

REPRESENTASI BUDAYA POPULER DALAM FILM *SENIOR* KARYA BAGUS BRAMANTI DAN EKO IVANO WINATA

Popular Culture Representation in Senior Film's by Bagus Bramanti and Eko Ivano Winata

Rina Rahmawati dan Jihaduddin Akbar

SMK Unggulan Husada Banjarmasin

Jalan Pangeran Hidayatullah No. 1, Benua Anyar, Banjarmasin, Indonesia

Rinarahmawati2908@gmail.com; jihadables@gmail.com

Naskah masuk: 24 Desember 2020, disetujui: 2 Juni 2021, revisi akhir: 19 Juni 2021

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk budaya populer yang terepresentasi dalam film *Senior* karya Bagus Bramanti dan Eko Ivano Winata. Penelitian ini berjenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian ini yaitu film *Senior* karya Bagus Bramanti dan Eko Ivano Winata. Data dalam penelitian ini berupa kata-kata dan kalimat yang merupakan hasil identifikasi dari percakapan dan setting sebagai budaya populer yang terlihat dan terdengar dalam film. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dan teknik simak dan catat. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan aktivitas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya populer dapat terepresentasi melalui karya sastra. Hal ini karena perkembangan zaman yang diikuti oleh canggihnya teknologi dan informasi. Bentuk budaya populer yang terepresentasi dalam film *Senior* yaitu media sosial, *iphone*, bahasa asing, bahasa gaul, makanan cepat saji, busana, kafe dan WiFi.

Kata kunci: representasi, budaya populer, film *Senior*

Abstract

This study aims to describe the form of popular culture represented in the film Senior by Bagus Bramanti and Eko Ivano Winata. This research is a descriptive research with a qualitative approach. The data source of this research is the film Senior by Bagus Bramanti and Eko Ivano Winata. The data in this study are words and sentences identified from conversations and settings as popular culture that are seen and heard in films. Data collection techniques in this study used documentation techniques and observation and note techniques. The analysis techniques used were data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that popular culture can be represented through literary works. This is because of the times followed by the sophistication of technology and information. The forms of popular culture represented in the film Senior are social media, iphone, foreign languages, slang, fast food, cafes and WiFi.

Keywords: representation, popular culture, film *Senior*

1. PENDAHULUAN

Perbincangan mengenai kebudayaan bukan hal baru bagi akademisi maupun praktisi kebudayaan. Persoalan budaya adalah persoalan manusia, yaitu identitas suatu kelompok masyarakat, norma-norma yang mengikat, dan segala bentuk interaksi manusia dengan manusia serta manusia dengan alam. Fungsi kebudayaan di tengah masyarakat beradab menjadi

sebuah pedoman bagi suatu kelompok masyarakat untuk menjalankan kehidupan yang dianggap paling baik. Hakikatnya kebudayaan diciptakan oleh manusia melalui berbagai proses sebagai pedoman, bahkan sebagai fakta sejarah yang kuat. Kebudayaan pada generasi selanjutnya akan membentuk individu yang lahir di tengah kelompok masyarakat penganut kebudayaan. Jadi, kebudayaan dapat

dikatakan sebagai sebuah lingkaran yang tidak pernah berakhir di tengah masyarakat.

Konsep kebudayaan semacam ini akan menghegemoni setiap perspektif individu sehingga menciptakan suatu pandangan majemuk pada kelompok masyarakat. Pandangan ini mendasari suatu kelompok masyarakat untuk mempertahankan kebudayaan yang dianutnya. Pemertahanan kebudayaan dari luar yang ditakutkan akan merusak nilai-nilai luhur kebudayaan sebelumnya sangat kuat dirasakan oleh masing-masing individu. Oleh karena itu, dari sini muncul sikap-sikap untuk menolak budaya-budaya dari luar oleh sebagian masyarakat pada suatu kelompok tertentu. Namun, perkembangan zaman melesat lebih cepat dari dugaan kelompok masyarakat lokal. Globalisasi menggerus kebudayaan masyarakat lokal dengan begitu pesat.

Perkembangan zaman juga memengaruhi cara atau pola hidup seseorang. Cara hidup inilah yang disebut dengan budaya dan diturunkan terus menerus serta dikembangkan oleh sekelompok masyarakat. Adanya globalisasi dalam perkembangan zaman sedikit demi sedikit mulai menyamarkan nilai-nilai budaya yang secara tradisional sudah ada di masyarakat. Apalagi dengan hadirnya teknologi informasi yang semakin canggih, membuat suatu budaya tidak terkesan pada hal yang tradisional lagi. Akan tetapi, bisa menyangkut hal-hal yang disukai atau dilakukan oleh orang banyak. Budaya ini disebut dengan budaya populer.

Budaya populer/*pop culture* dengan cepat memengaruhi anak-anak dan remaja. Penyebabnya sederhana, pemaksaan budaya-budaya lokal oleh orang tua terkadang menimbulkan rasa perlawanan di benak anak-anak maupun remaja. Oleh karena itu, datangnya budaya pop dengan bantuan teknologi mendorong budaya lokal untuk diabaikan oleh generasi remaja khususnya. Pada usia remaja, seorang individu berada pada tahap pencarian jati diri dan dengan bantuan teknologi yang mudah diakses hal ini mudah untuk dilakukan.

Penanaman stigma mengenai budaya pop yang “keren” bagi remaja menjadi

salah satu penyebab paling umum para remaja menggandrungi budaya pop. Meskipun demikian, budaya pop bagi sebagian masyarakat lokal tidak dianggap sebagai budaya melainkan distraksi dari luar kebudayaan. *Pop culture* yang datang bersamaan dengan pengaruh media massa yang meluas dilabelkan kepada budaya barat. Kebudayaan yang cenderung berseberangan dengan budaya Timur ini tentu mengintimidasi kelompok masyarakat lokal dengan nilai-nilai yang juga jauh berbeda. Norma masyarakat Barat yang dibawa oleh budaya pop dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai kelokalan masyarakat dalam hal ini budaya, sehingga sebagian masyarakat cenderung menolak hal tersebut.

Pada awal kemunculan budaya populer, hal ini menjadi sebuah fenomena di tengah masyarakat, muncul perdebatan mengenai setuju dan tidak setuju terkait budaya pop yang secara tidak resmi ditetapkan sebagai fenomena sosial. Akan tetapi, sebagai manusia modern, setelah hampir dua dekade budaya pop mulai diterima oleh masyarakat seiring dengan perkembangan zaman. Persoalan mengenai akulturasi budaya tidak lepas dari *local genius*. Akulturasi yang terjadi tumbuh dan berkembang menjadi budaya baru melalui proses penyaringan yang panjang oleh masyarakat menciptakan kebudayaan baru yang lebih mampu untuk beradaptasi tanpa mengurangi nilai-nilai luhur kebudayaan lama yang digunakan oleh generasi sebelumnya.

Setiadi (2015: 267) menyatakan bahwa budaya pop merupakan sebuah budaya yang memiliki peminat sangat banyak. Bahkan, sudah melampaui dari budaya yang didefinisikan secara tradisional, yang sudah ada cukup lama dalam masyarakat dan menjadi sebuah warisan. Walaupun Johnson, Chambers, Raghuram, dan Tincknell (2004: 149) menyatakan bahwa:

“An interesting example of this is the failure of digitalized commercial television in the UK in 2002, which foundered because of the lack of a cultural content that people would actually buy despite massive advertising and technical development. A huge financial deal between independent

(not BBC) television companies and the Football League (representing the non-premier football teams) collapsed because the programmes did not draw audiences. The history of commodified cultural production provides many more examples of failure than of spectacular successes, such as McDonalds, Coca-Cola or Nike. So, studies of consumption, pleasure, desire and popular culture are important, in part, because economic understandings are inadequate without them."

Berdasarkan pendapat Johnson, Chambers, Raghuram, dan Tincknell di atas, studi mengenai konsumsi, kesenangan, dan keinginan, dan budaya populer itu merupakan hal yang penting. Hal ini karena pemahaman ekonomi tidak memadai tanpa adanya sebuah studi mengenai hal tersebut.

Penekanan pada konsumsi dan keinginan menjadi kata kunci pada budaya pop di tengah masyarakat. Pada remaja terutama menjadi utama ketika keinginan mereka memenuhi hasratnya pada kebendaan atau hal lain yang berkaitan dengan budaya pop.

Ada beberapa karakteristik dari budaya populer. *Pertama*, memasuki pengalaman dan nilai kebanyakan anggota masyarakat dari suatu populasi. *Kedua*, tidak memerlukan pengetahuan khusus untuk memahami budaya populer. *Ketiga*, budaya itu dihasilkan karena mudahnya setiap orang untuk mengakses pada nilai-nilai budaya populer.

Secara sederhana budaya pop menjadi perangkat sederhana yang mudah untuk diterima remaja, sebaliknya dengan budaya tradisional yang kompleks di mata remaja zaman sekarang. Hal ini sempat menjadi polemik di tengah masyarakat karena pertentangan antara tradisi dan budaya pop. Meskipun demikian pertentangan ini tidak berlangsung berlarut-larut.

Dukut (2020, 141-143) juga menyatakan terkait karakteristik budaya populer. *Pertama*, suatu hal yang dianggap sebuah budaya populer dapat memunculkan suatu kepuasan atau kesenangan seseorang. Hal ini dapat dilakukan oleh produsen untuk mengetahui kegemaran konsumen-konsumennya. Misalnya, restoran cepat saji dengan menu-

menu serta fasilitas yang lengkap. *Kedua*, untuk mendapatkan sebuah produk budaya populer cukup mudah karena terdapat atau tersedia di manapun. Hal ini dilakukan produsen agar konsumen mendapatkan kepuasan dan meningkat. *Ketiga*, budaya populer mencerminkan kehidupan keseharian masyarakat. *Keempat*, budaya populer bersifat sementara. Misalnya, zaman dulu masyarakat menggunakan telepon dengan merek Nokia atau *Blackberry*, sekarang masyarakat sudah menggunakan android dan iphone. *Kelima*, budaya populer memiliki sifat yang praktis. Artinya, mudah dalam pemakaiannya. Sama halnya dengan contoh telepon tadi, dengan sistem android, segala fitur atau suatu hal yang ingin kita cari dapat lebih mudah daripada telepon merek zaman dahulu yang tidak lengkap dan terbatas.

Pernyataan mengenai karakteristik budaya pop membawa kita pada ideologi paling menarik, yaitu kapitalisme. Kapitalisme sebagai ideologi sejalan dengan budaya pop yang membawa masyarakat kepada hasrat kepemilikan pada hal-hal yang baru. Keadaan ini membuat masyarakat melupakan esensi-esensi kehidupan yang diajarkan oleh nilai-nilai luhur kebudayaan lama atau tradisi ketimuran yang dimiliki oleh masyarakat. Esensi mengenai kepemilikan bersama, gotong-royong, serta saling peduli antara anggota masyarakat mulai samar oleh hasrat kepemilikan yang dibawa oleh budaya pop. Namun, pada akhirnya berdamai dengan hal baru adalah pilihan yang harus diambil, melalui berbagai saringan yang sering disebut dengan *local genius*.

Karakteristik-karakteristik dari budaya populer juga terdapat dalam sebuah karya sastra. Sebagai sebuah media, sastra memiliki kemampuan persuasi yang kuat bagi pembaca sehingga sastra merupakan salah satu media paling banyak dipilih oleh sebagian besar propagandais. Akan tetapi, budaya pop membuat karya sastra beadaptasi pada zaman dalam kemasan yang lebih bersahabat bagi para remaja, yaitu film.

Film merupakan bagian dari karya sastra. Film merupakan hasil dari transformasi sebuah karya sastra yang

berupa karangan fiksi, kemudian dapat dikreasikan ke dalam bentuk film sehingga pembaca karangan tersebut dapat melihat jalan cerita secara nyata. Hal ini berdasarkan pendapat Lefaan, dkk (2020: 161) yang menyatakan bahwa sastra dan film memiliki kedekatan. Kedekatan ini membuat mereka menjadi satu bagian. Bisa dikatakan bahwa sastra bagian dari film dan juga sebaliknya.

Saat ini, sudah banyak film-film yang diproduksi berdasarkan hasil adaptasi dari sebuah novel. Sama halnya dengan film *Senior*, film ini berdasarkan hasil adaptasi dari novel *best seller* yang berjudul *Senior* karya Eko Ivano Winata. Kintoko (2015) menyatakan bahwa novel ini sudah dibaca lebih dari 20 juta kali di situs *Wattpad*, platform sosial bercerita paling populer di dunia. Kebanyakan penggemarnya merupakan kalangan remaja. Novel ini kemudian ditulis kembali dalam bentuk skenario film oleh Bagus Bramanti dan Eko Ivano Winata.

Film sebagai karya sastra seperti yang dikatakan oleh Lia (2014) bahwa penciptaan sebuah karya sastra menjadi sebuah sarana untuk menampilkan nilai yang ada dalam kehidupan. Oleh karena itu, sebuah karya sastra bisa menjadi perwujudan dalam menyampaikan nilai budaya.

Tidak berbeda dengan budaya pop, untuk memasukkan nilai-nilai tertentu pada remaja perlu menggunakan media yang paling mudah untuk dicerna oleh remaja. Media itu ialah film, jelmaan baru dari karya sastra dalam bentuk adaptasi yang lebih modern, lebih mudah untuk dicerna oleh para remaja. Remaja sekarang ditandai dengan karakter malas membaca akan tetapi cepat menangkap ilustrasi dalam bentuk gambar, para remaja zaman sekarang lebih mudah untuk meresapi audio dibandingkan bacaan-bacaan berat. Maka tidak heran ketika puisi-puisi singkat Sapardi lebih diterima para remaja dibandingkan Taufik Ismail, atau Rendra.

Film *Senior* ini sebagai bagian dari karya sastra juga memiliki nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, seperti nilai pendidikan yang tercermin dari anak-anak remaja yang bersekolah. Nilai sosial

yang tercermin dari hubungan antar tokoh yang saling membantu sama lain di saat mengalami kesulitan, seperti yang dilakukan oleh keluarga Aluna terhadap keluarganya Nakula. Selain itu, juga terlihat ketika sahabat-sahabat Aluna yang mendatangi Aluna ke UKS saat Aluna kelelahan karena hukuman yang diberikan oleh senior. Nilai moral yang tercermin dari film *Senior* terlihat saat penyelesaian masalah antar tokoh saling bermaafan dan menjabat tangan. Kemudian, nilai budaya tentunya juga ada di dalamnya. Seperti saat kegiatan penyambutan peserta didik baru yang dilakukan saat tahun ajaran baru dan adanya hukuman ketika seorang melakukan kesalahan. Ini merupakan sebuah kebiasaan yang dilakukan oleh siswa dan mahasiswa untuk mengajarkan kedisiplinan.

Adanya nilai-nilai kehidupan dalam sebuah film terutama pada film *Senior*, membuat penonton dapat mengambil sisi positif dari tontonannya. Apalagi jika sebuah film atau cerita memang benar-benar mencerminkan kehidupan sehari-hari. Film-film yang diproduksi tentu di dalamnya terdapat cerminan kehidupan sehari-hari. Hal ini menyangkut pada budaya atau kebiasaan masyarakat sehingga penonton dapat masuk ke dalam alur cerita dan lebih bisa merasakan secara nyata dalam kehidupan.

Berdasarkan observasi awal peneliti, nilai budaya yang menyangkut budaya populer juga terdapat dalam film *Senior* ini. Segala sesuatu yang diminati atau disukai banyak orang pada saat ini disebut dengan budaya populer. Salah satunya terlihat dari satu tokoh yang sedang nongkrong di kafe untuk menggunakan WiFi. Artinya, ada bentuk budaya populer yang terepresentasi dalam film tersebut.

Winarni, R.W. (2010) menyatakan bahwa Hall menjelaskan pengertian representasi yang berarti dalam menyatakan sesuatu yang bermakna digunakan sebuah bahasa. Dalam proses ini, diproduksinya bahasa dan ditukar antara simbol yang ada. Dalam sebuah representasi, ketika mewakili atau

mempresentasikan, terdapat penggunaan bahasa dalam tanda dan *image*.

Representasi budaya populer adalah penggunaan bahasa (tanda-tanda verbal maupun nonverbal) yang bertujuan memproduksi makna yang digunakan oleh anggota sebuah budaya. Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa representasi budaya populer dalam film adalah realitas budaya yang banyak disukai orang dan dibangun dalam sebuah karya film. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai bentuk budaya populer yang terepresentasi dalam film *Senior* ini.

Terdapat penelitian serupa yang pernah meneliti representasi maupun mengenai budaya populer. Penelitian representasi pernah dilakukan oleh Sarman (2016), Rahim (2019), dan Nurjannah dan Yurdayanti (2019), sedangkan penelitian mengenai budaya pernah dilakukan oleh Febrianti (2018). Untuk penelitian mengenai representasi budaya populer dilakukan oleh Saputra (2014) dan Rahardjo (2016).

Walaupun terdapat penelitian serupa, penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian terdahulu. *Pertama*, pada penelitian Sarman (2016), Rahim (2019), dan Nurjannah dan Yurdayanti (2019) meneliti representasi sebuah kasus atau keadaan lain, seperti kearifan lokal dan ideologi, sedangkan pada penelitian ini representasi budaya populer. Pada penelitian-penelitian tersebut objek yang diteliti juga berbeda, meski sama-sama karya sastra, tetapi, penelitian tersebut meneliti representasi dalam cerita rakyat sedangkan pada penelitian ini dalam sebuah film. *Kedua*, penelitian Febrianti (2018) meneliti budaya dari segi budaya yang diwariskan dan masih diterapkan oleh masyarakat sampai saat ini, sedangkan pada penelitian ini, budaya yang diteliti merupakan budaya populer dan sedang populer saat ini. *Ketiga*, pada penelitian Saputra (2014) meneliti representasi budaya populer pada sebuah novel, sedangkan pada penelitian ini menggunakan film. *Keempat*, penelitian Rahardjo (2016) meneliti budaya populer dari segi semiotika dengan

mendeskripsikan lambang-lambang serta menambahkan maskulinitas sedangkan pada penelitian ini dari segi bentuk-bentuk budaya populer tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hal ini karena data disajikan dalam bentuk kata-kata dan kalimat yang diuraikan.

Sumber data penelitian ini yaitu film *Senior* karya Bagus Bramanti dan Eko Ivano Winata. Film *Senior* karya Bagus Bramanti dan Eko Ivano Winata ini berdurasi selama 1 jam 32 menit.

Data dalam penelitian ini berupa kata-kata dan kalimat. Kata-kata dan kalimat ini merupakan hasil identifikasi dari percakapan dan setting sebagai budaya populer yang terlihat dan terdengar dalam film.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan teknik dokumentasi dan simak dan catat. Teknik dokumentasi merupakan teknik yang dilakukan dengan cara menganalisis dokumen yang diarsipkan oleh seseorang. Dalam penelitian ini, film didapatkan dari situs menonton film secara gratis yang disediakan oleh situs *terbit21.com*. Setelah itu, peneliti menggunakan teknik simak dan catat. Dalam teknik ini, peneliti menyimak film dan mulai memahami budaya populer yang terepresentasi dalam film tersebut kemudian mencatat nilai budaya populer yang terdapat di dalamnya.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan aktivitas yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2010: 337). Aktivitas tersebut yaitu data *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ verification*. Pada tahap reduksi data peneliti mengidentifikasi film dengan cara menonton/menyimaknya, kemudian merangkum percakapan dan setting yang mengandung nilai budaya populer dengan membuat catatan. Pada tahap *data display* atau penyajian data, peneliti mendeskripsikan data-data yang sudah direduksi dalam bentuk deskripsi atau uraian naratif. Pada tahap ini, peneliti mendeskripsikannya pada bagian hasil penelitian dan pembahasan. Terakhir, yaitu tahap *conclusion drawing/ verification* atau

verifikasi ini, peneliti menarik kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Film *Senior* mengisahkan kehidupan seorang anak remaja yang bernama Nakula. Tokoh Nakula diperankan oleh Jerome Kurnia. Dalam hidupnya, Nakula pernah mengalami suatu kejadian yang begitu kelam dan melekat dalam pikirannya. Peristiwa ini selalu menghantuinya.

Nakula merupakan anak yang pandai di sekolah. Akan tetapi, Nakula memiliki sikap yang cuek dan dingin pada setiap orang. Dia juga merasa bahwa ucapannya selalu benar sehingga orang lain yang mendengarnya harus menuruti ucapannya tersebut. Apalagi di sekolah, dia menjadi ketua OSIS, dan pada kegiatan MOS (Masa Orientasi Sekolah) pada tahun ajaran baru, dia menjadi ketuanya.

Saat hari pertama MOS dimulai, ada siswi baru yang bernama Aluna (Rebecca Klopper), gadis cantik yang ceria tetapi keras kepala. Dia tidak mau mendengarkan perkataan Nakula.

Konflik-konflik mulai muncul setelah pertemuan Nakula dan Aluna. Dimulai dari tindakan Nakula yang membuat Aluna membangkang saat kegiatan MOS, hingga pertemanan Ibu Nakula dan Ibunya Aluna yang membuat Aluna kaget sampai pada tinggalnya Nakula di rumah Aluna karena diminta untuk menjaga Aluna dan Kakeknya, hingga perkelahian dalam persahabatan Aluna dan sahabatnya yang tidak menyukai Nakula.

Sifat Aluna mengingatkan Nakula pada adik kembarnya, Sadewa, yang sudah lama tidak bertemu. Hubungannya dengan Aluna membuat Nakula sadar dan ingin memperbaiki masa lalunya yang kelam. Oleh karena itu, Nakula mengajak Aluna dan memutuskan pergi ke Sevilla, Spanyol negara asal ayah Nakula sekaligus menyusul Ibu Nakula dan Ibu Aluna yang sudah ada di sana.

Ketika sampai di sana, Nakula bertemu lagi dengan saudaranya yaitu Sadewa dan ayahnya yang sedang terbaring sakit. Semenjak kejadian demi kejadian yang mereka lalui, Nakula dan Aluna saling jatuh

cinta. Akan tetapi, mereka dihadapkan pada pilihan yang sulit, yang menyangkut orang-orang yang mereka cintai. Nakula dan Aluna memutuskan untuk menjalani hubungan jarak jauh dikarenakan Nakula ingin tinggal di Spanyol untuk menjaga ayah kandungnya. Keputusan Nakula yang ingin tinggal tersebut diterima oleh Aluna.

Banyaknya konflik dan alur cerita yang mencerminkan kehidupan zaman sekarang ini, membuat adanya bentuk budaya populer yang terepresentasi dalam film *Senior*. Berikut ini hasil penelitian dari budaya populer yang terepresentasi dalam film *Senior*.

3.1.1 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media yang digunakan secara daring untuk bersosialisasi dengan orang lain di seluruh dunia. Jenis-jenis aplikasi media sosial yang sekarang ini banyak digunakan yaitu *instagram*, *snapchat*, *whatsapp*, *facebook*, *youtube*, dan *tik tok*. Adanya media sosial, seseorang dapat saling berinteraksi satu sama lain. Untuk dapat mengaksesnya cukup dengan jaringan internet dan data seluler.

Dalam film *Senior*, penggunaan media sosial yaitu *instagram* terepresentasikan melalui tokoh-tokoh di dalamnya yang menggunakannya sebagai sarana mencurahkan isi hati. Penggunaan *instagram* ini sudah tampak dari awal film, terlihat dari tokoh utama yaitu Aluna, kemudian disusul oleh teman-temannya. Tokoh Aluna membuat sebuah status di *instagram* untuk membagikan kegiatan yang sedang dia lakukan menggunakan fitur *snapgram*.

Selain itu, penggunaan *youtube* juga terlihat oleh tokoh Natasha yang sedang membuat konten menari dari luar mobil yang sedang berjalan. Kegiatan yang dilakukan tokoh Natasha ini merupakan sebuah konten. Konten ini pun juga berdasarkan perkembangan budaya yang sedang populer. Setiap waktu, ada saja konten-konten terbaru yang sedang viral sehingga orang lain berlomba-lomba untuk membuat konten serupa. Ini merupakan sebuah budaya populer atau budaya pop yang sekarang sedang banyak dilakukan oleh anak-anak remaja.

3.1.2 iPhone

iPhone merupakan sebuah gawai yang memiliki kecanggihan teknologi dan memiliki fungsi yang lebih praktis. *iPhone* memiliki fitur yang lebih canggih daripada gawai dengan sistem android. *iPhone* merupakan sebuah budaya populer yang saat ini memiliki popularitas dan minat yang tinggi. Terlebih dengan adanya peluncuran produk-produk *iPhone* terbaru, seperti *iPhone 11*. Dengan kecanggihan yang ada, dalam beberapa kurun waktu tertentu, masyarakat selalu berganti produk *iPhone* sesuai dengan perkembangannya. Yang awalnya masyarakat antusias dengan merek *blackberry*, kini sudah meninggalkan dan beralih ke android atau *iPhone*. Setiap orang tidak ketinggalan dengan tren ini, selain pengguna, bahkan menurut Wood dalam wawancaranya yang dikatakan oleh Putri (2020) bahwa banyak vendor ponsel yang meniru langkah *apple* dalam perkembangan desain dan fitur.

3.1.3 Makanan Cepat Saji

Makanan cepat saji merupakan sebuah makanan yang tidak membutuhkan waktu lama dalam menghadirkan atau menyajikannya pada konsumen. Makanan cepat saji juga memiliki penampilan yang cukup menarik, apalagi saat ini, setiap orang akan mengabadikan gambar makanan yang mereka makan.

Budaya populer makanan cepat saji, terepresentasikan dalam film *Senior* melalui tindakan yang dilakukan oleh tokoh Nakula. Di film ini, dia terlihat makan ke sebuah restoran. Tidak butuh waktu lama untuk menunggu makanan disajikan, terlihat tokoh Nakula memakan makanan sebuah *steak* daging. *Steak* daging sendiri juga merupakan sebuah menu makanan *western* yang sudah terkenal di Indonesia. Makanan ini disajikan bersama *mashed potato* dan juga sayuran seperti asparagus, wortel, kacang polong, atau bahkan kentang goreng. Ini merupakan sebuah budaya *western* yang masuk ke Indonesia. Meninggalkan ciri masyarakat Indonesia yang ketika makan dengan nasi.

3.1.4 Kafe dan WiFi

Kafe dan WiFi merupakan sebuah perpaduan yang tidak dapat dipisahkan. Perkembangan teknologi dan informasi saat ini, juga membuat adanya perkembangan jaringan internet yang tidak hanya melalui telepon seluler saja, atau bahkan melalui modem yang pernah populer saat beberapa tahun yang lalu. Akan tetapi, penggunaan modem sudah tidak atau jarang ditemui. Jika dilihat dari segi praktis, penggunaan modem cukup tidak efektif. Seseorang harus menghubungkannya dengan lubang USB di laptop. Lalu bagaimana jika lubang USB tersebut penuh dengan kabel data atau *flashdisk*? Inilah yang menjadi solusi hadirnya sebuah media dengan jaringan seluler yang memiliki kecepatan yang begitu cepat, dapat diakses oleh semua orang, dan tinggal menghubungkannya saja melalui fitur yang ada di laptop atau komputer. Media ini disebut dengan WiFi (*Wireless Fidelity*).

Zaman sekarang ini, kalangan anak muda dapat memanfaatkan WiFi untuk bermain *game* atau mengerjakan tugas bersama teman-teman di sebuah kafe. Tidak asing lagi jika ketika seseorang menanyakan mengenai adanya jaringan WiFi di kafe yang mereka datang. Seseorang tidak perlu membayar untuk akses WiFi yang diberikan, tapi hanya perlu memesan makanan atau minuman. Biaya jaringan WiFi tersebut sudah termasuk dalam pembayaran makanan tersebut atau dalam pajak yang dikenakan. Oleh karena itu, tidak heran jika kafe-kafe yang ada di kota sekarang ini dipenuhi oleh kalangan muda mudi. Tidak jauh terlihat bahwa mereka sedang asyik memainkan gawainya dengan jaringan WiFi tersebut.

3.1.5 Busana

Busana merupakan pakaian atau baju yang dikenakan tubuh. Busana tidak hanya memiliki fungsi sebagai pelindung atau penutup tubuh, tetapi juga bisa dijadikan sebagai *fashion/style* atau gaya. Setiap zaman memiliki tren busananya masing-masing. Dengan kecanggihan teknologi sekarang ini, busana dapat terbuat dari

berbagai jenis bahan dan motif. Busana di setiap daerah juga bisa merupakan hasil adaptasi dari daerah-daerah lain, bahkan luar negeri. Oleh karena itu, busana bisa disebut dengan budaya populer.

Dalam film *Senior*, representasi busana sebagai budaya populer terlihat dari seragam sekolah yang dikenakan tokoh-tokoh cerita. Desain busana terlihat seperti pakaian sekolah di Jepang atau Korea. Perpaduan baju seragam putih dengan dasi pita bermotif yang sama dengan rok. Seragam tersebut dilapisi sweater, kemudian dilengkapi dengan rok pendek bermotif kotak-kotak untuk perempuan.

3.1.6 Bahasa Asing

Bahasa merupakan sebuah alat yang digunakan untuk berkomunikasi. Di Indonesia, selain bahasa Indonesia yang menjadi bahasa nasional yang dapat digunakan, setiap daerah juga memiliki bahasa daerah masing-masing. Akan tetapi, zaman sekarang ini tidak hanya menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa daerah saja. Setiap orang bisa memadukannya dengan bahasa asing. Inilah yang bisa disebut dengan alih kode dan campur kode.

Budaya populer yang berupa bahasa asing terepresentasi dalam film *Senior* melalui interaksi antar tokoh. Misalnya, saat sahabat Aluna yaitu Natasha mengatakan "*remember ya Luna!*". Beberapa istilah bahasa Inggris juga dijadikan jargon dalam perkumpulan sahabat-sahabat Aluna. Jargon tersebut yaitu "*bestfriends Stay Together*" yang artinya *teman terbaik tinggal bersama-sama* dan "*togetherness*" yang artinya *kebersamaan*. Selain penggunaan bahasa Inggris, dalam film ini juga menggunakan bahasa Spanyol yang diucapkan oleh tokoh Nakula, misalnya "*te amo*" yang artinya *aku cinta kamu* dan "*gracias senorita*" yang artinya *terima kasih Nyonya*.

Selain dalam percakapan, penggunaan bahasa asing juga digunakan pada nama seseorang. Dalam film ini, nama seorang tokoh yaitu Hans merupakan nama yang jarang dipakai oleh masyarakat Indonesia. Nama ini terkesan asing dan banyak digunakan oleh orang luar.

3.1.7 Bahasa Gaul

Bahasa gaul merupakan ragam bahasa percakapan yang digunakan sehari-hari dalam situasi yang santai dan forum tidak resmi. Bahasa gaul dianggap lebih akrab dan tidak terlalu serius jika digunakan. Bahasa gaul banyak digunakan oleh orang-orang yang tinggal di Ibukota. Kata-kata atau istilah dalam Bahasa gaul selalu muncul seiring dengan perkembangan zaman.

Penggunaan bahasa gaul yang ditemukan dalam film *Senior*, seperti "*modus*" dan "*pede*". Mereka mencampurkan bahasa gaul dan bahasa Indonesia untuk dituturkan.

Bahasa gaul ini juga tercerminkan dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan, di setiap daerah juga bisa menggunakannya. Apalagi jika terepresentasikan dalam film yang dapat ditonton oleh seluruh penjuru dunia, sehingga setiap orang bisa menirukannya.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, budaya populer yang terdapat dalam film *Senior*. Bentuk budaya populer ini terlihat dari penggunaan bahasa dan gaya hidup setiap tokoh.

Bagi seseorang yang tinggal di ibukota, bukan hal yang jarang lagi untuk menggunakan bahasa gaul atau bahasa yang dipadukan dengan bahasa asing. Dalam penelitian Saputra (2014) temuan bentuk budaya populer yang berupa bahasa asing juga ditemukan. Bahasa asing ini terlihat dari cara pengarang menamai tokoh-tokoh di dalamnya.

Pemberian nama untuk seseorang merupakan sebuah budaya. Nama inilah yang akan menjadi identitas bagi seseorang untuk dapat dikenali.

Nama-nama tokoh yang menggunakan bahasa asing sekarang ini sudah cukup populer. Seseorang bisa menggunakan Bahasa asing atau bisa juga memadukannya dengan Bahasa Indonesia. Rini, Zees, dan Pandiya (2018: 152) menyatakan bahwa dalam penelitiannya ketika dia meneliti penduduk Kota Semarang, dari responden yang diteliti, mereka lebih tertarik untuk memberi nama dari perpaduan bahasa Indonesia dan

bahasa asing. Sama halnya dalam penelitian ini, terdapat nama tokoh yang menggunakan bahasa asing, yaitu Hans.

Selain itu, dalam penggunaan bahasa asing juga digunakan dalam percakapan antar tokoh. Bahasa asing yang digunakan ialah bahasa Inggris dan Spanyol.

Dalam keseluruhan alur cerita, para tokoh juga menggunakan bahasa gaul. Hal ini terlihat dari latar film ini yang berlokasi di ibukota dan bukan saat situasi yang resmi sehingga kebanyakan menggunakan percampuran bahasa gaul dan bahasa Indonesia.

Kaisar: "Kamu gapapa kan?" (sambil menempelkan tangannya ke dahi Aluna)

Hanz: "Eee modus eh!"

Kaisar: "Siapa yang modus sih!"

Pada zaman sekarang ini, penggunaan bahasa gaul sudah melekat di kalangan remaja. Oktaviani (2014:2) menyatakan bahwa sekelompok orang mempunyai budayanya sendiri. Sekelompok orang dalam masyarakat tidak hanya dilihat dari segi geografis. Sekelompok masyarakat dapat dilihat juga dari segi umur. Misalnya kalangan remaja. Kalangan remaja ini berada di situasi perkembangan psikologis yang sedang bergejolak dengan adanya pertentangan sebuah nilai sehingga mereka dapat membuat budayanya sendiri berdasarkan kepercayaan terhadap salah satu nilai dan norma. Inilah yang disebut budaya populer.

Budaya populer ini kemudian memengaruhi segala aspek kehidupan mereka, termasuk juga gaya berbahasa yang mereka gunakan. Akibatnya, bahasa Indonesia yang baik dan benar sedikit demi sedikit mulai bergeser. Bahkan, bahasa Indonesia yang baik dan benar dipengaruhi oleh bahasa gaul tersebut. Contohnya kata "*modus*" yang diungkapkan tokoh Hanz di atas. Dari kata "*modus*" yang digunakan dalam istilah statistik untuk menggambarkan sebuah angka atau nilai yang paling banyak muncul berubah menjadi bermakna modal dusta. Kata ini digunakan untuk menyebut lawan jenis yang biasanya merayu lawan jenisnya.

Selain kata "*modus*", kata "*PD*" atau "*pede*" juga digunakan oleh tokoh dalam

film ini. Kata "*pede*" merupakan akronim dari percaya diri. Terlihat pada percakapan di bawah ini.

Aluna: "Ya... ganteng sih."

Penjaga toko: "Wah, baru Kamu lo yang bilang aku ganteng."

Aluna: "Ih, pede banget"

Contoh bahasa gaul yang ditemukan di atas, dapat memengaruhi bahasa Indonesia yang baik dan benar. Jika kalangan remaja terbiasa menggunakan kata-kata gaul, dia akan terbiasa sehingga bahasa Indonesia yang baik dan benar akan terancam.

Selain itu, bentuk budaya populer yang ditemukan juga terlihat dari gaya hidup tokoh-tokoh di dalamnya. Tokoh-tokoh dalam film *Senior* mempunyai latar belakang ekonomi yang cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari alur cerita yang tidak menunjukkan kesulitan ekonomi yang dialami tokoh-tokoh di dalamnya. Tempat tinggal setiap tokoh juga terlihat cukup mewah dan besar. Oleh karena itu, gaya hidup tokoh-tokohnya juga tinggi.

Gaya hidup yang tinggi terlihat dari tempat bersekolah tokoh, dari busana yang dikenakan, sekolah tersebut merupakan sebuah sekolah swasta. Busana yang mirip dengan pakaian remaja yang bersekolah di Jepang atau Korea digunakan oleh tokoh ketika bersekolah di sekolah tersebut. Hal ini karena jika sekolah negeri, lazimnya menggunakan seragam sesuai dengan ketentuan negara. Untuk sekolah menengah pertama menggunakan busana berwarna putih dengan bawahan berwarna biru, sedangkan sekolah menengah atas menggunakan busana berwarna putih dengan bawahan berwarna abu-abu.

Budaya populer yang lain jika dilihat dari gaya hidup, juga terlihat secara langsung saat tokoh menggunakan telepon genggam dengan merek *iPhone* dan media sosial untuk membagikan cerita kesehariannya. Hal ini terlihat secara langsung dan ucapan tokoh Aluna berikut ini.

"Ini hari pertama aku masuk SMA, aku pikir hari pertama itu asik! (sambil mengambil gambar dan memberikan tulisan MOS *day 1*

pada gambar tersebut dan mengunggahnya ke instagram)”

Berdasarkan perkataan dan perlakuan Aluna di atas, terlihat bahwa Aluna menggunakan telepon genggam bermerek *iPhone*. Wardani (2017) menyatakan bahwa pernah dilakukan survei oleh *Ebate* yang bertujuan untuk mengetahui perangkat yang disukai pengguna dan diikuti oleh 1.034 orang dewasa dan 507 remaja sebagai responden. Hasil riset *Ebate*, penyedia layanan *cashback* di California, AS, menyebutkan remaja ternyata lebih memilih *iPhone* dan orang dewasa cenderung memilih Samsung, dalam hal ini Galaxy S8. Itu artinya, *iPhone* dapat dikatakan sebuah budaya populer di kalangan remaja karena merupakan suatu hal yang disukai di kalangannya.

Selain itu, mereka juga makan makanan cepat saji di sebuah restoran. Budaya makanan cepat saji juga ditemukan dalam penelitian Saputra (2014). Makanan cepat saji tersebut merupakan makanan yang biasanya ada di daerah perkotaan, seperti piza, burger, steak, kentang goreng, dan lain-lain.

Selain memakan makanan cepat saji, mereka juga nongkrong di sebuah kafe. Istiqomah (2020: 48) menyatakan bahwa budaya nongkrong dan ngopi yang awalnya dipelopori oleh brand Seven Eleven dan Starbucks, kini sudah menjamur warung-warung kopi yang menawarkan kenikmatan nongkrong. Apalagi sekarang, setiap kafe tidak hanya bersaing dalam hal makanan dan minuman, tetapi juga dalam estetika desain tempatnya dan adanya fasilitas *free* WiFi. Masyarakat tidak hanya menggunakan akses WiFi, tetapi juga bisa menikmati makanan dan minuman yang telah dipesan. Budaya populer ini terlihat secara visual seorang tokoh Zifal yang sedang memainkan teleponnya dan tidak lama didatangi oleh pelayan. Pelayan tersebut mengatakan hal berikut ini.

“Hei Kamu! Sudah tiga jam cuman pesan air putih sama nacos doang! Kamu cuman nyari WiFi gratis aja ya!”

Untuk seorang remaja seperti Zifal, membuktikan bahwa nongkrong di kafe agar bisa memanfaatkan WiFi merupakan hal yang biasa. Tidak heran jika setiap kafe dipenuhi oleh remaja-remaja yang sedang mengerjakan tugas dengan laptopnya dan bermain *game* melalui gawainya dengan memanfaatkan jaringan WiFi. Hal ini merupakan suatu kebiasaan yang sedang populer saat ini.

Johnson, Chambers, Raghuram, dan Tincknell (2004: 149) menyatakan sebagai berikut.

“In Marx’s analysis, consumption involves both ‘exchange value’ and ‘use value’. The former concerns the abstract nature and exchangeability of commodities and money, the latter the concrete uses that commodities come to have for groups of people. Some theorists argue that use value vanishes in ‘late capitalism’, but we argue for retaining this idea as the relay between cultural and economic analysis. It is in consumption (as well as production) that capitalist dynamics and popular ways of living intersect (see also D. Miller, 1987). Here, as elsewhere, the popular and its cultivation always gendered, ethnicized and class aligned are decisive.”

Berdasarkan pendapat Johnson, Chambers, Raghuram, dan Tincknell (2004: 149) di atas, konsumsi yang melibatkan nilai tukar dan nilai guna serta sesuatu yang populer dan budidayanya selalu ditentukan berdasarkan gender, etnis, dan kelas. Oleh karena itu, jika dihubungkan dengan hasil penelitian ini, bentuk budaya populer yang ditemukan seperti media sosial memiliki nilai guna yang praktis jika digunakan dalam berkomunikasi.

Penggunaan *iPhone* pun juga memiliki nilai tukar yang baik dengan harga yang relatif tetap dibandingkan dengan telepon genggam merek lain. Untuk makanan cepat saji pun, juga memiliki nilai guna yang praktis sehingga tidak membutuhkan waktu lama untuk menunggu disajikan. Selain itu, bentuk budaya populer yang ditemukan juga terlihat dari kelas sosial ekonomi masyarakat yang tinggi. Inilah yang membuat bentuk-bentuk budaya populer tersebut menjadi suatu hal yang populer sekarang ini.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa budaya populer merupakan budaya yang hadir akibat perkembangan teknologi dan informasi. Perkembangan yang pesat dari sektor teknologi dan informasi membawa pengaruh yang di rasa kurang baik oleh sebagian kelompok masyarakat akan tetapi di saat yang bersamaan dipandang positif oleh sebagian masyarakat lain. Hal ini tentu merupakan hal yang lumrah pada setiap fenomena.

Hadirnya budaya populer dapat menjadi bukti nyata bahwa tahun demi tahun, segala hal mengalami perkembangan. Orang-orang sudah meninggalkan sesuatu yang dianggap kurang memiliki nilai dan akan memilih sesuatu yang memiliki nilai lebih.

Budaya populer ini dapat terepresentasi melalui karya sastra. Jadi, karya sastra tidak selalu menyangkut budaya kedaerahan tetapi juga menyangkut hal-hal modern. Hal ini karena perkembangan zaman yang diikuti oleh canggihnya teknologi dan informasi. Bentuk budaya populer yang terepresentasi dalam film *Senior* yaitu media sosial, *iphone*, bahasa asing, bahasa gaul, makanan cepat saji, busana, kafe dan WiFi. Bentuk budaya populer ini dipengaruhi oleh gender, kelas, dan etnis, serta terbentuk oleh adanya perkembangan psikologis sekelompok masyarakat yang ingin menciptakan sesuatu dan menentang nilai-nilai yang ada.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian, hal yang dapat disarankan yaitu agar melanjutkan penelitian ini dengan sumber data yang berbeda, bisa melalui film lain atau jenis karya sastra yang lainnya sehingga dapat menemukan jenis budaya populer lain yang terepresentasikan. Selain itu, dapat diteliti budaya populernya dari aspek lain misalnya semiotika. Untuk kalangan remaja atau seseorang yang membaca tulisan ini disarankan agar selalu melestarikan bentuk budaya apa saja yang menjamur di masyarakat, baik budaya yang didefinisikan secara tradisional ataupun budaya populer. Hal ini agar identitas nasional bangsa tetap bertahan dan budaya yang populer juga dapat

difilter untuk mengetahui mana yang baik dan kurang baik serta agar tidak ketinggalan oleh perkembangan zaman yang begitu pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dukut, E. M. (2020). *Dampak Jalan Tol terhadap Pulau Jawa*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Febrianti, B. K. (2018). Nilai-nilai Budaya dalam Cerita Rakyat Kalimantan Barat Burung Arue dan Burung Talokot. *Jurnal Sirok Bastra*, 6(2), 171--184.
- Istiqomah, A., & Widiyanto, D. (2020). Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban. *JURNAL KALACAKRA: Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 1(1), 18--24.
- Johnson, R., Chambers, D., Raghuram, P., dan Tincknell E. (2004). *The Practice of Cultural Studies*. London: SAGE Publications.
- Kintoko, I. W. (2019). "Banyak Dibaca di Wattpad, Cerita Novel Senior Diangkat Sutradara Indra Gunawan ke Layar Lebar," dalam <https://wartakota.tribunnews.com/2019/11/12/banyak-dibaca-di-wattpad-cerita-novel-senior-diangkat-sutradara-indra-gunawan-ke-layar-lebar?page=2>, diakses 16 Desember 2020 pukul 20.00 WITA.
- Lefaan, A. V. S., dkk. (2020). *Sastra Parwisata*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Lia, T. (2014). Sosial Budaya dalam Cerpen "Sri Sumairah" Karya Umar Kayam. *Jurnal Sirok Bastra*, 2(2), 141--147.
- Nurjannah dan Yurdayanti. (2019). Representasi Kearifan Lokal Masyarakat Bangka dalam Cerita Rakyat Bandar Akek Antak. *Jurnal Sirok Bastra*, 7(2), 167--179.

- Oktaviani, F. (2014). Hubungan antara Penggunaan Bahasa Gaul dengan Keterbukaan Komunikasi di Kalangan Siswa. *J-IKA*, 1(1), 57--65.
- Putri, V. M. (2020). "Iphone 12 Mini Bisa Bunuh Tresn Ponsel Ukuran Jumbo," dalam <https://inet.detik.com/consumer/d-5215203/iphone-12-mini-bisa-bunuh-tren-ponsel-ukuran-jumbo>, diakses 18 Desember 2020 Pukul 20.00 WITA
- Rahardjo, D.D.F. (2016). Representasi Budaya Populer dalam Film "Slank Nggak Ada Matinya" karya Fajar Bustomi. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 4(3).
- Rahim, Y. M. (2019). Representasi Ideologi Pesantren dalam Cerita Kang Maksum Karya A. Mustofa Bisri. *Jurnal Sirok Bastra*, 7(2), 119--128.
- Rini, N., Zees, S. R., & Pandiya, P. (2018). Pemberian Nama Anak Dalam Sudut Pandang Bahasa. *Epigram*, 15(2).
- Saputra, R. (2013). Representasi Budaya Populer Dalam Novel Anak B-Jell Cheers Karya Thalia Salsabilla (Tinjauan Sosiologi Sastra). *Bahtera Sastra: Antologi Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(3).
- Sarman. (2016). Representasi Kearifan Lokal Masyarakat Belitung dalam Cerita Keramat Pnang Gading. *Jurnal Sirok Bastra*, 4(2), 153--160.
- Setiadi, N.J. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Wardani, A. S. (2017). "Survei: Remaja Suka Iphone, Orang Dewasa Pilih Samsung," dalam <https://www.liputan6.com/tekno/read/3170375/survei-remaja-suka-iphone-> [orang-dewasa-pilih-samsung](https://www.liputan6.com/tekno/read/3170375/survei-remaja-suka-iphone-orang-dewasa-pilih-samsung), diakses 18 Desember 2020 Pukul 20.00 WITA
- Winarni, R. W. (2015). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan. *Deiksis*, 2(02), 134--152.