

REPRESENTASI HEDONISME DALAM FILM *ORANG KAYA BARU*

Firda Rumpoko

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas

Jendral Soedirman

pokoguest@gmail.com

ABSTRAK

Perilaku hedonisme sebagai sebuah sikap dan perilaku yang suka menikmati hidup dengan bersenang-senang dan mengutamakan kemewahan di atas segalanya menjadi sebuah fenomena dan realitas di masyarakat. Realitas tersebut dipresentasikan pula dalam bentuk film. Salah satunya dalam film *Orang Kaya Baru* yang ditulis oleh Joko Anwar dan disutradari Ody C. Harahap. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui representasi hedonisme lewat pesan-pesan dari adegan dan dialog yang ada dalam film *Orang Kaya Baru* menggunakan metode kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, hedonisme dalam Film *Orang Kaya Baru* terdapat dalam *scene* (1) makan di restoran mewah, (2) belanja di mall, (3) membeli motor di bengkel, (4) belanja di toko perabotan, dan (5) membeli mobil mewah. Dalam masing-masing *scene* terdapat representasi hedonisme para tokoh yang mengalami perubahan status sosial sebagai orang kaya. Para tokoh dalam film ini direpresentasikan sebagai orang yang terlena oleh harta, melakukan hal baru yang selama ini belum pernah dilakukan, dan tidak berpikir visioner atau berpikir ke depan karena lebih fokus bagaimana menghabiskan uang warisan untuk kesenangan.

Kata kunci: *film, hedonisme, representasi*

REPRESENTATION OF HEDONISM IN *ORANG KAYA BARU* FILM

Firda Rumpoko

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas

Jendral Soedirman

pokoguest@gmail.com

ABSTRACT

Hedonism behavior as an attitude and behavior that likes to enjoy life by having fun and prioritizing luxury above all else becomes a phenomenon and a reality of society. This reality was also presented in the form of a film. One of them is in the *Orang Kaya Baru* film, which written by Joko Anwar and directed by Ody C. Harahap. The research that aims to find out the representation of hedonism through messages from scenes and dialogues in the *Orang Kaya Baru* film uses qualitative methods. Based on the results of the study, hedonism in the *Orang Kaya Baru* film was found in scenes of (1) lunch at the fancy restaurants, (2) shopping at malls, (3) buying motorbikes at repair shops, (4) shopping at furniture stores, and (5) buying luxurious cars. In each scene there is a representation of the hedonism of the characters who experience changes in social status as rich people. The characters in this film are represented as people who were carried away by wealth, do new things that have never been done before, and do not think visionary or think ahead because they are more focused on how to spend inherited money for pleasure.

Keywords: *film, hedonism, representation*