

## ABSTRAK

Gaya hidup merupakan bagian dari kebutuhan setiap orang. Didukung dengan adanya perkembangan teknologi juga pembentukan dari lingkungan selama mereka hidup. Persaingan dan situasi sosial juga menjadi salah satu pengaruh dari seseorang untuk menuntut gaya hidupnya sesuai dengan *trend* yang ada. Salah satu teknologi yang mendukung berasal dari film. Film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang sering dinikmati oleh masyarakat sebagai media hiburan. Film *Orang Kaya Baru* yang di sutradarai oleh Ody C. Harahap bercerita mengenai kehidupan sebuah keluarga sederhana yang hidup pas-pasan, secara mendadak menjadi orang kaya dan menjalankan gaya hidup yang konsumtif.

Informan penelitian ini merupakan mahasiswa rantau di daerah Pulau Jawa yang tentunya sudah menonton film *Orang Kaya Baru*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode penelitian kualitatif-deskriptif melalui pendekatan analisis resepsi Stuart Hall. Analisis resepsi menganggap masyarakat merupakan khalayak yang aktif memberikan dan memproduksi makna dari tayangan teks media. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan dan mengetahui posisi pemaknaan khalayak menurut Stuart Hall, yaitu tiga posisi pemaknaan terhadap konsumerisme.

Penelitian ini akan menunjukkan bahwa pemaknaan keempat khalayak terhadap film *Orang Kaya Baru*, mempunyai hasil yang berbeda-beda. Dari 9 scene unit analisis yang diteliti penulis, posisi informan dalam menerima pesan konsumerisme dalam film *Orang Kaya Baru* didominasi oleh posisi informan *Oppositional Position*, dimana setiap scene menampilkan materi konsumerisme yang berbeda-beda. Ada juga beberapa informan yang berada di posisi *Dominant Position* dan *Negotiated Position*.

**Kata kunci: Analisis Resepsi, Konsumerisme, Pemaknaan, Gaya Hidup, Film Orang Kaya Baru.**