

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Catatan Pembuka

Bab III akan berisi sajian data dan pembahasan secara lebih mendalam mengenai bagaimana penonton memaknai budaya hedonisme dalam film *Selamat Pagi, Malam*. Penyajian data dan pembahasan ini terdiri dari lima sub di antaranya adalah **pertama**, setelah catatan pembuka terdapat profil informan dari dua komunitas secara lengkap yaitu CHI YK (Converse Head Indonesia Yogyakarta) dan SI (Sinema Intensif). Tujuannya untuk mengetahui konteks sosial yang melingkupi masing-masing informan. **Kedua**, berisi tentang proses pengumpulan data meliputi waktu, tempat, dan pelaksanaan *Focused Group Discussion* (FGD) yang akan dilakukan. **Ketiga**, berisi kerangka pengetahuan masing-masing informan yang didapatkan melalui keluarga, sekolah, universitas dan tempat lainnya. **Keempat**, hubungan produksi yang berisi bagaimana pengaruh menonton informan. **Kelima**, analisis *decoding* penonton film *Selamat Pagi, Malam* dengan adegan budaya hedonisme yang dibagi menjadi enam kategori pembahasan yang sama seperti analisis *encoding* sebelumnya yang terdapat di Bab II, yaitu: adegan budaya hedonisme dalam berbelanja brand ternama, hedonisme dalam hal kekinian, hedonisme dalam mengonsumsi barang secara berlebihan, hedonisme dalam seksualitas, hedonisme dalam pesta dunia malam, dan hedonisme dalam kumpul di cafe atau tempat mahal. Informan menilai adegan dari

sisi hedonisme yang terkandung dalam film berdasarkan latar belakang dan pemahaman individu masing-masing. **Keenam**, berisi analisis posisi hipotekal penonton dalam memaknai budaya hedonisme dalam film Selamat Pagi, Malam menggunakan model analisis resepsi *encoding-decoding* oleh Stuart Hall. **Ketujuh**, terdapat catatan penutup yang berisi hasil temuan dan rangkuman pembahasan dalam penelitian ini.

B. Profil Informan

Dalam penelitian ini, peneliti memilih delapan orang informan peserta *Focused Group Discussion* (FGD) yang berasal dari dua komunitas, yaitu: Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) dan Sinema Intensif (SI).

Tabel 3.1 – Profil Informan Komunitas Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK)

No.	Nama	Usia	Alamat	Kegiatan
1.	Dwi Ersa Juniarto (Dwi)	23	Jalan Sewon Indah Panggunharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta	Mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Anggota Converse Head Indonesia Yogyakarta
2.	Hendi Wiryawan Saputra (Hendi)	22	Jalan Asem Gede No. 26 Condongcatur, Kecamatan Depok,	Mahasiswa Universitas Islam Indonesia, Anggota Converse Head

			Daerah Istimewa Yogyakarta	Indonesia Yogyakarta
3.	Aditia Bayu Permana (Adit)	22	Jalan Asem Gede No. 26 Condongcatur, Kecamatan Depok, Daerah Istimewa Yogyakarta	Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Anggota Converse Head Indonesia Yogyakarta
4.	Wawan Kuniawan Dwi K. (Wawan)	21	Jalan Kaliurang Km. 6, Gang Irian C-16, Sinduadu, Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Anggota Converse Head Indonesia Yogyakarta

Tabel 3.2 – Profil Informan Komunitas Sinema Intensif (SI)

No.	Nama	Usia	Alamat	Kegiatan
1.	Andi Budrha Sadam R. (Abu)	24	Jalan Minggiran, Perumahan Griya Suryo Asri Blok A No. A1, Mantrijeron, Yogyakarta	Freelance, Founder Sinema Intensif

2.	Muhammad Munsha Usman (Munsha)	23	Jalan Minggiran, Perumahan Griya Suryo Asri Blok A No. A1, Mantrijeron, Yogyakarta	Freelance, Anggota Sinema Intensif
3.	Fadel Quraysh (Fadel)	21	Jalan Acasia Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	Universitas Pembangunan Nasional "Veteran", Anggota Sinema Intensif
4.	Rifki Wahyu (Rifki)	24	Jalan Pogung Kidul No. 39 Sinduadi, Mlati, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta	Mahasiswa Universitas Gajah Mada, Anggota Sinema Intensif

C. Kerangka Pengetahuan Penonton

Teori Hall *encoding* dan *decoding* digunakan untuk mengetahui makna teks yang diterima penonton dari konten media. Wacana penonton dari metode *decoding* yang dilakukan akan beragam karena terbentuk berdasarkan pengalaman konteks sosial individu masing-masing. Faktor-faktor terbentuknya kepribadian seseorang dapat dipengaruhi oleh keluarga, sekolah, kelompok, teman-teman, organisasi sosial, pekerjaan, agama, dan lain sebagainya.

Kedelapan informan memiliki cara pandang yang berbeda melihat budaya hedonisme yang terkandung dalam film Selamat Pagi, Malam diakibatkan latarbelakang yang berbeda. Melalui proses *decoding* tersebut, peneliti mengelompokkannya menjadi tiga interpretasi, yaitu **pertama**, *dominant hegemonic* dimana penonton menerima atau menyetujui penerimaan budaya hedonisme yang ditampilkan di Film Selamat Pagi, Malam. **Kedua**, *negotiated position* dimana penonton tidak sepenuhnya menyetujui atau menerima penerimaan budaya hedonisme yang ditampilkan di film tersebut. **Ketiga**, *oppositional position* dimana penonton menolak atau tidak menyetujui penerimaan budaya hedonisme dalam film tersebut.

1. Informan I Dwi Ersa Juniarto

Dwi adalah mahasiswa Institut Seni Yogyakarta yang mengambil jurusan Teater. Dwi berasal dari Pontianak, Kalimantan Barat. Menurutnya hedonisme di Pontianak belum begitu terlihat seperti di kota-kota besar. Ia bergabung di komunitas Converse Head Indonesia Yogyakarta karena senang dengan sepatu Converse. Dwi telah memiliki beberapa pasang sepatu jenis Converse dan mengikuti perkembangan tentang sepatu ini.

Alasan Dwi memilih kuliah di jurusan teater karena ia ingin belajar akting dan mempelajari banyak karakter. Ia juga suka menonton film. Jenis film yang ia sukai adalah futuristik. Futuristik

menggambarkan bagaimana kemajuan teknologi dan perkembangan kehidupan manusia.

2. Informan II Hendi Wiryawan Saputra

Sama halnya dengan Dwi, Hendi Wiryawan Saputra juga berasal dari Pontianak dan sama-sama menyukai sepatu Converse. Alasan ia bergabung di komunitas CHI YK karena ia menyukai merek tersebut. Banyak merek-merek sepatu lain yang bagus, tetapi Hendi lebih menyukai merek Converse dilihat dari jenis dan model sepatu yang dikeluarkan Converse.

Jenis film yang disukai Hendi ialah *action*. Menurutnya film-film bergenre *action* ini sangat menantang. Ia baru pertama kali menonton film Selamat Pagi, Malam.

3. Informan III Aditia Bayu Permana

Aditia Bayu Permana melanjutkan pendidikannya di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”. Ia bergabung dengan komunitas Converse Head Indonesia Yogyakarta karena menyukai jenis-jenis sepatu merek Converse ini. Ia bercerita, Converse sering berkolaborasi dengan beberapa seniman maupun artis untuk model sepatunya, seperti Andi Warhol, Poppy Sovia, bahkan Miley Cyrus.

Dengan kegiatan yang sering dilakukan bersama komunitas ini, ia sering bertemu dengan orang-orang baru di komunitas Converse kota lain maupun komunitas lainnya. Converse Head Indonesia sudah

tiga kali merayakan ulang tahun di kota yang berbeda-beda. Adit bertemu dengan berbagai macam sifat teman-teman di komunitas.

4. Informan IV Wawan Kuniawan Dwi K.

Wawan adalah mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” yang mengambil jurusan Manajemen. Ia lahir di Jakarta yang sudah terbiasa dengan kehidupan keras pergaulan di sana. Hedonisme menurut Wawan ialah tentang bagaimana dia menghambur-hamburkan uang dan menerapkan kehidupan malam. Wawan mengaku pergaulan di Jakarta sudah banyak yang menganut budaya hedonisme. Berbeda dengan kota Yogyakarta tempat dimana ia berkuliah. Jakarta yang hampir semua remaja maupun orang dewasanya hedon, sedangkan masyarakat Yogyakarta masih banyak yang sederhana.

5. Informan V Andi Budrha Sadam R.

Andi Budrha Sadam, pria yang lahir di Kalimantan Timur dan memilih berkuliah di ITS Surabaya. Walaupun lulusan jurusan Fisika di Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Abu mengaku lebih tertarik berkerja di bidang perfilman dari pada berkerja di kantoran. Sebagai *founder* komunitas Sinema Intensif, Abu tak asing lagi mendengar kata film. Ia sudah banyak menonton film dan membuat beberapa karya film. Abu pernah berkontribusi di film Ziarah sebagai tim publikasi di bagian Indonesia. Sekarang ia sedang berkerja sama dengan Dinas Kebudayaan Yogyakarta membuat sebuah proyek yaitu

membuat video tentang silat di Yogyakarta. Kerjanya *freelance*, tak menetap di satu kota. Beberapa hari di Jakarta, kemudian berpindah ke Yogyakarta, lanjut ke Surabaya, dan kemudian berada di kota lainnya. Maka dari itu, Abu memahami seluk-beluk kehidupan di tiap kota yang ia kunjungi.

6. Informan VI Muhammad Munsha Usman

Muhammad Munsha Usman juga rantauan dari Lampung yang melanjutkan kuliahnya di Institut Teknologi Sepuluh November mengambil jurusan Ilmu Komunikasi. Ia memilih jurusan Komunikasi karena sudah senang dengan film dan bercita-cita menjadi sutradara. Tak cukup mengambil perkuliahan di bidang film, ia juga aktif di luar kampus dengan mengikuti komunitas film yaitu Sinema Intensif. Cita-citanya itu mulai terwujud dari karya-karya film yang telah ia buat selama perkuliahan dan di komunitas SI. Ia pernah membuat film hingga keluar kota, seperti di Kalimantan, Sumatra dan Bali. Bertemu orang baru dengan sifat yang bermacam-ragam sudah menjadi hal yang biasa bagi Munsha.

7. Informan VII Fadel Quraysh

Berbeda dari ketiga anggota Sinema Intensif, Fadel Quraysh adalah mahasiswa jurusan manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”. Ia bergabung menjadi anggota SI saat diajak temannya yang juga menjadi anggota SI. Berawal dari iseng bergabung, Fadel menjadi tertarik mendalami dunia perfilman. Ia juga

sering ke Surabaya untuk sekedar silaturahmi dengan anggota yang lain dan ikut mengadakan acara bulanan maupun tahunannya komunitas Sinema Intensif.

8. Informan VIII Rifki Wahyu

Rifki Wahyu yang pernah berkuliah di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya di jurusan Ilmu Komunikasi ini melanjutkan studinya di Universitas Gajah Mada Yogyakarta. Ia sebagai anggota di komunitas Sinema Intensif yang bergabung saat kuliah di Surabaya.

D. Hubungan Produksi di Decoding

Focused group discussion (FGD) yang peneliti lakukan bersama kedua komunitas dilaksanakan di waktu dan tempat yang berbeda. Kegiatan FGD yang pertama bersama komunitas Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) yang dilaksanakan pada hari Selasa, 3 Oktober 2017 pukul 20.00-23.30 WIB bertempat di kontrakan salah satu informan, Jalan Asem Gede No. 26 Condongcatur, Kecamatan Depok, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kemudian, kegiatan FGD kedua bersama Sinema Intensif (SI) dilaksanakan pada hari Sabtu, 14 Oktober 2017 pukul 17.00-21.30 WIB bertempat di Cafe Hestek, Jalan Kaliurang Km. 5,5, Depok, Yogyakarta. Selama dua kali melaksanakan FGD, dalam prosesnya peneliti dibantu oleh satu orang yang bertugas mendokumentasikan kegiatan FGD.

Kedua kegiatan FGD yang dilakukan berjalan lancar dan menyenangkan. Komunitas Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) dan komunitas Sinema Intensif (SI) antusias mengkritisi film Selamat Pagi, Malam ini. Kegiatan FGD dan wawancara ini berjalan dengan baik karena informan dan topik penelitian memiliki kesamaan yang berkesinambungan. Topik penelitian adalah budaya hedonisme dimana hedonisme ini merupakan gaya hidup yang mementingkan kesenangan. Peneliti memilih komunitas CHI YK karena komunitas ini membahas tentang gaya busana terutama sepatu. Komunitas ini mengungkapkan rasa senangnya pada sepatu Converse dengan mengkonsumsi beberapa jenis dan model baru sepatu tersebut. Tak hanya sepatu, mereka juga sering mendiskusikan tentang gaya busana lain yang sedang trend di cafe sambil bersilaturahmi.

Begitu juga dengan komunitas Sinema Intensif yang merupakan komunitas film. Komunitas ini memiliki keterkaitan dengan topik penelitian karena mereka telah menonton film ini dan antusias mengkritisi film Selamat Pagi, Malam. Pendapat pro dan kontra penonton menambah keseruan kegiatan FGD ini.

Masing-masing individu telah menonton film Selamat Pagi, Malam, baik baru ditonton saat pelaksanaan FGD maupun telah ditonton jauh sebelum penelitian ini dilaksanakan. Dua orang dari komunitas CHI YK sudah menonton film Selamat Pagi, Malam sebelumnya, yaitu Dwi dan Wawan. Mereka menonton film di rumah masing-masing. Sedangkan

dua informan lainnya, yaitu Hendi dan Adit baru pertama kali menonton film Selamat Pagi, Malam saat melakukan kegiatan FGD di salah satu rumah kontrakan informan. Dwi menyukai jenis film futuristik. Film Selamat Pagi, Malam juga menggambarkan kemajuan teknologi dan perkembangan hidup manusia yang ditampilkan di beberapa adegan. Di film ini digambarkan kemajuan teknologinya di salah gunakan.

Keempat informan dari komunitas SI sudah pernah menonton film Selamat Pagi, Malam dan pernah melakukan kegiatan pemutaran dengan film tersebut. Beberapa dari mereka sudah menonton film ini lebih dari satu kali. Salah satu informan dari SI, yaitu Abu menyukai film bergenre horor dan *action* karena menurutnya jenis film ini menantang bagi penontonnya.

E. Penerimaan Penonton Terhadap Budaya Hedonisme dalam Film Selamat Pagi, Malam

Film Selamat Pagi, Malam diangkat dari pengalaman pribadi sutradara yang merasa bahwa kota Jakarta sudah tidak mempunyai jati diri lagi. Mengambil lokasi di Jakarta, film ini menggambarkan budaya hedonisme yang dialami oleh tiga perempuan, yaitu: Anggia, Ci Surya dan Indri dan menceritakan bagaimana mereka melewati satu malam di kota Jakarta. Film ini menampilkan adegan-adegan yang mengandung unsur budaya hedonisme yang dekat dengan masyarakat.

Pada pembahasan ini peneliti memilih enam kategori yang dianalisis *encoding* pada bab II, dan kemudian didiskusikan dengan para informan menggunakan metode Focused Group Discussion (FGD) dan wawancara mendalam (*In-depth Interview*). Produksi dan penerimaan pesan dari media itu tidak sama. Oleh karena itu dibutuhkan infrastruktur teknis untuk mendukung proses *decoding* penonton dan pemahamannya dalam mengonsumsi pesan yang disampaikan oleh film Selamat Pagi, Malam. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana informan memaknai (*decoding*) adegan yang mengandung unsur budaya hedonisme di dalam film Selamat Pagi, Malam menggunakan analisis resepsi oleh Stuart Hall.

1. Penerimaan Adegan Hedonisme dalam Berbelanja Brand Ternama

Adegan ini memperlihatkan beberapa kantong belanjaan dari brand ternama dan tas mahal di ruang meja makan. Di adegan selanjutnya juga diperlihatkan sepatu mahal dengan brand ternama. Pada kenyataannya, masyarakat memang lebih banyak mengonsumsi barang yang dilihat dari brandnya, bukan kegunaannya. Fenomena inilah yang dikisahkan Lucky sebagai sutradara oleh karyanya berjudul Selamat Pagi, Malam.

Informan I adalah Dwi Ersa Juniarto, mahasiswa jurusan Teater di Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang menganggap film ini

adalah film yang bagus karena benar-benar menggambarkan kehidupan nyata yang terjadi di Jakarta.

“Ya saya setuju sih dengan penggambaran dengan brand-brand seperti Channel. Itu sebagai penggambaran hedon, saya setuju. Kebetulan di lingkungan saya lumayan banyak yang memakai tas brand-brand impor, seperti Charles and Keith, ada juga teman-teman yang lain. Ga cuma tas, ada juga sepatu. Ada juga Converse yang impor dari luar ya temen-temen komunitas itu salah satunya” (FGD bersama Dwi CHI YK, 3 Oktober 2017).

Sejalan dengan pemikiran Dwi, informan II yaitu Hendi mahasiswa jurusan Teknik Sipil di Universitas Islam Indonesia (UII) ini berpendapat bahwa adegan ini memang sesuai realita yang ada.

“Setuju karena sesuai dengan realita untuk menunjukkan brand-brand ternama. Lingkungan saya juga mayoritas begitu. Mulai dari komunitas sepatu saya ini, sampe ke temen-temen kampus juga ngeliat barang itu dari mereknya” (FGD bersama Hendi CHI YK, 3 Oktober 2017).

Begitu juga dengan informan ke III, yaitu Adit, adegan yang menunjukkan tas dan sepatu bermerek memang terjadi di Indonesia. Dia mengatakan bahwa masyarakat Indonesia mempunyai gengsi yang tinggi jika kalah saing.

“Anak muda zaman sekarang sih rata-rata pada pake brand ternama. Jadi ya ada memang kehidupan yang seperti itu

sekarang, mengikuti perkembangan zaman. Yang saya lihat, di Indonesia masyarakatnya gengsian sih. Satu make brand ternama, yang lain pasti ngikutin. Tolak ukurnya keren bagi mereka ya di brand itu. Termasuk saya sendiri sih yang seneng make Converse hehehe.” (FGD bersama Adit CHI YK, 3 Oktober 2017).

Informan IV, yaitu Wawan berpendapat menurutnya memang *life style* anak zaman sekarang memang seperti itu pada kenyataannya. Dia mengatakan bahwa di lingkungannya pun banyak yang menggunakan brand-brand ternama.

Beberapa informan dari komunitas Sinema Intensif (SI) juga memiliki pandangan yang sama tentang adegan hedonisme dalam berbelanja brand ternama. Informan V, yaitu Abu sebagai *founder* Sinema Intensif ini berpendapat:

“Misalnya di adegan ini kan terlihat semua di dalam semua frame adalah wanita gitu kan, dan brand-brandnya juga wanita kekinian gitu. Dalam arti gak mungkin tasnya satu juta dua juta pasti puluhan juta. Dan itu pasti terjadi di Jakarta. Apalagi kehidupan Jakarta yang emang udah lumrah sih pake merek-merek mahal” (FGD bersama Abu SI, 14 Oktober 2017).

Begitu juga yang dirasakan informan VI, yaitu Munsha. Ia menyambungkannya dengan artis-artis Indonesia yang banyak

menggunakan barang-barang bermerek dari atas kepala hingga ke ujung kaki.

“Jangankan mereka-mereka yang ada di dalam film, sekarang kita lihat aja kalo di berita seperti kemarin terakhir Syahrini yang kemarin dipanggil di Kapolda itu aja dia pakai tas seharga 26 juta. Kaosnya aja 5 juta padahal sablonnya aja gitu doang, aku juga bisa nyablon sendiri hahahaha” (FGD bersama Munsha, 14 Oktober 2017).

Informan VII, yaitu Fadel yang berpendapat film Selamat Pagi, Malam memang menggambarkan kenyataan. Dimana dalam kenyataannya, mau perempuan ataupun laki-laki memang melihat barang dari mereknya. Fadel juga menjelaskan bahwa tidak semua orang seperti itu, tetapi sebagian besar. Banyak film yang menggambarkan budaya hedonisme tetapi film Selamat Pagi, Malam ini menurut Fadel sangat menyindir masyarakat yang menganutnya.

Sementara itu, menurut Rifki sebagai informan VIII, takarannya pas. Kebutuhan artistik yang mengikuti gagasan sutradara tergambar jelas. Sang sutradara dinilai pintar menyampaikan apa yang dimaksud hedon dalam berbelanja brand ternama.

“Kebanyakan itu untuk kebutuhan artistik untuk framing mengikuti gagasan sutradara untuk masuk ke kratif. Ya aku rasa takarannya pas. Bagaimana melihat cewek-cewek di sini tuh bersaing untuk menunjukkan apa yang mereka

punya. Si sutradara mau nyampein kegelisahannya sama masyarakat yang berbelanja harus liat merek, bukan karena butuh ataupun ngeliat kualitasnya” (FGD bersama Rifki, 14 Oktober 2017).

2. Penerimaan Adegan Hedonisme dalam Hal Kekinian

Tidak hanya adegan berbelanja dengan brand ternama, Selamat Pagi, Malam juga menggambarkan bagaimana hedonisme dalam hal kekinian, seperti dialog yang menjelaskan semua orang harus menggunakan ponsel Blackberry dan mengkonsumsi Rainbow Cake yang lagi terkenal di Jakarta biar tidak ketinggalan zaman.

Informan I Dwi, berpendapat Film Selamat Pagi, Malam mampu mewakili realitas hedonisme yang dialami masyarakatnya pada saat itu.

“Kalo dalam film itu, Blackberry emang kekinian banget. Dulu belum mengenal Iphone, masih pake Blackberry. Saya setuju dengan penggambaran itu”

Berbeda dengan informan II, Hendi yang kurang setuju dengan penggambaran adegan tersebut. Ia mengatakan bukan sebuah keharusan mengikuti perkembangan yang sedang terjadi.

“Bagi saya sih itu bukan keharusan ya walaupun realitanya banyak yang seperti itu. Saya sendiri suka Converse ya karena emang saya suka. Bukan karena gaya-gayaan ngikutin yang lagi hits. Kalau emang saya ngikutin yang kekinian, tiap brand sepatu lain lagi naik daun, pasti saya

beli. Udah tertariknya sama Converse sih mbak” (FGD bersama Hendi, 14 Oktober 2017).

Informan III, Adit yang tidak setuju dengan penggambaran hedon dalam hal kekinian. Jika disambungkan dengan kehidupan nyata, tak semestinya mengikuti hal-hal yang lagi trend di masyarakat. Menurut Adit konsumsi dilakukan seperlunya dan sebutuhnya saja. Kemudian informan IV, Wawan setuju dengan penggambaran budaya hedon dalam hal kekinian ini. Ia merasa memang butuh meng-*upgrade* suatu barang agar tidak mempersulit hidup. Menurut mahasiswa UPN ini, mengikuti hal yang kekinian kadang ada nilai positifnya.

“Ada positifnya juga sih. Sebenarnya untuk ketinggalan zaman iya juga soalnya perkembangan zaman sekarang rata-rata lebih ke media sosial sama rata-rata ibaratnya kan jaringan sekarang lebih enak menghubunginya pake media sosial dari pada telfon ataupun sms” (FGD bersama Wawan CHI YK, 3 Oktober 2017).

Informan V dari Sinema Intensif, yaitu Abu yang menganggap di tahun itu Rainbow Cake dan Blackberry menjadi penting. Ia mengatakan bahwa media ikut berperan dalam memberikan informasi hal kekinian sesuatu yang penting untuk diikuti.

“Nah di zaman itukan kita tau bagaimana populernya Rainbow Cake sampai bentuknya semua-semua rainbow. Kuteks aja rainbow hahaha. Ya itu melihat konteks saat itu dimana Rainbow Cake dan Blackberry tuh menjadi penting.

Ini juga turun tangan media sih. Cerita-cerita yang ada di sinetron biasanya ngangkat apa yang lagi hits, diikuti sama penontonnya” (FGD bersama Abu SI, 14 Oktober 2017).

Musha dan Fadel juga setuju dengan adegan hedon dalam hal kekinian. Adegan yang menggambarkan dua orang ibu-ibu yang dandannya dibuat *glamour*, sesuai dengan ibu-ibu zaman sekarang yang tidak mau tertinggal zaman. Bukan hanya remaja, banyak ibu-ibu yang sudah mengenal ponsel yang lagi trend maupun makanan yang lagi trend.

“Terutama di sini di gambarkan shoot dua orang ibu-ibu yang bisa dilihat ya mereka ibu-ibu yang mapan, ya menengah ke atas. Dari segi obrolannya mereka, terus posisi Rainbow Cake sendiri yang saat itu populer. Mungkin dari warna-warna Rainbow Cake ya itu warna-warni sebagai pembentukan glamour. Kalau misalnya kita lihat glamour divisualkan dengan sesuatu yang berkaitan dengan bar mungkin yang warna-warni dengan musiknya kelap-kelip. Nah itu bisa direpresentasikan ke rainbow cake yang bagaimana itu masuk ke hedon tadi dan untuk kalangan mamak-mamak gitu kan” (FGD bersama Fadel SI, 14 Oktober 2017).

Informan VIII Rifki antusias menanggapi hal kekinian ini. Ia merasakan hal itu di kehidupannya, dimana ibunya juga masuk ke dalam hal kekinian yang mengikuti apa yang lagi trend sekarang ini.

“Adegan mereka ngomongin Blackberry sesuai sih di tahun itu apa lagi di tahun sekarang ini. Bagaimana sekarang penggunaan Whatsapp yang tahun ini meningkat untuk umur lima tahun ke atas itu sangat tinggi. Jangan jauh-jauh deh ngebahas masyarakat Indonesia, mama aku aja gitu. Soal kue-kue artis kekinian, suka ditawarkan sama mama bilangnyanya ini lagi hits. Menurut aku porsinya pas untuk adegan cake dan Blackberry itu untuk menceritakan emak-emak masa kini di zaman itu” (FGD bersama Rifki SI, 14 Oktober 2017).

3. Penerimaan Adegan Hedonisme dalam Mengonsumsi Barang Secara Berlebihan

Adegan ini digambarkan saat Gia menanyakan kepada Naomi, mengapa orang Jakarta harus mempunyai telepon genggam lebih dari satu. Gia juga berkumpul dengan teman-teman Naomi yang matanya tak lepas tertuju dengan telepon genggam milik masing-masing.

Informan I Dwi kurang menyetujui adegan hedonisme dalam mengonsumsi barang secara berlebihan ini. Adegan ini menampilkan Anggia dan Naomi sedang makan malam dan Naomi sibuk dengan kedua ponselnya. Menurutnya masih sesuai kebutuhan saja menggunakan dua ponsel.

“Kalo yang ini saya masih belum setuju, karena masih kondisional, tergantung kebutuhan. Tadi aku bilang kebutuhan karena tergantung dia menjelaskan orang kaya apa tidak. Kalo dia orang berada dan itu emang kebutuhannya memiliki dua hp itu bukan termasuk hedon sih. Kalo memaksakan baru masuk ke hedon” (FGD bersama Dwi CHI YK, 3 Oktober 2017).

Sependapat dengan Dwi, informan II Hendi menganggap menggunakan dua ponsel relatif, sesuai kebutuhan. Baginya tidak begitu penting dan tidak begitu diperlukan. Informan III Adit menyatakan tidak setuju dengan penggambaran ini karena menurutnya terlalu berlebihan. Ia mengatakan di tahun itu juga sudah ada ponsel dengan fitur dua kartu. Ini sudah bisa mengatasi permasalahan menggunakan dua ponsel. Adit juga menyambungkan di kehidupannya yang hanya menggunakan satu kartu dan satu ponsel. Menurut informan IV Wawan yang juga menggunakan dua ponsel, iya menyetujui penggambaran ini. Ia beranggapan bahwa hal ini masih wajar, asal sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

Informan V, yaitu Abu dari Sinema Intensif menyetujui hal ini. Ia menyambungkannya dengan kehidupan sekarang dimana sebagian orang memang menggunakan dua ponsel bahkan lebih.

“Ya itu jadi sangat relate banget dalam arti sekarang pun kondisinya kayak gitu kan. Kadang kartu dua sim aja ga cukup. Yang harusnya satu hp diisi dua bisa jadi orang

butuh empat kartu sekalian. Mungkin untuk kebutuhan bisnis sendiri, kebutuhan keluarga sendiri, dan kebutuhan pribadi sendiri. Jadi itu menggambarkan kayak pola pikir orang-orang yang mampu untuk memenuhi kebutuhannya sendiri itu jadi wajar, ya kayak hp dua itu jadi wajar” (FGD bersama Abu SI, 14 Oktober 2017).

Menambahkan dari pendapat Abu, informan VI Munsha juga berpendapat sama bahwa menggunakan satu hp dengan banyak pesan di dalamnya akan risih dengan notif-notif yang penuh.

“Mungkin di sisi lain itu kan keperluan untuk membagi waktu bisnis dan waktu keluarga harus beda gitu kan karena kita sekarang ngobrolin bisnis dan ngobrolin pribadi di dalam satu hp kan sumpek juga. Banyak notif-notif yang masuk” (FGD bersama Munsha SI, 14 Oktober 2017).

Berbeda dengan pendapat sebelumnya, informan VII Fadel melihat fenomena ini hanya sekedar membuang-buang uang. Fadel berpendapat bahwa ini sebagai ajang perlombaan gengsi.

“Tapi di sisi lain ada yang hanya sekedar buang duit. Misalnya yang satu Iphone X yang satunya Iphone 8 Plus misalnya ya itu hanya untuk kebutuhan oh aku udah punya loh. Di Jakarta itu udah biasa punya ini. Padahal dia belum tentu mampu sebenarnya atau dia malah kredit untuk sekedar punya level yang sama dengan teman-temannya dia saat nongkrong. Kembali ke tujuannya dia apa itu

kebutuhan atau malah memaksakan” (FGD bersama Fadel SI, 14 Oktober 2017).

Sedangkan informan VIII, Rifki melihat adegan ini tergantung bagaimana penonton menerimanya. Ia menjelaskannya sebagai berikut:

“Kalau menurut aku di film itu sebenarnya menggambarkan bagaimana point of you mereka berdua yang menjelaskan apakah segitu perlunya kah kamu punya hp dua untuk komunikasi. Di sisi lain temannya menjawab ya perlu karena ya sekarang kebutuhannya seperti ini. Kebutuhan yang dimaksudkan masih dibidang ambigu yang bisa kita tangkap sendiri sebagai penonton. Apakah kebutuhan yang dimaksud untuk pamer atau emang kebutuhan hidupnya sehari-hari” (FGD bersama Rifki, 14 Oktober 2017).

4. Penerimaan Adegan Hedonisme dalam Seksualitas

Film Selamat Pagi, Malam juga menggambarkan adegan seksualitas. Perilaku seksual adalah hasrat pada setiap individu yang akan dilampiaskan dengan berbagai cara untuk mendapatkan kenikmatan (*pleasure*) atau kepuasan seksual. Menurut informan I, yaitu Dwi yang menganggap bahwa seksualitas sudah terjadi dari dulu. Sehingga Dwi tidak setuju bahwa seksualitas termasuk dalam kategori budaya hedon. Menurut Dwi, seksualitas sudah sering terjadi dari zaman dahulu dan hal seperti ini merupakan hal yang sudah biasa.

“Kalo di bilang hedon aku belum setuju karena adegan seperti ini di kehidupan nyata juga udah sering terjadi dari dulu (FGD bersama Dwi CHI YK, 3 Oktober 2017)” (FGD bersama Dwi, 3 Oktober 2017).

Informan II, Hendi berbeda pendapat dengan Dwi. Ia mengatakan bahwa adegan ini masuk ke dalam unsur hedonisme. Masuk ke hedon karena itu kepuasan batin. Begitu juga dengan informan III, Adit. Adit memaknai adegan ini sebagai unsur budaya hedonisme. Dimana seks dibutuhkan untuk mencari kesenangan. Berbanding terbaik dengan informan IV, Wawan yang menilai adegan ini terlalu berlebihan hingga terkesan vulgar. Menurut Wawan adegan seksualitas tidak masuk ke unsur hedonisme.

Menurut Abu dari komunitas film, adegan tersebut normal dalam penggambaran. Dimana sutradara memang ingin menampilkan sisi hedon dalam hal seksualitas.

“Lebih ke bagaimana sutradara kalau di film itu memikirkan semiotika dari gambar yang dia pilih karena kalau film kan gambarnya bergerak tuh, kalau foto stabil. Jadi peritungan frame tuh selalu dihitung. Bagaimana setiap frame itu menggambarkan apa yang ingin dia ceritakan baik itu dari naskah atau itu dia treatment langsung dari visualnya dia sebagai sutradara. Kalau dilihat dari situ kan sebenarnya dari secara adegan kebanyakan dari film-film yang kita tonton pasti ada adegan seksnya kan, apa lagi

film-film Hollywood. Secara gambaran juga, itu jadi normal, cowok sama cowok dan cewek sama cewek dan umur tuh jadi ga penting misalnya perihal seks. Nah itu yang pengen disampaikan sih di sini bagaimana kalau itu udah kebutuhan baik itu kebutuhan diri sendiri atau sekedar hedon itu tadi” (FGD bersama Abu, 14 Oktober 2017).

Informan VI, Munsha menjelaskan posisi tiga barang yang ada dilaci meja merupakan suatu pilihan. Kembali ke diri masing-masing untuk memilih mengambil apa dan untuk mengamankan apa.

“Kalau itu direlate ke seks gitu ya bisa aja banyak yang anak-anak muda itu kaya tapi simpenan. Itu mungkin suatu proses untuk menyampaikan itu. Bagaimana melihat pegawai-pegawai cafe kaya ternyata sampingannya kayak gitu kan bisa juga. Terus dimana ada posisi alkitab, kiblat dan kondom ya itu sama-sama pengaman sebenarnya. Bagaimana muslim mengamankan keyakinannya dengan menuju ke arah kiblat, bagaimana kiblatnya nasrani yang harus membaca alkitab, dan bagaimana kitak seks aman menggunakan kondom. Apa lagi itu di laci, jadi ketika dibuka itu menjadi pilihan. Itulah yang menjadi gambaran menurut aku dimana sebenarnya itu dikembalikan lagi ke diri kita sendiri yang dalam arti penonton sih. Bagaimana memposisikan ketika tiga hal itu antara keyakinan dan keinginan itu blak-blakan jadi pilihan. Ketika kita kepepet atau gitu sih. Balik ke diri kita lagi aja” (FGD bersama Munsha SI, 14 Oktober 2017).

Informan VII, Fadel menambahkan pendapat Munsha.

“Hampir semua adegan berceritanya kayak gitu. Secara eksplisit bagaimana pilihan itu ditunjukkan dalam waktu yang singkat. Orang narik laci kan singkat. Dia mau ngambil apa tuh. Akhirnya dia narik laci liat kiblat langsung wudhu contohnya, atau dia liat laci ambil alkitab langsung baca. Tapi kalau dia narik laci ambil kondom langsung nge seks gitu contohnya. Itu jadi pilihan. Laci mungkin sempitnya ruangan. Jadi seperti waktu yang sempit atau situasi yang terdesak itu juga bisa digambarkan melalui laci.

Begitu juga dengan informan terakhir, Rifki. Iya mengangguk menyetujui ketiga temannya.

5. Penerimaan Adegan Hedonisme dalam Pesta Dunia Malam

Tidak hanya yang sudah dibahas sebelumnya, hedonisme juga dikategorikan dalam pesta dunia malamnya seperti dugem, mengkonsumsi minuman beralkohol, serta mengkonsumsi obat-obat terlarang. Adegan ini ditunjukkan saat Ci Surya menghabiskan malamnya di club malam Hotel Lone Star dengan berjoget, meminum alkohol, bersenang-senang dan mengkonsumsi pil yang ditawarkan teman Sovia.

Bagi informan I Dwi, hal ini sudah sering terjadi. Hanya saja hedon pesta dunia malam di zaman sekarang lebih diekspos. Banyak anak muda yang mengunggahnya ke media sosial agar terlihat gaul.

Informan II dan informan III, yaitu Hendi dan Adit memiliki pandangan yang sama. Menurut mereka, hedonisme dalam pesta dunia malam memang ada dan sering dijumpai.

“Kalo hedon emang idientik dengan pesta dunia malam soalnya lebih mencari kebahagiaan sama menghambur-hamburkan uang” (FGD bersama Adit CHI YK, 3 Oktober 2017).

Begitu juga dengan informan IV Wawan yang menganggap pesta dunia malam sebagai hiburan untuk diri sendiri.

“Iya kalo dunia malam emang banyak, ya untuk menghibur dirilah” (FGD bersama Wawan CHI YK, 3 Oktober 2017)

Bagi Abu yang sering mengikuti pemutaran film dan diskusi film, sutradara film Selamat Pagi, Malam meriset dan memberanikan diri menyampaikan hedon dalam kategori pesta dunia malam.

“Kebanyakan kalau kita ngomongin glamour tidak jauh dari bar, dari ya dunia-dunia malam yang sifatnya clubing. Clubing itu pasti bersinggungan dengan hal-hal seperti alkohol, pil itu kan. Bagaimana sutradara itu mungkin meriset dan dia memberanikan diri untuk menyampaikan itu. Padahal ga semua orang tahu. Ya mungkin ada orang yang merasa ketika nonton oh itu obat dia untuk menenangkan diri mungkin atau obat dia udah tua mungkin atau apa” (FGD bersama Abu SI, 14 Oktober 2017).

Munsha berpendapat bahwa anak-anak muda yang sudah mengalami ini pasti sudah tahu dengan jelas bagaimana pergaulannya di sana.

“Anak-anak muda yang udah pernah masuk ke dalam atau punya teman-teman yang suka party itu pasti tau cara penjualan yang bisa diatur ya hanya dalam bar, menggunakan alkohol dan pil. Jadi menurut aku bisa jadi ini salah satu yang mellihatkan bahwa ketika orang sumpek dengan kotanya yang besar, atau dia punya duit dan ngebuang-buang ya salah satu caranya tuh ini ya ke bar, minum, ngepil, ketemu teman-teman, gathering atau sekedar cari temen cewek atau cowok gitu” (FGD bersama Munsha SI, 14 Oktober 2017).

Sejalan dengan pendapat Abu dan Munsha, Fadel dan Rifki pun berpikiran serupa. Mereka berpendapat bahwa bar bukan lagi sesuatu yang asing. Pelarian untuk menghibur diri anak zaman sekarang memang dengan minum alkohol, mengkonsumsi pil dan dugem atau *party*.

6. Penerimaan Adegan Hedonisme dalam Kumpul di Cafe atau Tempat Mahal

Pembahasan yang terakhir mengenai penerimaan adegan hedonisme dalam kumpul di cafe atau tempat mahal. Dalam film ini, adegan ini digambarkan saat Anggia dan Naomi sedang makan di

restauran dalam satu mall, yaitu Grand Indonesia. Jelas dilihatkan nama mall tersebut saat Gia memasuki mall. Adegan ini diperkuat dengan dialog saat Anggia dan Naomi akan memesan makanan. Semua makanan dan minuman di restoran itu adalah impor dari luar negeri.

Menurut informan I Dwi, ia benar-benar menolak penggambaran adegan hedonisme dalam kumpul di cafe dan tempat mewah. Dwi berpendapat bahwa adegan ini terlalu berlebihan, ditambah semua menu yang impor dari luar negeri seperti yang dijelaskan pelayan.

Informan II Hendi berpendapat hal ini belum sesuai. Ia menilai tidak semua orang melakukan adegan yang digambarkan di film Selamat Pagi, Malam.

“Ga terlalu sesuai. Tiap orang kan relatif beda-beda memperolehkepuasan konsumsinya. Naomi disini yang menentukan tempat. Bisa diliat juga si Anggia kaget sama apa yang ditawarkan pelayan tersebut. Si Naomi yang hedon, tapi Anggia engga” (FGD bersama Hendi CHI YK, 3 Oktober 2017).

Informan III Adit beranggapan sama dengan Hendi. Ia menyambungkan adegan dengan realitas yang ada. Menurutnya memang ada sebagian orang hedon yang berkumpul di cafe-cafe, tetapi masih ada juga orang-orang yang tidak mementingkan hal itu.

“Kalo menurut saya, zaman sekarang rata-rata anak kayak mahasiswa seperti itu udah mulai hedonnya kayak di cafe itu udah kayak life style dia. Tapi kalau menurut saya sebenarnya ga perlu. Di lingkungan saya sendiri masih standar lah, ngumpul di cafe tapi ga yang nyari mewah.

Informan IV Wawan setuju dengan penggambaran kumpul di cafe atau tempat mahal ini. Ia merasa tempatnya pun mendukung, dilihat dari berjamurnya cafe-cafe di setiap kota.

“Aku setuju dengan penggambaran adegan itu karena di Indonesia sekarang juga berkembang banget cafe-cafe yang gila-gilaan mahalnya. Warung kopi aja sekarang udah berbagai macam jenis coffe shop-coffe shop gitu. Dia ga mempertimbangkan kenyamanan cafenya tetapi memikirkan tempatnya apakah intagramable atau segala macem” (FGD bersama Wawan CHI YK, 3 Oktober 2017).

Menurut Abu dari Sinema Intensif, ini merupakan tawaran yang sering dijumpai di kota Jakarta. Dimana air mineral akan berbeda harganya jika sudah masuk ke cafe atau tempat-tempat mahal.

“Bagaimana proses fungsi ruang-ruang private yang untuk sekedar tenang atau emang kita tahu semakin nilai tinggi bisnisnya pasti orang pinginnya ruangan semakin private ya kan. Itu jadi tawaran yang banyak banget di Jakarta. Tapi tadinya yang jadi ruang-ruang tempat bisnis jadi bergeser jadi tempat nongkrong yang harusnya bisa beli Aqua lima

ribu, di situ harus beli minuman mineral lima puluh ribu karena import” (FGD bersama Abu SI, 14 Oktober 2017).

Informan VI Munsha membagi pengalamannya yang semakin menunjukkan bahwa Mall Grand Indonesia memang tempatnya orang-orang kelas menengah ke atas.

“Di film ini nunjukkin di Grand Indonesia, dimana GI ini menjadi salah satu mall terlengkap di Jakarta dan ratenya tinggi. Sama aku pernah syuting di Kalimantan, bapak-bapak yang pengrajin tenun, dia jual tenunnya dia dua ratus ribu sampai lima ratus ribu di GI tuh ga laku. Tapi begitu dia jual dua juta sampai empat juta dengan tenun yang sama itu laris. Malah jadi seperti itu kan hahaha. Logika pikirnya jadi seperti ketika barang yang murah itu yang tidak punya kualitas padahal barangnya sama. tapi ketika harganya dinaikin harganya jadi laris, itukan sesuatu yang lucu. Jadi brand ketika aku ke GI, aku update main ke GI, gila mainannya ke GI ya yang komen. Makan aja sekali duduk seratus ribu yang dijual itu jadi itu. Fungsinya jadi judgement kalau misalnya aku ke sini ya pasti aku orang kaya. Kalau misalnya aku ke sini, aku biasa aja. Padahal ya bisa aja kita hanya numpang toilet ke situkan atau apa hahaha. Itu jadi hal-hal yang menurut aku lucu sih di Jakarta” (FGD bersama Munsha SI, 14 Oktober 2017).

Setuju oleh pendapat Abu, informan VII Fadel menganggap hal ini sudah biasa. Tetapi tergantung penonton apakah hal seperti itu masuk kebutuhan atau tidak.

“Di film ini disampaikan bahwa hal itu sudah biasa. Ketika kamu diajak nongkrong, ada ga ada, mau ga mau terus tau apa engga tempatnya itu kamu jadi menyesuaikan. Jadi misalnya aku ngajak kamu nongkrong tapi kamu belum pernah tuh ke tempat yang duduk aja harus reservasi dulu. Kamu datang langsung duduk itu ditegur. Terus mau beli minuman harganya mahal. Itu jadi kayak sesuatu yang dilihatkan bahwa ya balik lagi kamu sebagai penonton perlu ga sih ada di ruang-ruang seperti itu untuk situasi tertentu. Tapi ruangnya tuh udah ada pilihannya di Jakarta” (FGD bersama Fadel SI, 14 Oktober 2017).

Begitu pula informan VIII Rifki berpendapat bahwa film Selamat Pagi, Malam ini diproduksi untuk menertawakan Jakarta dan orang-orang Jakarta itu sendiri yang kita tahu memang mayoritas menghambur-hamburkan uang. Kemudian menjalar ke kota-kota lain.

“Mungkin sebagian adegan ini ingin menertawakan Jakarta dan orang-orang Jakarta itu sendiri. Sebenarnya kalian itu melakukan apa sih yang maksudnya itu tuh udah jelas membuang-buang duit dan buang-buang waktu. Tapi itu jadi hal-hal yang populer di Jakarta. Tertularlah ke kota-kota lain yang ah orang Jakarta aja bisa. Yang tadinya di Surabaya belum masuk H&M misalnya, orang Jakarta pada belanja di sana begitu masuk Surabaya uhh orang pada belanja di H&M. Mungkin sesimpel seperti di Jogja

misalnya belum ada Recheese, begitu Recheese masuk
uhhh beli Recheese semua kan. Bukan karena pengen
makannya, tapi pengen update dan itu udah beda konteks
hahaha. Padahal ga suka ayam pedes. Cuma pengen dilihat
keren aja.

F. Analisis Posisi Hipotekal Penerimaan Penonton terhadap Film Selamat Pagi, Malam

Penelitian ini mencoba mencari tahu posisi hipotekal kedelapan informan di atas terhadap pemaknaan (*decoding*) budaya hedonisme yang telah dijelaskan di proses *encoding* dalam film Selamat Pagi, Malam dan diperoleh dari hasil FGD yang telah dilakukan. Pemaknaan yang telah dikaji pun berpengaruh besar dengan adanya faktor latar belakang informan.

Teori Stuart Hall menjelaskan tiga posisi hipotekal yang mengkategorikan pemaknaan tersebut, yaitu: **pertama**, *dominan hegemonic* ketika penonton memaknai pesan dan menerima ataupun setuju dengan adegan yang ditawarkan media. **Kedua**, *negotiated position* ketika penonton memaknai pesan media tetapi memberikan masukan atau pengecualian di beberapa adegan yang berbeda, dan ketiga *oppositional position* ketika penonton menolak dengan apa yang ditawarkan oleh media. Untuk mempermudah analisis penelitian ini, tabel di bawah ini berisi data klasifikasi penempatan khalayak dari kedua

komunitas yaitu Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) dan Sinema Intensif (SI) dalam posisi hipotekal tersebut.

Tabel 3.3 – Posisi informan Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) terhadap adegan hedonisme dalam berbelanja brand ternama

Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Dwi	Film ini adalah film yang bagus karena benar-benar menggambarkan kehidupan nyata yang terjadi di Jakarta.	Dominant Hegemonic
2.	Hendi	Adegan ini memang sesuai dengan realita yang ada	Dominant Hegemonic
3.	Adit	Adegan yang menunjukkan tas dan sepatu bermerek memang terjadi di Indonesia. Masyarakat Indonesia mempunyai gengsi yang tinggi sehingga takut untuk kalah bersaing.	Dominant Hegemonic
4.	Wawan	Memang <i>life style</i> anak	Dominant Hegemonic

		zaman sekarang seperti itu pada kenyataannya. Di lingkungannya pun banyak yang menggunakan brand-brand ternama.	
--	--	---	--

Tabel 3.4 – Posisi informan Sinema Intensif (SI) terhadap adegan hedonisme dalam berbelanja brand ternama

Sinema Intensif (SI)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Abu	Kehidupan Jakarta yang memang sudah lumrah memakai merek-merek mahal. Bukan hanya satu-dua juta, bahkan puluhan juta untuk satu harga tas dengan brand mewah	Dominant Hegemonic
2.	Musha	Ia menyambungkannya dengan artis-artis Indonesia yang banyak menggunakan barang-barang bermerek dari atas kepala hingga ke ujung kaki, salah satunya Syahrini	Dominant Hegemonic
3.	Fadel	Film Selamat Pagi, Malam memang menggambarkan kenyataan. Dimana dalam	Dominant Hegemonic

		<p>kenyataannya, mau perempuan ataupun laki-laki memang melihat barang dari mereka. Fadel juga menjelaskan bahwa tidak semua orang seperti itu, tetapi sebagian besar.</p> <p>Banyak film yang menggambarkan budaya hedonisme tetapi film Selamat Pagi, Malam ini menurut Fadel sangat menyindir masyarakat yang menganutnya</p>	
4.	Rifki	<p>Rifki menilai, takarannya pas. Kebutuhan artistik yang mengikuti gagasan sutradara tergambar jelas. Sang sutradara dinilai pintar menyampaikan apa yang dimaksud hedon dalam berbelanja brand ternama.</p>	Dominant Hegemonic

**Tabel 3.5 – Posisi informan Converse Head Indonesia Yogyakarta
(CHI YK) terhadap adegan hedonisme dalam hal kekinian**

Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Dwi	Film Selamat Pagi, Malam mampu mewakili realitas hedonisme yang dialami masyarakatnya pada saat itu.	Dominant Hegemonic
2.	Hendi	Bukan sebuah keharusan mengikuti perkembangan yang sedang terjadi. Bagi Hendi itu bukan keharusan ya walaupun realitanya banyak yang seperti itu. Hendi sendiri menyukai Converse karena memang dia suka. Bukan karena sekedar mengikuti gaya yang lagi terkenal.	Negotiated Position
3.	Adit	Jika disambungkan dengan kehidupan nyata, tak semestinya mengikuti hal-hal yang lagi trend di masyarakat. Menurut Adit konsumsi dan lakukan seperlu dan sebutuhnya saja	Oppositional Position
4.	Wawan	Wawan merasa memang butuh meng- <i>upgrade</i> suatu barang agar tidak	Dominant Hegemonic

		mempersulit hidup. Mengikuti hal yang kekinian kadang ada nilai positifnya	
--	--	--	--

Tabel 3.6 – Posisi informan Sinema Intensif (SI) terhadap adegan hedonisme dalam hal kekinian

Sinema Intensif (SI)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Abu	Di tahun itu Rainbow Cake dan Blackberry menjadi penting. Ia mengatakan bahwa media ikut berperan dalam memberikan informasi hal kekinian sesuatu yang penting untuk diikuti.	Dominant Hegemonic
2.	Munsha	Adegan yang menggambarkan dua orang ibu-ibu yang dandannya dibuat <i>glamour</i> , sesuai dengan ibu-ibu zaman sekarang yang tidak mau tertinggal zaman.	Dominant Hegemonic
3.	Fadel	Bukan hanya remaja, banyak ibu-ibu yang sudah mengenal ponsel yang lagi trend maupun makanan yang lagi trend.	Dominant Hegemonic
4.	Rifki	Rifki merasakan hal itu di kehidupannya, dimana	Dominant Hegemonic

		ibunya juga masuk ke dalam hal kekinian yang mengikuti apa yang lagi trend sekarang ini	
--	--	---	--

Tabel 3.7 – Posisi informan Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) terhadap adegan hedonisme dalam mengonsumsi barang secara berlebihan

Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Dwi	Masih kondisional, tergantung kebutuhan. Kalau memaksakan dengan pendapatan, itu masuk dalam kategori hedon	Negotiated Position
2.	Hendi	Hendi menganggap menggunakan dua ponsel relatif, sesuai kebutuhan. Baginya tidak begitu penting dan tidak begitu diperlukan.	Negotiated Position
3.	Adit	Terlalu berlebihan. Ia mengatakan di tahun itu juga sudah ada ponsel dengan fitur dua kartu. Ini sudah bisa mengatasi permasalahan menggunakan dua ponsel.	Oppositional Position
4.	Wawan	Ia beranggapan bahwa hal ini masih wajar, asal sesuai	Dominant Hegemonic

		dengan kebutuhan yang diperlukan.	
--	--	-----------------------------------	--

Tabel 3.8 – Posisi informan Sinema Intensif (SI) terhadap adegan hedonisme dalam mengonsumsi barang secara berlebihan

Sinema Intensif (SI)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Abu	Abu menyambungkannya dengan kehidupan sekarang dimana sebagian orang memang menggunakan dua ponsel bahkan lebih.	Dominant Hegemonic
2.	Musha	Di sisi lain menggunakan dua ponsel adalah keperluan untuk membagi waktu bisnis dan waktu keluarga. Karena kita sekarang membahas bisnis dan keperluan pribadi di dalam satu hp kadang sumpek	Dominant Hegemonic
3.	Fadel	Fenomena ini hanya sekedar membuang-buang uang. Fadel berpendapat bahwa ini sebagai ajang perlombaan gengsi.	Oppositional Position
4.	Rifki	Kebutuhan yang dimaksudkan masih dibidang ambigu yang bisa kita tangkap sendiri sebagai	Negotiated Position

		penonton. Apakah kebutuhan yang dimaksud untuk pameran atau memang kebutuhan hidupnya sehari-hari.	
--	--	--	--

Tabel 3.9 – Posisi informan Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) terhadap adegan hedonisme dalam seksualitas

Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Dwi	Seksualitas sudah terjadi dari dulu. Menurut Dwi, seksualitas sudah sering terjadi dari zaman dahulu dan hal seperti ini merupakan hal yang sudah biasa.	Oppositional Position
2.	Hendi	Adegan ini masuk ke dalam unsur hedonisme. Masuk ke hedon karena itu kepuasan batin.	Dominant Hegemonic
3.	Adit	Adit memaknai adegan ini sebagai unsur budaya hedonisme. Dimana seks dibutuhkan untuk mencari kesenangan	Dominant Hegemonic
4.	Wawan	Wawan yang menilai adegan ini terlalu berlebihan hingga terkesan vulgar	Oppositional Position

Tabel 3.10 – Posisi informan Sinema Intensif (SI) terhadap adegan hedonisme dalam seksualitas

Sinema Intensif (SI)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Abu	Adegan tersebut normal dalam penggambaran. Dimana sutradara memang ingin menampilkan sisi hedon dalam hal seksualitas.	Dominant Hegemonic
2.	Munsha	Posisi tiga barang yang ada dilaci meja merupakan suatu pilihan. Kembali ke diri masing-masing untuk memilih mengambil apa dan untuk mengamankan apa	Dominant Hegemonic
3.	Fadel	Secara eksplisit bagaimana pilihan itu ditunjukkan dalam waktu yang singkat.	Dominant Hegemonic
4.	Rifki	Anggukan dan menyatakan setuju dengan ketiga temannya	Dominant Hegemonic

Tabel 3.11 – Posisi informan Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) terhadap adegan hedonisme dalam pesta dunia malam

Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Dwi	Hal ini sudah sering terjadi.	Dominant Hegemonic

		Hanya saja hedon pesta dunia malam di zaman sekarang lebih diekspos.	
2.	Hendi	Hedon dalam pesta dunia malam memang ada dan sering dijumpai	Dominant Hegemonic
3.	Adit	Hedon memang identik dengan pesta dunia malam. Lebih mencari kebahagiaan dan menghambur-hamburkan uang	Dominant Hegemonic
4.	Wawan	Wawan yang menganggap pesta dunia malam sebagai hiburan untuk diri sendiri	Dominant Hegemonic

Tabel 3.12 – Posisi informan Sinema Intensif (SI) terhadap adegan hedonisme dalam pesta dunia malam

Sinema Intensif (SI)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Abu	Sutradara film Selamat Pagi, Malam meriset dan memberanikan diri menyampaikan hedon dalam kategori pesta dunia malam. Ini sesuai dengan apa yang sedang terjadi di tahun tersebut	Dominant Hegemonic

2.	Munsha	Anak-anak muda yang sudah pernah dugem atau punya teman-teman yang suka dugem pasti tau cara penjualan yang bisa diatur hanya dalam bar, menggunakan alkohol dan pil. Ini memperlihatkan bahwa ketika orang sumpek dengan kotanya yang besar, atau dia punya uang dan berfoya-foya salah satu caranya dengan ke bar, minum, mengkonsumsi pil, bertemu teman-teman	Dominant Hegemonic
3.	Fadel	Fadel berpendapat bahwa bar bukan lagi sesuatu yang asing	Dominant Hegemonic
4.	Rifki	Pelarian untuk menghibur diri anak zaman sekarang memang dengan minum alkohol, mengkonsumsi pil dan dugem atau <i>party</i> .	Dominant Hegemonic

Tabel 3.13 – Posisi informan Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) terhadap adegan hedonisme dalam kumpul di cafe atau tempat mahal

Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK)
--

No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Dwi	Menurut Dwi terlalu berlebihan, ditambah semua menu yang impor dari luar negeri seperti yang dijelaskan pelayan.	Oppositional Position
2.	Hendi	Tidak semua orang melakukan adegan yang digambarkan di film Selamat Pagi, Malam. Konsumsi tiap orang relatif berbeda.	Negotiated Position
3.	Adit	Menurutnya memang ada sebagian orang hedon yang berkumpul di cafe-cafe, tetapi masih ada juga orang-orang yang tidak mementingkan hal itu	Negotiated Position
4.	Wawan	Ia merasa tempatnya pun mendukung, dilihat dari berjamurnya cafe-cafe di setiap kota	Dominant Hegemonic

**Tabel 3.14 – Posisi informan Sinema Intensif (SI) terhadap adegan
hedonisme dalam kumpul di cafe atau tempat mahal**

Sinema Intensif (SI)			
No.	Nama	Interpretasi	Posisi Khalayak
1.	Abu	Ini merupakan tawaran yang sering dijumpai di kota Jakarta. Dimana air mineral akan berbeda harganya jika sudah masuk ke cafe atau tempat-tempat mahal	Dominant Hegemonic
2.	Munsha	Mall Grand Indonesia memang tempatnya orang-orang kelas menengah ke atas	Dominant Hegemonic
3.	Fadel	Hal ini sudah biasa bagi Fadel. Tetapi tergantung penonton apakah hal seperti itu masuk kebutuhan atau tidak	Dominant Hegemonic
4.	Rifki	Film Selamat Pagi, Malam ini diproduksi untuk menertawakan Jakarta dan orang-orang Jakarta itu sendiri yang kita tahu memang mayoritas menghambur-hamburkan uang. Kemudian menjalar ke kota-kota lain	Dominant Hegemonic

**Tabel 3.15 – Penerimaan Penonton Converse Head Indonesia
Yogyakarta dan Sinema Intensif Terhadap Budaya Hedonisme dalam
Film Selamat Pagi, Malam**

No.	Informan	Berbelanja	Kekinian	Konsumsi Berlebihan	Seksualitas	Pesta Dunia Malam	Cafe / Tempat Mewah
1.	Dwi (CHI YK)	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Negotiated Position	Oppositional Position	Dominant Hegemonic	Oppositional Position
2.	Hendi (CHI YK)	Dominant Hegemonic	Negotiated Position	Negotiated Position	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Negotiated Position
3.	Adit (CHI YK)	Dominant Hegemonic	Oppositional Position	Oppositional Position	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Negotiated Position
4.	Wawan (CHI YK)	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Oppositional Position	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic
5.	Abu (SI)	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic
6.	Munsha (SI)	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic
7.	Fadel (SI)	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Oppositional Position	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic

8.	Rifki (SI)	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Negotiated Position	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic	Dominant Hegemonic
-----------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

G. Catatan Penutup

Peneliti telah menganalisis penerimaan penonton terhadap budaya hedonisme dalam film Selamat Pagi, Malam yang terbagi menjadi enam kategori di sub pembahasan, yaitu: budaya hedonisme dalam berbelanja ternama, hedonisme dalam hal kekinian, hedonisme dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan, hedonisme dalam seksualitas, hedonisme dalam pesta dunia malam, dan hedonisme dalam kumpul di cafe atau tempat mahal. Berdasarkan hasil analisis tersebut, peneliti memperoleh hasil bahwa delapan orang informan dari dua komunitas, yaitu: Converse Head Indonesia Yogyakarta (CHI YK) dan Sinema Intensif (SI) dimana masing-masing informan berada di beragam posisi hipotekal penerimaan penonton dari teori Stuart Hall, yaitu: posisi dominan hegemoni, posisi negosiasi dan posisi oposisi.

Data di atas menunjukkan apa yang disampaikan oleh media tidak sepenuhnya diterima oleh khalayak. Kedudukan posisi hipotekal setiap informan pun sifatnya berbeda-beda sesuai pemaknaan yang dilakukan. Perbedaan pemaknaan ini pula dipengaruhi latar belakang informan tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa khalayak aktif dalam menilai tayangan yang ditawarkan oleh media. Faktor-faktor yang mempengaruhi meliputi faktor keluarga, ekonomi, pendidikan dan pengalaman dari individu masing-masing.