

# KOMODIFIKASI FILM *CRITICAL ELEVEN*

## (Studi Deskriptif Tentang Komodifikasi Ekonomi Politik Film *Critical Eleven*)

Pundra Rengga Andhita  
Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban

**Abstract:** As technology advances, film is packaged not only as entertainment. Inevitably, the film has become a commodity of the media industry. The existence of film as one medium of communication can be an effective channel for people to consume the message content in accordance with the will of the maker. Currently very easy to find various films that presents the diversity of themes with stories that attract the attention of the public. One of them is the movie "Critical Eleven" production from Starvision Plus and Legacy Pictures directed by Monty Tiwa. In the perspective of communication science, film is a mass media instrument containing the political economy of media value. The film can be placed as a commodity that can be traded in the market. One expert who has concentration on this study is Vincent Mosco. In his explanation, Mosco explains there are three things that can be considered in the political economy of media that is commodification, spatialization and structuring. So from Mosco's understanding, this research will further describe the commodification in the Critical Eleven film.

**Key Words:** Commodification, Political Economy, Film, Critical Eleven

**Abstrak:** Seiring kemajuan teknologi, film dikemas tidak hanya sebagai hiburan. Tidak terelakkan, film telah menjadi komoditas industri media. Keberadaan film sebagai salah satu medium komunikasi mampu menjadi saluran efektif bagi masyarakat untuk mengonsumsi muatan pesan yang sesuai dengan kehendak pembuatnya. Saat ini sangat mudah ditemui berbagai film yang menyajikan keberagaman tema dengan cerita yang menarik perhatian masyarakat. Salah satunya adalah film "*Critical Eleven*" produksi dari *Starvision Plus* dan *Legacy Pictures* dengan disutradarai oleh Monty Tiwa. Dalam sudut pandang ilmu komunikasi, film merupakan instrumen media massa yang mengandung nilai ekonomi politik media. Film bisa ditempatkan sebagai komoditas yang dapat diperjualbelikan di pasar. Salah satu ahli yang memiliki konsentrasi pada kajian ini adalah Vincent Mosco. Dalam penjelasannya, Mosco menerangkan ada 3 hal yang bisa diperhatikan dalam ekonomi politik media yaitu komodifikasi, spasialisasi dan strukturisasi. Maka berangkat dari pemahaman Mosco, penelitian ini akan mendeskripsikan lebih jauh tentang komodifikasi dalam film *Critical Eleven*.

**Kata kunci:** Komodifikasi, Ekonomi Politik, Film, *Critical Eleven*

### PENDAHULUAN

Meski pernah menjadi pilihan masyarakat untuk mendapatkan hiburan, sejak tahun 1990-an, industri film Indonesia hampir mengalami keterpurukan, persaingannya bukan hanya dengan film impor tetapi juga ketika sinetron mulai marak muncul di televisi. Keberadaan film bersama sinetron menjadi hiburan yang saling berebutan untuk mendapatkan tempatnya di hati masyarakat. Selain hiburan, film sebagai salah satu medium komunikasi massa juga mampu menawarkan unsur informasi dan edukasi yang

mudah ditemui dalam problematika masyarakat. Perkembangannya menunjukkan perfilman Indonesia hampir selalu timbul tenggelam dalam relasi negara, pasar dan masyarakat.

Budi Pasang surut tersebut mau tidak mau mendorong semua pelaku industri perfilman Indonesia untuk lebih kreatif dan inovatif menyajikan film yang dapat diterima masyarakat dan memberikan implikasi keuntungan finansial besar. Di tahun 2000-an film Indonesia mulai merangkak naik mencuri perhatian masyarakat. Khususnya ketika tahun 2002, film "Ada Apa

Dengan Cinta” mulai diputar di bioskop, menampilkan Dian Sastrowardoyo dan Nicholas Saputra yang didukung beberapa bintang lainnya berhasil meraup nilai *box office* hingga US\$ 10 juta atau setara dengan Rp 123 miliar ([www.cekaja.com](http://www.cekaja.com), diakses pada tanggal 1 Juni 2017).

Kemudian, perlahan tapi pasti, film kembali mendapatkan tempatnya di masyarakat. Tema yang diangkat semakin beragam dengan pemain yang menarik perhatian. Begitu pula di tahun 2017, awal Mei lalu, Rabu (10/5/17), salah satu film produksi *Starvision Plus* dan *Legacy Pictures* yang disutradarai oleh Monty Tiwa, “*Critical Eleven*”, berhasil menyedot penonton yang cukup besar. Tercatat, menurut angka yang dikeluarkan oleh laman [filmindonesia.or.id](http://filmindonesia.or.id). *Critical Eleven* dipastikan telah maraup 764.944 jumlah penonton hingga akhir pekan kemarin (28/5) ([www.jawapos.com](http://www.jawapos.com), diakses pada tanggal 1 Juni 2017). Bahkan diprediksikan peraih jumlah penontonnya akan bertambah selama masa tayangnya.

Film ini sendiri diangkat dari novel Ika Natassa yang berjudul sama. Film berdurasi 135 menit ini menceritakan pasangan muda sukses, Ale dan Anya. Tokoh Ale dimainkan oleh Reza Rahadian, sedangkan Anya diperankan Adinia Wirasti. Keduanya bertemu di pesawat dalam penerbangan ke Sidney, Australia. Singkat cerita, keduanya menjalin hubungan yang dilanjutkan ke jenjang pernikahan. Kemudian dalam perjalanan rumah tangganya ada konflik utama yang menghadang yaitu kekecewaan Ale dan Anya yang sedang menantikan kehadiran anak, namun calon bayi mereka justru tidak bisa lahir dalam keadaan hidup, Anya keguguran. Kondisi ini memicu kemunculan ego di antara keduanya yang menempatkan hubungan mereka dalam situasi yang rumit, penuh emosi, amarah dan saling menyalahkan satu sama lain. Meski terancam retak, di akhir cerita, film ini memberikan *happy ending*, pernikahan mereka tetap bertahan dan akhirnya memiliki anak dari kehamilan yang berikutnya.

Terlepas dari alur ceritanya, film genre drama ini sangat menarik untuk dikaji. Khususnya jika segmentasi penontonnya sesuai dengan target yang dituju, banyak nilai moral yang dapat dipetik sebagai salah satu pelajaran dalam rumah tangga. Hal ini menggambarkan kesuksesan *Starvision Plus* dan *Legacy Pictures* dalam mengemas film ini sebagai komoditas bisnis yang dapat meraup keuntungan dari masyarakat. Pemilik *Starvision*, Chand Parwez Servia, me-

mang dikenal sebagai produser handal yang sukses dalam industri perfilman. Bahkan ia dianggap memimpin pasar industri perfilman Indonesia.

Chand Parwez mengatakan, keberadaan Indonesia dengan berbagai etnis, bahasa dan agama, dan memiliki kawasan alam terbesar kedua di dunia dengan populasi 245 juta jiwa telah memainkan peran utama dalam ekonomi, politik, budaya ([klikstarvision.com](http://klikstarvision.com), diakses pada tanggal 1 Juni 2017). Kondisi itu secara tidak langsung juga mempengaruhi bagaimana kemasan film yang mampu diterima oleh masyarakat. Hal ini karena film merupakan medium yang efektif untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Seperti diungkapkan oleh James Monaco (1977), “Film memiliki sebagian besar dari fungsi komunikatif yang sama seperti yang dilakukan oleh bahasa”.

Kajian ekonomi politik media melihat kepemilikan media yang dikuasai elit penguasa akan berdampak pada kehidupan sosial masyarakat. Kandungan konten media menjadi komoditas yang dapat diperjualbelikan di pasar. Kajian ini juga melihat bagaimana dominasi kelas pemodal meletakkan masyarakat sebagai konsumen yang melahap apapun yang disajikan oleh pemodal tersebut.

Lebih lanjut, menurut Vincent Mosco (1998), ekonomi politik dipandang sebagai studi mengenai hubungan sosial, khususnya hubungan kekuatan, yang biasanya berbentuk produksi, distribusi, dan konsumsi dari sumber. Hubungan ini timbul dalam hubungan timbal balik antara sumber daya alam proses produksi komunikasi seperti surat kabar, buku, video, film, dan khlayak adalah yang utama. Singkatnya, ekonomi politik media memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi daripada muatan atau ideologi media. Lebih lanjut Mosco menjelaskan ada 3 aspek yang bisa diperhatikan untuk meneliti ekonomi media yaitu komodifikasi, spesialisasi dan strukturisasi.

Maka, berangkat dari pemahaman itu, penulis ingin mengkaji lebih jauh film *Critical Eleven* dengan melihat muatan komodifikasi yang terkandung didalamnya dengan memperhatikan komodifikasi konten, audiens dan pekerjanya. Penulis memahami kesuksesan film juga tidak terlepas dari sejauhmana pelaku industrinya mampu mengemas komodifikasi nilai-nilai yang diusungnya dengan baik. ([klikstarvision.com](http://klikstarvision.com), diakses pada tanggal 1 Juni 2017)

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis menetapkan rumusan masalah “Bagaimana Muatan Komodifikasi Dalam Film *Critical Eleven*?”

### Tujuan Penulisan

Untuk mengetahui muatan komodifikasi film *Critical Eleven* dilihat dari aspek konten. Untuk mengetahui muatan komodifikasi film *Critical Eleven* dilihat dari aspek audiens. Untuk mengetahui muatan komodifikasi film *Critical Eleven* dilihat dari aspek pekerjaanya.

### Manfaat Penulisan

Manfaat yang diharapkan dari penulisan ini adalah:

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan komunikasi, khususnya terkait dengan kajian ekonomi politik media massa.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi kajian kritis masyarakat dalam menyikapi berbagai problematika yang ada di industri film Indonesia.

### LANDASAN TEORI

Dennis Mcquail (1987) mengatakan bahwa ekonomi politik media membawa implikasi pada mekanisme pasar. Teori ekonomi media merupakan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi dari pada muatan atau ideologi media. Teori ini fokus ideologi medianya pada kekuatan ekonomi dan mengarahkan perhatian penelitian pada analisis empiris terhadap struktur kepemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media. Menurut tinjauan ini, institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik.

Senada dengan Mcquail, Vincent Mosco (Ph.D, Harvard), seorang Professor Emeritus of *Sociology* dari *Queen's University and Distinguished Professor of Communication, New Media Centre*, Fudan University, Shanghai mengkaji lebih dalam tentang ekonomi media melalui salah satu bukunya *The Political Economy of Communication* (2009) yang merupakan pengembangan dari buku sebelumnya *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal* (Sage Publications, 1996). Pada perkembangannya, membicarakan ekonomi politik media tidak bisa terlepas dari buah pikiran

Vincent Mosco. Ia dianggap memiliki telaah yang sangat baik tentang ekonomi politik media.

Menurut Vincent Mosco (1998), ekonomi politik dipandang sebagai studi mengenai hubungan sosial, khususnya hubungan kekuatan, yang biasanya berbentuk produksi, distribusi, dan konsumsi dari sumber. Hubungan ini timbul dalam hubungan timbal balik antara sumber daya alam proses produksi komunikasi seperti surat kabar, buku, video, film, dan khalayak adalah yang utama.

Mengacu pada penjelasan Mosco maka bisa dikatakan bahwa ekonomi media memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi daripada muatan atau ideologi media. Struktur ekonomi tersebut merupakan bentuk mekanisme pasar, jadi informasi yang disebarkan tidak terlepas dari kebutuhan pasar. Bahkan “arah” dari kebutuhan tersebut bisa disesuaikan tergantung dominasi kelas pemodal. Lebih lanjut, Mosco menjelaskan ada 3 konsep yang perlu diperhatikan untuk memahami ekonomi politik media yaitu komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi.

Dalam penelitian ini, penulis hanya menelaah dari aspek komodifikasi saja. Adapun komodifikasi dipahami oleh Mosco mengacu pada pemanfaatan barang dan jasa yang dilihat dari kegunaannya kemudian ditransformasikan menjadi komoditi yang bernilai jual pasar. Jadi konsep ini menekankan pada proses transformasi barang dan jasa menjadi komoditas yang mempunyai nilai di pasar. Dalam hal media massa, komodifikasinya adalah “informasi”. Di sini informasi menjadi aset penting bagi perputaran ekonomi media yang kemudian jika terkait dengan aspek politik, informasi menjadi nilai aset vital bagi kelas pemodal. Konsumennya adalah masyarakat yang mengkonsumsi informasi sebagai bagian penting dari hidupnya.

Mosco menjelaskan ada 3 jenis komodifikasi yaitu:

- a. Komodifikasi isi atau konten. Komodifikasi ini dimulai ketika pelaku media mengubah pesan melalui teknologi yang ada menuju interpretasi yang penuh makna hingga menjadi pesan yang marketable. Jadi konten merupakan hasil konstruksi pemodal yang bisa dibentuk sesuai dengan keinginannya asalkan menghasilkan nilai ekonomi politik yang menguntungkan bagi pemodal. Konten tersebut dikomunikasikan kepada masyarakat sebagai konsumen dengan tujuan memberikan keuntungan.

- b. Komodifikasi audiens atau khalayak. Komodifikasi ini lebih mengarah pada proses modifikasi peran pembaca atau khalayak oleh perusahaan media dan pengiklan, dari fungsi awal sebagai konsumen media menjadi konsumen khalayak selain media.

Komodifikasi pekerja. Komodifikasi ini lebih kepada bagaimana pekerja sebagai aset penting produksi dapat bekerja sebaik mungkin di media. Komodifikasi ini menitikberatkan pada bagaimana mengkonstruksi pikiran dan tenaga pekerja agar merasakan bagaimana menyenangkannya bekerja dalam sebuah institusi media (Diolah 1998).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Berdasarkan metode ini yang diuraikan oleh Issac dan Michael seperti yang dikutip Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya "Metode Penelitian Komunikasi", metode deskriptif yaitu bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Penelitian ini hanya memaparkan suatu peristiwa, tidak menjelaskan hubungan. Tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 2004:24).

Lebih lanjut, masih menurut Jalaluddin Rakhmat ciri lain dari metode deskriptif ialah titik berat pada observasi dan suasana alamiah, peneliti bertindak sebagai pengamat ia hanya mengamati gejala dan mencatatnya dalam buku observasi. Ada 3 maksud yang hendak dicapai dalam penelitian deskriptif. Pertama, mengumpulkan informasi aktual secara rinci dan melukiskan gejala yang ada. Kedua, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku. Ketiga, mengamati apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. Melalui metode ini penulis berharap dapat lebih menggambarkan muatan komodifikasi yang terdapat dalam film *Critical Eleven*.

### **PEMBAHASAN**

Penulis meyakini bahwa film mampu memenuhi kebutuhan manusia untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan keinginannya. Film yang baik adalah film yang mampu menerjemahkan berbagai problematika sosial yang ada di masyarakat dalam tampilan audio visual yang

tepat. Penulis menilai, kesuksesan film *Critical Eleven* tidak terlepas dari kombinasi konten, pekerja dan pembidikan segmen audiens yang tepat. Oleh karenanya penulis akan memaparkannya dilihat dari aspek komodifikasi sebagai bagian dari telaah ekonomi politik media dengan memperhatikan aspek komodifikasi konten, audiens dan pekerjaannya.

### **Muatan Film *Critical Eleven* Dilihat Dari Komodifikasi Konten**

Komodifikasi ini dimulai ketika pelaku media mengubah pesan melalui teknologi yang ada menuju interpretasi yang penuh makna hingga menjadi pesan yang *marketable*. Film sebagai praktik produksi bukan lahir dari ruang hampa tetapi representasi dari problematika nyata yang ada di masyarakat. Film sebagai media sosial bukan ruang yang bebas nilai. Hanya saja, arah nilai itulah yang perlu diketahui lebih lanjut untuk menetapkan apakah ini mengarah pada muatan ideologi saja atau ada kepentingan ekonomi politik yang lebih luas.

*Critical Eleven* sendiri terinspirasi dari betapa pentingnya arti 11 menit awal dalam penerbangan. Kegetiran dalam pernikahan diibaratkan sama dengan kesuksesan pesawat naik ke angkasa dan turun ke bumi dengan selamat. Dilihat dari alur cerita yang ada dalam film ini lebih mengarah pada drama percintaan pasangan muda, Ale dan Anya, yang dimulai dari pertemuan tidak sengaja di pesawat ketika penerbangan menuju Sidney, Australia, kemudian berlanjut pada jenjang pernikahan. Dalam perjalanannya, pemilihan konflik yang diangkat berhasil menarik perhatian penonton. Konflik ini mampu mengurus emosi penonton dengan cukup baik. Ketepatan pembuat film ini yang memasukkan muatan cinta dalam hubungan antar manusia dinilai sangat tepat. Seperti diketahui, cinta merupakan komoditas konten yang sangat menjual bagi masyarakat. Hal ini terkait karena cinta, mencintai dan dicintai sebagai salah satu kebutuhan manusia. Dengan mengusung tema cinta yang memasukkan sejumlah konflik sebagai penyedapnya mampu menimbulkan rasa getir penonton sehingga masuk ke dalam suasana emosional.

Belum lagi ditambah dengan adegan seksualitas yang ada dalam beberapa *scene*. Adegan tersebut bisa mengarah pada 2 hal yaitu tindakan susila atau sebatas komoditas konten peran agar alur cerita menjadi semakin hidup. Penulis meyakini ketika adegan hubungan intim

antara Ale dan Anya muncul, penonton terbawa dalam kondisi tidak tanpa emosional baik itu yang mengarah pada birahi atau bukan. Padahal menurut Lesmana, salah satu unsur melanggar tindakan asusila adalah melakukan berbagai peragaan yang dapat membangkitkan nafsu birahi orang yang melihatnya.

Tentu akan sulit mengukur sejauhmana adegan tersebut dapat membangkitkan nafsu birahi seluruh penonton. Namun jika mengacu pada ilustrasi Tjipta Lesmana (1995), tentang karya yang dapat membangkitkan birahi manusia normal adalah yang dapat merangsang. Pengertian merangsang itu sendiri menurutnya adalah buku, majalah, selebaran, komik, atau barang cetak lain yang mengeksploitir seks, nafsu syawat atau penyelewengan seksual atau yang berisi gambar para wanita telanjang atau setengah telanjang, yang mempengaruhi pembaca secara personal, umum. Terutama bagian dada wanita, dibawah pusar, khususnya bagian di sekitar puting susu. Maka bisa diprediksikan adegan intim yang dilakukan Ale dan Anya dalam tersebut bisa merangsang nafsu syahwat penontonnya.

Tidak bisa dipungkiri seks dalam film juga menjadi komoditas nilai jual yang baik. Memang perdebatan mengenai batasnya tidak pernah habis dibahas. Namun unsur erotika dan seksualitas dalam adegan tersebut dapat dikatakan jelas mengeksploitasi unsur sensualitas tubuh pemainnya. Erotika dan seksualitas seperti tidak pernah bisa terpisahkan dari media film. Meski dalam film tersebut digambarkan bahwa Ale (Reza Rahardiansyah) dan Anya (Adinia Wirasti) adalah pasangan suami istri, namun di ranah publik yang nyata keduanya bukanlah suami istri. Perbenturan dua ruang publik ini tentu memunculkan konflik dalam hati penontonnya, khususnya untuk tipologi penonton yang menganut erat nilai moral dalam hidupnya.

Intepretasi penonton terhadap adegan film adalah wilayah kekuasaannya masing-masing yang bisa menimbulkan persepsi berbeda berdasarkan latar belakang kehidupan yang telah dijalaninya. Jadi tidak bisa disalahkan jika ada penonton yang mempersepsikan adegan intim dalam film ini sebagai tindakan asusila. Namun jika dilihat segi kelengkapan alur cerita, memang tidak bisa dihindari adegan tersebut. Permasalahannya adalah kontrol sosial. Sejuahmana penonton dalam film ini bisa dipastikan telah memasuki usia yang cukup matang untuk menonton adegan tersebut. Fungsi kontrol yang

selama ini ada dalam film selain uji sensor dari lembaga sensor adalah peringatan tertulis bahwa film ini masuk kategori dewasa. Pada praktiknya, kontrol tersebut juga bisa mencegah penonton belum dewasa yang telah memiliki karcis. Inilah salah satu persoalan dalam film percintaan yang mengusung adegan intim. Penonton memiliki nilai yang bebas untuk mengartikan adegan intim sesuai kehendaknya.

Selain sensualitas, ada beberapa adegan dalam film ini yang juga menyudutkan Anya sebagai penyebab konflik utamanya, yaitu gugurnya kandungan buah cinta mereka. Dalam salah satu kalimat yang dilontarkan oleh Ale dengan jelas menyudutkan Anya. Kurang lebih kalimatnya seperti ini “kalau kamu tidak sibuk mungkin Aidan masih hidup”. Aidan adalah nama yang hendak diberikan pada calon bayi yang tidak sempat lahir dalam keadaan hidup. Keberadaan teks itu memperlihatkan dominasi laki-laki yang cukup kuat dalam menempatkan perempuan sebagai penyebabnya.

Dalam gambaran umum masyarakat Indonesia yang patriariki, perempuan berada di bawah kuasa laki-laki. Posisi ini menempatkan suami menjadi dominan yang berhak menempatkan perempuan dalam posisi tersudut. Selain itu, beberapa adegan yang memperlihatkan Anya dalam kondisi banyak diam dan mengalah semakin menguatkan superioritas Ale. Gambaran itu tentu tidak terlepas dari kondisi yang ada di masyarakat Indonesia. Dominasi tersebut menjadi kesatuan konten yang terkait satu sama lain sehingga membuat film ini menjadi lebih hidup dan seolah-olah dekat dengan keadaan masyarakat yang sesungguhnya. Tidak bisa dipungkiri, masyarakat cenderung memilih sesuatu berdasarkan aspek *common sense*.

Komodikasi konten lain yang juga menarik dalam film ini dari *segisetting* lokasi. Film ini memilih setting urban yang menampilkan pemandangan cantik kota New York, *United States of America*. Magnet New York sangat besar, apalagi bagi penduduk di negara berkembang. Mereka yang belum pernah mengetahui New York menjadi tahu bagaimana New York dan kehidupannya. Ini menjadi komodifikasi konten yang sangat baik. Apalagi digambarkan dalam film ini, pasangan muda tersebut menghabiskan masa bulan madunya di New York. Sisi romantisme pun tidak kalah besarnya diangkat ketika di kota ini.

Lantas mengapa *setting* urban begitu menarik bagi penonton? Selain sebagai sesuatu yang

baru, jarang ditemui, urban sering menjadi tren bagi masyarakat negara berkembang. Bahkan cenderung menjadi acuan dalam beberapa nilai-nilainya. Alasan ini juga yang mungkin menjadi nilai jual lain. Singkatnya, film ini berhasil memilih *setting* yang tepat. Jika sebelumnya banyak film drama bertema cinta yang mengambil *setting* Eropa (khususnya Perancis dan Inggris), *Critical Eleven* mengambil lokasi yang jarang diangkat dalam beberapa film yang bergenre sama. Ini tentu menjadi nilai jual tersendiri. Kehidupan dan aktifitas New York memberikan nilai lebih dalam film ini.

Beberapa gambaran komodifikasi konten tersebut menjadi nilai tukar ekonomi yang baik. Namun secara nilai tukar politik, film ini akhirnya memberikan jembatan bagi imperialisasi budaya lain yang dikonsumsi oleh masyarakat. Film ini tidak bisa lepas dari sebatas muatan hiburan saja. Kontennya bisa menggeser budaya lokal dan membuka luas hegemoni budaya urban luar, menggeser standar nilai normal dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Karena walau bagaimanapun film sebagai medium komunikasi juga tidak bisa terlepas dari ranah publik yang sesungguhnya. Posisi Ale dan Anya sebagai suami istri dalam film tersebut juga tidak bisa terlepas dari Reza Rahardiansyah dan Adinia Wirasti yang bukan sebagai suami istri dalam kehidupan nyatanya. Perbenturan dua ranah ini yang menimbulkan kontroversi. Penjelasan seperti apa yang bisa menjadi alasan untuk menutup perbenturan tersebut.

### **Muatan Film *Critical Eleven* Dilihat Dari Komodifikasi Audiens**

Komodifikasi audiens mengarah pada proses modifikasi peran pembaca atau khalayak oleh perusahaan media dan pengiklan, dari fungsi awal sebagai konsumen media menjadi konsumen khalayak selain media. Pada proses ini, media memproduksi khalayak melalui sesuatu program untuk selanjutnya dijual kepada pengiklan. Terjadi proses kerja sama yang saling menguntungkan antara perusahaan media dan pengiklan, dimana perusahaan media digunakan sebagai sarana untuk menarik khalayak, yang selanjutnya di jual kepada pengiklan.

Seperti telah dipaparkan sebelumnya, film ini berhasil menyedot antusiasme masyarakat begitu besar. Tercatat, menurut angka yang dikeluarkan oleh laman [filmindonesia.or.id](http://filmindonesia.or.id). *Critical Eleven* dipastikan telah maraup 764.944 jumlah penonton hingga akhir pekan kemarin

(28/5). Angka itu diprediksi akan terus bertambah.

Inilah letak komodifikasi audiensnya. Jumlah penonton yang telah tercatat oleh rumah produksi dijadikan bahan publikasi bagi sejumlah wartawan yang tentunya telah menjalin kerja sama. Dalam praktiknya, hubungan seperti ini bukan sesuatu yang aneh. Jika hubungan antara wartawan dan rumah produksi hangat, maka berita yang dimunculkan akan cenderung positif, begitupun sebaliknya. Rumah produksi sangat jeli melihat pentingnya media *relations* yang menjadi hal vital untuk mendongkrak citra positif dari film ini. Hal ini sesuai dengan pernyataan Iriantara, media *relations* sangat baik untuk menjangkau publik guna meningkatkan pencitraan, kepercayaan, dan tercapainya tujuan-tujuan individu maupun organisasi/perusahaan (Yosal, 2008).

Data berupa jumlah penonton disebar oleh rumah produksi ke sejumlah media akan memberikan dampak yang baik bagi peningkatan citra film ini. Dengan adanya pemberitaan tentang kesuksesan film ini yang berhasil meraih penonton sangat besar secara otomatis akan menimbulkan penasarannya bagi yang belum menontonnya. Jika sudah begitu, dorongan untuk menonton film ini akan semakin besar. Apalagi dalam beberapa pemberitaan yang penulis amati, kebanyakan memberitakan secara positif. Kerjasama media dan rumah produksi merupakan strategi yang jitu dalam pemasaran yang berkesinambungan untuk menghadapi kompetitor sejenis.

Singkatnya, film yang sukses tidak hanya mengandalkan kekuatan konten saja tetapi juga bagaimana mendongkrak popularitas film tersebut sebagai satu kesatuan dalam industri hiburan. Industri ini melibatkan banyak pelaku yang terlibat di dalamnya. Besarnya jumlah penonton adalah nilai berita yang sangat tepat untuk menjadi bahan promosi. Jika ditambah dengan *timing* tepat maka ini akan menjadi upaya promosi yang berhasil. Film ini menggambarkan bagaimana roda industri hiburan berjalan dengan melibatkan banyak pihak untuk menciptakan keuntungan yang besar.

### **Muatan Film *Critical Eleven* Dilihat Dari Komodifikasi Pekerja**

Komodifikasi ini lebih kepada bagaimana pekerja sebagai aset penting produksi dapat bekerja sebaik mungkin di media. Komodifikasi ini menitikberatkan pada bagaimana mengkons-

truksi pikiran dan tenaga pekerja agar merasakan bagaimana menyenangkannya bekerja dalam sebuah institusi media. Pekerja dalam penulis ini, penulis lebih memperhatikan pada pemeran utamanya saja yaitu Ale dan Anya atau Reza Rahardiansyah dan Adinia Wirasti.

Keduanya merupakan pemain profesional dalam industri perfilman Indonesia. Banyak film yang telah diperankan oleh keduanya. Di film ini, keduanya mendapatkan respon positif. Dalam sejumlah media sosial banyak memberikan tanggapan positif. Salah satunya bisa dilihat dari dari postingan Instagram akun fans base Reza @officialpilarez pada Jumat (12/5/17). Kebanyakan netizen memberikan komentar positif.

Kemudian, dalam pengamatan penulis, baru di film *Critical Eleven* ini, keduanya memainkan peran yang sampai kepada adegan intim suami istri. Adegan ini juga menjadi perhatian yang cukup besar. Beberapa penonton merespon, berharap keduanya dapat meneruskan hubungan tersebut dalam kehidupan nyata sebagai suami istri. Namun ada juga yang menganggap batas adegan intim dalam film ini terlalu jauh untuk penonton Indonesia.

Reza Rahardiansyah menanggapi hal ini dengan santai dan cenderung mengelak, seperti digambarkan dalam kutipan berita berikut:

TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA. Bintang film Reza Rahadian enggan menanggapi serius adegan romantisnya bersama bintang film Adinia Wirasti, yang tersebar di media sosial. Reza lebih memilih pergi meninggalkan awak media, ketika ditanya soal ia berciuman dengan Asti --sapaan Adinia Wirasti-- dalam proses syuting film *Critical Eleven* ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com), diakses tanggal 1 Juni 2017).

Lebih lanjut digambarkan sikap Reza dalam paragraf berikut di berita tersebut, "Ciuman kok diprotes, hah, kapan majunya ini bangsa," ucap Reza saat ditemui di kawasan Jakarta, Desember 2016 lalu. Terlepas dari segala isu kontroversialnya, Reza senang bisa terlibat dalam film tersebut. Ia mengaku sampai membaca habis novel sebelum syuting ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com), diakses tanggal 1 Juni 2017).

Film ini memang tidak bisa memungkiri bahwa adegan intim antara kedua pemainnya memberikan kontroversi. Namun bagi pemain, itu adalah tuntutan peran yang harus dijalakan secara profesional. Dari pernyataan Reza, ia tidak

bisa disudutkan seorang diri dalam adegan tersebut. Karena mau tidak mau Reza dan Adinia merupakan pekerja yang menjadi komoditas untuk kepentingan rumah produksinya.

Salah satu peran penting rumah produksi harus mampu mengkonstruksi pikiran pekerjanya agar dapat bekerja dengan baik dan menghasilkan produk yang memiliki nilai jual. Dalam hal ini seringkali pekerja tidak menyadarinya, pikiran mereka sudah melihat tentang bagaimana menyenangkannya bekerja di dunia film. Padahal setelah itu, akan ada penilaian masyarakat yang menempel terhadap keduanya.

Pemilihan peran Ale kepada Reza Rahardiansyah sangat baik karena berkaitan dengan ketenaran yang sedang melekat padanya setelah sukses memainkan beberapa film lainnya. Reza menjadi komoditas jualan yang potensial untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Ketenaran Reza menjadi nilai tukar yang baik sebagai satu kesatuan nilai jual film ini untuk ditukar dengan jumlah penonton yang banyak. Begitu pula dengan Adinia.

Totalitas peran mereka bisa mengaburkan kesenjangan realitas sesungguhnya dengan representasi media. Sehingga nilai-nilai yang diyakini dalam film ini diterima sebagai sesuatu yang wajar meskipun dilihat dari realitas sesungguhnya menimbulkan kontroversi. Penulis mengamati, dalam adegan film yang memunculkan pro kontra sering kali arahnya ke pemain tidak ke rumah produksi. Pemain menjadi pihak yang ditanamkan nilai-nilai oleh kelas dominan, dalam hal ini rumah produksi sekaligus juga menjadi sasaran pertama dari kritik masyarakat.

Film bagaimanapun bukan ruang netral. Bagi pemain film, menggarap film dengan profesional dan mendapatkan predikat "aktingnya sangat bagus" adalah tolak ukur kesuksesan. Akting yang baik menjadi tuntutan utama. Pemain film tidak begitu melihat kepentingan selain seni peran yang memukau. Padahal film hadir bukan hanya sebatas hiburan. Film telah menjadi industri ekonomi yang didalamnya juga memuat ideologi kelas dominan. Ideologi tersebut bisa saja murni kebutuhan ekonomi atau lainnya.

## PENUTUP

Komodifikasi konten dalam film ini mampu mengaburkan pandangan penonton pada nilai-nilai lokal dan memberi jembatan bagi imperialisisme budaya, nilai, dan gaya hidup lain. Konten merupakan aspek vital bagi industri film. Konten film ini memuat problematika cinta dengan

bumbu sensualitas dan *setting* lokasi yang berhasil menarik perhatian masyarakat. Hanya saja tidak bisa dihindari adanya perbenturan antara realitas sesungguhnya dengan representasi yang ada dalam film ini.

Adapun komodifikasi audiens dalam film ini lebih menitikberatkan pada penyebaran publikasi tentang besarnya jumlah penonton dan apiknya peran yang dimaikan oleh Reza Rahardiansyah dan Adinia Wirasti. Publikasi bisa terjadi karena adanya media *relations*. Penulis meyakini, rumah produksi film ini memiliki kerjasama yang harmonis dengan sejumlah media, sehingga kesuksesannya dalam menyedot penonton bisa dipromosikan. Ekseksnya, mereka yang belum menonton menjadi penasaran. Merekalah yang menjadi target penonton berikutnya.

Selanjutnya, untuk komodifikasi pekerja, penulis melihat pemain utama dalam film ini hanya fokus pada totalitas perannya, mereka menikmati betapa menyenangkannya bekerja di dunia film. Padahal setelah itu, akan ada penilaian masyarakat yang menempel terhadap keduanya. Mereka dan seni perannya merupakan komoditas nilai tukar utama yang dapat menghasilkan keuntungan ekonomi dan politik bagi kelas dominan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Aditia, Rafli. Kisah Uang dan Angka di Balik Film AADC yang Harus Kamu Ketahui melalui <https://www.cekaja.com/info/kisah-uang-dan-angka-di-balik-film-aadc-yang-harus-kamu-ketahui>, (01/06/2017).

Iriantara, Yosol. 2008. Media Relations Konsep, Pendekatan dan Prakti. Cetakan kedua. Bandung: Simbiosis Rekatama.

Lesmana, Tjipta. 1995. Pornografi Dalam Media Massa. Puspa Swara.

Mulyana, Deddy. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

McQuail, Dennis. 1987. Teori Komunikasi Massa, terj Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.

Monaco, James. 1977. Cara Menghayati Sebuah Film, Jakarta : Yayasan Citra.

Moscow, Vincent.1998. The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal. University of Winconsin Press.

Rakhmat, Jalaludin. 2004. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Servia, Chand Parwez melalui [http://klikstar.vision.com/page/about/36/sambutan.\(01/06/2017\)](http://klikstar.vision.com/page/about/36/sambutan.(01/06/2017)).

Solehudin, Imam. Keren, Critical Eleven Tembus 764 Ribu Penonton, melalui [http://www.jawapos.com/read/2017/05/29/133304/keren-critical-eleven-tembus-764-ribu\\_\(01/06/2017\)](http://www.jawapos.com/read/2017/05/29/133304/keren-critical-eleven-tembus-764-ribu_(01/06/2017)).

Wardhani, Anita K. Ditanya Soal Adegan Ciuman dengan Adinia Wirasti, Reza Rahadian Langsung Pergi melalui <http://www.tribunnews.com/seleb/2017/02/02/ditanya-soal-adegan-ciuman-dengan-adinia-wirasti-reza-rahadian-langsung-pergi> (01/06/2017)