

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu ini dapat meningkatkan motivasi peneliti untuk meneliti suatu permasalahan, karena adanya studi-studi terdahulu yang relevan. Selain itu, penelitian terdahulu juga berfungsi sebagai sumber referensi yang penting bagi peneliti. Berikut adalah penjelasan terkait penelitian terdahulu.

Tabel 2. 1 Kajian Literatur

No	Judul Penelitian, Penulis, Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dan Persamaan Dengan Penelitian Ini
1	Patients' decision-making in the informed consent process in a hierarchical and communal culture. Astrid Pratidina Sūsilo, Brahma Putra Marjadi, Jan van Dalen & Albert Scherpbier, 2019	The Asia Pacific Scholar (TAPS)	Penelitian kualitatif, pendekatan Grounded Theory.	Proses pengambilan keputusan pasien di Indonesia mirip dengan di Barat, tetapi hubungan dokter-pasien dan pengaruh komunitas lebih kuat. Budaya hierarkis dan komunal menghambat pasien membahas kekhawatiran mereka.	Hasil dalam penelitian diharapkan dapat memperkuat keterampilan komunikasi dokter dan melibatkan profesional kesehatan lain sebagai advokat atau mediator pasien untuk memastikan pasien mengambil keputusan secara sukarela dan berdasarkan informasi.	Penelitian ini berfokus pada konsep budaya komunal & hierarki dalam pengambilan keputusan pasien, sedangkan peneliti berfokus pada konsep budaya komunal di gated community perkotaan pada film <i>A Man Called Otto</i> . Akan tetapi memiliki persamaan pada penggunaan konsep budaya komunal, dan penggunaan metode kualitatif melalui wawancara semi terstruktur.
2	Gotong Royong: An Indigenous Institution of Communalism and Mutual Assistance in Indonesia, L. Jan Slikkerveer, 2019	Leiden University	-	Pada penelitian ini gotong royong masih menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat untuk memperkuat komunitas, mendorong partisipasi aktif. Praktik gotong royong tidak hanya berlaku dalam konteks kerja bakti atau	-	Penelitian ini berfokus pada aspek gotong royong di lembaga masyarakat Indonesia sedangkan peneliti berfokus pada budaya komunal di <i>gated community</i> perkotaan. Akan tetapi memiliki persamaan pada konsep komunal.

			kegiatan fisik, tetapi juga berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan sehari-hari seperti ekonomi, sosial, dan budaya. Menjaga nilai-nilai gotong royong juga penting sebagai bagian dari identitas nasional Indonesia.			
3	Konstruksi <i>Gated community</i> : Perubahan dan Tantangan Masyarakat Perumahan (Studi di Perumahan BSB, Mijen Kota Semarang), Endang Supriadi, 2021	Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang	Pendekatan analisis deskriptif, analisis data induktif	Gaya hidup modern yang sibuk dan individualis membuat masyarakat memilih hunian seperti BSB City di Semarang yang menawarkan keamanan dan kenyamanan di pinggiran kota. Meskipun, aman dan nyaman akan tetapi <i>gated community</i> menyebabkan segregasi sosial. Perkembangan <i>gated community</i> didorong oleh perbedaan status sosial penghuni dan gaya hidup modern. Peneliti menggunakan penelitian ini karena adanya kesamaan penggunaan konsep <i>gated community</i> pada masyarakat perumahan.	Pada penelitian ini saran yang dapat diajukan adalah perlunya keterlibatan pihak-pihak terkait (pemangku kepentingan) dalam proses pembangunan permukiman di pinggiran kota/suburban untuk mencegah kerusakan lingkungan, baik fisik maupun non fisik.	Penelitian ini berfokus pada penggunaan analisis data induktif, sedangkan peneliti menggunakan analisis resepsi. Akan tetapi memiliki persamaan pada konsep <i>gated community</i> .

Sumber: Data Olahan Peneliti

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori Resepsi (Sart Hall)

Menurut Stuart Hall, Teori resepsi yang bermula dari pemikiran Althusser menyatakan bahwa media bukan sekadar mencerminkan realitas, tetapi sebaliknya, media turut mengonstruksinya terlebih dahulu. Sementara itu, teori resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall menekankan pada konsep encoding dan decoding. Encoding merujuk pada analisis terhadap konteks sosial dan politik di mana konten media diproduksi, sedangkan decoding mengacu pada cara konsumen menginterpretasikan konten media tersebut. (Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, 2021). Stuart Hall menjelaskan bahwa terdapat tiga posisi yang berbeda dalam memahami pesan yang diterima oleh khalayak, diantaranya:

1. *Dominant-hegemonic position*, merupakan ketika khalayak dapat memaknai suatu pesan berdasarkan kode dominan atau sejalan dengan makna pada teks yang telah diberikan oleh pembuat pesan (sender).
2. *Negotiated position*, merupakan posisi dimana khalayak dapat menerima pesan dan makna yang ditawarkan pada teks media, akan tetapi khalayak tersebut juga memiliki pesan dan pemaknaan lain yang berbeda.
3. *Oppositional/counter hegemonic reading*, merupakan posisi ketika khalayak memiliki interpretasi atau pemaknaan pesan yang berbeda pada pesan yang ditawarkan dalam teks media.

Menurut Hadi, ada beberapa faktor kontekstual yang dapat memengaruhi cara khalayak memahami teks media. Setiap objek memiliki konteksnya sendiri yang berdampak pada cara penonton menginterpretasikannya. Unsur-unsur kontekstual tersebut mencakup identitas, persepsi terhadap film, dan latar belakang sosial (Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, 2021). Identitas penonton, seperti usia, jenis kelamin, etnis, budaya, status sosial ekonomi dan pengalaman individu, dapat memengaruhi bagaimana makna atau pesan disusun oleh seseorang.

1. Pengalaman

Pengalaman merupakan suatu kejadian yang terdeteksi oleh panca indera dan diingat dalam memori. Pengalaman bisa terjadi baik saat peristiwa baru saja

terjadi maupun telah berlangsung dalam jangka waktu tertentu. Pengalaman yang dialami dapat diberikan kepada individu mana pun untuk digunakan sebagai arahan dan pembelajaran bagi manusia (Safitri, 2023).

2. Gender

Gender merujuk pada perbedaan antara karakteristik yang dipersepsikan sebagai maskulin atau feminin, yang bukan hanya ditentukan oleh faktor biologis, tetapi juga oleh konstruksi sosial dan budaya. Ini meliputi harapan sosial terhadap individu berdasarkan jenis kelamin, serta peran dan tanggung jawab yang terkait dengan jenis kelamin tersebut. Perbedaan ini bukanlah hasil dari biologi semata, tetapi juga terbentuk oleh norma, nilai, dan ekspektasi sosial dalam masyarakat (Komariah & Wulandari, 2023).

3. Budaya

Budaya adalah gaya hidup yang diikuti oleh individu atau komunitas tertentu, yang mencerminkan norma-norma tentang bagaimana cara hidup dan kriteria yang digunakan untuk menentukan tindakan yang dianggap tepat serta cara melaksanakannya (R Kusherdyana, 2020).

4. Etnis

Etnis merujuk kepada sebuah kelompok individu yang berbagi sejarah, nenek moyang, asal-usul, dan bahasa tertentu, yang tercermin dalam simbol-simbol unik seperti agama, pakaian, dan tradisi. Secara sederhana, etnis adalah sekelompok orang yang memiliki budaya yang berbeda dari kelompok lain dalam suatu masyarakat. (Sibarani, 2020).

5. Status Sosial Ekonomi

Status sosial ekonomi adalah kondisi finansial dan material seseorang atau kelompok, dilihat dari pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan. Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan dalam pekerjaan, pendidikan, dan sumber daya ekonomi, yang menyebabkan ketidaksetaraan kesempatan. Maka dari itu, status sosial ekonomi mencerminkan tingkat kesejahteraan ekonomi dan kesempatan yang dimiliki seseorang atau masyarakat (Indrawati, 2015). Menurut Bank Dunia ("Aspiring Indones. Middle Cl.," 2019), terdapat lima kelas pengelompokan masyarakat di Indonesia yaitu:

- a. Kelas Atas (Upper Class), adalah mereka yang memiliki pengeluaran lebih dari Rp6 Juta/orang sebulan.
- b. Kelas Menengah (Middle Class), adalah mereka yang memiliki pengeluaran Rp1.200.000 - Rp6.000.000/orang sebulan.
- c. Menuju Kelas Menengah (Aspiring Middle Class), adalah mereka yang memiliki pengeluaran Rp532.000 - Rp1.200.000/orang sebulan.
- d. Rentan (Vulnerable), adalah mereka yang memiliki pengeluaran Rp 354.000 - Rp532.000/orang sebulan.
- e. Miskin (Poor), adalah mereka yang memiliki pengeluaran kurang dari Rp 354.000/orang sebulan.

Maka dari itu, peneliti menggunakan teori resepsi milik Stuart Hall guna mengetahui posisi pemaknaan penonton tentang budaya komunal di Film *A Man Called Otto* yang berada di *gated community* perkotaan. Sehingga dapat diketahui posisi pemaknaan apakah dominan, negosiasi dan oposisi sesuai dengan *preferred reading film*.

2.2.2 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Dalam perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini, proses komunikasi kini tidak lagi terbatas pada interaksi langsung, tetapi juga dapat melibatkan penggunaan media sebagai perantara. Menurut Bittner, komunikasi massa adalah pengiriman pesan kepada sejumlah besar khalayak melalui media massa. Dalam konteks ini, komunikasi massa memanfaatkan media massa untuk berkomunikasi dengan audiens yang luas. Jika pesan tersebut tidak disebarluaskan melalui media massa, maka itu tidak dapat dianggap sebagai komunikasi massa. Komunikasi massa bertujuan untuk menyampaikan pesan yang sama kepada audiens yang beragam (Deriana, 2019).

Media massa adalah alat yang bisa dipakai untuk berinteraksi dengan banyak orang secara terstruktur, terbuka, dan dari jarak yang jauh (McQuail & Deuze, 2020). Peran penting media massa adalah sebagai sumber informasi dan pesan dari berbagai sumber bagi masyarakat luas. Selain itu, media massa memiliki kemampuan untuk menyebarkan pesan tanpa terbatas waktu. Istilah "massa"

mengacu pada khalayak, pemirsa, audiens, dan penonton. Setiap jenis media memiliki pengaruh yang berbeda terhadap audiensnya. (Deriana, 2019). Media massa didefinisikan sebagai saluran yang menyebarkan informasi secara luas kepada masyarakat. Jenis media massa mencakup media cetak antara lain seperti majalah dan koran, lalu media elektronik seperti film, televisi, dan radio.

Menurut Effendy, film merupakan media komunikasi massa yang signifikan untuk menyampaikan realitas kehidupan sehari-hari. Film secara erat terhubung dengan realitas sosial masyarakat dan dapat diinterpretasikan sebagai hasil dari representasi budaya serta alat ekspresi seni (Ghassani & Nugroho, 2019). Film berfungsi sebagai media komunikasi massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada kelompok orang. Film dianggap sebagai sarana komunikasi massa yang efektif karena mampu menyampaikan berbagai cerita dalam waktu singkat. Saat menonton film, penonton seolah-olah dapat melewati batasan ruang dan waktu, menggambarkan kehidupan, serta mempengaruhi cara pandang mereka (Asri, 2020).

Film sering dimanfaatkan oleh pembuatnya untuk menyampaikan pesan moral kepada penonton. Pesan-pesan ini dikomunikasikan dan didekode oleh penonton, memengaruhi pemahaman mereka. Dengan merefleksikan realitas masyarakat, film menciptakan kedekatan dengan penonton, membuat mereka merasakan sensasi dan memahami maksud, tujuan, serta pesan yang disampaikan. Film sebagai elemen komunikasi massa, bertujuan untuk menyampaikan pesan sosial atau moral tertentu kepada penontonnya (Asri, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti memilih film sebagai media komunikasi massa karena dianggap efektif dalam menyebarkan informasi melalui pesan kepada audiens yang luas dan memiliki potensi untuk memengaruhi masyarakat melalui narasi dan representasi realitas yang mencerminkan kehidupan sosial masyarakat sesuai keadaan di masyarakat.

2.2.3 Isu Hubungan Interpersonal Masyarakat Urban

Menurut Suranto (2011), hubungan interpersonal adalah aspek penting dari kehidupan sosial yang mengharuskan setiap individu untuk membina hubungan dengan orang lain. Melalui interaksi ini, tercipta ikatan emosional timbal balik yang menghasilkan kebahagiaan dan kepuasan bagi semua pihak yang terlibat, berlangsung dalam berbagai situasi dan aspek kehidupan. Individu cenderung lebih sering berinteraksi dan menjalin hubungan interpersonal dengan orang lain yang memiliki kesamaan dengan mereka (Andini & Adhrianti, 2019). Masyarakat urban muncul sebagai hasil dari proses modernisasi. Menurut Sapari, istilah "urban" mengacu pada karakteristik yang berkaitan dengan perkotaan. Masyarakat urban biasanya memiliki gaya hidup modern yang ditandai dengan mobilitas tinggi dan dinamika sosial yang cepat. Menurut Daldjoeni, terdapat karakteristik struktur sosial masyarakat urban seperti memiliki heterogenitas sosial, hubungan sekunder, kontrol (pengawasan sekunder), toleransi sosial, mobilitas sosial, ikatan sukarela, individualisasi, dan segregasi keruangan (Rismawati, 2015).

Dalam penelitian ini, hubungan interpersonal dapat dilihat melalui scene-scene yang ditampilkan pada film bahwa hubungan persahabatan dengan tetangga dan hubungan keluarga yang tidak hanya memperlihatkan aspek komunikasi akan tetapi adanya kebutuhan saling bergantung, emosi, persepsi dan kegiatan bersama yang dapat direfleksikan pada film sehingga membentuk sebuah hubungan. Isu hubungan interpersonal dalam masyarakat urban cenderung mengalami pergeseran signifikan. Nilai-nilai komunal yang kuat bergeser menuju individualisme yang lebih dominan. Urbanisasi juga memperkenalkan pola hidup di mana hubungan antarpribadi bisa menjadi lebih jarang dan kurang bermakna, hal ini karena kehidupan kota memungkinkan individu untuk membuat keputusan pribadi dan merencanakan karier mereka tanpa tekanan dari orang lain sehingga mempengaruhi struktur sosial dan mengurangi kohesi dalam komunitas. Isu ini merupakan refleksi dari dinamika yang kompleks antara tradisi dan modernitas, di mana nilai komunal yang dulu mengikat masyarakat bersama-sama perlahan tergerus oleh tuntutan dan tekanan dari kehidupan urban modern. Maka dari itu, peneliti ingin melihat

bagaimana pemaknaan penonton terhadap tentang budaya komunal di film *A Man Called Otto* oleh generasi milenial di *gated community* perkotaan.

2.2.4 Budaya Komunal

Dalam berkehidupan, manusia membutuhkan ruang untuk berkomunikasi dan bermukim. Hal ini adanya budaya komunal dapat dipengaruhi oleh budaya seperti di perkampungan. Budaya komunal di perkampungan ini cenderung memiliki budaya masyarakat yang sebagian besar aktivitasnya bersama-sama dengan orang disekitar mereka serta danya karakteristik memiliki hubungan dekat antarmasyarakat (Itsram, 2019). Secara umum, penduduk Indonesia cenderung menganut prinsip komunal, di mana mereka hidup dalam kelompok-kelompok yang bersatu karena berbagi kesamaan seperti suku, garis keturunan, cerita mitos, dan juga aturan hukum dan adat yang berlaku di wilayah tempat tinggal mereka (Gultom, 2014).

Nilai komunal adalah prinsip-prinsip yang bersama-sama membangkitkan kesadaran individu untuk merasa, berpikir, dan bertindak secara kolektif, dipengaruhi oleh rasa solidaritas yang saling berbagi dengan orang lain (Budiprabowo, 2015). Budaya komunal sangat melekat pada diri bangsa Indonesia khususnya di perkampungan. Meski adanya modernisasi yang mampu mengubah bentuk dan integrasi sosial serta mengalami tumpang tindih. Namun, perubahan tersebut hanya sebagai manifestasi saja, sehin tidak mengubah esensi budaya komunal (Itsram, 2019).

Masyarakat komunal adalah suatu bentuk masyarakat yang hidup bersama dan saling membantu dalam kegiatan sehari-hari. Masyarakat ini seringkali menganut nilai-nilai yang tinggi dan mengutamakan kepentingan bersama dibandingkan kepentingan individu (Budiprabowo, 2015). Masyarakat komunal seringkali terdiri dari kelompok-kelompok kecil yang berinteraksi dan saling membantu dalam aktivitas sehari-hari. Kelompok-kelompok ini seringkali memiliki hubungan dekat dan saling memahami dengan baik. Masyarakat adat di Indonesia seperti suku Toraja, suku Batak, dan suku Dayak menunjukkan ciri-ciri masyarakat

komunal. Mereka mengikuti nilai-nilai leluhur dan lebih mengedepankan kepentingan kolektif daripada kepentingan diri sendiri (Hapsari, 2021).

Melalui pemaknaan penonton tentang budaya komunal pada Film *A Man Called Otto*, peneliti ingin melihat bagaimana proses pemaknaan penonton terhadap film *A Man Called Otto* oleh Generasi Milenial yang merupakan salah satu film Eropa menjadi refleksi atas realitas di kehidupan yang related bagi masyarakat terutama *gated community* perkotaan di Indonesia. Hal ini selaras dengan proses pemaknaan pada generasi milenial yang merupakan bagian dari modernisasi dengan pemahaman dan interpretasi melalui cara yang berbeda.

2.2.5 Generasi Milenial

Generasi adalah kelompok individu yang lahir dan berkembang dalam rentang waktu tertentu. Dalam konteks sosial, generasi terkait erat dengan peristiwa-peristiwa besar yang memengaruhi pandangan dan perilaku sekelompok orang terhadap dunia. Generasi milenial disebut sebagai generasi Y. Generasi milenial sangat terampil dalam menggunakan teknologi dan sebagai *agent of change* untuk dapat membangun hubungan yang kuat dengan orang-orang disekitarnya (Hardika et al., 2019). Menurut Haroviz (2012), generasi milenial ialah sekelompok anak muda yang lahir pada rentang tahun 1980 hingga 200an. Generasi milenial tumbuh di era teknologi dan komunikasi online (Hapsari, 2021). Menurut Choi et al., generasi milenial cenderung lebih adaptif terhadap perubahan dan terbuka terhadap berbagai kemungkinan yang muncul. Oleh karena itu, generasi milenial dianggap merasa nyaman dengan perubahan (Friantin, 2023). Ketika menyangkut pekerjaan, generasi milenial memiliki harapan yang tinggi dan mencari makna yang lebih dalam dalam pekerjaan mereka.

Berdasarkan buku "Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia", dijelaskan bahwa sekitar 55 persen generasi milenial tinggal di kawasan perkotaan. Umumnya, ini mencerminkan pergeseran dari lingkungan pedesaan ke lingkungan perkotaan. Fenomena ini mempengaruhi perubahan dalam budaya, perilaku, dan pola pikir serta nilai-nilai sosial. Adanya pergeseran masyarakat dari pedesaan ke perkotaan menyebabkan penurunan bertahap dalam nilai-nilai

tradisional yang digantikan oleh budaya urban. Generasi milenial, yang sebelumnya tumbuh dalam budaya komunal, kini cenderung menjadi lebih individualis. Selain itu, ada kecenderungan dari gaya hidup sederhana menuju perilaku konsumtif, dan dari pola pikir konservatif menuju sikap yang lebih modern dan terbuka (Budiati et al., 2018).

Pada penelitian ini berfokus untuk memilih generasi milenial karena adanya relevansi budaya komunal pada sebagian besar aktivitas bermasyarakat dan hubungan sosial kolektif. Generasi milenial termodernisasi oleh perkotaan sehingga mengalami perubahan akan tetapi masih memiliki esensi sosial yang sama sebagai budaya komunal sesuai dengan *preferred reading* film.

2.2.6 Gated community

Adanya fenomena *gated community* saat ini menjadi tren yang semakin dominan yang terjadi di masa depan. Dalam hal ini, *Gated community* memiliki beberapa ciri perumahan yaitu berupa dinding, pagar, gerbang, dan keamanan yang membatasi akses orang luar terhadap jalan dan fasilitas umum, membuatnya eksklusif hanya untuk penghuninya. Menurut Handoko (2020) menambahkan bahwa pertumbuhan *gated community*, baik di area perkotaan maupun pinggiran, didorong oleh keinginan masyarakat akan hunian yang aman dan nyaman, yang ditawarkan oleh konsep *gated community*. Adanya *gated community* berdampak pada perubahan seperti gaya hidup, perilaku, dan perspektif masyarakat yang cenderung berfokus pada kepentingan pribadi (Supriadi, 2021).

Rusli Cahyadi yaitu peneliti Pusat Penelitian Kependudukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), menjelaskan fasilitas seperti ini akan banyak terdapat di perkotaan dan perdesaan. Komunitas tertutup di desa-desa yang memiliki suasana solidaritas dan kondisi ekonomi dan sosial yang relatif setara disebut menimbulkan permasalahan terkait segregasi sosial. Selain itu, hal ini dapat menimbulkan berbagai konflik apabila pembangunan tidak dikendalikan. Terdapat sejumlah faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih tinggal di *gated community*. Dalam hal ini, menurut Blakely & Snyder terdapat tipe *gated community* yang terbagi menjadi 3 kategori tipe komunitas (Hartanto, 2016), yaitu

1. LifeStyle/Lifestyle Community, merupakan komunitas yang menitikberatkan pada keamanan dan segregasi dari aktivitas serta fasilitas hiburan. Subkategori dalam kategori ini mencakup komunitas yang terisolasi seperti pecinta olahraga, klub negara, pengembangan halaman belakang, dan pengembangan kota baru
2. Komunitas Prestise Pagar merupakan simbol prestise yang menunjukkan perbedaan kelas, ketelitian, serta menjaga area aman yang mencerminkan perbedaan kelas sosial, termasuk kawasan pemukiman yang kaya dan bergengsi. Subkategori ini melibatkan individu yang kaya dan bergengsi, eksekutif serta manajer, kelompok profesional yang sukses, serta adanya pemisahan di antara para pemimpin.
3. Zona Keamanan atau kawasan keamanan adalah area di mana kekhawatiran akan kejahatan dan potensi penyelundupan dari luar menjadi motivasi utama untuk membentuk kantong-kantong yang diperkuat. Kawasan ini dibagi menjadi dua bagian.
 - a. Inner-perch yaitu pagar sebagai upaya melindungi properti, nilai real estate, dan terkadang untuk mencegah kejahatan di daerah sekitarnya.
 - b. Suburban-perch pagar dipasang sebagai sarana gentrifikasi kawasan perkotaan dan juga sebagai pembatas jalan, dimana jalan berkelok-kelok dibuat untuk mengurangi aksesibilitas dan deteksi orang-orang yang datang dari luar, yaitu pekerja konstruksi benteng untuk dapat mengontrol lingkungan sekitar.

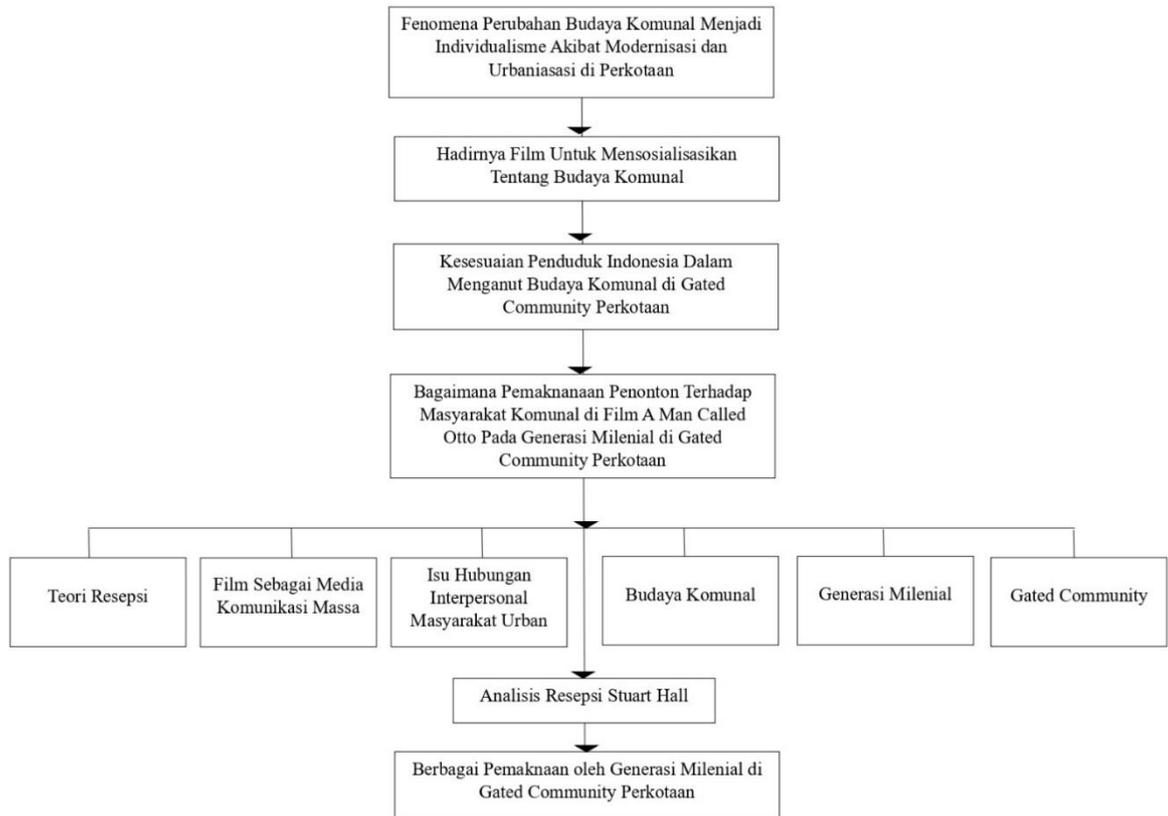
Masyarakat urban beralih ke *gated community* karena beberapa alasan utama. Pertama, *gated community* memberikan kesan eksklusif dan mandiri, sehingga penghuni merasa tidak perlu berinteraksi karena kebutuhan mereka sudah terpenuhi. Kedua, kebutuhan akan keamanan dan kenyamanan yang tinggi mendorong mereka memilih privasi yang terjaga, menghindari gangguan sosial yang dianggap tidak perlu. Ketiga, keinginan untuk menciptakan solidaritas baru yang sesuai dengan preferensi mereka. Fenomena *gated community* juga menciptakan segregasi, di mana tidak ada interaksi antara kelompok sosial dan distribusi kelompok sosial yang tidak merata dalam ruang fisik. Segregasi ini sering terjadi di permukiman yang terpisah berdasarkan ras, etnis, agama, dan

status pendapatan. *Gated community* dapat menyebabkan ketidaksetaraan dan diskriminasi ekonomi, serta privatisasi ruang publik. Secara makro, fenomena ini mencerminkan budaya global masyarakat urban dengan meningkatnya polarisasi antara orang kaya dan miskin, serta pemisahan sosial berdasarkan fasilitas terbatas seperti privasi dan kontrol lalu lintas (Novakarti, 2023).

Pola pemukiman di Indonesia cenderung heterogen dimana melalui fenomena pengelompokan ini terjadi akibat persamaan tertentu di masyarakat seperti berdasarkan faktor sosial ekonomi di masyarakat, hal ini menjadi salah satu faktor banyaknya *gated community* di perkotaan (Aulia & Suryani, 2020). Meskipun, *gated community* tidak terbatas pada perumahan baru atau lama, melainkan juga bisa merujuk pada perumahan yang sudah ada, asalkan dikelilingi oleh tembok pembatas. Akibatnya, akses jalan dan fasilitas publik hanya dapat digunakan oleh penghuni perumahan dan tidak tersedia untuk umum (Supriadi, 2021). Maka dari itu, peneliti menggunakan jenis pemukiman *gated community* yang berada pada kawasan kompleks atau perumahan di perkotaan. Sehingga dalam hal ini relevan untuk melihat bagaimana pemaknaan penonton dalam film *A Man Called Otto* pada generasi milenial khususnya *gated community* di perkotaan.

2.3 Kerangka Berfikir

Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir



Penelitian ini berawal dari fenomena kehidupan masyarakat di Indonesia terutama di perkampungan memiliki relasi komunal dan interaksi sosial yang kuat. Akan tetapi, mulai bergeser menjadi non-komunal akibat hadirnya pengaruh modernisasi dan urbanisasi sehingga menimbulkan perilaku urban seperti individualisme. Hal ini menimbulkan dampak negatif apabila relasi menjadi non-komunal seperti melemahnya interaksi dan tingginya interdependensi kehidupan bertetangga. Salah satu film yang mengangkat isu mengenai kehidupan masyarakat komunal yaitu film “A Man Called Otto”. Meski film ini mengenalkan pada konsep budaya komunal di film Amerika Serikat. Akan tetapi, hal ini cukup relevan pada masyarakat Indonesia yang cenderung bersifat komunal dibanding individualisme. Terdapat pesan yang disampaikan dalam film yaitu pentingnya harapan, penerimaan perbedaan, dan kepedulian bahwa kita semua saling membutuhkan satu sama lain dengan cara berbaur dan tolong menolong. Berdasarkan fenomena ini, peneliti merumuskan masalah penelitian bagaimana pemaknaan penonton tentang

budaya komunal pada film *A Man Called Otto* oleh generasi milenial di *gated community* perkotaan. Dalam hal ini, untuk menjawab rumusan masalah maka peneliti menggunakan teori Resepsi oleh Stuart Hall dan konsep seperti film sebagai media komunikasi massa, isu hubungan interpersonal masyarakat urban, generasi milenial, budaya komunal dan *gated community*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pemaknaan penonton tentang budaya komunal pada film *A Man Called Otto* oleh generasi milenial di *gated community* perkotaan.

