

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia untuk perlu berkomunikasi. Menurut Everett Kleinjan dari East West Center Hawaii, komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernapas. Sepanjang manusia ingin hidup, ia perlu berkomunikasi.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang.<sup>1</sup> Komunikasi massa merupakan media yang sangat berpengaruh bagi manusia. Kerjanya ibarat jarum hipodermik atau teori peluru yang banyak dicetuskan oleh pakar ilmu komunikasi, di mana kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakan menyuntikkan obat yang dapat langsung merasuk ke dalam jiwa penerima pesan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), Cet, Ke-16.,h. 25

<sup>2</sup> Morrissan. *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio Dan Televisi* (Tangerang: Ramdina Prakarsa, 2005),h. 12

Menurut Miller dan Cherry (Schramm 1971) ada tujuh unsur-unsur komunikasi yaitu:

1. Sumber, semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.
2. Pesan sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.
3. Media, ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
4. Penerima, adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.
5. Pengaruh atau Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.
6. Tanggapan Balik salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima, akan tetapi umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.
7. Lingkungan, ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.<sup>3</sup>

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara serempak, cepat, kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Hafied Cangara, *Op.Cit.*, h. 27-31

<sup>4</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015), Cet Ke-7., h. 5

Berikut adalah karakteristik dari media massa, yaitu :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.<sup>5</sup>

Media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, dan film. Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet. Belum ada, untuk tidak mengatakan tidak ada, bentuk media dan definisi komunikasi massa yang memasukkan internet dalam media massa. Padahal jika ditinjau dan ciri, fungsi, dan elemennya, internet jelas masuk dalam bentuk komunikasi massa. Dengan demikian, bentuk komunikasi massa bisa ditambah dengan internet. Bisa jadi pula beberapa definisi yang tidak menyebutkan internet dalam definisi komunikasinya karena definisi itu di buat beberapa puluh tahun yang lalu ketika internet belum mewabah seperti sekarang ini. Maka, sahsah

---

<sup>5</sup> Hafied Cangara, *Op.Cit.*, h. 140-141

saja jika kita memasukkan internet dalam bentuk komunikasi massa. Jadi, media massa itu antara lain: televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku, dan film (film bioskop dan bukan negatif film yang dihasilkan kamera).<sup>6</sup>

Film merupakan salah satu bagian dan komunikasi massa. Film biasa disebut juga *cinemathographic* yang berasal dari kata *cinema* + *tho* yaitu *phytos* (cahaya) + *graphic* (gambar, tulisan dan citra). Film ditemukan dan prinsip-prinsip fotografi dan proyektor. Film merupakan media komunikasi yang bersifat audio visual sebagai medium untuk menyampaikan berbagai macam hal, baik berupa fakta ataupun fiktif yang kebanyakan ceritanya merupakan refleksi dari kehidupan masyarakat. Sebagai media massa elektronik, film mampu membentuk opini. Isi film menceritakan gambaran kehidupan yang dapat memberikan pengaruh terhadap penontonnya. Penonton akan tertawa, ceria, bahagia, bahkan menangis dan ketakutan saat mengikuti alur cerita dari sebuah film.<sup>7</sup>

Saat ini film tidak hanya menjadi sarana seni, hiburan ataupun bisnis semata melainkan juga menjadi bagian dan komunikasi. Film sebagai komunikasi massa menyampaikan pesan melalui media audio dan visual. Film juga dapat merepresentasikan realitas kehidupan manusia. Meski hanya melalui komunikasi satu arah, namun film memiliki pengaruh yang mendalam terhadap

---

<sup>6</sup> Nurudin, *Op.Cit.*, h. 9.

<sup>7</sup>Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007).,h. 144

sesuatu. Film adalah teknik audio-visual yang sangat efektif dalam mempengaruhi penonton penontonnya.<sup>8</sup>

Hal inilah yang membuat film memiliki kemampuan tinggi diantara media lain dalam merefleksikan realitas sosial yang terjadi dalam masyarakat. Salah satu Film *Bohemian Rhapsody* menceritakan tentang sejarah perjalanan karir band legendaris Queen dalam berkarir. Band Queen adalah grup musik rock dari Britania Raya yang dibentuk tahun 1970 di London. Berawal dari dua mahasiswa yang ingin membuat band, Tim Staffell (vokalis dan basis) dan Brian May (gitaris). Mereka mengaudisi mahasiswa yang akan menjadi drummer dan mendapatkan Roger Taylor dan membentuk band Smile, namun band tersebut hanya bertahan 2 tahun. Tim Staffell keluar dan membentuk band baru bernama Humpy Bong. Freddie Mercury masuk dan kemudian mengubah nama "Smile" menjadi "Queen".

Film *Bohemian Rhapsody* bergenre biografi dan drama musikal ini ditulis oleh Anthony McCarten dan disutradari Bryan Singer. Film ini mengambil judul dari salah satu lagu Queen yang ditulis oleh Freddie Mercury untuk album *A Night at the Opera* (1975) yang berjudul *Bohemian Rhapsody* yang rilis tanggal 31 Oktober 1975. Lagu yang memiliki durasi enam

---

<sup>8</sup> A.W. Widjaja. *Komunikasi; Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Palembang: Bumi Aksara, 1991).,h. 84

menit ini di dalamnya terdapat beberapa chorus, intro segmen ballad, sebagian opera, sebagian rock, dan code reflektif.

Pada trailernya, terdapat *mash up* lagu-lagu ikonik yang dimiliki Queen seperti *Killer Queen*, *We Will Rock You*, dan tentunya lagu *Bohemian Rhapsody*. Dalam trailer juga terdapat potongan *scene* di mana pihak label mengkritik durasi lagu *Bohemian Rhapsody* yang terlalu panjang pada masanya. Namun lagu ini sukses secara komersial, dan bertahan di puncak tangga lagu UK Singles Chart selama Sembilan mingguan dan terjual lebih satu juta kopi pada akhir Januari 1976 dan menjadi single terlaris sepanjang masa Ke-3 Inggris Raya.

Film ini akan menyajikan perjalanan karir grup band Queen yang terdiri dari Freddie Mercury (diperankan Rami Malek) sebagai vokalis, Roger Taylor (diperankan Ben Hardy) sebagai *drummer*, Brian May (diperankan Gwilym Lee) sebagai gitaris, dan John Deacon (diperankan Joseph Mazzello) sebagai bassis. Film juga akan menceritakan kisah pertemuan mereka, hingga persahabatan yang terjalin saat berada di grup tersebut.

*Bohemian Rhapsody* juga menceritakan karir Queen hingga mereka bisa tampil bersama di *Live Aid* pada tahun 1985, Meskipun Freddie pernah meninggalkan Queen untuk mengejar karier solonya sendiri. Penampilan tersebut merupakan enam tahun sebelum akhirnya Freddie meninggal karena didiagnosa AIDS.

Selain pemeran band Queen, film ini juga dibintangi oleh Paul Prenter dan Mary Austin. Film ini telah tayang dengan jadwal *midnight* pada tanggal 27 Oktober 2018 di Indonesia, dan secara serentak tayang pada tanggal 31 Oktober 2018 di bioskop tanah air.

Film ini berlatar belakang tahun 70-an namun film ini tayang pada tahun 2018 dimana banyak penonton bioskop itu adalah generasi milenial. Milenial (juga dikenal sebagai Generasi Y) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran.

Menurut penelitian *Opinion Research Corporation*, Mayoritas menonton bioskop saat ini berusia dibawah 30 tahun; lebih dari separuhnya dibawah 20 tahun, dan hampir sepertiganya berusia di bawah 15 tahun. Orang dewasa berusia 50 tahun keatas hampir tidak pernah kebioskop lagi, apalagi yang sudah menikah. Karena banyaknya jumlah penonton sehingga membuat film ini menjadi sukses.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“DAMPAK KOGNITIF FILM BOHEMIAN RHAPSODY TERHADAP GENERASI MILENIAL”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari uraian di atas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan, sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak positif film *Bohemian Rhapsody* terhadap Generasi Milenial?
2. Bagaimana dampak negatif film *Bohemian Rhapsody* terhadap Generasi Milenial?

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis membuat batasan masalah agar penelitian lebih terarah dan tidak melewati batas.

1. Wawancara akan dilakukan dengan Generasi Milenial yaitu Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik angkatan 2015.
2. Dampak negatif memfokuskan kepada *scene* Homoseksual dan *Gay* di film *Bohemian Rhapsody*.



## **D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Merujuk pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian dilakukan Untuk mengetahui dampak film *Bohemian Rhapsody* terhadap Generasi Milenial .

### **2. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran bagi para pengkaji masalah komunikasi khususnya bidang konsentrasi jurnalistik yang berminat untuk meneliti bahan yang sama dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.
- b. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dalam bidang perfilman.
- c. Untuk menambah dan mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan yang di dapat selama proses perkuliahan. Dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Jurnalistik (S.Sos)

## **E. Tinjauan Pustaka**

Berkaitan dengan penelitian ini, penulis memilih beberapa penelitian penelitian yang sudah ada sebelumnya. Skripsi ini merujuk pada skripsi yang sudah ada antara lain:

Pertama, Kurnia, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dengan judul skripsi “*Propaganda Barat dalam film*

*(Analisis Semiotik Film Submission)*” Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas tentang film. Perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang Propaganda Barat dalam Film *Submission* sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan membahas tentang dampak film *Bohemian Rhapsody* terhadap Generasi Milenial.

Kedua, Shifa Maharani, Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta. Dengan judul Skripsi “*Analisis Naratif Komunikasi Antarbudaya Dalam Film La Tahzan*” Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama menganalisis Film menggunakan Analisis Naratif Tzevan Todorov, Perbedaannya adalah penelitian ini membahas Komunikasi Antarbudaya dalam Film *La Tahzan* sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan membahas dampak Film *Bohemian Rhapsody* Terhadap Generasi Milenial.

Ketiga, Laili Mustaghfiro, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul skripsi “*Analisis Naratif Nilai Sosial Film My Stupid Boss (Analisis Model Tzevan Todorov)*” Persamaan Penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas film, penelitian ini juga menggunakan analisis naratif Tzevan Todorov. Perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang nilai sosial yang ada pada film *My Stupid Boss*. sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan membahas tentang dampaknya terhadap generasi milenial.

Dari ketiga tinjauan pustaka yang telah disebutkan diatas dapat membuktikan bahwa penelitian penulis merupakan karya asli dan bukan merupakan karya hasil plagiat dari penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya.

## **F. Kerangka Teori**

### 1. Dampak

Dampak adalah pengaruh kuat yang dapat berakibat positif atau negatif<sup>9</sup> Dalam kehidupan sehari-hari, kata dampak merupakan kata yang telah lazim digunakan dalam masyarakat luas pada umumnya dengan pengelompokkan sebagai berikut:

#### a. Dampak positif

Dampak positif ini adalah akibat baik atau pengaruh menguntungkan yang didapatkan dan berbagai hal atau peristiwa yang terjadi.

Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pikiran terutama

---

<sup>9</sup> Wibawa Yuntoro Dwi, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta Timur: PT Multazam Mulia Utama, 2015) .,h, 299

memperhatikan hal-hal yang baik. positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan kegiatan kreatif dari pada kegiatan yang menjemukan, kegembiraan dari pada kesedihan, optimisme dari pada pesimisme.

Positif adalah keadaan jiwa seseorang yang dipertahankan melalui usaha-usaha yang sadar bila sesuatu terjadi pada dirinya supaya tidak membelokkan fokus mental seseorang pada yang negatif. Bagi orang yang berpikiran positif mengetahui bahwa dirinya sudah berpikir buruk maka ia akan segera memulihkan dirinya.

Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

#### b. Dampak Negatif

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia dampak negatif adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat negatif. Dampak adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya. Jadi dapat disimpulkan pengertian dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka

mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.<sup>10</sup>

## 2. Dampak Kognitif

Dampak kognitif adalah akibat yang timbul pada diri seseorang yang terkena terpaan media. Yang sifat informatif bagi dirinya, dampak kognitif mencakup tingkat pemahaman, pengetahuan, dan pengertian komunikasi. Kehadiran pesan dalam media massa memberikan pengetahuan, khalayak yang semula tidak tahu menjadi tahu, yang awalnya ragu menjadi yakin, tidak jelas menjadi jelas dan paham<sup>11</sup>

Dampak komunikasi massa disebabkan karena efek pesan dan dampak media. Dalam hal ini, dampak komunikasi massa difokuskan pada pesan yang disampaikan yakni terjadi perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa.

Dampak kognitif atau penerimaan informasi terjadi apabila seseorang atau khalayak mengalami perubahan yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi oleh khalayak. Wilbur Schram mendefinisikan informasi sebagai segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam

---

<sup>10</sup>[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%2520IL.pdf&ved=2ahUKEwjnwP72zenjAhXN7HMBHWBbA1QOFjADegQIAxAB&usg=AOvVaw0HDj7ttY5XJA9TG\\_Fe73\\_O&cshid=1564935299940](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://digilib.unila.ac.id/268/10/BAB%2520IL.pdf&ved=2ahUKEwjnwP72zenjAhXN7HMBHWBbA1QOFjADegQIAxAB&usg=AOvVaw0HDj7ttY5XJA9TG_Fe73_O&cshid=1564935299940) diakses pada 03 Agustus 2019

<sup>11</sup> Pipit Fitriansyah, Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan media sosial dalam membentuk perilaku remaja) (Jakarta, Jurnal Humaniora, 2018) hlm. 172

situasi. Seseorang menjadi lebih mengerti bagaimana harus bertindak ketika menghadapi suatu hal yang pernah ia dapati setidaknya informasi yang berkaitan dengan hal yang dialaminya.<sup>12</sup>

Berdasarkan arti tersebut, maka yang dimaksud dengan dampak dalam tulisan ini adalah akibat yang ditimbulkan dari menonton film *Bohemian Rhapsody* terhadap generasi milenial.

## 2. Film

Film adalah gambar hidup, hasil dari seongkok seluloid yang diputar dengan mempergunakan proyektor dan di tembakkan ke layar, yang dipertunjukkan di gedung bioskop.<sup>13</sup> Film adalah karya seni yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika atau keindahan yang sempurna<sup>14</sup>

Film merupakan fenomena sosial yang multitafsir. Banyak pesan yang terkandung di dalam sebuah film ketika ditonton kemudian dimaknai oleh khalayaknya. Sebagian kalangan memandang film sebagai hasil karya seni dan hiburan semata, sebagai ruang ekspresi bebas dalam sebuah proses pembelajaran khalayak, dan kelompok lainnya cenderung memaknai film sebagai realitas empiris yang merekam secara jujur nilai-nilai sosial yang

---

<sup>12</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2017) hlm.221

<sup>13</sup> Komsharial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta, Pt Grafindo, 2016),.h. 71

<sup>14</sup> Elvinaro Ardianto, *Op.Cit.*,h. 9.

terjadi dalam suatu masyarakat. Pada kenyataannya, kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, yang membuat para praktisi film memiliki potensi untuk memengaruhi atau membentuk suatu pandangan khalayak dengan muatan pesan di dalamnya. Hal ini didasarkan atas asumsi bahwa film adalah potret dari realitas sosial. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang di dalam suatu masyarakat dan kemudian memroyeksikanya ke dalam layar.<sup>15</sup>

### 3. Generasi Milenial

Milenial (juga dikenal sebagai Generasi Y, Gen Y atau Generasi Langgas) adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. Milenial pada umumnya adalah anak-anak dari generasi *Baby Boomers* dan Gen-X yang tua. Milenial kadang-kadang disebut sebagai "*Echo Boomers*" karena adanya '*booming*' (peningkatan besar), tingkat kelahiran pada tahun 1980-an dan 1990-an.<sup>16</sup>

Milenial adalah istilah *cohort* dalam demografi, merupakan kata benda yang berarti pengikut atau kelompok. Saat ini ada empat *cohort* besar dalam

---

<sup>15</sup>Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Cet. 3; Bandung: Remaja Rosdakarya. 2006),h.126-127.

<sup>16</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial> ,diakses pada 29 Maret 2019 pukul 15:46 WIB

demografi, yaitu *Baby Booner* (lahir pada tahun 1946- 1964), Gen-X (lahir pada tahun 1965-1980), Milenial (lahir pada tahun 1981-2000), dan Gen-Z (lahir pada tahun 2001-sekarang). Dalam literatur lain, Menurut Absher dan Amidjaya bahwa generasi milenial merupakan generasi yang lahirnya berkisar antara 1982 sampai dengan 2002, selisih yang tidak terlalu signifikan<sup>17</sup>

Generasi milenial saat ini (pada tahun 2017) adalah mereka yang berusia 17-36 tahun; mereka yang kini berperan sebagai mahasiswa, *early jobber*, dan orangtua muda; seperti Afgan, Raisa, Agnes Monica, dan Raffi Ahmad. Dewasa ini mereka adalah idola masyarakat dengan ciri khas musik yang agak *mellow* dan lirik selalu dibumbui percintaan dan kegalauan.

Menurut data BPS yang dikeluarkan pada tahun 2013, jumlah milenial Indonesia pada tahun 2015 diperkirakan mencapai 33% dan total penduduk Indonesia. Artinya, total populasi milenial pada tahun 2015 mencapai 83 juta jiwa. Pada tahun 2020, proporsi milenial dapat mencapai 34% yang akan berada pada usia 20 hingga 40 tahun. Pada tahun tersebut, generasi milenial akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia karena mulai berkurangnya populasi Gen-X dan *Baby Boomer*. Dengan demikian, terjadilah

---

<sup>17</sup>Ali Hasanudin dan Lilik Purwandi, *Milenial Nusantara Pahami Karakternya Rebut Simpatinya* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2017),.h. 3-4



bonus demografi populasi milenial terbanyak berada di pulau Jawa yang diperkirakan pada tahun 2015 ada 47 juta jiwa.<sup>18</sup>

Jadi, berdasarkan pendapat para ahli diatas peneliti menyimpulkan jika generasi milenial pada tahun 2019 adalah generasi yang lahirnya berkisar antara tahun 1981 sampai dengan 2000, adalah mereka yang berusia 19-38 tahun.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif, metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau tulisan dan lisan dari perilaku fokus penelitian yang diamati.<sup>19</sup>

### **2. Sumber Data**

Sumber data adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.<sup>20</sup> Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut :

- a. Data Primer yaitu data pokok utama yang diambil dari subjek aslinya yang dikumpulkan atau diperoleh melalui penelitian lapangan dengan pengamatan (Observasi) langsung kepada Mahasiswa UIN

---

<sup>18</sup> *Ibid.*,h. 8-11

<sup>19</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2010),h. 213.

<sup>20</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1992),h. 102.

Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik angkatan 2015 yang menonton dan mengetahui tentang Film *Bohemian Rhapsody* dengan durasi 2 jam 13 menit.

- b. Data Sekunder yaitu data yang di ambil dari literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang akan di teliti. Dalam hal ini data sekunder yang digunakan penulis adalah data yang dikutip dari buku, internet, dan hasil penelitian sebelumnya.

### **3. Populasi dan sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik angkatan 2015 sebanyak 137 orang.

#### **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini peneliti

---

<sup>21</sup> Sugiono, *Op,Cit:* h. 87

<sup>22</sup> Morissan, *Metode Penelitian Survei.* (Jakarta : Prenada Media Group, 2015) h. 118

menggunakan *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.

Untuk melengkapi data dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara langsung terhadap generasi milenial Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Jurnalistik angkatan 2015 dengan cara sampel terpilih atau *purposive sampling* yang mencakup responden, subjek, atau elemen yang dipilih karena karakteristik atau kualitas tertentu, dan mengabaikan mereka yang tidak memenuhi kriteria yang ditentukan.<sup>23</sup> Dengan ini peneliti menentukan 20 responden yang telah menonton film *Bohemian Rhapsody* terdiri dari kelas jurnalistik 1553A berjumlah 5 orang, jurnalistik 1553B berjumlah 5 orang, jurnalistik 1553C berjumlah 5 orang, dan jurnalistik 1553D berjumlah 5 orang.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode yaitu:

##### **a. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan

---

<sup>23</sup> *Ibid* h. 117

terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan<sup>24</sup> Dewasa ini teknik wawancara banyak dilakukan di Indonesia sebab merupakan salah satu bagian yang terpenting dalam setiap survei. Tanpa wawancara penelitian akan kehilangan informasi yang hanya dapat diperoleh dengan bertanya langsung kepada responden. Seperti kita lihat atau dengan lewat teknik wawancara, televisi atau radio, merupakan teknik yang baik untuk menggali informasi di samping sekaligus berfungsi memberi penerangan kepada masyarakat.<sup>25</sup>

#### b. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut<sup>26</sup>.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data yang bersumber dari literatur yang berkaitan dengan penelitian yang akan dikaji. Sebagian besar

---

<sup>24</sup> Haris Hardiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014),h,117.

<sup>25</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metedologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016) ,h.83

<sup>26</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), Cet, Ke-4.,h. 42.

data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, dan foto<sup>27</sup>.

## 5. Analisis Data

Dalam analisis data penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif karena data yang diperoleh peneliti masih berupa uraian-uraian<sup>28</sup>. Maka penulis mengumpulkan semua data yang diperoleh kemudian melakukan penyusunan sesuai dengan urutan pembahasan, selanjutnya dianalisis dan ditafsirkan dalam bentuk kalimat yang sederhana dan dapat dimengerti sehingga mudah untuk menarik kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan metode analisis narasi dalam menganalisis teks film dalam narasi model Tzvetan Todorov. Analisis ini merupakan suatu metode analisis narasi pesan dalam suatu film yang sistematis dan menjadi petunjuk untuk mengamati dan menganalisis pesan-pesan tertentu yang disampaikan oleh komunikator. Melalui Analisis Narasi model Tzvetan Todorov dapat membantu penulis untuk mengetahui tentang isi film dan bagaimana pesan tersebut disampaikan dalam film *Bohemian Rhapsody*.

Dalam mengamati dan menjelaskan data peneliti menggunakan apa yang dikemukakan Miles dan Huberman (1994) sebagaimana dikemukakan

---

<sup>27</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), Cet, Ke-5, .,h.141

<sup>28</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007),.h. 103

Morissan, analisis data kualitatif terdiri dari empat tahap, yaitu: reduksi data (*data reduction*), peragaan data (*data display*), penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*), dan verifikasi. Dalam hal ini, sebagai upaya untuk mengolah data yang telah diperolehnya secara kronologis menurut urutan kejadian selama penelitian berlangsung<sup>29</sup>.

## H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam sistematika pembahasan serta dalam mencapai tujuan, maka pembahasan ini akan di bagi kedalam beberapa Bab dan Sub Bab, adapun sistematika pembahasan ini yaitu sebagai berikut :

**Bab I Pendahuluan** yang terdiri dari latar belakang penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika pembahasan.

**Bab II Landasan Teori** Berupa landasan teori yang memuat tentang Dampak, Film, Sejarah Film, *Genre* Film, Homoseksual, Generasi Milenial, Analisis Naratif Tzevan Todorov.

**Bab III Deskripsi Wilayah Penelitian** Berupa sejarah singkat UIN Raden Fatah Palembang, Sejarah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Sejarah Jurusan Jurnalistik, Visi dan Misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

---

<sup>29</sup> Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta:Kencana, 2012), Cet, Ke-1.,h.27

**Bab IV Analisis Hasil Penelitian** Merupakan pembahasan mengenai Analisis Naratif Tzevan Todorov Film *Bohemian Rhapsody*, Dampak Film *Bohemian Rhapsody* terhadap Generasi Milenial

**Bab V Penutup** yang berisikan kesimpulan dan saran.