

ABSTRACT

This study aims to explore Indonesian audiences' reception of car culture representations in Fast and Furious 1 and 2 films. This research uses a qualitative methodological approach by analysing audience reception through in-depth interviews. The results showed that car enthusiasts received the film messages in a hegemonic-dominant position by perceiving fast and furious 1 and 2 films as entertainment that depicts the exciting and inspiring lifestyle of the car lover community. Meanwhile, car modification is in a negotiation position, assessing technical realism and compatibility with local car culture, and often negotiating some aspects that are considered too dramatic or not in accordance with reality. This research also presents the novelty of research that not all car enthusiasts are in a dominant position, there are car enthusiasts who are in a negotiation position. This interpretation cannot be separated from the knowledge framework of the respondents.

The results also concluded that differences in knowledge and experience frameworks significantly influenced the way the two groups received and interpreted the fast and furious 1 and 2 films. Factors such as knowledge of car culture, social norms, and personal experiences shaped their reception of the fast and furious 1 and 2 films. The implications of this study provide a deeper understanding of media reception in the context of Indonesian car culture.

Keywords: Car Culture, Audience Reception, Stuart Hall, Film, Indonesian Audience

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi resepsi penonton Indonesia yang berbeda antara peminat mobil dan modifikasi mobil terhadap representasi budaya mobil dalam film Fast and Furious 1 dan 2. Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kualitatif dengan menganalisis resepsi penonton melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa car enthusiast menerima pesan film dalam posisi hegemonic-dominan dengan menganggap film fast and furious 1 dan 2 sebagai hiburan yang menggambarkan gaya hidup menarik dan menginspirasi dari komunitas pecinta mobil. Sementara itu car modification berada dalam posisi negosiasi, menilai realisme teknis dan kesesuaian dengan budaya mobil lokal, dan seringkali menegosiasikan beberapa aspek yang dianggap terlalu dramatis atau tidak sesuai dengan realitas. Penelitian ini turut menghadirkan keterbaruan penelitian bahwa tidak semua car enthusiast berada pada posisi dominan, terdapat car enthusiast yang berada pada posisi negotiation. Interpretasi tersebut tidak lepas dari kerangka pengetahuan dari responden.

Hasil penelitian turut menyimpulkan bahwa perbedaan dalam kerangka pengetahuan dan pengalaman secara signifikan mempengaruhi cara kedua kelompok tersebut menerima dan menafsirkan film fast and furious 1 dan 2. Faktor-faktor seperti pengetahuan tentang budaya mobil, norma sosial, dan pengalaman pribadi membentuk resepsi mereka terhadap film fast and furious 1 dan 2. Implikasi penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang resepsi media dalam konteks budaya mobil Indonesia.

Keywords: Car Culture, Audience Reception, Stuart Hall, Film, Indonesian Audience