

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

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. Hedonisme sangat terlihat pada diri tokoh terhadap kesenangan akan barang mewah dan mendapatkan pengakuan dari orang lain.

#### **B. Saran**

Dari proses dan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat penulis sampaikan antara lain sebagai berikut.

1. Pembaca penelitian ini diharapkan mampu mengambil nilai positif dari hasil kajian penelitian.
2. Penikmat film *Orang Kaya Baru* mampu menangkap pesan yang terkandung terutama menghindari budaya hedonisme.
3. Penelitian ini dapat dikembangkan oleh peneliti lain dari berbagai ragam metode kajian.