

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai gaya hidup konsumtif dalam film “Orang Kaya Baru” ditemukan adanya unsur-unsur gaya hidup konsumtif dan film “Orang Kaya Baru” jelas menggambarkan potret gaya hidup konsumtif. Penggambaran gaya hidup konsumtif dalam film “Orang Kaya Baru” dapat dilihat dari kode-kode representasi visual yang ditampilkan oleh film melalui pemeran, latar tempat, penampilan, ekspresi wajah, dan opini yang terkandung didalam sebuah dialog tentang keberadaan hidup mereka, walaupun visualisasi dalam filmnya sendiri kurang dimaksimalkan.

Gaya hidup konsumtif yang terdapat didalam film “Orang Kaya Baru” yaitu Pola hidup yang konsumtif terlihat dari perilaku keluarga dalam film ini dengan membeli barang-barang yang kurang diperlukan dengan berlebihan. Ini berarti bahwa keluarga lebih memperhatikan faktor permintaan daripada kebutuhan, dan seringkali hanya dikendalikan oleh keinginan duniawi dan kesenangan materi dan berdampak pada mereka mencukupi kebutuhannya melebihi dari standar kebutuhan fungsional. Dengan demikian, menjadikan mereka lebih sibuk mementingkan kepentingan pribadi daripada memperhatikan kepentingan bersama keluarga dan lingkungan. Keluarga dalam film “Orang Kaya Baru” mengalami proses adaptasi dengan lingkungan dan kehidupan baru yang dikenal sebagai gegar budaya, karena banyak perbedaan budaya dari sikap bicara, gaya bergaul, cara belajar, sampai kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan mau tidak mau harus ditemui dan hadapi sejak mereka menjadi orang kaya baru.

Penelitian ini juga berkaitan dengan penelitian sebelumnya yang membahas mengenai perubahan gaya hidup, perilaku konsumerisme, gaya hidup konsumtif. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Febyanti (2006) pada remaja menunjukkan

bahwa gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kusuma (2018) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif pada remaja. Dalam penelitian tersebut, dijelaskan bahwa gaya hidup seseorang akan memengaruhi kebutuhan, keinginan dan perilaku membeli seseorang. Tetapi penelitian ini menggali mengenai gaya hidup konsumtif dengan analisis semiotika John Fiske pada film “Orang Kaya Baru” dengan level representasi, level realita dan level ideologi. Penelitian ini memperlihatkan bagaimana film “Orang Kaya Baru” memberikan pesan gaya hidup konsumtif kepada khalayak bahwa kebahagiaan dalam kehidupan keluarga tidak semata-mata hanya dengan memiliki banyak uang dan kekayaan yang mereka miliki, namun kebahagiaan yang sebenarnya dapat diraih dengan kebersamaan dan kesederhanaan dalam menjalani kehidupan sehari-harinya bukan hanya sekedar membeli barang-barang demi kesenangan sesaat. Namun kembali lagi kepada penafsiran penonton itu sendiri bagaimana penonton menangkap makna pesan yang tersampaikan melalui kode-kode yang diciptakan oleh sutradara dalam film ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Dalam penelitian ini adapun saran yang bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk film “Orang Kaya Baru” khususnya dalam menunjukkan gaya hidup konsumtif kurang memaksimalkan penampilan dalam setiap pemeran dalam film untuk menunjukkan sisi konsumtifnya, dan juga tempat-tempat yang digunakan sebagai latar setting kurang begitu mewah dan memperlihatkan sisi konsumtif. Tetapi sejauh ini semuanya terbantu dengan adanya dialog yang mendukung unsur-unsur gaya hidup konsumtif. Selain itu, dampak positif yang dapat diambil dari gaya hidup konsumtif adalah dapat menciptakan lapangan pekerjaan karena membutuhkan tenaga untuk memproduksi suatu barang dan juga menciptakan pasar bagi produsen, karena bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi masyarakat. Dampak negatif dari gaya hidup konsumtif adalah pola hidup yang boros,

berkurangnya kesempatan untuk menabung karena selalu ingin membeli barang yang diinginkan, egois karena tidak memikirkan kebutuhan orang lain.

5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian mengenai representasi gaya hidup konsumtif masih sedikit dan penulis mengharapkan akan ada banyak penelitian yang memperdalam representasi gaya hidup konsumtif dalam berbagai teori semiotika untuk menggali lebih dalam untuk penelitian selanjutnya.

