

# **Pembentukan Konsep Diri Remaja Penonton Film *Dilan 1990* di Yogyakarta**

**Rebekka Rismayanti**

Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jl. Babarsari 6 Yogyakarta 55281  
E-mail: rebekka.rismayanti@uajy.ac.id

**Abstract:** *This study describes how Dilan 1990 shapes the self concept of teenagers in Yogyakarta. Data from FGD with ten high school students in Yogyakarta shows that teenagers try to compare the story from the movie to their life. Dilan's life is becoming an ideal self as a teenager. It is concluded that movie is not only entertaining but also conveys persuasive messages to shape the standard and value to its audiences. The teenagers believe both their real-self and ought-self should be able to change, based on the criteria created by the characters in Dilan 1990.*

**Keywords:** *audience, movie, self concept, teenager*

**Abstrak:** *Tulisan ini mendeskripsikan peran film Dilan 1990 pada pembentukan konsep diri remaja di Yogyakarta. Data dikumpulkan melalui FGD bersama sepuluh siswa SMA di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja berupaya membandingkan kehidupan nyata mereka dengan kehidupan tokoh utama film. Penonton remaja menganggap diri mereka tidak lebih baik daripada kehidupan Dilan yang menjadi panutan ideal mereka. Film tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga memersuasi penonton dengan membentuk standar dan nilai bagi penonton. Penonton remaja percaya bahwa diri mereka yang sebenarnya (real-self) dan diri mereka yang seharusnya (ought-self) dapat berubah, berdasarkan kriteria yang dibuat oleh film.*

**Keywords:** *film, konsep diri, penonton, remaja*

Film merupakan sarana hiburan yang diminati berbagai lapisan masyarakat. Penonton lokal tidak hanya meminati film asing, namun juga film dalam negeri. Hal ini disebabkan oleh jumlah film Indonesia yang mulai merajai layar bioskop, serta munculnya film-film yang dapat diperhitungkan kualitasnya dan membuat iklim perfilman Indonesia dinilai makin kondusif (Saraswati, 2017). Minat besar masyarakat menonton film lokal ditunjukkan melalui jumlah penonton film Indonesia yang meningkat pesat.

Pada tahun 2016, penonton film Indonesia mencapai 34,5 juta, sedangkan tahun 2017 meningkat menjadi 40,5 juta penonton (Hasibuan, 2019). Jumlah penonton ini terus meningkat. Pada tahun 2018, jumlah penonton bioskop di Indonesia mencapai 52 juta penonton (Katadata, 2019).

Film tidak hanya mampu menjadi sarana hiburan, tetapi juga dapat menjalankan fungsi persuasi. Film merupakan salah satu media komunikasi massa yang sarat makna. McQuail (2011, h. 35) menyatakan bahwa film merupakan

media representasi yang menawarkan cerita, musik, drama, humor, dan trik sebagai produk konsumsi massa. Film pun dapat digunakan sebagai alat propaganda yang efektif, terutama bila diterapkan untuk menjangkau masyarakat dan memberikan dampak emosional melalui popularitasnya. Film merupakan pencipta budaya massa. Film dipercaya sebagai suatu sarana untuk memberikan sekaligus membentuk pesan terkait kondisi yang ada di masyarakat.

Salah satu film bertema romantika remaja yang beredar pada awal tahun 2018 adalah *Dilan 1990*. *Dilan 1990* merupakan film adaptasi dari novel karya Pidi Baiq. Film *Dilan 1990* bercerita tentang kehidupan remaja Sekolah Menengah Atas (SMA) di Bandung yang dibumbui manisnya kisah cinta unik antara dua tokoh utama, yaitu Dilan (diperankan oleh Iqbaal Ramadhan) dan Milea (diperankan oleh Vanesha Prescilla) (Khoiri, 2018). Film *Dilan 1990* ditayangkan di bioskop sejak Januari 2018. Film tersebut meraup satu juta penonton pada hari keempat penayangannya dan meraih jumlah total penonton hingga 6 juta (Tempo, 2018). Ketenaran film *Dilan 1990* juga ditunjukkan pada situs pencarian *Google* yang mencatat kata kunci “Dilan” diketik sebanyak rata-rata 18 juta kali (Anandayu, 2018). Film *Dilan 1990* juga meraih penghargaan, antara lain *Movie of the Year* dalam *NET 5.0 Indonesian Choice Awards 2018* serta juara Film Favorit, Pemeran Pendatang Baru Terfavorit, dan Pemeran Pasangan Terfavorit dalam *Indonesian Movie Actors Awards 2018* (Setuningsih, 2018).

Film mampu membentuk pesan serta mengarahkan pikiran dan perasaan seseorang terkait kondisi yang sedang terjadi. Adegan-adegan dalam film dapat menjadi sebuah model dan gambaran dasar dari pembentukan kebiasaan dan konsep diri seseorang, terutama jika penonton dari film tersebut adalah remaja. Remaja merupakan penggemar dan penonton yang secara psikologis sedang menjalani masa keingintahuan tinggi sebagai bagian dari proses pencarian jati diri, sehingga membutuhkan panutan (*role model*) yang sesuai dengan kebutuhan remaja. Film menjadi salah satu pedoman tingkah laku dan pemikiran tentang proses hidup remaja.

Remaja sebagai penonton film merupakan khalayak yang aktif menyeleksi kebutuhannya melalui konsumsi media massa. Hal ini selaras dengan Teori Penggunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratification Theory*). West dan Turner (2010, h. 104), dalam penjelasannya mengenai teori tersebut, menyatakan bahwa manusia merupakan khalayak aktif yang berusaha memenuhi kebutuhannya melalui penggunaan media massa. Khalayak yang dalam konteks penelitian ini adalah penonton film melakukan seleksi secara aktif dan menilai tingkat penghargaan (gratifikasi) yang mereka harapkan dari sebuah media atau pesan yang diberikan kepada mereka. Penelitian ini dilakukan untuk melihat penggunaan media massa, dalam hal ini film, untuk memuaskan kebutuhan khalayak yang difokuskan pada khalayak remaja.

Canadian Paediatric Society (2003, h. 577) menjelaskan bahwa remaja berada pada rentang usia 10-19 tahun. Masa

remaja dimulai dengan pubertas dan diakhiri dengan kepemilikan identitas dewasa. Usia remaja merupakan tahap individu mengalami perkembangan biologis dan emosional. Beberapa sifat yang melekat pada remaja secara umum yakni sifat keingintahuan yang besar dan ketertarikannya mencoba hal-hal baru. Mereka juga sedang mencari identitas dan mudah dipengaruhi. Solomon (2009, h. 203) mengemukakan bahwa rentang usia remaja merupakan masa transisi dari kanak-kanak menuju dewasa.

Perubahan pada masa remaja diwarnai dengan rasa ‘ketidakpastian’ dan ‘kebingungan’ mengenai dirinya sebagai seorang individu. Pada masa ini, kebanyakan remaja menyadari hal-hal baru yang bermunculan di sekitarnya (V., 2013, h. 155). Proses pencarian jati diri remaja membuat mereka membutuhkan panutan yang tepat menurut mereka secara individu, bukan menurut orang lain. Akibatnya, remaja sangat tertarik untuk mencoba segala hal yang terjadi di sekitar mereka. Mereka tergerak untuk memperhatikan berbagai peristiwa yang terjadi dan tokoh-tokohnya sampai menemukan tokoh panutan yang mereka inginkan. Pada proses ini, media massa menjadi pilihan yang akrab bagi remaja untuk dapat menemukan panutan yang dibutuhkan.

Film merupakan media yang digemari remaja. Riset *IDN Times* (2019) menunjukkan bahwa 34,1 persen penonton film Indonesia adalah remaja berusia 10-19 tahun. Pada riset tersebut, 37,2 persen responden mengemukakan bahwa mereka menyukai

film Indonesia yang ceritanya berhubungan dengan kehidupan penonton. Film menjadi sarana memperoleh gambaran kehidupan melalui pesan-pesan yang diberikan di setiap adegan film. Pada sisi tokoh, film memberikan pesan melalui kepribadian, gaya hidup, hingga identitas seseorang yang digambarkan dalam film, kemudian dianggap nyata dan menjadi contoh bagi kehidupan nyata dan konsep diri remaja.

Penonton film dilihat dari perspektif perilaku konsumen merupakan topik penting dalam penelitian ini. Pada bidang bisnis dan media, beragam jenis produk barang dan jasa merupakan fokus utama kehidupan konsumen dan film adalah salah satunya (Toth, 2014, h. 1). Film menyediakan berbagai genre yang dapat memfasilitasi semua kalangan penonton sebagai konsumennya. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai totalitas keputusan konsumen yang berhubungan dengan proses memperoleh, mengonsumsi, hingga membuang produk. Proses konsumsi melibatkan proses identifikasi kebutuhan, menemukan cara untuk memenuhi kebutuhannya, hingga menerapkan keputusan pembelian (Kumra dalam Toth, 2014, h. 1).

Hal paling mendasar dalam memahami perilaku konsumen adalah perspektif konsumen yang melihat dirinya sendiri dari produk yang digunakannya. Bagian ini sering disebut sebagai konteks konsep diri. Konsep diri, menurut Solomon (2009, h. 203), merupakan sekumpulan keyakinan yang dipegang seseorang mengenai atributnya sendiri dan mengevaluasi kualitas dari berbagai atribut dalam dirinya. Konsep diri merupakan struktur kognitif

yang berhubungan dengan perilaku dan perasaan. Konsep diri seseorang didasarkan pada persepsi diri maupun tanggapan orang lain. Penilaian seseorang mengenai dirinya sendiri dalam konsep diri dapat terjadi karena penilaian orang lain terkait seorang individu yang akan membentuk konsep diri individu tersebut (Rahmat, 2015, h. 99). Hal ini merujuk pada keadaan bahwa ketika orang lain menerima dan menghormati seorang individu, maka individu tersebut akan cenderung menerima dirinya sendiri. Meskipun begitu, tidak semua orang memiliki pengaruh yang sama terhadap individu dan pembentukan konsep diri individu tersebut. Orang yang berpengaruh dan dekat dengan individu disebut dengan *significant others*, seperti keluarga, sahabat, idola, maupun pacar dari seorang individu.

Pemahaman yang lebih spesifik mengenai konsep diri, menurut Solomon (2009, h. 209), terdiri dari tiga dimensi yang dapat dilihat dan dianalisis. Pertama, *actual self*, yaitu dimensi yang menjelaskan cara seseorang melihat kenyataan pada dirinya dan kepribadiannya secara aktual. Kedua, *ideal self*, yaitu dimensi yang menjelaskan mengenai konsepsi ideal yang diinginkan seseorang pada diri dan kepribadiannya. Ketiga, *ought self*, yaitu dimensi yang menjelaskan mengenai konsepsi seharusnya yang dimiliki seseorang pada diri dan kepribadiannya dalam konteks personal dan sosial.

Konsep diri dalam perspektif perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang membentuk seorang individu melalui standar-standar

yang disepakati, salah satunya adalah aspek gender. Menurut Mitchell dan Walsh (dalam Lakshmi, Niharika, & Lahari, 2017, h. 33), gender memiliki peran penting dalam perilaku konsumen. Hal ini disebabkan laki-laki dan perempuan cenderung memiliki cara berbeda untuk menyukai dan memperoleh produk yang dikonsumsi. Laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan tentang harapan, keinginan, kebutuhan, dan gaya hidup yang mencerminkan perilaku konsumsi mereka dan cara mereka membentuk konsep diri berdasarkan gender tersebut.

Penelitian ini membahas konsumsi film dan perannya dalam pembentukan konsep diri dan identitas remaja di Yogyakarta sebagai sosok yang sedang mengalami proses pencarian jati diri. Pembentukan konsep diri dan identitas remaja dalam penelitian ini difokuskan pada kaitannya dengan relasi berpacaran di masa remaja. Pacar menjadi salah satu bagian dari *significant others* yang berpengaruh pada proses pembentukan jati diri dan identitas seorang remaja. Santrock (2014, h. 150) mengemukakan bahwa pembentukan konsep diri merupakan tahapan penting bagi seorang remaja melalui proses eksplorasi identitas antara satu remaja dengan pasangannya. Pittman, dkk. (dalam Santrock, 2014, h. 150) mengemukakan bahwa eksplorasi identitas meliputi keterikatan, cara memelihara hubungan, komunikasi, dan pengelolaan konflik. Relasi ini berpengaruh pada perkembangan konsep diri dan identitas remaja karena relasi tersebut memiliki dinamika yang

berbeda dengan relasi lain yang dibentuk oleh seorang remaja, seperti kelompok sebaya (*peer group*) dan keluarga.

Di sisi yang lain, dalam konteks bermedia, remaja sebagai khalayak media massa memiliki kebebasan pada proses menentukan tujuan dan motif mereka mengonsumsi produk dan konten media massa. Kondisi tersebut bermuara pada peranan sebuah film membentuk identitas remaja. Penelitian ini merupakan perluasan dari riset terdahulu terkait konsep diri dalam perilaku konsumen.

Penelitian terkait penonton remaja pernah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Sella (2013, h. 66-81) membahas tentang imitasi yang dilakukan penonton. Penelitian tersebut membahas perilaku imitasi remaja putri setelah menonton tayangan drama seri Korea di televisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku dasar para remaja menjadi berubah akibat paparan tayangan serial Korea yang ditonton terus-menerus. Perubahan tersebut meliputi cara berpakaian dan berdandan. Remaja putri secara tidak sadar telah melakukan perilaku meniru dan mengikuti perilaku idolanya secara berkelanjutan serta mulai mengaplikasikannya pada kehidupan mereka sehari-hari. Hal tersebut terjadi salah satunya karena kurangnya kesadaran dari remaja putri penonton drama seri Korea mengenai hal yang layak ditiru dan tidak dari tayangan yang mereka tonton.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Gendall, Hoek, Edwards, dan Glantz (2016, h. 1-12). Penelitian tersebut membahas tentang

dampak dari paparan merokok dalam film pada perilaku merokok para penontonnya. Penelitian ini menyatakan bahwa penonton berusia 17 tahun atau yang lebih tua mulai mencoba merokok dan menjadikannya kebiasaan hanya karena menonton film yang menampilkan adegan merokok lebih dari dua kali. Hal ini kemudian memberikan satu hubungan erat antara menonton film dan perilaku merokok di kalangan remaja dan anak muda (Gendall, dkk., 2016, h. 1). Dua penelitian di atas menekankan pada perubahan perilaku penonton sebagai dampak dari konsumsi media. Persoalan yang belum dibahas pada dua penelitian di atas adalah tentang peran film pada proses pembentukan konsep diri remaja di Yogyakarta yang dikaitkan dengan Teori Penggunaan dan Gratifikasi dan Teori Konsep Diri dari perspektif perilaku konsumen.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertumpu pada proses yang disepakati antara peneliti dan subjek penelitian untuk mendapatkan data deskriptif mengenai orang atau perilaku yang diamati (Moleong, 2010, h. 11). Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dalam penelitian adalah *focus group discussion* (FGD). FGD adalah teknik pengumpulan data melalui interaksi kelompok dan pertemuannya menyajikan karakteristik yang sesuai dengan topik yang telah ditentukan oleh peneliti. FGD dilakukan pada 2 Mei 2018 bersama para informan



penelitian yang telah dipilih oleh peneliti berdasarkan topik penelitian. Informan penelitian yang menjadi subjek sekaligus peserta dalam kelompok FGD berjumlah sepuluh orang yang terdiri dari lima laki-laki dan lima perempuan. Pemilihan informan berdasarkan gender dimaksudkan untuk memberikan perbandingan terkait perbedaan gender, konsep diri remaja, dan peran film di dalamnya.

Kriteria informan penelitian adalah remaja siswa SMA Negeri 2 Yogyakarta berusia 15-18 tahun di Yogyakarta dan telah menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali. Alasan pemilihan siswa SMA sebagai remaja yang dipilih sebagai informan penelitian adalah film *Dilan 1990* menceritakan kehidupan percintaan siswa SMA pada tahun 1990. Sedangkan alasan pemilihan informan yang menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali adalah data prariset yang menunjukkan adanya pernyataan penonton telah menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali. Siswa SMA ini dipilih karena memiliki grup khusus penggemar Dilan. Anggota grup disaring berdasarkan frekuensi menonton film *Dilan 1990* sebanyak 3-4 kali. Inisial nama-nama informan penelitian ini adalah NS, DE, SP, IT, ZL, RA, UT, AD, AH, dan DP. Pemilihan informan ini bertujuan untuk mendapatkan data maksimal terkait peran film dalam membentuk konsep diri remaja SMA di Yogyakarta.

## HASIL

Hasil penelitian menunjukkan peran film pada konsep diri penonton remaja SMA

di Yogyakarta. Film yang dipilih adalah *Dilan 1990*, sedangkan subjek penelitian adalah siswa SMA Negeri 2 Yogyakarta yang terdiri dari lima perempuan dan lima laki-laki serta terlibat diskusi mengenai topik penelitian. Siswa SMA ini dipilih melalui grup khusus penggemar Dilan. Anggota grup ini menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali, yakni 2-4 kali. Hasil penelitian dibagi menjadi dua bagian besar. Bagian pertama membahas mengenai pemilihan film *Dilan 1990* oleh penonton remaja. Bagian kedua membahas mengenai peran film dalam membentuk konsep diri remaja SMA di Yogyakarta.

### **Motif Remaja sebagai Penonton Film *Dilan 1990***

Penjelasan hasil penelitian dimulai dengan pengetahuan awal informan penelitian mengenai film *Dilan 1990*. Semua informan telah menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali. Mereka mengetahui film *Dilan 1990* pertama kali dari banyaknya informasi di media sosial terkait film tersebut. Selain itu, salah satu informan, RA, mengatakan bahwa alasannya mengetahui film *Dilan 1990* karena novel *Dilan 1990* yang lebih dahulu terkenal.

*Booming aja.* (DP, informan, FGD, 2 Mei 2018)

*Instagram!* (menjawab secara bersamaan). (NS, DE, SP, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Hasil FGD menunjukkan bahwa informan laki-laki dan perempuan memiliki sudut pandang berbeda ketika memutuskan menonton film *Dilan 1990* pertama kalinya. Informan perempuan sepakat mengatakan

bahwa alasan pertama kali menonton film *Dilan 1990* adalah mereka telah membaca novelnya dan merasa sangat tersentuh oleh ceritanya. Mereka tertarik dengan cerita novelnya dan merasa penasaran dengan ilustrasi filmnya. Hal ini yang membuat para informan perempuan merasa penasaran dengan cerita novel *Dilan 1990* yang diadaptasi menjadi film tersebut.

*Kan novelnya bikin baper to, terus pengen lihat filmnya.* (DP, informan, FGD, 2 Mei 2018)

*Iya, betul, novelnya.* (SP, ZL, informan, FGD, 2 Mei 2018)

*Sama mau nonton perlakuan Dilan ke Milea-nya.* (NS, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Berbeda dengan informan perempuan, informan laki-laki mengatakan bahwa alasan mereka menonton film *Dilan 1990* adalah ingin melihat sosok pemeran Milea, yakni Vanesha Prescilla.

*Vanesha-nya cantik.* (AH, informan, FGD, 2 Mei 2018)

*Iya, karena Vanesha itu inti sarinya.* (RA, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semua informan laki-laki sepakat bahwa alasan pertama mereka menonton *Dilan 1990* adalah karena ingin melihat sosok Vanesha Prescilla yang mereka anggap memiliki paras cantik. Bahkan RA, salah satu informan laki-laki mengatakan bahwa RA justru baru membaca buku novel *Dilan 1990* setelah menonton filmnya. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa semua informan telah menonton film *Dilan 1990* minimal dua kali, bahkan ada yang empat kali. Informan penelitian memiliki tujuan yang bervariasi terkait alasan mereka menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali.

*Yang ngajak itu lho, Mbak, banyak.* (AH, informan, FGD, 2 Mei 2018)

*Aku pengen aja nonton lagi.* (NS, informan, FGD, 2 Mei 2018)

*Gimana ya, suka aja.* (SP, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Berdasarkan diskusi tersebut, terlihat adanya kebutuhan yang berbeda antara informan laki-laki dan perempuan ketika menonton kembali film *Dilan 1990*. Informan perempuan cenderung memiliki kebutuhan afektif ketika menonton film. Tujuan afektif dipilih karena informan perempuan yang telah membaca novel *Dilan 1990* sebelum menonton filmnya menyukai berbagai instrumen dari film tersebut, mulai dari cerita hingga pemerannya. Di sisi lain, informan perempuan ingin mengeksplorasi film hasil adaptasi novel yang sebelumnya sudah terkenal. Jadi setelah mengetahui dan bahkan membaca novel tersebut, mereka penasaran ingin menonton filmnya.

Informan laki-laki memiliki motif berbeda. Mereka memutuskan untuk menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali disebabkan oleh kebutuhan terkait interaksi sosial mereka, lebih tepatnya keinginan lingkungan pertemanan mereka. Pengaruh lingkungan mencakup ajakan teman, hingga ditaraktir teman mereka yang sangat menyukai film tersebut. Motif lain adalah mereka tidak ingin merasa ketinggalan tren untuk menonton film yang saat itu sedang sangat terkenal di lingkup pertemanan dan lingkungan sosial mereka.

Ketika informan diberi pertanyaan tentang kesan setelah menonton film *Dilan 1990*, seluruh pernyataan mengarah pada

pendapat positif remaja sebagai khalayak pada film *Dilan 1990*.

... yang sederhana, jadi dari kesederhanaan itu jadi ada maknanya *tu loh*. (SP, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Kesederhanaan, *tapi* berkesan. (UT, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Kalau saya *tu* malah *enggga liat* *Dilan*-nya, *tapi* bagaimana Ayah Pidi membawakan sebuah cerita *gitu*. Jadi kayak caranya dari penulis-penulis lainnya itu beda *gitu lho*. (RA, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Diskusi di atas menunjukkan bahwa semua informan merasa mereka mendapatkan hal positif dari film *Dilan 1990*, salah satunya tentang kesederhanaan. Kesederhanaan merupakan kunci utama dari pendapat informan mengenai film ini. Informan merasa ingin menonton film *Dilan 1990* kembali karena mereka merasa dari sisi cerita, film ini berbeda dari film lain, terutama mengenai kesederhanaan pemeran dan ceritanya. Salah satu informan, yakni RA, tidak hanya berpendapat mengenai cerita filmnya saja, namun juga melihat dari sisi penulis. RA menemukan keunikan cara menulis cerita dari penulis novel *Dilan 1990* yang berbeda dari penulis novel lain yang karyanya pernah ia baca.

#### **Peran Film pada Konsep Diri Remaja**

Setelah menemukan pendapat positif informan mengenai film *Dilan 1990*, peneliti menggali nilai-nilai kehidupan dari para informan dan proses informan membandingkan nilai kehidupan yang diusung oleh film dengan kehidupan zaman sekarang. Film *Dilan 1990* adalah film yang bercerita mengenai kehidupan percintaan remaja SMA pada tahun 1990 dan ditayangkan tahun 2018. Perbedaan

konteks waktu dalam film dan waktu beredarnya film menyebabkan para informan membandingkan nilai-nilai yang dimunculkan dalam film dengan situasi tahun 2018.

Hasil selanjutnya menunjukkan lima dari sepuluh informan memaparkan bahwa film *Dilan 1990* dapat memberikan gambaran bagi anak muda yang ada di tahun 2018 ini mengenai kehidupan percintaan anak muda, khususnya siswa SMA pada tahun 1990-an. Para informan berpendapat bahwa cerita di film menunjukkan gaya berpacaran remaja SMA tahun 1990 sangat berbeda dengan gaya berpacaran remaja SMA zaman sekarang. Perbedaan tersebut membuat banyak kebiasaan yang digunakan dahulu menjadi tidak relevan lagi untuk diterapkan pada saat ini, seperti memberikan kado ulang tahun berupa Teka-Teki Silang (TTS), menghubungi kekasih melalui telepon umum dan telepon rumah, serta kebiasaan lain yang dirasa sudah sangat lawas ketika dilakukan di masa sekarang. Mereka merasa bahwa jika kebiasaan tersebut diterapkan kembali untuk saat ini, maka hal tersebut langka atau bahkan aneh bagi mereka.

Ya *gimana* ya, jarang *dilakuin* pasangan-pasangan *jaman* sekarang” (NS, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Ya, kalau sekarang *tu* kayak *freak*. (AD, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Susah kalau mau mengaplikasikanya di *jaman* seperti ini. (AH, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Bisa *ngliatin* kehidupan percintaan di *jaman* 1990-an karena kita hidup di *jaman* sekarang. (DE, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Para informan mengemukakan bahwa meskipun terdapat perbedaan kebiasaan



yang sulit untuk diterapkan saat ini, namun ternyata setelah menonton film *Dilan 1990*, informan merasa bahwa standar berpacaran yang ideal justru ditemukan melalui adegan-adegan yang ditunjukkan oleh Dilan dan Milea. Kesederhanaan dan keunikan gaya berpacaran yang ditunjukkan Dilan dan Milea dalam film tersebut menjadi hal yang dinilai ideal bagi informan terkait mengenai proses berpacaran yang seharusnya.

Kalau yang ideal itu saya lebih suka yang kayak Dilan, sederhana, jadi *gak nuntut-nuntut* terlalu banyak, *tapi* tetap bisa bahagia. (RA, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Jadi pacaran itu lebih romantis kalau pakai caranya sendiri ... kayak Dilan. (AD, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Ya *gak niru-niru* orang lain kayak yang *udah mainstream* apaan sih yang lain *udah* pernah, kayak *gitu*” (SP, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Setelah mengulik pendapat informan mengenai gambaran umum cerita film *Dilan 1990* dan kehidupan para informan, peneliti menggali lebih dalam mengenai peran film *Dilan 1990* terkait dengan konsep diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan melakukan perbandingan karakter yang terdapat pada film *Dilan 1990* dengan diri mereka sendiri. Hasil temuan terbagi menjadi dua kelompok besar jawaban berdasarkan gender, yakni jawaban yang berasal dari informan perempuan dan jawaban dari informan laki-laki.

Informan perempuan melihat karakter Milea dalam film *Dilan 1990* dan membandingkannya dengan kehidupan mereka. Informan perempuan sangat menginginkan kondisi saat seorang perempuan dapat memiliki hubungan

yang dekat dengan ibu kekasihnya seperti yang terlihat di salah satu adegan film *Dilan 1990*. Temuan lain dari informan perempuan adalah ketertarikan mereka pada sosok Dilan sebagai sosok kekasih yang berperilaku baik, terutama kepada ibunya, pintar mengeluarkan rayuan jitu, dan menggelitik hati. Sosok Dilan juga diceritakan sebagai tokoh nakal, ketua geng motor, namun selalu berprestasi sebagai juara kelas.

Para informan perempuan juga berkeinginan memiliki kekasih seperti Dilan. Film *Dilan 1990* mengubah pemikiran dan standar mereka mengenai laki-laki nakal. Setelah menonton film tersebut, informan perempuan merasa bahwa laki-laki nakal dan pintar memuji adalah laki-laki yang menarik untuk dijadikan kekasih idaman.

Ternyata *bad boy gitu* bisa lebih melindungi kita, lebih perhatian. (IT, informan, FGD, 2 Mei 2018)

*Abis* nonton, jadi berpikiran *kalo* sama *bad boy* itu malah senang ya. (NS, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Para informan laki-laki memiliki pandangan berbeda. Para informan laki-laki juga melakukan perbandingan antara tokoh Dilan dengan diri mereka dan lebih memfokuskan diri pada sosok Dilan yang mereka anggap keren. Keren yang dimaksud adalah berwajah tampan, sederhana, anggota geng motor namun sangat menyayangi ibunya, hormat kepada orang tua, nakal tetapi selalu menjadi juara kelas, serta setia dan sangat baik memperlakukan kekasihnya. Informan perempuan menginginkan sosok kekasih

seperti Dilan dan informan laki-laki lebih ingin menjadikan dirinya sebagai Dilan. Informan laki-laki merasa bangga ketika mereka mampu menjadi seperti Dilan yang mereka rasa hampir sempurna untuk menjadi seorang laki-laki.

*Dilan tu di situ digambarinnya sederhana banget tu lo, Mbak. Nah itu tu saya pengen jadi kayak gitu.* (AD, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Hal yang menarik dari hasil penelitian ini adalah proses informan yang membandingkan diri dan kehidupan nyata mereka dengan cerita dan sosok pemeran utama film. Hasil FGD menunjukkan informan berpendapat bahwa dari sisi gender, informan merasa bahwa sosok pacar maupun perilaku pacaran yang ideal adalah berbagai perilaku yang ditunjukkan oleh Dilan dan Milea. Lebih jauh lagi, menurut informan, kehidupan mereka sekarang, terutama dari sisi perilaku berpacaran, tidak lebih baik dari standar ideal bagi mereka yang ditunjukkan dalam film. Standar ideal tersebut membuat informan memandang bahwa seharusnya mereka dapat menjadi sosok Dilan maupun Milea di film *Dilan 1990*.

Hasil FGD menunjukkan cara informan merefleksikan adegan film dengan kehidupan mereka. Para informan perempuan menyatakan bahwa selama ini mereka tidak memiliki hubungan yang dekat dengan ibu dari kekasih mereka dan tidak memiliki sosok kekasih seperti Dilan. Oleh karena itu, menurut mereka, menjadi kekasih yang ideal adalah dekat dengan ibu dari kekasih mereka dan memiliki pacar yang nakal namun pintar, baik, dan setia

seperti Dilan. Sedangkan informan laki-laki mengutarakan bahwa mereka ingin menjadi sosok seperti Dilan yang nakal namun sopan terhadap orang tua, lebih mengerti perempuan, pintar di sekolah, dan tentunya tampan. Ketika informan laki-laki membandingkan Dilan dengan diri mereka, mereka merasa bahwa mereka masih egois pada perempuan, belum sepenuhnya memahami perempuan, belum sepenuhnya bertindak baik pada orang tua, dan tidak terlalu pintar di sekolah. Secara umum, informan juga merasa terdapat hal-hal yang perlu diperbaiki, bahkan diubah dari kebiasaan mereka dalam berpacaran setelah menonton film *Dilan 1990*.

*Kalau mungkin selama ini ya pacarannya aku sih menjalani, Mbak, tapi kalau dari aku pribadi masih banyak yang harus diperbaiki dari aku sendiri gimana bisa menerima pasanganku dengan cara yang sederhana, bagaimana bisa pacarku menerima aku begitu pula aku menerima dia ... seperti film.* (DE, informan, FGD, 2 Mei 2018)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton remaja merefleksikan pesan dalam film dengan menjadikannya standar ideal bagi diri penonton remaja. Pada penelitian ini, film *Dilan 1990* mampu membuat informan melakukan perbandingan antara realitas hidupnya dengan karakter yang disajikan dalam film. Penonton remaja percaya bahwa standar ideal berpacaran dan menjadi sosok pacar yang ideal adalah Dilan dan Milea. Mereka juga merasa konsep nyata dalam dirinya sendiri tidak lebih baik dari konsep diri dari karakter dalam film. Hal ini membuat informan berefleksi tentang perlunya proses mengubah realitas hidupnya menjadi standar ideal tersebut. Perubahan itu didasarkan pada

kriteria-kriteria yang tercipta dalam karakter pemeran film yang menjadi sosok ideal bagi para penontonnya.

## PEMBAHASAN

### Lingkungan Sosial sebagai Motif Konsumsi Film

Perkembangan remaja dapat dilihat dalam beberapa aspek, salah satunya dalam hal keterampilan komunikasi interpersonal dan belajar bergaul dengan teman sebaya atau orang lain, baik secara individual maupun kelompok (Nureni, Pramiyanti, & Putri, 2013, h. 465). Perkembangan komunikasi dengan teman sebaya ditunjukkan melalui alasan para remaja menonton film. Mereka menyebutkan bahwa alasan menonton film *Dilan 1990* karena diajak teman, sehingga bisa menyaksikan film tersebut bersama-sama. Penonton remaja juga melihat informasi mengenai film tersebut di media sosial dan sepakat bahwa mereka tidak ingin melewatkan film yang sedang tenar di kalangan remaja. Keinginan untuk menjadi remaja yang kekinian dan mengikuti perkembangan tren menjadi poin kuat dan sesuai dengan karakter mereka yang semuanya merupakan siswa SMA.

Kebutuhan penonton remaja saat menonton film *Dilan 1990* tidak hanya terkait dengan posisi mereka sebagai remaja, tetapi juga posisinya sebagai khalayak dari produk media massa seperti disebutkan dalam Teori Penggunaan dan Gratifikasi. Pendekatan teori tersebut mengeksplorasi cara dan motif khalayak menggunakan media dan gratifikasi yang diperoleh dari penggunaan media tersebut

(Katz, dkk., dalam Tanta, Mihovilović, & Sablić, 2014, h. 87). Salah satu asumsi teori tersebut menjelaskan bahwa khalayak aktif menggunakan media sebagai suatu proses orientasi pada tujuan dan kebutuhan. Khalayak memiliki dan mencapai tujuan yang diinginkan melalui penggunaan media. Penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan para remaja menonton film *Dilan 1990* dilandasi oleh alasan yang sangat spesifik. Informasi yang beredar luas di media sosial terkait film dan novel *Dilan 1990* yang lebih dahulu terkenal merupakan alasan penonton remaja menonton film *Dilan 1990* untuk pertama kalinya. Saat menonton untuk kedua kalinya, mereka mengemukakan alasan yang beragam, antara lain banyaknya teman yang mengajak untuk menonton kembali dan alasan subjektif seperti menyukai film tersebut secara personal serta tertarik memperhatikan berbagai adegan dengan lebih detail. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai remaja, eksistensi di lingkungan sosial melalui pergaulan dan proses perkembangan emosi menjadi ciri yang sangat cocok bagi penonton remaja.

Katz, dkk. (dalam Tanta, Mihovilović, & Sablić, 2014, h. 87) juga menyebutkan bahwa khalayak memiliki inisiatif untuk memenuhi kebutuhan gratifikasi terkait dengan pilihan media dan konten. Jika dibahas dari sisi gender, maka perempuan dan laki-laki memiliki tujuan yang berbeda saat menonton film. Hasil terkait hal tersebut terbagi berdasarkan konstruksi gender. Informan perempuan menonton film *Dilan 1990* dengan tujuan memenuhi kebutuhan

afektif. Kebutuhan afektif tersebut meliputi kesukaan para remaja perempuan yang sudah membaca novel *Dilan 1990*. Pengalaman membaca novel memunculkan rasa penasaran untuk mengetahui gambaran visual dari teks novel yang sudah dibaca. Remaja perempuan memutuskan untuk menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali karena secara personal mereka merasa “tersentuh” dengan cerita, menyukai alur, dan pemeran film.

Pada sisi lain, penonton remaja laki-laki memutuskan untuk menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali disebabkan oleh kebutuhan interaksi sosial, seperti diajak oleh teman lain dan ditarik oleh teman mereka yang sangat menyukai film tersebut. Mereka tidak ingin merasa ketinggalan menonton film yang saat itu sedang sangat terkenal di lingkungan pergaulan mereka. Alasan ini tidak hanya merujuk pada tujuan terkait interaksi sosial, tetapi juga tujuan terkait identitas pribadi. Informan perlu membentuk harga diri dan status sosial tertentu di lingkungan pertemanan mereka melalui partisipasi mereka menonton film. Perbedaan pemenuhan kebutuhan informan sebagai khalayak memunculkan penilaian yang bervariasi terkait film *Dilan 1990*. Penonton remaja menilai positif film *Dilan 1990* mulai dari ide cerita, pemeran, alur cerita, serta gaya berpakaian anak SMA pada tahun 1990.

#### **Peran Film pada Pembentukan Konsep Diri Remaja**

Film merupakan media massa yang memiliki berbagai genre, sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan. Film berisi karakter fiksi yang dibuat dengan tujuan

dan target penonton tertentu. Pada konteks penelitian ini, film *Dilan 1990* dilihat dari perspektif khalayaknya dan kaitan karakter dalam film *Dilan 1990* dengan konsep diri dan kepribadiannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif remaja saat menonton film *Dilan 1990* adalah motif afektif dan integrasi sosial. Remaja menonton film *Dilan 1990* berkali-kali sebagai bentuk pemenuhan kepuasan dan kebutuhan emosional dan sosial. Pada pemenuhan kebutuhan afektif, motif ini berperan pada proses pembentukan dan pengelolaan emosi mereka ketika menyaksikan film *Dilan 1990*. Selain itu, proses penonton remaja merasakan dan memahami peristiwa dan konflik yang terjadi dalam film berperan pada proses perbandingan adegan film dengan kehidupan penonton remaja.

Di sisi lain, konsumsi film berperan membangun dan memperkuat eksistensi diri remaja di lingkungan sosialnya. Hal ini menunjukkan pentingnya relasi dan interaksi sosial dalam diri seseorang, khususnya remaja yang sedang mengalami proses pencarian jati diri. Mereka membutuhkan orang lain untuk berafiliasi, bahkan menjadi panutan untuk dirinya. Kedua motif ini sangat terkait dengan perspektif konsep diri. Pada penelitian ini, penonton remaja berupaya memenuhi kebutuhan pribadinya, menilai, dan mendefinisikan dirinya melalui proses menonton film yang sama secara berulang bersama teman-temannya.

Konsep diri, dalam konteks budaya Timur, dibentuk karena konteks sosial dan

relasi yang dimiliki individu (Solomon, 2009, h. 209). Budaya Timur berfokus pada *collective self* (identitas diri seseorang berasal dari identitas kelompoknya) dan *interdependent self* (identitas seseorang berasal dari berbagai relasi yang dibentuk dengan orang lain dalam lingkungan sosialnya). Poin ini merujuk pada perilaku dan pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen saat menonton film yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan relasi serta identitas sosial yang dimilikinya. Relasi yang dimaksud adalah pertemanan dan fakta bahwa informan ingin selalu mengikuti perkembangan terkini yang ada di lingkungan pertemanannya. Hal ini juga selaras dengan Rahmat (2008, h. 99) yang menyatakan bahwa seseorang mendefinisikan dirinya berdasarkan konteks sosial dan budaya tempatnya berada. Lingkungan pertemanan menjadi *significant others* yang mampu mengarahkan dan membentuk keputusan konsep hingga pada konteks konsep diri.

Sayangnya, konteks konsep diri yang didasarkan pada relasi dan keputusan sosial ini kontradiktif dengan karakteristik mengenai perkembangan remaja (Nureni, dkk., 2013, h. 465). Perkembangan remaja ditandai dengan proses individu menerima dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya sendiri. Pada tahap ini, remaja mengalami proses kemandirian secara emosional ketika memasuki masa remaja serta proses memperkuat kontrol diri. Pada penelitian ini, penonton remaja memang mengalami kemandirian dan lepas dari pengambilan keputusan yang dibuat oleh orang tua mereka, namun penonton remaja mengalami ketergantungan dengan relasi

sosial lain, dalam hal ini teman bergaul untuk membentuk pengambilan keputusan remaja ketika menonton film *Dilan 1990* lebih dari satu kali. Kemandirian, kepercayaan diri, dan kontrol diri tidak sepenuhnya dimiliki oleh remaja tersebut, tetapi mereka hanya mengalami pergeseran dari orang tua ke lingkungan pertemanan.

Konsep diri, menurut Solomon (2009, h. 203), merupakan sekumpulan keyakinan yang dipegang seseorang mengenai atributnya sendiri dan cara individu mengevaluasi kualitas berbagai atribut dalam dirinya. Penilaian yang dilakukan oleh konsumen terkait dirinya sendiri dapat mengalami distorsi, terutama ketika hal tersebut terkait dengan penampilan fisik dan kepribadian mereka. Film pada penelitian ini menjadi salah satu media refleksi bagi penontonnya. Refleksi dilakukan dengan membandingkan karakter dalam film dengan keseharian penonton.

Penonton remaja menganggap film *Dilan 1990* dapat memberikan gambaran bagi anak muda yang tumbuh di tahun 2018 mengenai kehidupan percintaan remaja SMA 28 tahun yang lalu. Gambaran dalam film *Dilan 1990* dinilai tidak relevan untuk dipraktikkan pada tahun 2018, seperti memberikan kado ulang tahun berupa TTS serta menghubungi kekasih melalui telepon umum dan telepon rumah. Di sisi lain, penonton remaja merefleksikan karakter dan kepribadian dari dua pemeran utama film *Dilan 1990*, yakni Dilan dan Milea.

Penonton remaja perempuan merefleksikan hubungan manis antara seorang perempuan dengan orang tua



kekasihnya pada film *Dilan 1990*. Mereka kemudian mengonstruksi kondisi ideal yang seharusnya dimiliki seorang perempuan, yakni memiliki hubungan yang dekat dengan ibu kekasihnya seperti yang terlihat di salah satu adegan film *Dilan 1990*. Adegan film ini membuat remaja perempuan menilai kehidupan nyata mereka, yakni bahwa hubungan mereka dengan orang tua kekasih mereka tidak “sebaik” relasi Milea dengan ibu Dilan. Mereka bahkan mempertanyakan mengapa mereka tidak mampu sebaik Milea dalam membangun relasi bersama orang tua kekasih mereka. Milea menjadi sosok ideal untuk remaja perempuan.

Penonton remaja perempuan tidak hanya membandingkan hubungan antara orang tua dan anak, tetapi juga sosok Dilan yang dianggap sosok ideal sebagai seorang kekasih yang sempurna. Film *Dilan 1990* mengubah pemikiran dan standar remaja perempuan mengenai laki-laki nakal. Setelah menonton film tersebut, mereka merasa bahwa laki-laki nakal, ketua geng motor, namun pintar memuji itu adalah laki-laki yang menarik untuk dijadikan kekasih idaman. Remaja perempuan menganggap bahwa sosok Dilan sebagai kekasih ideal bagi mereka. Penonton remaja perempuan membandingkan kondisi mereka yang sudah memiliki kekasih dan menilai kekasih mereka tidak seperti Dilan. Penonton remaja perempuan berkeinginan memiliki kekasih seperti Dilan serta diperlakukan seperti Dilan memperlakukan Milea dalam film. Sosok Dilan dan Milea menjadi panutan dan bentuk ideal untuk

mendeskrripsikan tentang ‘pacaran’. Hal ini ditunjukkan melalui interaksi, kebahagiaan, dan hal-hal romantis yang menurut mereka patut dilakukan oleh sepasang kekasih.

Perbandingan juga dilakukan oleh penonton remaja laki-laki. Mereka tidak melihat dari sisi lawan jenis, seperti penonton remaja perempuan merefleksikan Dilan. Penonton remaja laki-laki memfokuskan penilaian pada sosok Dilan. Mereka menganggap bahwa sosok Dilan itu keren, sehingga penonton remaja laki-laki ingin dirinya menjadi seperti Dilan. Penonton remaja laki-laki merasa bangga ketika mereka mampu menjadi seperti Dilan dan merasa hampir sempurna untuk menjadi seorang laki-laki. Pada konteks ini, terlihat bahwa film *Dilan 1990* membuat penonton remaja tidak hanya “mengagung-agungkan” sosok Dilan dan Milea serta segala peristiwa dan adegan yang ditampilkan dalam film, tetapi juga membandingkan adegan film tersebut dengan keseharian mereka. Sebagai penonton yang sudah sangat hafal dengan setiap adegan film *Dilan 1990* karena ditonton berulang kali, penonton remaja menunjukkan *actual self* atau bagaimana mereka melihat kepribadian mereka secara aktual, lebih rendah atau tidak lebih baik dari sosok ideal yang diinginkan atau *ideal self* mereka. *Ideal self* pada konteks ini adalah pemeran Dilan dan Milea itu sendiri. Selain *ideal self*, Dilan dan Milea mengonstruksi *ought self* dalam diri penonton remaja. *Ought self* membuat remaja memikirkan bahwa pada relasi pacaran, seharusnya mereka bisa melakukan berbagai hal yang

dilakukan oleh Dilan dan Milea dalam film. Penonton remaja perempuan menyatakan bahwa selama ini mereka tidak berada pada kondisi ideal seperti memiliki kedekatan dengan ibu dari kekasih mereka dan tidak memiliki sosok kekasih seperti Dilan. Upaya remaja untuk berefleksi tentang nilai-nilai ideal yang perlu mereka miliki dan praktikkan sebagai seorang pacar relevan dengan penjelasan Santrock (2014, h. 150) tentang proses eksplorasi identitas antara satu remaja dengan pasangannya yang berpengaruh pada proses pembentukan konsep diri remaja. Pittman, dkk. (dalam Santrock, 2014, h. 150) mengemukakan bahwa eksplorasi identitas meliputi keterikatan, cara memelihara hubungan, komunikasi, dan pengelolaan konflik.

Penonton remaja laki-laki mengutarakan bahwa mereka ingin menjadi sosok seperti Dilan yang nakal namun sopan dengan orang tua, lebih mengerti perempuan, pintar di sekolah, dan tentunya berparas tampan. Jika mereka membandingkan Dilan dengan diri mereka sendiri, penonton remaja laki-laki merasa bahwa mereka masih egois, belum sepenuhnya memahami perempuan, belum bertindak baik pada orang tua, dan tidak berprestasi. *Ought self* semacam ini juga berpengaruh pada *ideal sosial self* penonton remaja, yakni mereka ingin berusaha agar dapat dilihat sebagai sosok kekasih ideal dan idaman dalam relasi sosial mereka berdasarkan standar ideal yang diberikan konten film *Dilan 1990*.

Film merupakan medium pesan persuasif tentang standar nilai yang dapat

dipercaya oleh konsumennya. Penonton yang telah menyaksikan sebuah film secara berulang, tidak lagi melihat sebuah film sebagai hiburan semata, tetapi menjadi sarana pemenuhan kebutuhan penonton secara pribadi maupun sosial. Pemenuhan kebutuhan ini, dalam konteks remaja, terkait proses identifikasi dan refleksi diri mereka melalui berbagai peristiwa yang ditampilkan dalam sebuah film. Remaja yang sedang mengalami proses pencarian jati diri membutuhkan afiliasi dengan lingkungan sosialnya untuk melihat dan menentukan panutan ideal bagi mereka melalui proses menonton film.

Film mampu membuat penontonnya melakukan perbandingan antara dirinya sendiri dan sosok pemeran dalam film. Remaja merasa bahwa tampilan dalam film, baik tokoh maupun peristiwanya, merupakan kondisi ideal dan lebih baik dibanding kondisi kehidupan nyata mereka. Remaja yang mengonsumsi film percaya bahwa *actual self* dan *ought self* mereka seharusnya dapat berubah. Perubahan itu didasarkan pada kriteria yang tercipta melalui karakter tokoh dalam film yang menjadi *ideal self* bagi para remaja. Perbandingan ini berdampak pada menurunnya kepercayaan diri remaja penonton film. Mereka merasa bahwa dirinya bukan sosok yang baik dan ideal, sehingga mereka memiliki keinginan besar untuk menjadi sosok yang ada di film.

#### SIMPULAN

Proses menonton film *Dilan 1990* berulang kali membuat remaja berusaha

memenuhi kebutuhannya sebagai penonton, baik secara pribadi maupun sosial. Lebih jauh lagi, dalam rangka memenuhi kebutuhan pribadinya, remaja melakukan proses penilaian dan pendefinisian diri berdasarkan film yang mereka tonton. Film tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga sebagai sarana menentukan panutan yang menjadi standar ideal dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menunjukkan bahwa film berperan dalam membentuk standar nilai yang dapat dipercaya oleh konsumennya. Setelah menonton film, remaja melakukan refleksi dengan mendefinisikan diri mereka dengan tokoh dan peristiwa yang ditampilkan film tersebut.

Penonton remaja menganggap kehidupan Dilan dan Milea dalam film dirasa lebih baik dari kondisi kehidupan nyata mereka, terutama pada perilaku berpacaran. Dilan dan Milea dianggap sebagai standar ideal cara berpacaran yang seharusnya dilakukan oleh remaja. Lebih jauh lagi, remaja menilai dirinya bukan sosok yang baik dan ideal, sehingga mereka memiliki keinginan yang besar untuk mengubah diri mereka menjadi sosok kekasih idaman seperti Dilan dan Milea dalam film. Hal ini menunjukkan bahwa film tidak hanya sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga mampu membuat penontonnya mendefinisikan dan menilai diri mereka. Mereka membandingkan diri mereka dengan karakter fiksi yang ditampilkan dalam film. Penilaian dan perbandingan ini bahkan dapat membuat penonton percaya bahwa *real self* dan *ought self* mereka seharusnya dapat berubah, berdasarkan kriteria ideal yang ditampilkan karakter film.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anandayu, M. (2018). Sinopsis Dilan 1990, kisah cinta Dilan dan Milea yang dipenuhi kata puitis manis. *kapalagi.com*. <<https://www.kapalagi.com/showbiz/film/indonesia/dilan-1990-kisah-cinta-dilan-dan-milea-yang-dipenuhi-kata-puitis-manis-a57ff7.html>>
- Canadian Paediatric Society. (2003). Age limits and adolescents. *Paediatr Child Health*, 8(9), 577.
- Gendall, P., Hoek, J., Edwards, R., & Glantz, S. (2016). Effect of exposure to smoking in movies on young adult smoking in New Zealand. *Plos One Journals*, 11(3), 1-12.
- Hasibuan, L. (2019). Ini dia 7 film Indonesia terlaris sepanjang 2018. *cncindonesia.com*. <<https://www.cncindonesia.com/lifestyle/20190310131736-33-59723/ini-dia-7-film-indonesia-terlaris-sepanjang-2018>>
- IDN Times. (2019). [Infografis] Penonton film Indonesia, banyak gak sih? *idntimes.com*. <<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/stella/infografis-minat-penonton-terhadap-film-indonesia/13>>
- Katadata. (2019). Bekraf targetkan penonton bioskop 2019 tumbuh 15%. *katadata.co.id*. <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/25/bekraf-targetkan-penonton-bioskop-2019-tumbuh-15>>
- Khoiri, A. (2018). Ulasan film Dilan 1990. *cnnindonesia.com*. <<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20180125193137-220-271634/ulasan-film-dilan-1990>>
- Lakshmi, V., Niharika, D. A., & Lahari, G. (2017). Impact of gender on consumer purchasing behaviour. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(8), 33-36.
- McQuail, D. (2011). *Mass communication theory* (6<sup>th</sup> edition). London, UK: SAGE Publication, Ltd.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.
- Nureni, R., Pramianti, A., & Putri, I. P. (2013). Perilaku remaja dalam menggunakan media baru: Pemetaan habit media baru remaja

- daerah sub-urban kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*, 30(12), 461-474.
- Rahkmat, J. (2008). *Psikologi komunikasi*. Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.
- Santrock, J. W. (2014). *Adolescence (15<sup>th</sup> edition)*. New York, NY: McGraw Hill.
- Saraswati, D. P. (2017). Refleksi perkembangan perfilman Indonesia. *detik.com*. <<https://hot.detik.com/movie/3460019/refleksi-perkembangan-perfilman-indonesia>>
- Sella, Y. P. (2013). Analisa perilaku imitasi di kalangan remaja setelah menonton tayangan drama seri Korea di Indosiar (studi kasus Perumahan Pondok Karya Lestari Sei Kapih Samarinda). *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 66-81.
- Setuningsih, N. (2018). *Film Dilan 1990 didapuk jadi film terfavorit*. *jawapos.com*. <<https://www.jawapos.com/entertainment/music-movie/05/07/2018/film-dilan-1990-didapuk-jadi-film-terfavorit/>>
- Solomon, M. R. (2009). *Consumer behavior*. Boston, MA: Pearson Prentice Hall.
- Tanta, I., Mihovilović, M., & Sablić, Z. (2014). Uses and gratification theory—why adolescents use facebook? *Medij. Istraž*, 20(2), 85-110.
- Tempo. (2018). Tayang 4 hari, film Dilan tembus satu juta penonton. *seleb.tempo.co*. <<https://seleb.tempo.co/read/1054903/tayang-4-hari-film-dilan-tembus-1-juta-penonton>>
- Toth, M. (2014). *The role of self-concept in consumer behavior*. Tesis. University of Nevada, Las Vegas, Nevada.
- V., M. M. (2013). Youth and consumer behavior-a study among the college students in Thrissur district. *Cognitive Discourses International Multidisciplinary Journal*, 1(1), 154-156.
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Pengantar teori komunikasi (buku 2)*. (M. A. D. Maer, Terjemahan). Jakarta, Indonesia: Salemba Humanika.

