

BAB V

PENUTUP

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Simpulan

Judul penelitian ini adalah “*Komodifikasi Konten Popularitas Selebriti Dalam Film Dokumenter Miss Americana*”. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar popularitas selebriti sebagai sebuah komoditas dalam film dokumenter “*Miss Americana*”. Peneliti mengambil topik penelitian ini karena melihat bahwa popularitas selebriti seringkali dijadikan sebagai sebuah formula keuntungan bagi industri film yang digunakan bukan hanya untuk menarik perhatian masyarakat, namun sebagai patokan kesuksesan bahwa film tersebut dapat menghasilkan keuntungan.

Untuk melihat praktik-praktik komodifikasi dalam film dokumenter “*Miss Americana*”, peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Sehingga peneliti dapat menemukan bahwa popularitas selebriti pada film dokumenter ini telah menggeser sekaligus memantapkan pandangan mengenai popularitas selebriti di masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat pada temuan denotasi dan konotasi pada film dokumenter ini, yang kemudian didapatkan mitos popularitas selebriti yang ada di masyarakat.

Pada film dokumenter “*Miss Americana*”, popularitas selebriti sebagai sosok yang dominan dan menjadi pusat perhatian sehingga yang dapat diperjualbelikan. Popularitas selebriti juga digambarkan sebagai sosok yang multitalenta, memiliki posisi penting, perjuangan, serta gaya hidup glamor. Selain itu popularitas selebriti juga dimaknai sebagai hilangnya privasi sekaligus bentuk kesempurnaan. Adapun, peneliti menemukan bahwa popularitas selebriti adalah hasil dari sensasi dan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kontroversi yang telah menjadi gaya hidup selebriti saat ini. Popularitas selebriti pada film dokumenter ini juga digambarkan sebagai kompetisi, daya tarik, dan pengaruh. Kemudian terdapat pula gambaran popularitas selebriti sebagai pemujaan.

Berdasarkan analisis denotasi dan konotasi yang peneliti jabarkan di atas, peneliti menemukan adanya pemantapan dan pergeseran mitos popularitas selebriti dalam masyarakat. Pada pemantapan, masyarakat seringkali menggambarkan popularitas selebriti sebagai tidak mempunyai kebebasan atas kehidupan pribadi mereka dan harus menampilkan citra sempurna. Selain itu, popularitas selebriti dianggap sebagai kondisi “dimuliakan” dan objek yang menjadi daya tarik masyarakat luas. Selanjutnya, popularitas selebriti identik dengan gaya hidup sensasional dan glamor sehingga menjadikan mereka sebagai pusat perhatian. Disisi lain, popularitas selebriti dirayakan karena bakat dan prestasi. Popularitas selebriti juga diasumsikan memiliki peran penting dan besar dalam masyarakat karena mendominasi media massa. Sehingga popularitas selebriti memiliki pengaruh besar di masyarakat. Hal-hal tersebut tampak juga pada film dokumenter *Miss Americana* dalam isi kontennya.

Sementara itu, peneliti juga membongkar adanya pergeseran mitos popularitas selebriti di masyarakat. Ditemukan, bahwa popularitas selebriti sebagai pemuasan kebutuhan dan simbolik keabadian. Disebutkan juga bahwa popularitas selebriti menjadi fantasi dan cita-cita untuk menjadi kaya dan terkenal yang sudah ditanamkan pada masyarakat. Popularitas telah menjadi objek obsesi karena kehidupan menyenangkan yang dimiliki oleh selebriti. Sehingga tidak jarang, popularitas selebriti menjadi ikon dan pahlawan dalam kehidupan masyarakat. Popularitas selebriti dapat diasumsikan sebagai bentuk rezim disiplin dan hinaan karena dianggap tidak layak dan bodoh. Tak jarang juga, popularitas selebriti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dikatakan sebagai bintang karena memiliki visibilitas tinggi. Di beberapa negara, popularitas selebriti bahkan dijadikan sebagai produk politik untuk mendongkrak dukungan masyarakat. Oleh karena itu, film dokumenter *Miss Americana* telah menggeser makna popularitas selebriti dalam pandangan masyarakat.

Pemantapan dan pergeseran mitos yang terdapat dalam film dokumenter *Miss Americana* tidak terjadi begitu saja tanpa adanya campur tangan dari pembuat film. Sehingga popularitas selebriti telah terkomodifikasi menjadi sebuah format keuntungan bagi pembuat film maupun pemain para elit penguasa yang duduk dalam perusahaan multinasional Netflix serta para pembuat film yang memproduksi film ini. Kemudian mengemasnya dalam berbagai bentuk produk komunikasi massa di era digital ini. Popularitas selebriti yang semula dinilai atas nilai gunanya kini ditransformasikan pada film dokumenter *Miss Americana*. Hal ini merupakan upaya untuk mendapatkan keuntungan, yang diwujudkan dalam bentuk penghargaan pada panggung perfilman maupun sebagai daya tarik bagi penonton yang berlangganan layanan *streaming* Netflix, serta mendongkrak keuntungan finansial perusahaan.

Selebriti dan popularitas menjadi sebuah medan magnet bagi media massa untuk menciptakan keuntungan. Akan tetapi media massa justru seringkali terjebak dalam pemanfaatan selebriti dan popularitasnya sebagai drama yang dapat menghasilkan keuntungan. Media massa justru melupakan tugas dasarnya untuk memberikan informasi dan edukasi, namun tidak hanya menghibur semata. Selebriti dengan segala aspek-aspek kehidupan dan popularitasnya tak jarang membawa eksese yang buruk bagi masyarakat khususnya penggemarnya. Seperti menunjukkan gaya hidup glamor, membuat sensasi pertengkaran dengan selebriti lainnya, dan standar tubuh tertentu yang dimiliki oleh seorang selebriti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Saran

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Saran Akademis

Pada penelitian ini, peneliti berharap adanya kelanjutan dengan menggunakan metode lain. Metode lain yang dapat digunakan adalah analisis wacana kritis. Melalui penelitian ini, dapat melihat apa yang ingin dibangun oleh pembuat film mengenai popularitas selebriti. Selain itu, juga dapat menggunakan pendekatan lain, seperti pendekatan kuantitatif. Melalui penelitian ini, akan dapat mengukur sejauh mana film dapat mempengaruhi gaya hidup selebriti lain bahkan menjadi patokan dalam kehidupan masyarakat.

2. Saran Praktis

Bagi pembuat film agar tidak mengandalkan popularitas selebriti sebagai format permanen serta mendominasi sebuah film dengan hiburan semata untuk mencapai keuntungan. Namun dapat menyeimbangkan ketiga fungsi produk komunikasi massa yaitu edukasi, informasi, dan hiburan. Peneliti berharap agar popularitas selebriti dapat menjadi informasi dan edukasi bagi masyarakat yang bisa memotivasi mereka agar dapat berprestasi dan berkarya melalui jalan yang positif.

Peneliti juga berharap agar masyarakat dapat menyadari adanya nilai-nilai dalam sebuah produk komunikasi massa yang perlu disaring agar tidak terjebak dalam ilusi kesenangan semata yang diciptakan untuk sekedar menghibur. Oleh karena itu, masyarakat sebagai konsumen harus menjadi lebih cerdas dalam memiliki informasi yang akan dibaca, ditonton, dan didengarkan. Disamping itu, masyarakat juga dapat memiliki pandangan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yang lebih terbuka mengenai hal-hal hedonistik yang seringkali ditawarkan oleh selebriti dan dipertunjukkan oleh media massa.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

