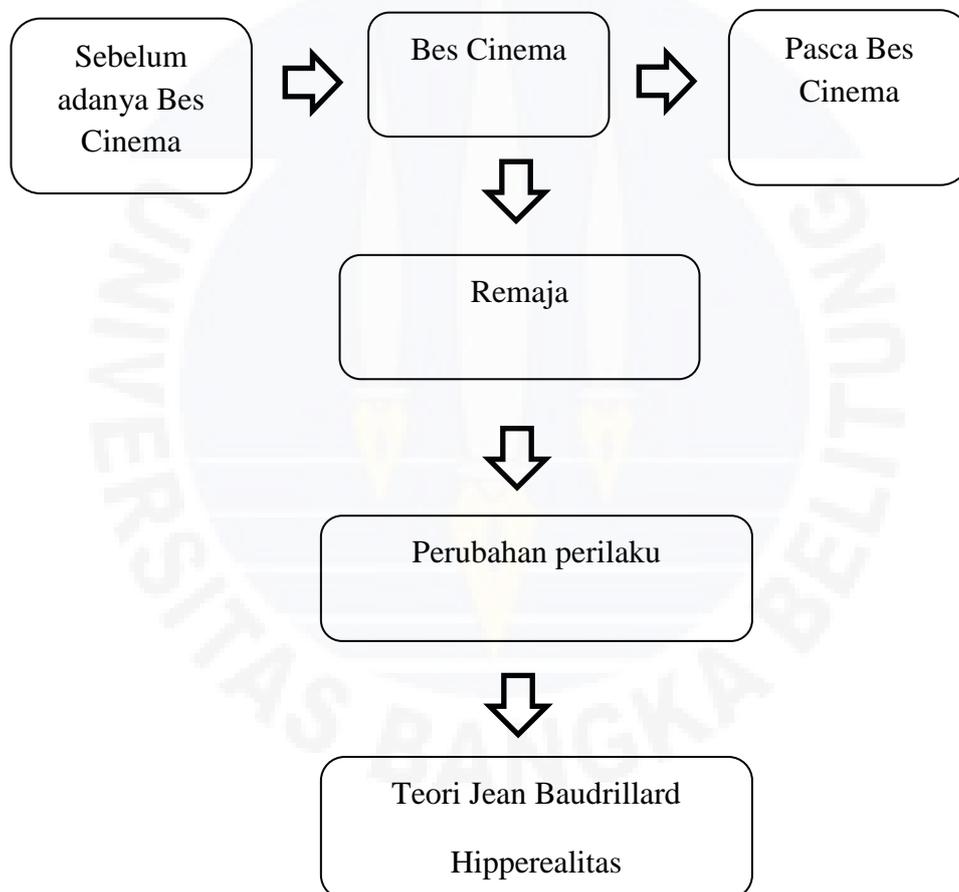
Berbagai macam film, dengan berbagai macam genre yang ditonton remaja memiliki kekuatan dan pengaruh yang teramat besar. Hal tersebut dikarenakan film tersebut menyajikan bermacam *image* yang dapat merasuki kita lebih mendalam jika dibandingkan dengan media lain karena *image* yang tersaji dalam film menyediakan ilusi yang lebih kuat, khususnya terkait pemahaman realitas.

Jean Baudrillard mendefinisikan hipperealitas sebagai sesuatu yang tidak menduplikasi sesuatu yang lain sebagai model rujukannya, akan tetapi menduplikasi dirinya sendiri, dalam hal ini salinan dan asli adalah obyek yang sama. Dunia hipperealitas merupakan sebuah produk dari simulasi, representasi bukan merupakan prinsip pembentuk hipperealitas. Dunia kita saat ini adalah dunia simulasi di mana keberadaan simulasi telah tersebar luas di berbagai media, termasuk film.

G. Kerangka Berpikir

Adapun untuk memudahkan memahami mengenai kerangka berpikir dari penelitian ini maka peneliti menguraikan kerangka berpikir melalui bagan berikut ini.

Bagan 1.1 Kerangka berpikir



Berdasarkan bagan 1.1, dapat dideskripsikan bahwa penelitian ini dilakukan di Bes Cinema di Kota Pangkalpinang. Bioskop memiliki peran dan mengubah perilaku sosial yang ada di masyarakat terutama bagi remaja. Melalui bioskop, remaja seolah-olah ikut larut dalam perkembangan teknologi yang ada. Bioskop telah mengubah perilaku, gaya hidup, juga bahasa. Dimana film yang ditayangkan sering kali mendoktrin penonton.

Jauh sebelum kehadiran bioskop di Kota Pangkalpinang remaja sering kali pergi ke pusat perbelanjaan, pantai, dan karaoke namun pasca Bes Cinema remaja semakin gemar menonton film di bioskop sehingga memicu perubahan perilaku remaja. Kemudian akan dilakukan analisis melalui teori Jean Baudrillard tentang Hiperrealitas.