

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Remaja merupakan kelompok masyarakat dalam rentang usia yang bukan anak-anak lagi, namun belum juga bisa disebut dewasa, secara psikologis kaum remaja terbilang belum matang. Dalam usia ini mereka berperilaku atau melakukan kebiasaan yang berbeda dengan generasi yang lain dan memang untuk menunjukkan bahwa remaja memiliki gaya sendiri.

Karakter remaja yang begitu dinamis, atraktif dan emosional menjadikan mudah akan perubahan. Model pakaian potongan rambut, aksesoris, sepatu, sandal, peralatan tulis, dan perlengkapan yang dipakai selalu mengikuti trend. Dari hasil riset yang telah dilakukan majalah Cakram Komunikasi telah ditemukan bahwa tidak seluruh remaja sama dalam karakternya, misalnya ada remaja yang karakternya menyendiri, ada yang sekedar senang-senang bersama temannya, ada juga yang suka kebersamaan dimana ia bisa mengaktualisasikan tanggung jawab (Cakram Komunikasi, Oktober 2000:11).

Berbagai macam perbedaan karakter remaja tersebut, berbeda pula perilaku yang dihasilkan mereka. Dari gaya bicara berpakaian, cara membagi ruang dan waktu, nilai-nilai yang dianut, pandangan tentang dunia, dan semua detail lainnya yang membentuk kehidupan sehari-hari. James Lull mengatakan bahwa budaya adalah suatu ekologi yang kompleks dan dinamis dari orang, benda, pandangan tentang dunia, kegiatan, dan latar belakang yang secara fundamental bertahan

lama tetapi juga berubah dalam komunikasi yang interaktif yang rutin (Lull, 1998:77). Oleh karena itu perilaku, kebiasaan dan detail kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh remaja bisa disebut budaya remaja.

Budaya remaja sering ditampilkan banyak media massa salah satunya film. Ketika realitas budaya remaja ditampilkan oleh media massa dalam hal ini film, maka bukan suatu refleksi tetapi suatu representasi realitas.

Menurut Graeme Tuner, makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat berbeda dengan film sekedar sebagai refleksi dari realitas. Sebagai refleksi dari realitas, film sekedar memindah realitas ke layar tanpa mengubah realitas itu. Sementara itu sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode konvensi-konvensi, dan ideologi dari kebudayaannya (Sobur, 2003:128).

Jadi dapat dikatakan bahwa film tidak hanya menjiplak realitas untuk lalu dipindahkan dalam medium visualisasi gambar, tanpa adanya proses kreatif berdasarkan hal-hal yang mendasari seperti ideologi dari kebudayaan, kode dan konvensi. Namun sebagai representasi dari realitas, film juga menyajikan potret hidup masyarakat dalam sistem budayanya yang terkadang dikembangkan sesuai dengan ideologinya sehingga dapat diterima dan memberikan pengetahuan baru bagi masyarakat.

Film merupakan industri budaya, di mana film memproduksi kebudayaan sebagai produk bagi konsumsi massa. Film remaja merupakan salah satu bentuk budaya pop karena bukanlah hanya sebuah konsumsi semata, namun adalah suatu bentuk kebudayaan, suatu proses penciptaan dan penyebaran makna dan kesenangan secara aktif dalam suatu sistem sosial

Sebagai produk kebudayaan, film mempunyai kekuatan yang mendalam untuk memberikan pengaruh secara psikologis. Kekuatan film terdapat pada daya sugestifnya, karena pada dasarnya, film diciptakan berpangkal dari realitas masyarakat dan lingkungannya. Hal itu sesuai dengan kekuatan film dalam merepresentasikan kehidupan, sehingga mampu memuat nilai budaya masyarakat. Ketika seseorang menonton film, maka sadar atau tidak sadar akan ada kesan yang tertanam dalam memori atau ingatan orang tersebut. Kesan tersebut akan terus mengendap dalam diri orang yang bersangkutan, sampai akhirnya memberi pengaruh pada pola atau sikap tindakan mereka.

Penyampaian budaya dalam film menggunakan simbol-simbol tertentu seperti bahasa, gambar dan suara. Seperti halnya dalam film *Virgin* yang mengangkat tentang kevirginitasan remaja. Film *Virgin* menampilkan berbagai macam budaya remaja lain dari pada yang lain karena dalam film remaja ini terdapat pesan tentang perjuangan mempertahankan virginitas ditengah tekanan dan godaan arus metropolitan kota Jakarta. Film ini juga menampilkan tentang karya sastra dikalangan remaja.

Selain itu juga, film *Virgin* bercerita tentang kehidupan remaja kota dimana mereka sangat percaya diri karena penampilan mereka, pergaulan (interaksi sosial), kreasi dan karya mereka. Kehidupan remaja dalam film tersebut seperti percintaan, kehidupan di sekolah, konflik dan sebagainya, merupakan representasi dari kehidupan kota Jakarta yang semakin terpuruk. Berbagai macam konflik dihadirkan untuk menggambarkan bahwa sebenarnya telah terjadi realitas dalam sebuah kehidupan remaja kota yang semakin rusak karena pengaruh ke

tidak peduli orang tua terhadap anaknya. Orang tua hanya memikirkan dirinya dan bagaimana menghasilkan uang tanpa mau mengerti tentang pertumbuhan anaknya yang semakin dewasa. Akhirnya dengan kebebasan yang tidak terkontrol mereka melakukan penyimpangan.

Hampir semua yang ditonjolkan dalam film *Virgin* ini adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan gaya hidup remaja, *style*, percintaan, sex, kehidupan sehari-hari mereka, ini bisa kita sebut sebagai kebudayaan, dalam hal ini budaya remaja. Juga berbagi macam penyimpangan remaja yang ada di kota besar.

Penyimpangan remaja yang ditonjolkan dalam film *Virgin* inilah yang menjadikan film ini timbul kontroversi di dalam masyarakat, berbagai pendapat bermunculan seperti yang diungkapkan Achmad Khoiron dalam Perawan Itu Tidak Perlu, "Kontraversi film virgin sebenarnya sudah tampak tidak hanya dari judulnya yang lebih senang menggunakan kata asing dari pada menggunakan kata perawan atau gadis. LSI (Lembaga Sensor Film) memberi kategori dalam film ini sebagai film dewasa untuk tujuh belas tahun keatas. Padahal sudah jelas bahwa sasaran film ini adalah kalangan remaja yang justru semakin penasaran dengan kontraversi dan pencekalan" (Khoiron, Pikiran Rakyat, 21 Desember 2004).

Di Makasar terjadi gelombang protes keras masyarakat terhadap film *Virgin*. Ketua Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Daerah Sulawesi Selatan Drs Aswar Hasan Msi mengatakan derasnya protes masyarakat dan pemuka agama, Aswar menganggap hal itu sebagai reaksi yang wajar (Suara Pembaharuan, 30 November 2004). Banyak adegan dalam film *Virgin* tidak menggambarkan

budaya masyarakat Indonesia. Jadi bukan cuma budaya masyarakat Sulawesi Selatan. Film itu lebih banyak mengadopsi karakter kehidupan remaja di negara Barat dengan gaya pergaulan brutal dan tidak ada sentuhan rohaninya dari awal hingga akhir cerita.

“Saya tidak melihat sisi positif dari gaya pergaulan yang ditonjolkan film *Virgin*. Contoh yang dipaparkan dalam film itu malah bisa merusak generasi kita”, kata Aswar yang juga sempat menyaksikan secara khusus film tersebut bersama Wali Kota Makasar Ilham Arief Siradjuddin, Kapolwiltabes Makasar, Pengurus MUI Makasar dan anggota DPRD Makasar (Suara Pembaharuan, 30 November 2004). Di makasar gelombang protes dari seluruh komponen masyarakat marak, hingga Walikota dan seluruh komponen pemerintahan daerah tersebut menonton bersama. Sehubungan itu, Wali Kota Makasar memerintahkan seluruh bioskop yang memutar film *Virgin* di Makasar untuk menarik dan menghentikan sementara pemutaran film tersebut (Suara Pembaharuan, 30 November 2004).

Walaupun demikian ada pembelaan dari sang sutradara, Hany menegaskan “film ini sangat penting untuk dipertontonkan. Banyak adegan dalam film ini yang benar-benar terjadi. Begitulah kenyataan sekarang. Film ini harus ditonton orang tua, supaya mereka sadar bahwa zaman sudah berubah, kehidupan anak muda sudah demikin bebasnya” (Gaya hidup news, 11 November 2004). Hanny mencoba mendobrak budaya masyarakat dengan film *Virgin* ini, walaupun terjadi gelombang protes.

Chand Parwez Servia sebagai produser menegaskan, “film ini dibuat dengan rasa tanggung jawab penuh. Ini adalah film tentang realitas kehidupan

anak muda masa kini. Ini film sosial. Dalam risetnyapun kita punya wawancara dengan para pelaku gaul. Riset dilakukan selama 2 pekan untuk bisa menyelami seperti apa kehidupan para anak gaul ibu kota” (Gaya hidup news, 11 November 2004).

Kontraversi film *Virgin* ini membuat penasaran kalangan masyarakat khususnya remaja, sehingga merangsang mereka untuk menontonnya, dipastikan bahwa produser film ini meraup keuntungan yang besar dengan tingginya antusias penonton yang notabene kebanyakan remaja. Jumlah penonton film *Virgin* 1,2 juta, hal ini membuktikan bahwa film *Virgin* mengalami kesuksesan. Walaupun tidak sesukses film AADC yang mencapai sekitar 2,5 juta (Kompas, September 2003)

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini:

“Bagaimana budaya remaja dikonstruksikan dalam Film *Virgin*?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan

1. Untuk menerjemahkan makna dibalik konstruksi budaya remaja dalam Film *Virgin*.
2. Untuk mengetahui pesan ideologi dibalik film *Virgin*.
3. Mengetahui bagaimana konstruksi budaya remaja dalam

D. KERANGKA TEORI

Pada bagian ini akan membahas tentang kerangka teori untuk menganalisa budaya remaja dalam film *Virgin*. Kerangka teori terbagi menjadi lima sub bab, yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi Sebagai Proses Produksi Makna

Komunikasi adalah proses yang melibatkan banyak komponen. Elemennya antara lain: *source* (sumber), *Message* (pesan), *channel* (media), *receiver* (penerima). Dalam proses komunikasi, sumber menyusun pesan melalui media yang telah dipilih untuk mengirim pesan pada penerima, dimana pesan yang dikirim berdasarkan tujuan tertentu. Respon dari penerima ke sumber disebut *feedback*. Pesan adalah suatu materi yang dimiliki oleh sumber untuk dibagikan kepada orang lain. Dalam bentuk berupa sebuah gagasan yang telah diterjemahkan dalam simbol-simbol yang digunakan untuk menyatakan suatu maksud tertentu (Liliweri 1991:25).

Pandangan Fiske, studi komunikasi bukan semata proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan semata, tetapi komunikasi juga sebagai produksi pesan dan pertukaran makna yang disebut aliran semiotika (Fiske, 1990:2). Pesan dalam proses komunikasi bukanlah semata apa yang dikirim oleh *sender* kepada *receiver*. Pesan dipandang sebagai teks, dan memiliki cakupan yang sangat luas. Pesan tidak saja terjadi ketika seseorang berdialog dengan orang lain, tetapi secara tersembunyi seseorang telah menyampaikan pesan melalui penampilan, menulis, melukis, membuat film atau hiburan dan ide-ide yang merupakan bagian dari pembuatannya (Sless 1986:33)

Sebuah pesan memiliki dua jenis makna, yakni makna denotatif dan makna konotatif. Makna atau pengertian denotatif adalah makna atau pengertian suatu perkataan yang lazim terdapat dalam kamus yang secara umum diterima oleh orang-orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama (diakui sebagai konsensus sosial). Sementara makna konotatif adalah pengertian yang berifat emosional latar belakang dan pengalaman seseorang (Effendi, 1993:47). Makna konotatif merupakan makna emosional atau makna evaluatif yang berbeda bagi masing-masing individu. Pesan yang sama memiliki makna yang berbeda bagi masing-masing budaya dan konteks yang berbeda. Pesan di maknai atau diterjemahkan oleh penerima berdasarkan kerangka pengalaman dan referensi yang dipengaruhi oleh konvensi budaya yang dimilikinya. Artinya dengan adanya budaya memungkinkan ditemukannya perbedaan makna pesan. seperti yang disampaikan Fiske dalam bukunya *Introduction to Communication Studies* (Fiske 1990:30) yaitu *So readers with different social experiences or from different cultures may find different meanings in same texts* (Sehingga pembaca dengan pengalaman sosial yang berbeda atau dari budaya yang berbeda mungkin menemukan perbedaan makna pada teks yang sama) (Fiske 1990:30).

Adanya perbedaan budaya akan sangat memungkinkan munculnya perbedaan makna pada pesan yang sama dari pengirim dan penerima pesan. Seseorang pengirim pesan, baik secara implisit maupun eksplisit, mengkonstruksikan pesan yang dicitrakannya kepada penerima. Dengan demikian proses komunikasi berjalan dengan dinamis, baik pengirim pesan maupun penerima pesan memiliki interaksi dengan pesan (Tull & James 1998:35). Penerima

pesan tidak saja pasif dalam menerima pesannya tetapi bisa saja memaknai konstruksi pesan yang diterimanya, karena unsur apapun yang terlibat dalam pesan merupakan teks yang dapat dipahami secara arbitrer. Hal ini akan mengakibatkan adanya kelebihan ataupun kekurangan makna pesan dari pengirim (Lull & James 1998:35).

Pesan merupakan suatu konstruksi tanda yang melalui interaksinya dengan penerima, menghasilkan makna. Pengirim yang didefinisikan sebagai transmitter pesan, menurut arti pentingnya. Penekanan bergeser pada teks dan bagaimana teks itu dibaca. Dan, membaca adalah proses penemuan makna yang terjadi ketika pembaca berinteraksi atau bernegosiasi dengan teks (Fiske, 1990:11). Negosiasi ini terjadi karena pembaca membawa aspek-aspek pengalaman latar budaya yang berbeda untuk berhubungan dengan simbol, tanda dan petanda yang menyusun teks. Pembaca dengan pengalaman sosial yang berbeda atau dari budaya yang berbeda mungkin menemukan makna yang berbeda pada teks yang sama (Fiske, 1990:11).

“Pesan bukanlah sesuatu yang dikirim dari A ke B, melainkan suatu elemen dalam sebuah hubungan terstruktur yang elemen-elemen lainnya termasuk realitas eksternal dan produser atau pembaca. Memproduksi dan membaca teks dipandang sebagai proses yang paralel, jika tidak identik, karena mereka menduduki tempat yang sama dalam hubungan terstruktur ini. Kita bisa menggambarkan model struktur ini sebagai sebuah segitiga dengan anak panah yang menunjukkan interaksi yang

2. Representasi

Stuart Hall menguraikan tiga pandangan kritis terhadap representasi, yang dilihat dari posisi *viewer* maupun *creator*. Terutama dalam hal mengkritisi makna konotasi yang ada di balik sebuah representasi (Burton, 2000:177), yaitu:

- a. *Reflective*, yakni pandangan tentang, makna tentang. Di sini representasi berfungsi sebagai cara untuk memandang budaya dan realitas sosial.
- b. *Intentional*, adalah sudut pandang dari *creator* yakni makna yang diharapkan dan dikandung dalam representasi.
- c. *Constructionist*, yakni pandangan pembaca atau reader melalui teks yang dibuat. Yang dilihat dari penggunaan bahasa atau kode-kode lisan dan visual, kode teknis, kode pakaian dan sebagainya, yang oleh televisi dihadirkan kepada khalayak secara audio visual.

Proses representasi melibatkan tiga elemen: pertama, obyek yakni sesuatu yang direpresentasikan. Kedua, tanda yakni representasi itu sendiri. Ketiga, *coding* yakni seperangkat aturan yang menentukan hubungan tanda dengan pokok persoalan. *Coding* membatasi makna-makna yang mungkin muncul dalam proses interpretasi tanda (Noviani, 2002:64). Dengan demikian di dalam representasi ada kedalaman makna, termasuk di dalamnya terdapat identitas suatu kelompok tertentu pada suatu tempat tertentu.

Representasi dapat dikatakan sebagai produksi makna melalui bahasa yang mempunyai dua hal prinsip, yaitu: untuk mengartikan sesuatu, dalam pengertian untuk menjelaskan atau menggambarkannya dalam pikiran dengan sebuah imajinasi, untuk menempatkan persamaan ini sebelumnya dalam pikiran atau perasaan kita. Prinsip kedua adalah representasi digunakan untuk menjelaskan konstruksi makna sebuah simbol (Hall 1997:16) jadi kita dapat

mengkomunikasikan makna objek melalui bahasa kepada orang lain yang bisa mengerti dan memahami konvensi bahasa yang sama

Bahasa merupakan instrumen yang *essensial* dalam proses produksi makna. Penyebaran konsep kita diterjemahkan dalam bahasa umum, sehingga kita bisa menghubungkan konsep dan ide kita dengan kata dan tulisan tertentu, citra (*image*) suara atau visual, pemahaman umum yang kita pakai seperti kata-kata, suara atau *image* yang mengandung makna disebut simbol. Simbol-simbol yang mengandung makna digunakan untuk merepresentasikan konsep, hubungan konseptual antara simbol satu dengan yang lain kita pahami dalam pikiran kita dan bersamanya kita membuat sistem pemaknaan dalam kultur kita. Disini dapat dilihat bahwa bahasa sangatlah luas, tidak terbatas pada bahasa verbal tetapi juga imajinasi visual, bahasa tubuh, ekspresi muka bahkan musik bisa disebut bahasa.

Terdapat tiga pendekatan untuk menerangkan bagaimana merepresentasikan makna melalui cara kerja bahasa, yaitu: *reflective*, *intentional*, *constructionist*, (Hall, 1997:13). Pendekatan *reflective* menerangkan bahwa makna dipahami untuk mengelaborasi dalam objek seseorang, ide-ide ataupun kejadian-kejadian dalam kehidupan nyata. Fungsi bahasa seperti tercermin untuk merefleksikan kejadian itu dan makna yang sebenarnya sebagaimana pranata yang ada dalam kehidupan. Jadi pendekatan ini mengatakan bahwa bahasa bekerja dengan refleksi sederhana tentang kebenaran yang ada pada kehidupan normal menurut kehidupan normatif.

Pendekatan yang kedua adalah pendekatan *intentional*. Pendekatan ini melihat bahwa bahasa dan fenomenanya dipakai untuk menetapkan makna dan

memiliki pemaknaan atas pribadinya. Ia tidak merfleksikan, tetapi ia berdiri atas dirinya dengan segala pemaknaannya. Kata-kata diartikan sebagai pemilik atas apa yang ia maksudkan (Hall, 1997:13).

Pendekatan yang ketiga adalah *constructionist*. Pendekatan ini membaca publik dan karakter sosial sebagai bahasa. Ia juga memperhitungkan bahwa interaksi antara sosial yang dibangunnya justru akan bisa mengkonstruksikan sosial yang ada (Hall, 1997:13). Dalam pendekatan ini, bahasa dan pengguna bahasa tidak bisa menetapkan makna dalam bahasa lewat dirinya sendiri, tetapi harus dihadapkan dengan sesuatu yang lain hingga memunculkan apa yang disebut dengan interpretasi. Konstruksi sosial dibangun melalui aktor-aktor sosial yang memakai sistem konsep kultur beserta bahasa dan dikomunikasikan oleh sistem representasi yang lain termasuk media.

Representasi dalam teks media dapat dikatakan fungsi secara ideologi, sepanjang mereka berperan untuk memproduksi dominasi relasi sosial dan eksploitasi (Fairclough dalam Burton, 2000:171). Representasi menjadi suatu perwujudan relasi kuasa di dalam masyarakat. Representasi adalah sebuah sarana untuk memancarkan ideologi dalam rangka memelihara atau memperpanjang relasi kuasa. Sehingga makna representasi adalah tentang: siapa yang mempunyai kuasa dan siapa yang tidak, bagaimana kuasa diterapkan, dan nilai-nilai yang mendominasi cara berfikir kita tentang masyarakat dan hubungan sosial (Pinar &

Sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideologi dari kebudayaannya. Berkaitan dengan hal ini, film bergerak dalam sistem makna budaya masyarakatnya, memperbaharainya, dan mereproduksi atau mengulasnya.

Sistem makna yang dimiliki oleh film selalu berkaitan dengan masyarakat yang menontonnya. Film sebagai media adalah produk yang akan diapresiasi oleh masing-masing individu berdasarkan kemampuan berpikirnya yang mungkin dipengaruhi oleh faktor pengalaman, pengetahuan yang dimiliki, sehingga film memiliki kemungkinan menghasilkan bias pemahaman. Perbedaan sudut pandang dan budaya yang dimiliki penonton dengan pembuat film adalah berbeda. Seperti dikatakan James M Linton:

Popular US films operate as dramas of reassurance. The beliefs, attitudes and values presented in Hollywood films tend to resonate with the dominant beliefs, attitudes and values of American society. In other words, the dominant ideology of a society tends to be reinforced by the ideology presented in its films.

(Film-film Amerika yang dibuat seperti drama yang menentramkan hati. Keyakinan, sikap, dan nilai-nilai dihadirkan dalam film-film Hollywood cenderung disesuaikan dengan keyakinan, sikap, dan nilai-nilai masyarakat atau bangsa Amerika yang berkuasa. Dengan kata lain ideologi masyarakat yang berkuasa cenderung diperkuat dengan ideologi yang hadir dalam film-filmnya (Jowett & Linton, 1983:109).

Imajinasi dalam film beroperasi diantara dua versi realitas, yaitu realitas film di satu sisi dan realitas kehidupan sehari-hari pada sisi yang lain. Pada perkembangannya realitas kehidupan sehari-hari ditentukan oleh realitas film, sehingga keduanya tidak dapat dipisahkan, bahasa visual dalam film ditampilkan oleh hegemoni mata kamera dengan realismenya yang berjaringan halus. Tatapan visual dan teks naratif yang ditampilkan mendukung dan meniadakan apa yang

dilihat. Film tidak hanya menciptakan penonton yang dilihat film itu sendiri, namun film juga menciptakan apa yang bakal dilihat oleh mata penonton. Film akan menampilkan gambaran realistik realitas yang tersaji dalam gambar kamera (Budhy, 1998:52-53).

Makna film sebagai representasi dari realitas masyarakat menurut Graeme Turner, berbeda dengan film sekedar refleksi dari realitas. Sebagai refleksi dari realitas film sekedar “memindah” realitas kelayar tanpa mengubah realitas itu. Sebagai representasi dari realitas, film membentuk dan menghadirkan kembali realitas berdasarkan kode-kode, konvensi-konvensi, dan ideologi dari kebudayaannya (Irwanto, 1999:15). Turner mengatakan :

Film does not reflect or even record reality, like any other medium of representation it constructs and “representasi” it pictures of reality by way of codes, convention, myth, and ideologies of its culture as well as by way of the specific signifying practices of the medium (Turner, 1991:128).

(Film tidak mencerminkan bahkan merekam realitas, seperti medium representasi yang lain. Ia mengkonstruksikan dan “menghadirkan kembali” gambar dari realitas melalui kode-kode, konvensi-konvensi, mitos, dan ideology dari kebudayaannya sebagai mana cara praktik signifikansi yang khusus dari medium).

Film dalam merepresentasikan realitas akan selalu terpengaruh oleh lingkup sosial, dan ideologi dimana film tersebut dibuat, dan akan berpengaruh kembali pada kondisi masyarakatnya. Dalam waktu yang bersamaan film mengukuhkan satu interaksi reflektif antara representasi sinematik dan pengalaman kehidupan riil yang terjadi di luar layar (Budhy, 1998:29)

3. Budaya Pop

Signifikansi sosial budaya populer di zaman modern dapat dipetakan berdasarkan bagaimana budaya populer itu diidentifikasi melalui gagasan budaya massa. Lahirnya media massa maupun semakin meningkatnya komersialisasi budaya dan hiburan telah menimbulkan berbagai permasalahan, kepentingan, sekaligus perdebatan yang masih ada sampai sekarang. Perkembangan budaya massa, terutama sejak dasawarsa 1920-an – 1930-an (Strinati 2004:3).

Bukan berarti mengatakan bahwa perdebatan soal budaya massa merepresentasikan sesuatu yang benar-benar baru (Lowenthal dalam Strinati 2004:3), misalnya, telah melacak sebuah argumen penting yang merujuk kembali pada tulisan-tulisan Pascal dan Montaigne pada abad ke enam belas dan ke tujuh belas, serta mengaitkannya dengan timbulnya ekonomi pasar. Burke mengatakan bahwa gagasan budaya populer zaman modern ada kaitannya dengan bentuk-bentuk perkembangan kesadaran nasional pada akhir abad ke delapan belas dan terletak pada usaha-usaha kaum intelektual, misalnya para penyair, untuk mengkonstruksi budaya populer sebagai budaya nasional. Sebagai contoh perbedaan antara budaya populer dan budaya “tinggi” atau “pengetahuan tinggi” dapat dijumpai pada periode ini dalam tulisan-tulisan penyair Jerman, Herder (Burke dalam Strinati 2004:3).

Budaya massa mulai berkembang pesat sejak dasawarsa 1920-an ke atas. Dasawarsa 1920-an dan 1930-an merupakan titik balik penting dalam kajian dan evaluasi budaya populer. Munculnya sinema dan radio, produksi massal dan

konsumsi kebudayaan, bangkitnya fesisme dan kematangan demokrasi liberal di sejumlah negara Barat, semua memainkan peranan dalam memunculkan perdebatan atas budaya massa (Strinati, 2004:4).

Kenyataannya bahwa kebudayaan nyaris dapat direproduksi secara tak terbatas disebabkan perkembangan teknik-teknik produksi industri yang menimbulkan banyak persoalan dalam hal gagasan-gagasan tradisional mengenai peranan budaya dan seni dalam masyarakat (Benjamin dalam Strinati, 2004:5). Produk-produk budaya seperti film sudah barang tentu tidak diproduksi secara massal seperti halnya mobil karena hanya dibutuhkan beberapa kopi film untuk menjangkau khalayak yang banyak. Hiburan massal yang ditawarkan oleh bioskop, mengandung pengertian bahwa film bisa dipandang sebagai halnya produk komersial lainnya. Produk-produk budaya seperti film tidak bisa menjadi karya seni karena tidak lagi memiliki “aura” karya seni autentik dan murni; tapi juga tidak bisa dikatakan sebagai seni “rakyat” karena tidak lagi datang dari “orang kebanyakan”, dan karenanya tidak bisa mencerminkan atau memuaskan pengalaman maupun minat mereka (Strinati, 2004:5).

Terlepas dari pers populer, sinema radio dapat dikatakan sebagai *arketipe* awal media massa modern. Sekalipun menimbulkan ketakutan akan komersialisasi kebudayaan, media-media tersebut sama pentingnya sebagai potensi yang dapat dimanfaatkan oleh rezim politik (terutama, tetapi tidak secara eksklusif bagi rezim fasis) untuk kepentingan propaganda massa (Strinati, 2004:5). Di dalam Ensiklopedia Encarta, budaya pop diartikan sebagai berikut: *Popular Culture is values that come from advertising, the entertainment industry, the media, and*

icons of style and are targeted to the ordinary people in society. (Encarta reference library, 2004). Menurut Martin dan Nakayama, budaya pop berasal dari “kebanyakan orang”, namun selalu dikonsumsi dibawah situasi komersial. Dalam artikel, *A Social Critique of Radio Music*” (1945), Theodor W Adorno, salah satu mazhab Frankfurt mengajukan beberapa aksioma yang penting menandai lahirnya apa yang disebutnya masyarakat komoditas yang didalamnya menampilkan budaya pop yang luar biasa. Kalau hal ini dikaitkan dengan masyarakat komoditas Indonesia, barangkali dengan dukungan industri kebudayaan untuk publik massa yang ditandai dengan menjamurnya penerbit majalah populer, televisi swasta, perumahan mewah, kawasan wisata, pusat hiburan dan perbelanjaan modern seperti mall atau berbagai macam hiburan lainnya.

Ada empat karakter Budaya pop: budaya pop diproduksi oleh industri budaya. Budaya pop berbeda dengan *folk culture* (budaya rakyat). Budaya rakyat tanpa dibebani kehendak untuk memperoleh keuntungan *financial*. Budaya pop bersifat *pervasive*, yaitu ada dimana-mana.. Budaya pop memuaskan kebutuhan fungsi sosial tertentu. Budaya pop menjadi forum bagi penciptaan *role mode* (Karthubij, 2003:6).

Menurut Martin dan Nakayama, budaya pop berasal dari “kebanyakan orang”, namun ia selalu dikonsumsi dibawah situasi komersial. Lahirnya budaya massa dan budaya pop sendiri sebenarnya telah melalui sebuah proses sejarah yang panjang. Sejarah dapat dilacak semenjak era “Roti dan Sirkus” dalam masa kekaisaran Romawi. Budaya massa dan budaya populer kemudian berkembang dengan awal keberkembangan ekonomi pasar pada abad ke 17 M. (Buka dalam

Strinati 2004:3). Dalam kurun ini, budaya massa dan budaya populer telah menjadi ekonomi kapitalisme yang dituntun oleh prinsip kemajuan, keuntungan dan perluasan produksi. Prinsip-prinsip seperti *mass production* (produksi massal), *minimization of cost* (pembiayaan yang rendah), *standardization* (standarisasi), *homogenization of taste* (penyeragaman selera dan cita rasa), *differentiation* (diferensiasi) dan *constant acceleration* (percepatan konstan) menjadi hukum baru proses produksi (Karthubij, 2003:7).

Budaya pop secara jelas memiliki dua karakter. *Pertama*, bersifat *instant*, memberikan pemuasan sesaat, pasif dan cenderung dangkal (Julia, 2000:33). Maka tak jarang budaya ini, dipenuhi oleh intrik seksualitas dan konsumerisme. *Kedua*, budaya ini juga bersifat massa, sehingga penyebarannya di tengah masyarakat sedemikian cepat. Allan O'Connor, salah satu pengkaji budaya, saat menyoroti topik "*popular culture*", menjelaskan bahwa tema ini mengacu pada "proses budaya yang berlangsung diantara masyarakat umumnya (*general public*)" (Subandy, 2004:xix).

Kini di tengah budaya benda kita, "masyarakat", "tubuh", "seks", "kekerasan", dan "informasi", kian tercelup dalam wilayah yang tak luput dari intervensi logika ekonomi. Dalam keadaan demikian, ukuran-ukuran kewajaran porak-poranda demi pemenuhan tuntutan gaya-gaya yang terus berubah-ubah dan tanpa henti ditawarkan. Tak heran menyetir Baudrillard kembali, manusia menjadi, "*...more social than the social (the masses); fatter than fat (obesity), more violent than the violent (terror), more sexual than sex (porn), more real than*

the real (simulation), more beautiful than beautiful (fashion)" (Subandy, 2004:xvi).

Lalu bagaimana logika untuk selalu tampil "lebih dari" dalam hal gaya itu menemukan salurannya lewat industri kebudayaan pop (Subandy, 2004:xvi). Kebudayaan yang dimaksud sebagai kebudayaan massa/pop(uler) (mass/pop(uler) culture) dengan ditopang industri kebudayaan (*cultural industry*) telah mengkonstruksi masyarakat yang tak sekedar basis konsumsi, tapi menjadikan semua artefak kebudayaan sebagai produk industri, dan sudah tentu komoditas. Suatu kutukan modernitas (Bell 1976:30) perlahan muncul dan pada gilirannya melahirkan sebuah wajah masyarakat baru: "masyarakat komoditas" (*commodity society*) yang membiakkan kebudayaan pop dan memaksakan penyembahan, pemujaan, pengkultusan, *ecstasy* gaya hidup yang tak tepermanai dalam apa yang disebut humanis seperti Peter L. Berger sebagai "semesta simbolisme modernitas" dengan bawah sadar pertumbuhan sebagai ideologi yang memayunginya (Subandy, 2005:xvii)

Bersama dengan perkembangan media massa, konsep tentang kebudayaan massa pun berkembang. Konsep ini menjangkau hingga seluruh tingkatan aktifitas dan artefak populer seperti hiburan, tontonan, musik, buku, film, yang kandungannya diidentifikasi sesuai dengan isi yang tipikal media massa, dan teristimewa dengan materi hiburan, fiksi, dan drama yang disajikannya (Subandy, 2004:xxii).

Komunikasi massa kerap disebut sebagai cermin dari masyarakatnya. Tapi pada saat menampilkan kebudayaan populer sebagai cermin ia tidak

memantulkan kenyataan, tetapi lebih banyak merefleksikan bayangan-bayangan yang diinginkan oleh masyarakat tersebut. Dan kita pun lebih jauh dapat melihat bahwa produk kebudayaan populer ikut dalam arus yang sedang berlangsung dalam masyarakat. Ia tidak akan pernah keluar dari kerangka selera massa. Kondisi masyarakat yang akan membentuk produk kebudayaan populer, ini berarti sosok remaja merupakan “komoditas” yang gampang dijual, sementara jumlah kalangan remaja: besar dan potensial sebagai pembeli. Kebudayaan populer semacam film, musik, novel telah mengisi mekanisme pasar, tidak sekedar menyampaikan pesan (*massage*) kesenian. Dengan kata lain benda-benda ini memiliki posisi yang khas. Di satu pihak berpretensi untuk menyampaikan *massage*, dan di pihak lain ditempatkan sebagai komoditas. Dalam posisi terakhir ini, nilainya sama saja dengan produk kebudayaan populer semacam mode pakaian yang diproduksi missal, atau *gimmick* lainnya. Tarik-menarik untuk menjadi *massage* atau komoditas ini membuat kebudayaan populer melalui komunikasi massa dapat terjerumus hanya menyampaikan *massage* yang bakal terjual. Karenanya formula pasar merupakan faktor penting, dan ia menjadi bagian dalam sistem industri kapitalis (Siregar dalam *Lifestyle Ecstasy*, 2005:209)

Namun diantara sekian banyak produk budaya yang ada, secara konvensional, objek-objek yang termasuk kebudayaan pop mencakup materi-materi tertulis atau visual, objek-objek yang bisa dibaca (*readable*) yang memungkinkan munculnya tradisi-tradisi interpretasi dan kritisisme (Scudson, 1991:49). Tahun-tahun kemudian, tingkatan yang dipandang “*readable*” inipun terus berkembang. Sehingga ia meliputi hal-hal seperti kenyataan yang hanya

barang rumah tangga, iklan, makanan, minuman, pakaian, dan bahkan hingga *style* kebudayaan kaum muda, semuanya merupakan bagian dari sistem kebudayaan "*readable*" itu (Subandy, 2000:xxii)

Selanjutnya, dengan menyimak perkembangan kebudayaan pop inilah salah seorang kritisi budaya, Michael Scudson, lewat tulisannya *The New Validation Of Popular Culture: Sense and Sentimentality in Academia*" mencoba memetakan tentang studi kebudayaan pop sebagai berikut. Pertama, studi tentang objek-objek budaya; Kedua studi tentang kandungan tentang objek-objek itu sendiri, dan; ketiga, study tentang objek-objek dan makna-makna yang dikaitkan dengan objek tersebut lewat sub populasi atau populasi secara umum (Scudson dalam Subandy, 2000:xxii)

Secara demikian kebudayaan pop pun bisa dimengerti secara luas sebagai kepercayaan-kepercayaan, praktik-praktik dan objek-objek melalui mana ia diorganisasikan, dan yang tersebar luas diantara populasi (Scudson, 1991:49). Ia bahkan termasuk pula kepercayaan, praktik, dan objek-objek "*folk*" atau "*popular*" yang berasal dari pusat-pusat ekonomi dan politik. Sampai kini para sarjana sering memuji-muji kebudayaan rakyat "*folk*" karena otentisitasnya dan mengutuk kebudayaan massa karena muatan komersial, maksud ideologis dan kehampaan estetikanya (Scudson, 1991:50).

Kebudayaan pop lantas dianggap sebagai sarana dominasi baru. Ia menjadi pusat pergulatan kebudayaan global yang dikritik sebagai ajang "imperialisme kultural" karena negara maju dianggap menciptakan "imperialisme media" untuk mengukuhkan "imperialisme budaya" dengan cara mengorganisir etnik dan budaya

hidup yang berpusat jauh diluar wilayah kesadaran kultural masyarakat Dunia Ketiga. Mungkin kini orang menyebutnya sebagai Amerikanisasi gaya hidup (Naisbitt dalam Subandy, 2000:xxiii)

Kritikan terhadap kebudayaan pop pun sebenarnya jauh-jauh hari telah muncul. Adalah John Stuar Mill, misalnya lewat esainya yang banyak dikutip para kritisi budaya di Inggris, *On Liberty* yang mengajukan kritik cukup pedas terhadap kebudayaan massa (Mill, 1996). Lewat analisisnya yang telah menjadi klasik itu, ia memngingatkan keprihatinan akan tergusurnya posisi individu oleh tirani mayoritas yang mewujud antara lain dalam bentuk dominasi industri dan penyebaran kebudayaan massa. Teknologi pada gilirannya dianggap bertanggung jawab bagi pembentukan masyarakat yang secara moral dan intelektual seragam (Subandy, 2000: xxiii)

Tak heran kalau dalam *the Politics of Popular Culture*, C.W.E. Bigsby menyebut kebudayaan pop sebagai "*The Child of Technology*" yang sekaligus menjadi "*symbol of new brutalism*"(Bigsby, 1976:4). Bahkan lebih jauh lagi ide tentang kebudayaan pop di era modern dilihat hampir tak bisa dipisahkan dari ide dan praktek dari rasionalitas instrumental (Barbu, 1976:61). Pada titik ini, kajian kebudayaan pop memasuki wilayah analisis teori kritis. Analisis kritis mencari arti tersembunyi yang seringkali tidak bisa diobservasi secara langsung di balik beroperasinya industri kebudayaan yang membentuk manusia secara tersamar. Industri budaya dilihat dalam implikasi terdalamnya sebagai bentuk "industrialisasi pikiran" atau wahana "kolonisasi kesadaran", dimana "kekuasaan teknologi" telah menielme menjadi "teknologi(fasi) kekuasaan"(Tebnyian dalam

Subandy, 2004:xxiii). Tak heran kalau Ross Snyder dalam tulisannya bertajuk "*Architects of Contemporary Man's Consciousness*", berkomentar "*New modes of communication reshape with electronic communication*" (Gumpert dan Cathcart dalam Subandy, 2004: xxiii).

Kenyataan ini menemukan bentuknya di saat adat dan moralitas serta relasi antar individu terus-menerus dalam proses pembentukan yang tanpa henti. Dan, sebagai hasil dari dinamika perkembangan teknologi itulah cikal bakal budaya pop menemukan lahan pesemaianya yang subur. Saat individu kehilangan rasa pertalian dengan dirinya didalam masyarakat yang tengah terus diarahkan kedalam lautan makna-makna baru, saat itulah berbagai kecemasan pun mencuat. Mereka membutuhkan landasan dan kepercayaan baru. Mungkin sekedar tempat singgah, lalu terlelap sebentar dan melupakan kesibukan (kalau memang ada yang disibukkan), atau malah terkapar dalam mimpi yang boleh jadi telah dikomodifikasikan. Lalu, apalagi kalau bukan industri kebudayaan pop yang menyediakannya (?) (Subandi, 2004:xxiv).

4. Ideologi

Istilah *ideology* diperkenalkan oleh filsuf Perancis Destutt de Tracy untuk menjelaskan ilmu tentang ide: yaitu sebuah disiplin ilmu yang memungkinkan orang untuk mengenali prasangka-prasangka dan bias-bias mereka. Konsep ideologi digunakan, sebagaimana Karl Marx (1818-1883) dan Freiderich Engels (1820-1895) digunakan dalam *The German Ideology*, untuk menentang gagasan bahwa ide-ide sesungguhnya secara mandiri dapat mengembangkan konteks politik dan ekonomi tempat ide-ide tersebut diformulasikan. Ideologi dalam hal

ini, secara kultural menentukan sekumpulan ide-ide yang dimaksudkan untuk mendahulukan kepentingan-kepentingan kelompok sosial tertentu, seringkali dengan menimbulkan kerugian bagi orang lain (Marx dan Engels: 1974).

Althusser memberikan penjelasan tentang ideologi yang mencakup tiga hal:

Pertama ideologi merupakan 'representasi' hubungan imajiner antar individu dalam berbagai kondisi eksistensi riilnya (Strinati, 2004 : 174) Menurut Althusser, yang direpresentasikan sendiri oleh orang-orang di dalam masyarakat bukanlah dunia nyata, tapi keterkaitan mereka dengan dunia nyata. Keterkaitan ini merupakan keterkaitan imajiner dan "melatarbelakangi segala macam distorsi imajiner yang dapat kita amati ...pada semua ideologi: oleh karena itu, yang direpresentasikan di dalam ideologi bukanlah sistem relasi riil yang mengatur keberadaan individu, tetapi relasi imajiner individu-individu terhadap berbagai relasi riil yang mereka jalani" (Strinati, 2004 : 175).

Kedua Ideologi merupakan sebuah kekuatan material di dalam masyarakat (Strinati,2004 :174). Ideologi hanyalah merupakan sekumpulan gagasan di dalam pikiran orang, dan dengan demikian ideologi tidaklah lebih riil dari basis materiil masyarakat maupun kepentingan kelas beserta alienasi yang ditimbulkannya. Relasi imajiner yang dirujuk Althusser adalah suatu relasi materiil. Ideologi bukanlah hanya berurusan dengan gagasan-gagasan atau sebuah pertanyaan akan kondisi kejiwaan atau kesadaran, tetapi merupakan sebuah praktik materiil yang dilakukan oleh sekelompok maupun lembaga. Ideologi menuntut adanya tindakan di pihak orang-orang yang mengalami relasi imajiner yang diabaikan untuk

mereka (misalnya berdoa atau melakukan pungutan suara), dan menurut Althusser tindakan-tindakan tersebut dampaknya merupakan praktik-praktik yang “diatur oleh *ritual* di mana praktik-praktik itu direkatkan, di dalam *eksistensi materiil suatu aparatus/perangkat ideology*, entah itu hanya sebagian kecil (Strinati, 2004 : 175)

Ketiga ideology “meminta” individu menjadi subjek di dalam ideologi-ideologi tertentu (Strinati, 2004 : 174). Ideologi menjamin bahwa orang yang menjalin relasi imajiner dengan realitas jelas dikarenakan membentuk orang-orang itu menjadi subjek. Dari sudut pandang Althusser, orang-orang itu hanya memiliki sedikit pengendalian proses ini, dan tak mungkin menghindarinya. Menurut Althusser, subjek adalah ciri pembeda dari semua ideologi, dan seluruh ideologi bekerja atau berfungsi dengan mengambil individu dan menempatkannya, artinya menurut mereka, sebagai subjek-subjek di dalam kerangka ideologi (Strinati, 2004 : 175).

Ideologi ‘bertindak’ atau ‘berfungsi’ dengan suatu cara yang ‘merekruit’ subjek-subjek di antara individu-individu (ideologi merekrut mereka semua), atau ‘mengubah’ individu-individu menjadi subjek-subjek (ideologi mengubah mereka semua) melalui operasi yang sangat presisi, yang saya namakan *interpelasi* atau memanggil: ‘hei, kamu yang disana!’ “ideologi menempatkan individu, manusia yang lahir dari alam, sebagai subjek, sebagai pihak yang memiliki tanggung jawab, sebab memiliki juga kebebasan, karena ia memiliki identitas yang berbeda dari yang lain, sebagai suatu satuan otonom tersendiri yang seolah-olah lepas dari yang lain (Althusser, 2004 : xviii). Misal demikian:

ketika kita bersepeda motor, tiba-tiba ada bunyi peluit di belakang kita. Serentak terbayang dalam diri kita, ada polisi dan ada pelanggaran yang mungkin kita lakukan, lalu kita memalingkan muka dan berbalik. Hadirnya disposisi tentang 'benar/salah', atau 'melanggar/tidak melanggar' serta adanya ketundukan atas wacana otoritas (polisi) ini menunjukkan hadirnya ideologi. Ideologi menggerakkan diri kita secara nir-sadar, melalui proses interpelasi subjektif. Jika kita tidak merasakan interaksi dengan polisi adalah ideologis, justru di situlah kekuatan ideologi. Yakni 'denegasi' praktis dari karakter ideologi sendiri. Ideologi bekerja secara nir-sadar menjadi bagian hidup dan gaya hidup sehari-hari

5. Budaya Remaja

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescentia* yang berarti remaja) yang berarti "tumbuh" atau "tumbuh menjadi dewasa". Bangsa primitif demikian pula orang-orang zaman purbakala – memandang masa puber dan masa remaja tidak berbeda dengan periode-periode lain dalam rentang kehidupan: anak dianggap sudah dewasa apabila sudah mampu mengadakan reproduksi.

Istilah *adolescence*, seperti yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Pandangan ini diungkapkan oleh Piaget dengan mengatakan, secara psikologi, masa remaja adalah masa dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama sekurang-kurangnya dalam

. Fase remaja merupakan segmen perkembangan individu yang sangat penting, yang diawali dengan matangnya organ-organ fisik (seksual) sehingga mampu bereproduksi. Sementara Salzman mengemukakan, bahwa remaja merupakan masa perkembangan sikap tergantung (*dependence*) terhadap orangtua kearah kemandirian (*independence*), minat-minat seksual, perenungan diri, dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral (Dahlan 2002 : 184).

Menurut Persons remaja adalah sebuah konstruksi sosial yang terus menerus berubah sesuai dengan waktu dan tempat (Antariksa, KUNCI No. 6, Mei 2000). Sedangkan secara umum remaja adalah kategori yang bersifat alamiah dan dibatasi secara biologis oleh usia. Biasanya rentang usia 15-21 tahun (Dimjati, 2000:10).

Budaya menurut Koentjaraningrat, berarti kita melihat keseluruhan gagasan dan karya manusia, yang harus dibiasakan dengan belajar beserta keseluruhan dari hasil budi dan karyanya. Selain itu menurutnya wujud kebudayaan (Koentjaraningrat, 1984:9) antara lain:

- a. Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan dan sebagainya.
- b. Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks aktifitas kelakuan berpola dari manusia dalam masyarakat.
- c. Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia.
(Koentjaraningrat, 1984:9).

Ilmu sosial kebanyakan menganalisa wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks aktivitas kelakuan berpola dari manusia dalam masyarakat. Wujud ini juga disebut sebagai sistem sosial. Sistem social ini terdiri dari aktivitas-aktivitas manusia-manusia yang berinteraksi, berhubungan, serta bergaul satu dengan yang lainnya yang dari detik-kedetik dari hari kehari dan dari tahun ketahun selalu

mengikuti pola-pola tertentu yang berdasarkan adat tata kelakuan (Koentjaraningrat, 1984:6).

Budaya remaja merupakan keseluruhan cara hidup remaja atau sebuah peta makna remaja yang memungkinkan dunia bisa dimengerti oleh anggota-anggotanya (Barker dalam Antarksa, KUNCI No.7, Juni 2000). Demikian halnya dengan film *Virgin* ini. Film yang mengangkat budaya remaja ini memperlihatkan bahwa perilaku remaja sebagai sosok individu memiliki suatu kekhasan tersendiri. Kekhasan ini terlihat karena perilaku yang nampak berbeda dengan budaya orang tua atau budaya dominan. Perlawanan terhadap budaya orang tua dan budaya dominan yang dilakukan remaja menjadikan mereka merupakan suatu sub kultur. Thornton mengatakan bahwa sub kultur bisa juga dilihat sebagai suatu ruang dimana “kebudayaan yang menyimpang “menegosiasikan posisi kembali posisinya atau justru merebut dan memenangkan ruang itu” (Barker dalam Antarksa, KUNCI No. 6, Mei 2000). *Subculture, Culture dan Class*, ditunjukkan bahwa remaja terbentuk dalam suatu artikulasi ganda, yaitu dalam perlawanan kebudayaan orang tua dan sekaligus dalam perlawanannya dengan kebudayaan dominan. Ritual-ritual seperti fesyen, musik, atau bahasa, dilihat sebagai usaha untuk memenangkan ruang kultur dalam melawan kebudayaan dominan dan kebudayaan orang tua (Antarksa, KUNCI No.7, Juni 2000). Selain ritual-ritual tersebut diatas perilaku lain yang menonjol dari remaja antara lain: (persahabatan, percintaan, cara berpikir, kegiatan dalam waktu luang) dan sebagainya. Perilaku-perilaku tersebut mereka lakukan dengan cara mereka sendiri

Remaja merupakan suatu periode yang mengalami perubahan dalam hubungan sosial, yang ditandai dengan berkembangnya minat terhadap lawan jenis, atau pengalaman pertama dalam bercinta (Dahlan 2002 : 186). George Levinger berpendapat bahwa remaja mulai mengenal minatnya terhadap lawan jenisnya, yang biasanya terjadi pada saat kontak dengan kelompok (Dahlan 2002 : 186). Rasa tersebut dalam kebiasaan remaja disebut sebagai jatuh cinta. Cinta merupakan ekspresi jiwa manusia, dimana manusia mempunyai cara sendiri dalam mengungkapkannya sesuai dengan perilaku dan budayanya atau dengan kata lain, seseorang mengusahakan segala sesuatunya termasuk percintaan sesuai dengan budayanya. Menurut Ellen Berscheid dan Elaine Walster bahwa hubungan diantara remaja berbeda jenis kelamin mendorong remaja kearah percintaan (pacaran). Perasaan cinta diantara dua remaja dapat dikatakan sebagai perasaan yang bergairah atau nafsu birahi. Perasaan ini diperkuat oleh fantasi-fantasi yang menyenangkan dengan partner pacarnya (Dahlan, 2000:187) Dari wikipedia, ensiklopedia bebas, Cinta adalah sebuah perasaan yang ingin membagi bersama atau sebuah perasaan efeksi terhadap seseorang. Pendapat lainnya, dari Psikologi Perkembangan, cinta adalah sebuah aksi atau kegiatan aktif yang dilakukan manusia terhadap objek lain, berupa pengorbanan diri, empati, perhatian, memberikan kasih sayang, membantu, menuruti perkataan, mengikuti, patuh dan mau melakukan apapun yang diinginkan objek tersebut. Tillich membedakan antara empat kata Yunani untuk cinta: *epitimia* (tarik menarik seksual), *philia* (persahabatan), *agape* (kecintaan terhadap sesuatu yang bernilai) dan

agape (pengorbanan diri demi sesuatu yang kekurangan nilai) (Palmquist, 2005:406).

Percintaan remaja mengenal kasih sayang tapi juga mengalami dan merasakan kemesraaan. Kemesraan merupakan manifestasi dari perasaan cinta kasih yang telah mendalam antara dua insani pria dan wanita. Kemesraan merupakan kelanjutan dan perwujudan dari cinta. Untuk cinta sendiri, definisi gamblang pun sulit diungkapkan, karena itu kembali pada subjektivitas individu yang memandangnya. Ada beberapa kategori perilaku cinta, selain dari itu juga terdapat jenis atau bentuk dari cinta itu sendiri. Dimana hal tersebut seperti dalam paparan berikut ini:

Kategori perilaku cinta :

1. Pernyataan verbal yang syarat dengan afeksi, misalnya dengan mengatakan "aku cinta/sayang padamu".
2. pengungkapan diri
3. Tanda-tanda cinta yang bukan dalam bentuk materi, misalnya menunjukkan rasa tertarik pada kegiatan-kegiatan pasangannya, menghargai pendapat-pendapatnya, atau memberikan dukungan semangat.
4. Berkomunikasi secara non verbal seperti mengungkapkan rasa bahagia dan santai bila sedang bersama-sama.
5. Tanda-tanda cinta yang berupa materi seperti memberikan hadiah atau bantuan untuk mengerjakan tugas.
6. Ekspresi fisik sebagai tanda cinta, seperti memeluk dan mencium.
7. Menunjukkan keinginan untuk memegang rasa pasangannya dan mau berkorban agar hubungan tetap berlanjut (Sears, Freedman, Peplau 1992 : 261).

Bentuk-bentuk cinta dan definisinya (Laswell & Lobsent dalam Sears, Freedman, Peplau 1992:264): **Cinta Romantik** adalah cinta yang ditandai pengalaman-pengalaman emosional. Biasanya merupakan cinta pada pandangan pertama. Yang penting dalam bentuk cinta ini adalah daya tarik jasmaniah. Orang-orang yang terlibat dalam bentuk cinta ini sangat banyak "pada sentuhan

pertamanya saja tahu bahwa cinta itu adalah sesuatu kemungkinan yang mungkin terjadi”(Laswell & Lobsent dalam Sears, Freedman, Peplau, 1992:264).Cinta romantik terjadi dari kombinasi antara keintiman dan gairah, campuran antara daya tarik fisik dan kepedulian yang dalam tapi komitmen tidak terlihat dalam cinta romantis ini. **Cinta Memiliki Orang** yang terlibat dalam cinta ini merasakan pengalaman emosional yang kuat, mudah cemburu, sangat terobsesi dengan orang yang dicintai. Orang-orang yang mengalami bentuk cinta ini biasa sangat tergantung pada orang yang dicintai, oleh karena itu dia takut tersisih. Keterlibatannya sangat mudah dari perasaan sangat bahagia sampai pada rasa putus asa (Laswell & Lobsent dalam Sears, Freedman, Peplau, 1992:264). Biasanya yang terlibat dalam cinta ini semu tingkah lakunya akan terbatas oleh pasangannya, karena perasan yang sangat tergantung dan sangat terobsesi. **Cinta Kawan Baik**, merupakan cinta yang mengutamakan keakraban yang menyenangkan. Cinta ini biasanya tumbuh perlahan-lahan dan dimulai dari sebuah persahabatan, saling berbagi dan mengungkapkan diri secara bertahap. Ciri-ciri dari bentuk ini adalah bersifat yang bijaksana, hangat, dan sarat rasa persaudaraan (Laswell & Lobsent dalam Sears, Freedman, Peplau, 1992:264). Cinta ini berbeda dengan cinta memiliki cint sahabat biasanya bertahan lama bahkan hingga maut memisahkan mereka. Orang-orang yang terlibat dalam bentuk cinta ini mengatakan “cinta yang terbaik adalah cinta yang tumbuh dari persahabatan”. **Cinta Pragmatik**, Menurut Lee, ini adalah cinta yang menuntut adanya pasangan serasi dan saling memuaskan kebutuhan-kebutuhan dasar atau kebutuhan praktis mereka. Orang yang terlibat dalam cinta pragmatik sangat logis

dan banyak pertimbangan dalam menentukan pasangan yang sesuai dengan dirinya, dan lebih senang mencari kepuasan dari pada kegembiraan (Laswell & Lobsent dalam Sears, Freedman, Peplau, 1992:264). **Cinta Altruistik**, ciri utama dari cinta ini adalah adanya perhatian, keinginan untuk selalu memberikan sesuatu, dan selalu memberikan sesuatu, dan selalu siap untuk memaafkan kesalahan pasangannya. Cinta diartikan sebagai suatu tugas yang harus dilakukan tanpa pamrih. Bentuk cinta ini diungkapkan melalui pengorbanan diri, kesabaran, dan rasa percaya terhadap orang yang dicintai (Laswell & Lobsent dalam Sears, Freedman, Peplau, 1992:264). Biasanya dalam cinta altruistik orang yang merakan cinta ini selalu membantu pasangan dengan penuh kesabaran, ia akan melakukan apapun untuk cintanya. **Cinta Main-Main**, orang dapat melakukan cinta seperti memainkan sesuatu: untuk menikmati "permainan cinta" dan memenangkannya. Dalam bentuk cinta ini, yang paling penting adalah strategi dan keterikatannya biasanya dihindari. Orang yang terlibat dalam bentuk cinta ini biasanya memiliki lebih dari satu hubungan cinta pada suatu (Laswell & Lobsent dalam Sears, Freedman, Peplau, 1992:264). Tidak ada keseriusan membawa cinta ini tidak akan bertahan lama.

Selain itu, hal lain yang mendapat perhatian utama oleh remaja yaitu fasyen. Fasyen dapat diartikan sebagai mode terbaru atau trend (Shadiliy, 1996:234), baik pakaian, aksesoris, gaya rambut atau riasan wajah. Fasyen dalam dunia remaja merupakan sarana penunjang dalam pergaulan dan penampilan.

Mengikuti fasyen bagi anak muda sama pentingnya dengan mengikuti trend musik, gosip selebritis dan sebagainya. Tidak heran jika belakangan ini anak

muda akan terjebak pada stereotip anak muda atau remaja yang nggak gaul. Bagi mereka penampilan luar memegang peranan penting.

Remaja adalah sosok manusia yang ingin lepas dari mileu orang tuanya (Monks, Knoers, Haditono; 2001:279). Sehingga mereka mencari pergaulan diluar rumahnya dengan teman-teman sebayanya. Mereka tidak mau tersisih atau terkucilkan dalam pergaulannya itu. Untuk itu mereka berusaha menunjukkan dirinya menjadi terlihat menonjol diantara teman-temannya. Sehingga akan menjadi pusat perhatian. Remaja sangat senang sekali dengan perhatian. Karena mereka berpikir dengan perhatian mereka dianggap atau dibutuhkan dalam pergaulannya itu.

Untuk menjadi perhatian mereka bereksperimen dengan kreasi mereka sendiri supaya terlihat beda dengan orang lain, menjadi cantik, menjadi tampan dan sebagainya. Gaya yang lain dari pada yang lainnya biasa disebut dengan gaya funky. Namun mayoritas anak muda berpakaian, memakai aksesoris, gaya rambut atau gaya yang lainnya sesuai trend yang ada pada waktu itu sehingga ada keseragaman bentuk penampilan.

Gaya berpakaian, gaya rambut atau gaya lain yang ditampilkan anak muda merupakan usahanya untuk menjadi beda dengan generasi yang lain. Selain itu untuk menunjukkan originalitasnya. Originalitas merupakan sifat khas pengelompokan anak muda (sebagai keseluruhan). Mereka menunjukkan kecenderungan untuk memberikan kesan lain dari pada yang lain, untuk menciptakan suatu gaya tersendiri, sub kultur sendiri. Sub kultur ini kadang-kadang disebut kultur remaja yang dalam hal hal tertentu dapat bersifat anti

kultur (Monks, Knoers, Haditono, 2001:281). Permulaan masa remaja ditandai oleh kohesi kelompok yang begitu kuatnya hingga tingkah laku remaja betul-betul ditentukan oleh norma kelompoknya (Monks, Knoers, Haditono, 2001:281)

Remaja merupakan kelompok yang banyak memiliki waktu luang, sehingga kadang mereka bingung bagaimana memanfaatkan waktu luangnya. Remaja dalam waktu luang merupakan waktu pribadi remaja itu sendiri. Dimana waktu luang bersifat membebaskan bila ia dihayati sebagai kesempatan untuk mengembangkan diri dan untuk melepaskan ketegangan (Monks, Knoers, Haditono; 2001:284). Dimana hal ini merupakan tindakan remaja dalam rangka ingin menemukan dirinya. Mereka ingin menonjolkan apa yang membedakan dirinya dari orang yang dewasa, yaitu originalitasnya, selain itu untuk dapat mengekspresikan jiwanya (Monks, Knoers, Haditono; 2001:284).

Remaja identik dengan aktifitas mencari kesenangan. Kesenangan ada dimana saja tergantung dari remajanya sendiri. Anak-anak kota dan gaul (banyak temannya) biasanya mencari kesenangan bersama teman-temannya diluar rumah. Mereka melakukan aktivitas yang membedakan dirinya dengan orang dewasa atau anak-anak yang tentunya tetap menampilkan gaya mudanya. Begitu juga bila remaja tidak dapat menemui dan bergaul dengan teman-teman sebaya dan hidup kesepian, ia akan tetap memanifestasi penampilan mudanya yang membedakan dirinya dari penampilan orang dewasa dan anak-anak.

Mengadakan pertemuan dengan teman, menonton konser musik, kencan dengan lawan jenis, jalan-jalan di mall, mengunjungi tempat-tempat hiburan (membelikan waktu di ruang publik dimana mereka bisa berinteraksi dan

mengadakan pertukaran informasi tentang apapun) dan lainnya merupakan sebagian aktifitas remaja (remaja gaul) dalam waktu luangnya. Kesenangan pun tidak selalu melibatkan banyak orang. Dengan sendiripun orang bisa merasa senang jika melakukan aktifitas yang bisa mengembangkan diri dan bisa melepaskan ketegangan.

Mall, cafe, bioskop merupakan tempat-tempat publik yang ada di daerah perkotaan. Mall sebagai tempat belanja (*shopping Mall*), telah mentransformasikan kegiatan belanja yang sebelumnya semata kegiatan transaksi jual beli, menjadi suatu kegiatan waktu senggang yang menjanjikan kesenangan dan fantasi (Piliang, 1998:238). Mereka ke mall kadang tidak melakukan aktivitas jual beli melainkan hanya ingin “cuci mata” saja atau hanya rekreasi saja.

Dalam film ini juga digambarkan kebiasaan remaja untuk mengisi waktu luangnya dengan aktifitas “*clubbing*”, yaitu kebiasaan anak kota menghabiskan waktu luangnya pada tempat-tempat hiburan di malam hari nongkrong di café sambil mendengarkan musik merupakan kebiasaan anak kota menengah ke atas, karena untuk mendatangi tempat-tempat seperti itu mereka harus mengeluarkan uang tidak sedikit untuk membayar berbagai keperluan di tempat itu.

Dari cara remaja memanfaatkan waktu luangnya, dapat dilihat karakter dari remaja itu sendiri. Menurut dosen fakultas psikologi Universitas Gunadarma, Inna Mutmainah,

anak muda memang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan berkomunitas. Mereka paling senang nongkrong bersama kelompok dan teman-teman sebayanya. Dalam bergaul ini, selalu ada tekanan dari dalam diri si anak untuk melakukan hal yang sama dengan teman satu kelompok. Tekanan itu akan membuat dia mempertanyakan kembali nilai yang selama ini telah tertanam dalam dirinya. Mereka suka hidup berkomunitas namun ada

saatnya mereka mengembangkan hobinya yang mungkin berbeda dengan teman-teman sebayanya. (Republika, Minggu 11 April 2004).

Keinginan remaja untuk hidup berkomunitas, menjadikan mereka memilih teman untuk dijadikan sahabat. Perasaan persahabatan merupakan ciri khas dan sifat interaksi remaja dalam kelompoknya. Bagi remaja yang bersekolah, mereka umumnya memilih teman tidak ditentukan oleh tingkat jenjang sekolah mereka; tidak mesti teman sekelas. Beberapa unsur lain yang menjadi pilihan adalah menurut Mappiare pola tingkah laku, minat/kesenangan, ciri-ciri fisik dan kepribadian, dan nilai yang dianut. Apa yang mereka jadikan standar dilihatnya tentang keserasian dan kesamaannya. Seorang remaja akan menilai teman-temannya sepergaulannya apakah terdapat keserasian/kesamaan dengan standar yang dimilikinya. Disinilah berperan sekali citra diri aku dan aspirasi (Mappiare, 1982:158).

Kelompok "*cliques*" (kelompok sahabat), biasanya terdiri dari 4-5 remaja yang memiliki minat, kemampuan dan kemauan-kemauan yang relatif sama. Dalam *cliques* inilah remaja pada mulanya banyak melakukan kegiatan bersama; rekreasi, pesta, saling menelphon, berangkat sekolah bersama, saling membantu (Mappiare, 1982:161).

Diantara para remaja, terdapat jalinan ikatan perasaan yang kuat, pada kelompok teman sebaya itu untuk pertamakalinya remaja menerapkan prinsip-prinsip hidup bersama dan bekerja sama. Dalam jalinan yang kuat itu terbentuk norma, nilai-nilai dan simbol tersendiri (yang mereka buat sendiri) yang lain dibandingkan dengan apa yang ada di rumah. Remaja berusaha untuk melepaskan diri dari melu orang tua dengan maksud untuk menemukan dirinya, Erikson

menamakan proses tersebut sebagai proses mencari identitas ego (Monks, Knoers, Haditono, 2001:279). Dalam proses tersebut mereka bergabung dengan teman-teman sebayanya dan membentuk kelompok-kelompok persahabatan. Dalam persahabatan itu mereka memecahkan masalah bersama, saling membantu, solidaritas tinggi. Dari aktifitas tersebut mereka memiliki loyalitas satu sama lain dan perasaan yang terjalin erat.

Bagi, remaja kelompok lingkungan sebaya merupakan lingkungan sosial pertama dimana remaja belajar untuk hidup bersama orang lain yang bukan anggota keluarga. Menurut Mappiare Pada mulanya secara gradual remaja meninggalkan rumah dan bergaul secara lebih luas dalam lingkungan sosialnya. Pergaulan meluas mulai dari terbentuknya kelompok-kelompok teman sebayanya sebagai suatu wadah penyesuaian. Didalamnya timbul suatu persahabatan yang merupakan ciri khas pertama dan sifat interaksinya dalam pergaulan (Marppeare, 1982:57)

Persahabatan sebagai suatu bentuk pergaulan remaja, terdapat sikap saling menghargai, menyayangi supaya tidak terjadi masalah-masalah yang merenggangkan hubungan diantara mereka. Karena dapat dikatakan , bahwa bagi remaja teman adalah segalanya, tanpa teman mereka merasa sepi dan terasing dalam kehidupannya. Persahabatan remaja sifatnya eksklusif. Persahabatan merupakan tipe hubungan *liking*, dimana komponen yang hadir keintiman. Maksudnya ada kedekatan saling pengertian, adanya dukungan emosional dan kehangatan (saling bercanda berpelukan, dan sebagainya) biasanya terjadi pada

persahabatan sesama jenis kelamin (psikologi com remaja, Selasa 15 Agustus 2004)

Dalam persahabatan setidaknya mereka memiliki kesamaan pandangan tentang suatu hal, mungkin kesamaan selera tentang model pakaian, persamaan hobi seperti menari, jenis musik dan sebagainya. Selain itu dalam persahabatan, remaja selalu berhubungan setiap hari, apapun dilakukan bersama dari berangkat sekolah, mengisi waktu luang, curhat dan sebagainya. Sehingga jadi sering bertemu dan mempererat kelompok mereka.

Seperti yang disebut diatas curhat (curahan hati) merupakan aktifitas remaja dalam hubungannya dengan teman-temannya. Curahan hati adalah ungkapan isi hati dari seseorang kepada orang lain atau media lain dengan maksud untuk lebih meringankan beban, menuangkan gejolak hatinya atau sekedar saling berbagi. Istilah curhat biasa digunakan oleh remaja jika ingin mengungkapkan isi hati atau uneg-unegnya seseorang yang dianggap dekat dengannya karena masalah yang dibicarakan cenderung pribadi. Masalah yang sering terjadi pada remaja biasanya seputar percintaan, kehidupan keluarga, kehidupan sekolah, dan lain sebagainya. Dalam film ini digambarkan budaya curhat remaja melalui berbagai macam media. Ini tergantung dari kepribadian dan kesenangan masing-masing individu. Mereka biasanya mencari teman untuk berbagi dan meringankan bebannya. Hurlock berpendapat bahwa remaja dapat menghilangkan uneg-uneg atau kekuatan yang ditimbulkan oleh emosi yang ada dengan cara mengungkapkan hal-hal yang menimbulkan dengan seseorang atau sesuatu yang

dipercayainya misal sahabat, buku harian. Menghilangkan kekuatan-kekuatan emosi yang terpendam disebut juga emosional katarsis (Mappiere, 1982:61).

Aktivitas curhat termasuk kategori komunikasi interpersonal atau antar personal. Ada lima kriteria yang terkandung dalam definisi tersebut. Pertama, adanya dua orang atau lebih yang berdekatan secara fisik, sehingga dapat saling melihat. Kedua, ada interdependensi komunikasi untuk tercapainya interaksi. Termasuk adanya proses saling memusatkan perhatian. Ketiga, adanya pertukaran pesan. Keempat, pesan dapat berbentuk verbal atau non verbal. Dan kelima, bahwa komunikasi antar persona secara relatif tidak terstruktur, yang ditandai dengan pengertian informal dan fleksibel. Komunikasi ini menciptakan suatu kaitan atau hubungan antara seseorang dengan lingkungannya atau dengan kata lain seseorang mengembangkan pertalian kultur, sosial dan psikologi dengan dunia luar dirinya. Inilah yang disebut *lingking function*. Dari fungsi ini muncul mengenai konsep-konsep mengenai diri sendiri, orang lain, dan hubungan antara diri sendiri dengan orang lain. Salah satu bagian penting dari konsep diri adalah persepsi kita terhadap penilaian orang tentang kita, dan ini mencakup proses pengungkapan diri (*self disclosure*), proses asimilasi dan akomodasi (John, 1983:161).

Salah seseorang yang mengemukakan teori *self disclosure* adalah Sidney Jourrad. Menurutnya resep untuk hubungan interpersonal adalah keterbukaan atau transparansi. Transparansi artinya membuka diri atau tidak menutup diri terhadap orang lain (John, 1999:263). Budaya curhat merupakan suatu aktivitas dimana

orang dapat mengungkapkan dirinya kepada orang lain, sehingga dapat diasumsikan bahwa dalam budaya curhat keterbukaan telah terjadi.

Prilaku lain yang tampak sebagai budaya remaja yaitu cara berpikir remaja. Adalah pola-pola kemampuan berpikir dari remaja dalam kehidupannya. Cara-cara yang digunakan dalam memandang suatu masalah. Hal yang paling kongkrit untuk melihat cara berpikir remaja adalah ketika remaja sedang mengalami konflik dalam dirinya. Dari cara berpikir inilah terlihat satu prilaku dari remaja itu sendiri.

Suasana kondisi pada suatu saat akan sangat mempengaruhi pola pikir mereka, mengingat remaja adalah sosok manusia yang mudah terpengaruh oleh berbagai hal. Secara psikologis perkembangan remaja masih labil, mereka bersifat sentimental, mudah tergoncang dan bingung.

Hal lain yang penting dalam remaja yaitu bahasa yang digunakan. Bahasa adalah alat untuk berkomunikasi. Bahasa berjalan seiring usia dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Bahasa bukanlah sekedar sesuatu yang dibaca atau dipisahkan. Bahasa juga menjadi penentu akan berada di wilayah mana seseorang bisa masuk dalam suatu kelompok pergaulan. Bahasa menjadi suatu penanda identitas. Anak muda selalu berusaha memberi ciri khas yang akan membedakan dengan generasi yang hidup pada masa yang sama (terutama generasi yang lebih tua). Pada tataran inilah, bahasa yang dipakai anak-anak muda muncul menjadi fenomena menarik. Bahasa anak muda menampilkan wajahnya sendiri, yang sangat bertolak belakan "bahasa versi negara" (Swastika, 2003:9).

Bahasa adalah salah satu citra yang berperan penting dalam hidup keseharian anak muda. Bahasa menjadi modal yang sama pentingnya dengan cara berpakaian, pengetahuan akan gosip selebriti atau kabar terbaru dari dunia musik. Karenanya, kemampuan untuk menyerap bahasa terbaru jadi begitu penting bagi remaja. Tidak berbahasa seperti umumnya anak-anak muda, berarti membuat mereka terjebak dalam stereotip anak muda yang nggak gaul, sok serius, kutu buku. Bagi kebanyakan anak muda, masuk dalam kelompok ini bukan pengalaman yang menyenangkan. Ragam bahasa Indonesia yang dipakai anak-anak muda, dari awal kemunculan hingga kini, adalah ragam yang sangat khas Jakarta. Di Jakartalah segalanya berpusat. Sebagai ibu kota negara, Jakarta secara politisi memiliki kedudukan yang lebih penting di banding kota-kota lain. Di sanalah tinggal orang-orang yang berkuasa. Sehingga apa yang berbau Jakarta dianggap keren dan cepat menjadi tren (Swastika, 2003:9)

Media massa khususnya film memang telah menciptakan suatu kebudayaan baru. Dari uraian di atas penonton dalam hal ini kebanyakan usia remaja, melihat bahwa perilaku-prilaku, gaya hidup, budaya remaja seperti yang disajikan dalam film tersebut merupakan gaya hidup paling oke.

Gaya hidup merupakan sarana untuk mengekspresikan diri kita, merupakan cara kita untuk menyatakan kepada dunia tentang diri kita, yaitu kesatu atau lebih ke sub kultur dimana kita mengidentifikasi diri kita dari golongan mana. Toffler menilai bahwa suatu gaya hidup adalah suatu siasat yang menentukan dalam perang diri kita melawan tekanan pilihan-pilihan yang banyak. Sekali kita menentukan komitmen terhadap gaya tertentu, kita dapat menges-

bentuk baju, tingkah laku, gagasan dan sikap mental yang tidak cocok dengan gaya yang kita anut itu. Dengan demikian menganut gaya hidup tertentu berarti tidak lagi memikirkan segudang *alternative* gaya yang lain (Purwasito, 2001:27).

Dan selain itu dalam masyarakat yang dihidupi budaya massa dan budaya populer, masyarakat konsumen tumbuh simbol-simbol dan aktifitas kebudayaan baru. Televisi iklan *shopping* di mall, video game, kartun, komik, pusat kebugaran, kursus kecantikan, cat rambut, operasi plastik, alis palsu, *facial cream*, *body building*, salon mobil sampai senam seks dan sederet ikon gaya hidup adalah kosakata baru budaya massa dan budaya populer (Karthubij, 2003:6).

Fim *Virgin* merupakan sebuah gagasan untuk memperlihatkan budaya remaja yang dibumbui suatu konflik yang tajam dimana tiga sahabat yang harus dihadapkan dengan persoalan arus kota metropolitan, dan juga tentang konflik tentang keperawanan.

E. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif hanya mengembangkan, menghimpun fakta, kemudian menganalisisnya namun tidak melakukan uji hipotesa. Sesuai dengan pernyataan Jalaludin Rakhmat bahwa penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menielakan hubungan tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi.

Sedangkan metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif dengan aneka karakteristiknya, yang antara lain menganggap makna sebagai perhatian utamanya. Penelitian ini berminat pada bagaimana cara-cara orang memberi makna pada kehidupan sendiri. (HB Sutopo, 1988:12). Metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yang dimaksudkan untuk menjelaskan suatu fenomena atau kenyataan sosial yaitu representasi budaya remaja dalam film *Virgin*. Kemudian yang menjadi obyek penelitian adalah adegan-adegan dalam film "*Virgin*" produksi StarVision yang menggambarkan budaya remaja.

2. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah film *Virgin* yang diproduksi oleh StarVision. Jenis film yang menjadi penelitian adalah film remaja. Berdasarkan tujuan penelitian yang akan mengkaji tentang representasi remaja melalui tanda-tanda, maka yang akan dijadikan fokus utama dalam penelitian ini adalah aspek sinematografis yang ditampilkan, yaitu:

a. *Visual Image*

Yaitu segala apa yang tertuang dalam frame yang komposisional, apa

Yaitu sumber suara yang akan membantu memahami makna. Suara akan membawa efek yang akan melengkapi analisis film ini. Elemen audio ini terbagi dalam dialog dan musik latar.

3. Teknik pengumpulan data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi, obyek penelitian yaitu film *Virgin*. Hasil pengamatan merupakan data yang dianalisa. Sementara alat untuk menganalisa data digunakan *literature*, materi-materi diskusi dengan berbagai pihak dan juga sumber informasi yang relevan untuk kemudian digunakan dalam proses analisa data.

4. Teknik analisis data

Menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna-makna yang tersirat dari pesan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Fokus kajian Barthes terletak pada sistem tanda tingkat kedua atau metabahasa (Kurniawan, 2001:114).

Analisis semiotika modern dapat dikatakan dipelopori oleh dua orang - Ferdinand de Saussure, ahli linguistik dari Swiss (1857 – 1913) dan Charles Sanders Peirce, filosof Amerika (1839 – 1914) (Berger, 2000:3)

Buku Saussure *A Course In General Linguistic*, pertama kali diterbitkan tahun 1915, menyarankan kemungkinan analisis semiotik. Hal tersebut berkaitan dengan banyak konsep yang dapat diterapkan pada tanda dan akan dijelaskan pada bab ini. Saussure membagi tanda menjadi dua komponen, *signified* atau "makna" (*sound image*) dan

petanda (*signified*) atau “konsep” (*concept*), serta sarannya bahwa hubungan antara petanda dan penanda adalah sewenang-wenang yang merupakan titik penting dalam perkembangan semiotik. Di pihak lain Pierce memfokuskan diri pada tiga aspek tanda yaitu pada dimensi ikon – indeks dan simbol – nya (Berger, 2000:4)

Semiotika akan mengkaji simbol-simbol yang ada dalam film untuk direpresentasikan dalam kehidupan nyata, sehingga diperoleh makna tertentu. Semiotika digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis teks media dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan melalui seperangkat tanda (Sobur, 2001:95). Sebuah teks film berarti dapat ditafsirkan bermacam-macam makna oleh khalayak. Semiotika memang memberikan kebebasan dalam berinterpretasi namun dengan syarat bahwa seseorang tersebut mempunyai referensi relefan dalam mendasari interpretasi. Setiap teks dari beraneka ragam tanda yang telah terorganisasi ke dalam suatu sistem tanda dan itulah yang disebut dengan kode. Pemberian makna suatu tanda itu tergantung pada konteksnya. Konteks merupakan kaitan antara teks dengan pengalaman atau pengetahuan, dalam hal ini yang hendak dimunculkan adalah konteks sosial situasional tentang budaya remaja.

Dalam analisis semiotik, kepuasan dan pemisahan (sementara) dibuat diantara isi dan bentuk, dan perhatian difokuskan pada sistem tanda yang menyusun teks. Sehingga sebagai contoh, makanan, berbeda dengan apa yang ditampilkan di TV pada saat momen/kulita tidak bisa dilihat

sebagai *steak*, salad, atau roti/kue, dan sebagainya, namun lebih sebagai sebuah sistem tanda yang membawa/menyampaikan makna, berhubungan dengan, misalnya status, selera, kecanggihan (standar tertentu) dan sebuah kebangsaan (sistem budaya tertentu) (Berger, 2000:6).

Menurut John Fiske (1990:60) terdapat tiga bidang studi utama dalam semiotika yaitu:

1. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas studi tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda itu adalah menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya. Tanda adalah konstruksi manusia dan hanya bisa dipahami dalam artian manusia yang menggunakannya
2. Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau untuk mengeksploitasi saluran komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.

Karena itu semiotika memfokuskan perhatiannya terutama pada teks. Model-model proses yang linier tidak banyak memberi perhatian pada teks karena memperhatikan juga tahapan lain dalam proses komunikasi. Bahkan, beberapa modelnya mengabaikan teks nyaris tanpa komentar apapun. Inilah salah satu perbedaan utama di antara kedua pendekatan tersebut. Hal lainnya adalah status penerima. Dalam semiotika penerima atau pembaca, dipandang memainkan peran lebih aktif dibandingkan dalam kebanyakan model proses (kecuali model Gurbner). Semiotika lebih suka memilih istilah "pembaca" untuk penerima karena hal tersebut secara tak langsung menunjukkan derajat aktifitas yang lebih

besar dan juga pembacaan merupakan sesuatu yang kita pelajari untuk melakukannya, karena itu pembacaan tersebut ditentukan oleh pengalaman kultural pembacanya. Pembaca membantu menciptakan pemaknaan teks dengan membawa pengalaman, sikap dan emosinya terhadap teks tersebut (Fiske, 1990:60-62).

Asa Berger merangkum beberapa dari pembahasan tentang semiotika, sebagai berikut:

1. Semiotika menaruh perhatian pada bagaimana makna diciptakan dan disampaikan melalui teks dan khususnya melalui narasi (atau cerita).
2. Fokus perhatian dari semiotika adalah tanda yang ditemukan dalam teks. Tanda-tanda dapat dipahami sebagai kombinasi dari penanda dan petanda.
3. Mengingat tidak sesuatu pun mempunyai makna untuk dirinya sendiri, hubungan yang ada diantara tanda-tanda menjadi sangat penting. Sebuah analogi dapat dibuat melalui kata dan tata bahasa: adalah cara bagaimana kata-kata dikombinasikan yang menentukan apa maknanya. Bahasa adalah sebuah institusi sosial yang menjelaskan bagaimana kata-kata digunakan, percakapan adalah aksi individual yang berdasar pada bahasa.
4. Teks dapat dilihat melalui kesamaannya dengan percakapan dan mengimplikasikan tata bahasa (*grammar*) atau bahasa yang akhirnya membuat teks menjadi bermakna. Terdapat kode-kode dan

pembicaraan yang membuat tanda-tanda pada narasi dapat dimengerti dan juga membentuk tindakan-tindakan (Berger, 2000:14).

Roland Barthes sebagai ahli semiotika pertama kali menyusun model sistematis untuk menganalisis negosiasi dan gagasan makna interaktif, cara tanda-tanda di dalam teks berinteraksi dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya. Juga pada cara konvensi di dalam teks berinteraksi dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya, yang sebelumnya tidak dibahas oleh Ferdinand de Saussure dalam relasi paradigmatis dan sintagmatik tanda.

Teori Barthes adalah gagasan tentang dua tatanan pertandaan (*order of signification*).

1. Denotasi

Tatanan pertama tanda adalah landasan kerja Saussure. Tatanan ini menggambarkan relasi antara penanda dan petanda di dalam tanda, dan antara tanda dan referennya dalam realitas eksternal. Barthes menyebut tatanan ini sebagai denotasi. Hal ini mengacu pada anggapan umum, makna jelas tentang tanda.

2. Konotasi

Dalam istilah yang digunakan Barthes, konotasi dipakai untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda dalam tatanan pertanda kedua. Konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung tatkala tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunanya dan nilai-nilai kulturalnya. Ini terjadi tatkala makna bergerak menuju

subjektif atau setidaknya intersubjektif, ini terjadi tatkala *interpretant* dipengaruhi sama banyak oleh penafsir dan objek atau tanda. Bagi Barthes faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama. Penanda tataran pertama merupakan tanda konotasi. (Fiske, 1990:117-118).

Perbandingan antara konotasi dan denotasi:

Tabel 1.1 Perbedaan Konotasi dan Denotasi

Konotasi	Denotasi
Pemakaian figure	Literature
Petanda	Penanda
Kesimpulan	Jelas
Memberi kesan tentang makna	Menjabarkan
Dunia mitos	Dunia keberadaan atau eksistensi

Sumber: Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, tahun 2000:15

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda realitas eksternal. Pada tahap ini Barthes menyebutkan bahwa denotasi adalah makna yang dilihat secara objektif dan makna yang mudah dikenali. Sedangkan signifikasi tahap kedua disebut konotasi, yaitu menggambarkan bentuk interaksi sebuah tanda jika bertemu dengan perasaan atau emosi dari khalayak serta nilai-nilai kebudayaan. Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bahasa melalui mitos (myth).

Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Barthes mendefinisikan mitos sebagai *a type of speech*, yaitu cara berbicara tentang suatu hal. Mitos dipakai untuk mendistorsi makna dari sistem semiotik tingkat pertama sehingga makna itu tidak lagi menunjukkan pada realitas yang sebenarnya. Fungsi ini dijalankan dengan mendeformasi forma dengan konsep. Tetapi distorsi atau deformasi ini terjadi sedemikian rupa sehingga mitos tidak menyadarinya. Akibatnya lewat mitos-mitos itu akan lahir berbagai *stereotype* tentang sesuatu hal atau masalah. Sebagai sistem semiotik tingkat dua, mitos mengambil sistem semiotik tingkat pertama sebagai landasannya. Jadi, mitos adalah sejenis sistem ganda dalam sistem semiotik yang terdiri dari sistem linguistik dan sistem semiotik. Mitos selalu bersifat *histories*, pengalaman atau pengetahuan tentang sejarah menjadi faktor kunci atau untuk menangkap *form* dari sebuah mitos, jadi pertama-tama yang *historis* adalah konsepnya. Dilihat dari proses *signification*, mitos berarti menaturalisasikan konsep (maksud) yang *historis* dan menghistorisasi-kan semua yang intensional (Sunardi, 2000:86-87).

Perlu untuk dikemukakan bahwa penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model yang disarankan oleh Barthes. Menurut Barthes, sebuah teks merupakan konstruksi belaka yang pemberian maknanya dapat dilakukan dengan merekonstruksi dari tanda-tanda yang ada dalam sebuah

Fokus atau studi utama pendekatan semiotik adalah teks. Teks dalam hal ini diartikan secara luas, bukan hanya teks tertulis saja, tetapi juga meliputi segala sesuatu yang mempunyai sistem tanda tersendiri dapat dianggap sebagai teks. Tanda dapat berupa gerakan anggota badan, gerakan bola mata, gerakan mulut, bentuk tulisan, warna, bentuk dan potongan rumah, pakaian, karya seni seperti film, patung, drama, musik dan sebagainya yang ada di sekitar kita.

Menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna-makna yang tersirat dari pesan komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Fokus kajian Barthes terletak pada sistem tanda tingkat kedua atau metabahasa (Kurniawan, 2001:114).

Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data adalah dengan mengelompokkan data yang berupa adegan-adegan menjadi beberapa bagian, menentukan tema yang terkandung dalam masing-masing adegan serta mengelompokkannya berdasarkan tema yang sesuai, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

Kemudian memisahkan terlebih dahulu masing-masing tanda verbal dan non verbalnya. Kemudian tanda-tanda tersebut akan diuraikan berdasarkan strukturnya yaitu penanda dan petanda, agar dapat terbaca makna konotatif dan makna denotatifnya. Setelah itu akan dilihat pula bagaimana keterkaitan antara tanda yang satu dengan tanda yang lainnya dalam film tersebut. Makna yang diidentifikasi yang pertama adalah

makna denotatif, yaitu makna yang mengambang dan bisa dibaca dari permukaan (*surface*) film tersebut. Selanjutnya makna konotatif, yaitu makna yang tersembunyi dibalik *surface* film tersebut, serta bagaimana makna konotatif tersebut dikonstruksikan. Asosiasi-asosiasi apakah atau kode-kode apa saja yang digunakan untuk memunculkan makna tersebut. Dengan demikian akan diketahui tanda-tanda yang memiliki realitas dan tidak yang memiliki realitas.

Selain itu teknik analisis yang digunakan adalah cara pengambilan gambar dari kamera. Untuk memudahkan menangkap pesan-pesan spesifik yang ditimbulkan.

Tabel 1.2. Cara Pengambilan Gambar dari Kamera

Penanda (konotatif)	Definisi	Petanda
<i>Close up</i>	Hanya wajah	Ke-intim-an
<i>Medium Shot</i>	Hampir seluruh tubuh	Hubungan personal
<i>Long Shot</i>	Setting dan karakter	Konteks, skope, jarak public
<i>Full Shot</i>	Seluruh tubuh	Hubungan sosial

Sumber: Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, tahun 1998:34

Tabel 1.3. *Angel* Kamera

Penanda	Definisi	Petanda
<i>Pan down (high angle)</i>	Kamera mengarah ke bawah	Kekuasaan, kewenangan
<i>Pun Up (low angle)</i>	Kamera mengarah ke atas	Kelemahan, pengecilan
<i>Dolly in</i>	Kamera bergerak ke dalam	Obsevasi, focus
<i>Fade In</i>	Gambar kelihatan pada layar kosong	Pemulaan

<i>Fade Out</i>	Gambar dilayar menjadi hilang	Penutupan
<i>Cut</i>	Pindah dari gambar satu kegambar lainnya	Kebersambungan, menarik.
<i>Wipe</i>	Gambar terhapus dari layar	“penentuan” kesimpulan.

Sumber: Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, tahun 1998:35

5. Sistematika Penulisan

Guna memperoleh gambaran tentang permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka dalam sistematika pembahasan diperlukan uraian yang sistematis yaitu dengan menyajikan sitem per-bab. Dalam penyusunan skripsi ini digunakan sistematika penulisan yang terdiri dari 4 bab, yaitu:

Bab satu berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab dua berisi tentang gambaran perkembangan film remaja Indonesia dan profil film *Virgin*.

Bab tiga menyajikan tentang hasil penelitian dan dianalisa sehingga dapat dihasilkan suatu kesimpulan.

Bab empat berisi kesimpulan yang menyimpulkan semua pembahasan dari karya ilmiah ini secara umum dan khusus, implikasi atau kegunaan hasil penelitian, serta akan dikemukakan pula saran-saran yang ditujukan untuk diadikan dasar dalam perbaikan-perbaikan di masa yang akan datang.