REPRESENTASI HEDONISME DALAM FILM "*CRAZY RICH ASIANS*"

Analisis Semiotik Model Charles Sanders Pierce

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Nurul Jannah (B76215064)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2019

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nurul Jannah

NIM : B76215064

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat: Jl. Flamboyan No. 4 Klungkung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai basil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 16 Juli 2019

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

TGL 20

C0F8AFF669673263

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Nurul Jannah

B76215064

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nurul Jannah

NIM : B76215064

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Representasi Hedonisme dalam Film "*Crazy Rich Asians*". Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce

Skripsi ini telah diperiksa dan distujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.

Surabaya, 2 Juli 2019

Dosen Pembimbing,

Dr. Moch. Choirul Arief, S.Ag., M.Fil.I

NIP. 197110171998031001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Nurul Jannah ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 16 Juli 2019

Mengesahkan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. H. Abd. Halim. M.Ag

NIP. 196307351991031003

Penguji I

Dr. Moch. Choirul Arief, S.Ag., M.Fil.I

NIP. 197110171998031001

Penguji II

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si

NIP. 195409071982031003

Penguji III

Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si

NIP. 197312171998032002

Penguji IV

Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si

NIP. 197106021998031001

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NURUL JANNAH
NIM : B76215064
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI/ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : nuruljoyyy@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

REPRESENTASI HEDONISME DALAM FILM "*CRAZY RICH ASIANS*" ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juli 2019

Penulis

(Nurul Jannah)

ABSTRAK

Nurul Jannah, B76215064, 2019. Representasi Hedonisme dalam Film *"Crazy Rich Asians"* Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Kata Kunci : Representasi, Hedonisme, Film

Terdapat sebuah persoalan yang akan dikaji dalam skripsi ini, yaitu bagaimana hedonisme direpresentasikan dalam film "*Crazy Rich Asians"*

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan metode penelitian analisis teks media dengan pendekatan kritis, yang berguna untuk memberikan fakta dan data. Kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan dasar pemikiran Charles Sanders Peirce, yang menganalisis secara tiga tahap yaitu tanda (sign), pengguna tanda (intrepetant), dan acuan tanda (object).

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Hedonisme dalam film "*Crazy Rich Asians*" direpresestasikan dengan gaya hidup orang kaya tanpa nalar. (2) Hedonisme juga direpresentasikan dengan orang kaya yang cenderung menciptakan kesenjangan sosial

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya adalah melakukan kajian yang menekankan pada aspek komunikasi yang lain seperti penerimaan respon audience, produksi film, strategi pemasaran dan lain-lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI.....ix

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL.....xiv

DAFTAR BAGAN xv

BAB I PENDAHULUAN.....1

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian.....3
C. Tujuan Penelitian 3
D. Manfaat Penelitian 3
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 4
F. Definisi Konsep.....6
G. Kerangka Pikir Penelitian 9
H. Metode Penelitian.....11
   1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....11
   2. Unit Analisis 12
   3. Jenis dan Sumber Data 12
   4. Tahapan Penelitian 14
   5. Teknik Pengumpulan Data 15
   6. Teknik Analisis Data 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Sistematika Pembahasan 18
BAB II KAJIAN TEORITIS 20
A. Kajian Pustaka 20
1. Representasi 20
a. Pengertian Representasi 20
b. Macam-macam Pendekatan Representasi 23
2. Gaya Hidup Hedonis Masyarakat Kota 24
a. Pengertian Gaya Hidup Hedonis 24
b. Sejarah Gaya Hidup Hedonis 25
c. Jenis-jenis Gaya Hidup 27
d. Pola Gaya Hidup Hedonis 29
e. Faktor Penyebab Gaya Hidup Hedonis 30
3. Film 31
a. Sejarah Film 31
b. Kategori Film 32
c. Jenis-jenis Film 34
d. Unsur-unsur dalam Film 36
B. Kajian Teori Masyarakat Konsumsi 40
BAB III PAPARAN DATA PENELITIAN 42
A. Deskripsi Subyek dan Obyek Penelitian 42
1. Profil Film "*Crazy Rich Asians*" 42
2. Sinopsis Film 43
B. Deskripsi Data Penelitian 44
Deskripsi Data Visual 44
BAB IV ANALISIS DATA 72
A. Temuan Penelitian 72
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 79
BAB V PENUTUP 82
A. Kesimpulan 82
B. Rekomendasi 82

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA 83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triangle meaning.....17

Gambar 3.1.1 Adegan mesra Kitty-Alistair 45

Gambar 3.1.2 Adegan mesra Kitty-Alistair 45

Gambar 3.1.3 Adegan protes crew 45

Gambar 3.2.1 Adegan sesi foto bersama keluarga Eddie.....49

Gambar 3.2.2 Adegan protes Eddie pada istrinya.....49

Gambar 3.3.1 Adegan ibu Peik Lin mengenalkan rumahnya 52

Gambar 3.3.2 Adegan ibu Peik Lin mengenalkan rumahnya 52

Gambar 3.4.1 Adegan Nick menghentikan Rachel 54

Gambar 3.4.2 Adegan Nick menghentikan Rachel 54

Gambar 3.5.1 Adegan bibi Oliver memukul gong.....56

Gambar 3.5.2 Adegan Oliver berbicara dengan Peik Lin 56

Gambar 3.6.1 Adegan Bernard menghamburkan uang.....59

Gambar 3.6.2 Adegan Bernard menghamburkan uang.....59

Gambar 3.7.1 Adegan pesta lajang 61

Gambar 3.7.2 Adegan pesta lajang 61

Gambar 3.7.3 Adegan Nick berbicara dengan saudaranya 63

Gambar 3.7.4 Adegan Nick terpancing emosi karena saudaranya.....64

Gambar 3.8.1 Adegan pesta lajang Araminta 66

Gambar 3.8.2 Adegan pesta lajang Araminta 66

Gambar 3.9.1 Adegan wanita yang membicarakan Rachel 68

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.9.2 Adegan wanita yang membicarakan Rachel 68

Gambar 3.10.1 Adegan Kitty menari dengan dua pria yang berbeda 70

Gambar 3.10.2 Adegan Kitty menari dengan dua pria yang berbeda 70

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 scene 13 Adegan mesra Kitty-Alistair 45

Tabel 3.2 scene 14 Adegan protes Eddie pada istrinya.....49

Tabel 3.3 scene 21 Adegan ibu Peik Lin mengenalkan rumahnya 52

Tabel 3.4 scene 26 Adegan Nick menghentikan Rachel.....54

Tabel 3.5 scene 30 Adegan bibi Oliver memukul gong.....56

Tabel 3.6 scene 34 Adegan Bernard menghamburkan uang.....59

Tabel 3.7.1 scene 36 adegan 1 Adegan pesta lajang.....61

Tabel 3.7.2 scene 36 adegan 2 Adegan Nick berbicara dengan saudaranya.....63

Tabel 3.8 scene 37 Adegan pesta lajang Araminta 66

Tabel 3.9 scene 41 Adegan wanita yang membicarakan Rachel 68

Tabel 3.10 scene 54 Adegan Kitty menari dengan dua pria yang berbeda 70

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka pikir penelitian.....9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fenomena gaya hidup kaum jetset di beberapa daerah di bumi ini kian hari makin menarik untuk diperbincangkan. Salah satunya terletak di bagian barat Amerika Serikat di negara bagian California, yakni kota Beverly Hills. Kota yang memiliki luas wilayah sebesar 14,790 km2 ini merupakan daerah yang dikenal mewah di kawasan Los Angeles, di mana banyak orang-orang kaya dan bintang film Hollywood tinggal di daerah ini. Rodeo Drive adalah jalan yang sangat popular di mana terdapat pertokoan eksklusif yang terdiri dari butik-butik ternama di dunia.[1] Terkenal dengan harga perumahan selangit, ternyata tak lepas dari kota Los Angeles. Los Angeles merupakan pusat kehidupan elit di seluruh dunia. Gemerlap kota ini menambah citra kelas atas bagi penduduknya. Meskipun sangat mahal, tetapi bagi beberapa konglomerat memiliki investasi di daerah ini sangat menguntungkan dan menyenangkan.

Selain di Beverly Hills, Singapura juga termasuk negara favorit bagi para pebisnis dunia. Sejumlah orang kaya terkenal yang sudah pindah ke Singapura adalah konglomerat telekomunikasi asal India, Bhupendra Kumar Modi, kemudian artis terkenal Gong Li dan aktor Jet Li, miliarder asal Swiss Richard Chandler dan investor top asal Amerika Serikat, Jim

[1] http://versus.com/id/beverly-hills diakses 26 Oktober 2018 pukul 16.06 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rogers.[2] Dengan kondisi yang baik di segala sektor kehidupan ini membuat Singapura menjadi negara paling kaya di dunia. Meski terkenal dengan kegemerlapan kehidupan kaum jetset ini, para penduduk lokal Singapura berusaha bertahan dari mahalnya kebutuhan hidup.

Pada bulan Agustus 2018, perusahaan film Warner Bros merilis sebuah film yang dari judulnya saja telah membuat masyarakat di beberapa negara penasaran. *"Crazy Rich* Asians" adalah judul film yang disutradari oleh Jon M. Chu. Film ini berlatar kehidupan masyarakat Singapura, Singapura merupakan negara yang terkenal dengan negara yang maju baik dari segi infrastruktur maupun segi birokrasinya. Film fenomenal ini berhasil menjadi perbincangan hangat, salah satunya di Indonesia. Bahkan kaum muda Indonesia pun menciptakan sebuah tagar #crazyrichSurabayan pasca perilisan film tersebut. Tagar tersebut juga membuat beberapa media online menyorot masyarakat yang hidup dengan mewah layaknya yang ada dalam film *"Crazy Rich Asians"*. Beberapa asumsi akhirnya muncul di kalangan masyarakat Indonesia. Film ini diduga mengandung nilai-nilai kesenangan atau hedonisme. Dari sini peneliti ingin mengupas lebih dalam nilai-nilai yang terkandung dalam film ini.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Sejak itu, maka merebaklah berbagai penelitian yang hendak melihat dampak film terhadap masyarakat.[3]

---

[2] m.liputan6.com/amp/587886/orang-orang-kaya-dunia-pilih-tinggal-di-singapura diakses 16 Oktober 2018 pukul 09.56 WIB

[3] Alex Sobur, *Analisis Teks Media,* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 127

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk itu peneliti mencoba untuk menganalisa representasi hedonisme dalam film "*Crazy Rich Asians*" dengan menggunakan analisis semiotika model Charles Sanders Pierce melalui tanda, objek, dan *interpretant* yang digambarkan dalam film tersebut.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana hedonisme direpresentasikan dalam film "*Crazy Rich Asians"*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan representasi hedonisme dalam film "*Crazy Rich Asians"*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini dapat digunakan sebagai media pengembangan studi Ilmu Komunikasi. Menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan menggunakan kajian media.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif bagi semua kalangan terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi mengenai pesan-pesan yang disampaikan dalam sebuah film.

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk melengkapi referensi dan pengembangan penelitian ini. Maka, peneliti mencari dan mempelajari penelitian yang telah dilakukan oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peneliti yang lain, yang terkait dengan fokus penelitian ini, serta menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang terkait sebagai berikut:

1. Judul Penelitian : Pesan Hedonis dalam Alur Cerita Film "Make Money" (Analisis Semiotik Model Charles Sanders Pierce)

   Nama Peneliti : Septian Riski Chayaning Tyas

   Jenis Penelitian : Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan ampel Surabaya 2014

   Persamaan : Menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Pierce

   Perbedaan : Perbedaan terletak objek yang dikaji, penelitian ini di dalam film "*Crazy Rich Asians"* sedangkan skripsi Septian di dalam film "*Make Money"*

   Metode Penelitian : Menggunakan pendekatan paradigma kritis

   Hasil Penelitian : Film "*Make Money*" didominasi dengan pesan-pesan yang bermuatan hedonis yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia. Adanya krisis moral pada kalangan masyarakat dan remaja metropolis yang bertentangan dengan budaya Indonesia dan banyak melanggar nilai-nilai Pancasila dan norma-norma yang ada dalam masyarakat

2. Judul Penelitian : Representasi Pesan Dakwah Sabar dan Ikhlas dalam FTV Religi "Mahabah Terindah" di Indosiar (Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce)

   Nama Peneliti : Nonik Maulidiyah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jenis Penelitian : Skripsi, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya 2015

Persamaan : Menggunakan analisis semiotik model Charles Sanders Pierce

Perbedaan : Perbedaan terletak pada subjek penelitian, skripsi Nonik pesan dakwah sabar dan ikhlas, sedangkan penelitian ini meneliti pesan hedonis. Objek peneilitian ini juga berbeda, penelitian ini di dalam film "*Crazy Rich Asians"*

Metode Penelitian : Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif

Hasil Penelitian : Representasi sabar ditampilkan dalam bentuk ketegaran Anida ketika diusir oleh ibu dan saudara tirinya. Pesan dakwah direpresentasikan dalam dua aspek, yakni Hablum Minallah wa Hablum Minannas

F. Definisi Konsep

Agar fokus penelitian ini dapat ditangkap dengan baik dan terhindar dari salah persepsi maka dalam proposal ini perlu adanya pembatasan pengertian judul yang jelas.

1. Representasi

Representasi adalah sebuah proses ataupun keadaan yang ditempatkan sebagai suatu perwakilan terhadap sebuah sikap / perbuatan dari sekelompok orang / golongan tertentu di dalam sebuah lingkungan.

Representasi merupakan sebuah proses sosial yang berhubungan dengan pola hidup dan budaya masyarakat tertentu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang memungkinkan terjadinya sebuah perubahan konsep-konsep ideologi dalam bentuk konkret. Hal ini dapat dilihat melalui pandangan-pandangan hidup kita terhadap beberapa hal seperti, pandangan hidup tentang seorang wanita, anak-anak dan yang lainnya.[4]

Menurut Stuart Hall, representasi adalah proses produksi dan pertukaran makna makna antara manusia atau antar budaya yang menggunakan gambar, simbol, dan bahasa. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut 'pengalaman berbagi'. Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam 'bahasa' yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama.[5]

Menurut Stuart Hall ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang 'sesuatu' yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual), representasi mental masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, 'bahasa' yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam 'bahasa' yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda dari simbol-simbol tertentu. Media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk-bentuk

[4] www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-representasi/&ei=_X-ScoDx&lc=id-ID&s=1&m=401&host= diakses pada 14 Oktober 2018 pukul 16.08 WIB
[5] Nuraini Juliastuti, *Representasi, Newsletter KUNCI No. 4, Maret 2000,* http://kunci.or.id/esai/nws/04/representasi.htm

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

representasi pada isinya. Representasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok.

Jadi menurut peneliti, representasi adalah sebuah proses produksi yang menghadirkan kembali makna dalam bentuk gambar/ adegan. Dalam film ini hedonisme dihadirkan kembali melalui beberapa scene yang memiliki tanda-tanda bermakna hedonis.

2. Hedonisme

Paham hedonisme (hedone = kepuasan) adalah paham yang mengutamakan kepuasan materi dan hidup senang. Dalam arti yang lebih luas disebut materialisme. Penopang utama materialisme adalah orientasi yang terlalu berlebihan pada rasio. Logika yang mendasari adalah bahwa "pengembangan rasio atau penalaran akan mampu memenuhi segala kebutuhan manusia untuk mendapatkan kepuasan".[6]

Pandangan tentang kesenangan (hedonisme) ini dinilai lebih luas karena tidak hanya mencakup kesenangan badani saja, melainkan kesenangan rohani juga, seperti terbebasnya jiwa dari keresahan.[7] Gaya hidup hedonis dapat dikaitkan dengan pola hidup yang sangat konsumtif. Keinginan untuk mendapatkan kesenangan dan kebahagiaan merupakan hal alamiah yang dimiliki oleh seorang manusia. Namun apabila hal tersebut dipaksakan atau berlebihan maka hala tersebut akan menimbulkan efek yang negatif.

---

[6] Sigit Rochadi, *Perubahan Nilai di Kota Besar: Telaah Atas Hedonisme, Perilaku Seks dan Aborsi Remaja,* Jurnal Sosiologika, (Jakarta: UNAS Press, 1997) hlm. 24

[7] www.academia.edu/23338653/Hedonisme_di_Kalangan_Remaja diakses pada 17 Maret 2019 pukul 21.34 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

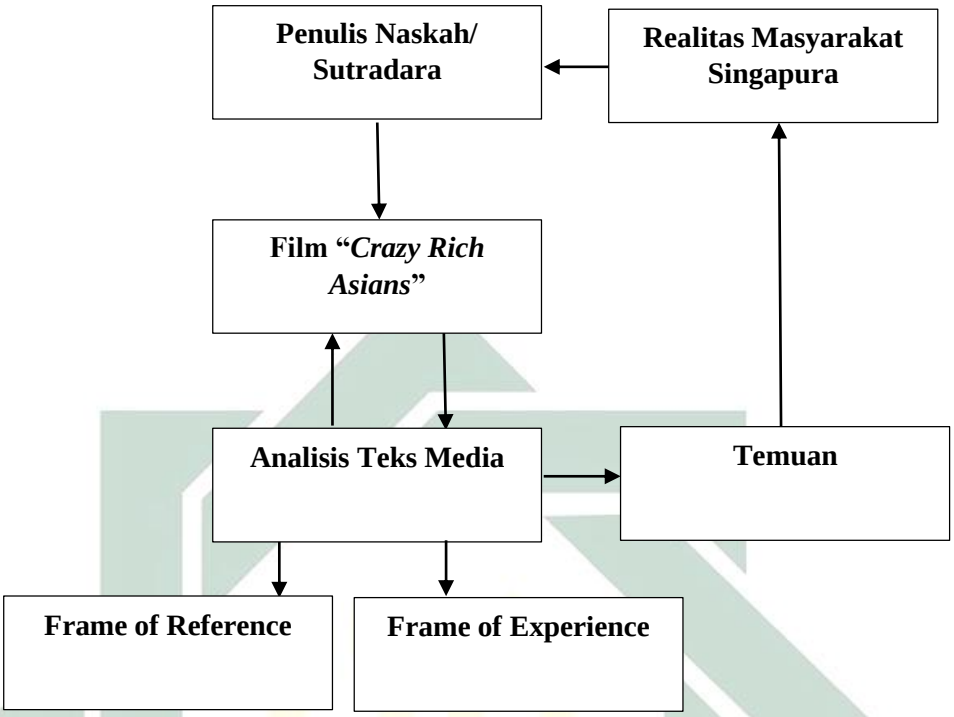
Nilai-nilai hedonis yang dibawa oleh media komunikasi dan informasi kini sangat mudah untuk masuk ke dalam gaya hidup seseorang. Budaya serta gaya hidup hedonis dimana kita mengutamakan kesenangan fisik dan penampilan. Dalam hal ini ukura terpuji dan tercelanya adalah apa yang dirasa nyaman oleh indra dan pikiran semata.[8]

Jadi hedonisme adalah paham yang mengedapankan kesenangan baik itu dalam segi fisik maupun psikis dengan menghindari kesusahan. Dalam film ini ditampilkan gaya hidup masyarakat kota yang senang mengonsumsi barang-barang mewah dan menghamburkan uang untuk memenuhi hasrat kesenangan.

[8] http://www.isola.pos-.upi.edu/ Benang Kusut Pornografi, Ina Herlina diakses pada 18 Maret 2019 pukul 17.55 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Pikir Penelitian



Bagan 1.1

Kerangka Pikir Penelitian

Proses penelitian ini berawal dari perhatian akan budaya konsumtif yang terjadi dalam masyarakat. Kegiatan konsumsi dinilai tidak wajar apabila seorang konsumen tidak paham dengan kegunaan barang yang telah dibeli. Dalam segi kebutuhan pun, hal ini termasuk dalam kebutuhan tersier yang mana produk tersebut tidak memiliki dampak yang besar bagi konsumen, dibandingkan dengan kebutuhan primer seperti sandang, pangan, dan papan.

Film *"Crazy Rich Asians"* ini diasumsikan sarat dengan budaya konsumtif. Beberapa adegan dalam film ini dinilai menampilkan gaya hidup foya-foya dan bebas. Adanya film ini sedikit banyak berdampak dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

budaya yang ada dalam masyarakat. Seperti masyarakat golongan menengah keatas yang semakin tersorot namanya, juga golongan menengah kebawah yang ingi hidup layaknya yang ada di film *"Crazy Rich Asians"* namun karena keterbatasan ekonomi, angan tersebut takdapat terealisasikan.

Kerangka pemikiran adalah pembicaraan tentang teori, bagaimana konsep-konsepnya, siapa penggagasnya, kapan ditemukan, dan sebagainya. Teori yang dipilih sebagai kerangka pemikiran adalah teori-teori yang dianggap paling relevan untuk menganalisis objek penelitian.

Sebagai alat, teori tersebut dipilih yang paling memadai dan paling tepat. Untuk memilih teori yang relevan, Nyoman Kutha Ratna berpandangan, yaitu dengan didasarkan pada hakikat objeknya. Maksudnya objeklah yang menentukan teori mana yang relevan, bukan sebalikya.[9]

Semiotika model Charles Sanders Pierce berfokus pada *triangle meaning* atau segitiga makna. Adapun elemen utamanya adalah tanda (*sign*), objek, dan *interpretant*. Semiotika model ini menjelaskan bagaimana menganalisis sebuah makna dari tanda-tanda. Sehingga, setelah dilakukan analisis semiotika selanjutnya peneliti mampu merepresentasikan pesan hedonis melalui tanda-tanda yang ditampilkan dalam film *"Crazy Rich Asians"*

H. Metode Penelitian

Metode adalah jalan yang hendak ditempuh oleh seseorang supaya sampai kepada tujuan tertentu, baik dalam lingkungan perusahaan atau

[9] Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012) hlm. 169

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perniagaan, maupun dalam kupasan ilmu pengetahuan dan lainnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa metode mengandung arti adanya urutan kerja yang terencana dan sistematis guna mencapai tujuan yang direncanakan.[10]

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

   Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kritis. Dimana analisis kritis sendiri merupakan suatu cara untuk mencoba memahami kenyataan, kejadian (peristiwa), situasi, benda, orang, dan pernyataan yang ada dibalik makna yang jelas atau makna yang langsung. Jenis Penelitian ini adalah analisis teks media dengan pendekatan semiotika model Charles Sanders Pierce.

2. Unit Analisis

   Dalam sebuah penelitian perlu diberi sebuah batasan agar tidak melebar pada persoalan-persoalan yang tidak berhubungan dengan subjek penelitian. Adapun yang temasuk dalam unit analisis penelitian ini adalah gambar (*visual*), suara (*audio*), dan latar (*setting*) yang ada dalam scene film *"Crazy Rich Asians"*. Tetap dengan mengandung tanda dan makna hedonis.

   Adapun analisis dalam penelitian film ini adalah dengan menganalisis adegan-adegan yang ada dalam sebuah scene.

[10] Armai Arief, *Pengantar Ilmu dan Metodologi Pendidikan Islam,*(Jakarta: Ciputat Pers, 2002) hlm. 87

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian atau orang yang dijadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.[11]

Data primer dari penelitian adalah film *"Crazy Rich Asians*" karya Jon Chu yang berdurasi 120 menit dan penjelasan dari staff pembuat film (email/ video *behind the scene*).

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui

[11] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2006) hlm. 129

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) atau sumber sekunder.[12]

Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari penjelasan sutradara, jurnal penelitian, artikel, buku, skripsi, dan berbagai sumber dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Sumber Data

Setelah jenis data yang diperlukan telah ditentukan, maka langkah berikutnya adalah menentukan sumber data, yaitu dari mana data tersebut diperoleh.[13]

Adapun sumber data yang dipakai oleh peneliti dalam pengambilan data adalah film *"Crazy Rich Asians"* yang didapat dari koleksi pribadi.

4. Tahapan Penelitian

a. Mencari Tema

Dalam menentukan tema, peneliti membaca dan mengeksplorasi topik dari berbagai macam media untuk menemukan dan memilih suatu fenomena yang menarik untuk diteliti dan sesuai dengan objek kajian komunikasi. Setelah melakukan eksplorasi, peneliti mengumpulkan hasil dari eksplorasi untuk memilih salah satu topik yag menarik

[12] Rahmat Krisyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007) hlm. 42
[13] Marzuki, *Metode Riset*, (Yogyakarta: BPFE-UII, 2000) hlm. 165

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk diteliti, akhirnya peneliti memutuskan mengambilkan topik yang terkandung dalam film tersebut.

b. Merumuskan Masalah

Masalah dirumuskan berdasarkan sisi menarik topik yang akan dikaji beserta dengan tujuan yang hendak dicapai

c. Merumuskan Manfaat

Manfaat dirumuskan berdasarkan dua pandangan, yaitu, pandangan teoritis dan praktis

a. Menentukan Metode Penelitian

Mengingat tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menganalisa pesan-pesan hedonis yang terkandung dalam film *"Crazy Rich Asians*"

b. Melakukan Analisa Data

Analisa data dilakukan dengan menjelaskan data audio dan visual yang ada dalam beberapa scene yang terdapat adegan yang menjurus pada tanda-tanda gaya hidup hedonis dalam film *"Crazy Rich* Asians".

c. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan dengan membuat laporan penelitian yang sudah dianalisa dan tersusun secara sistematis

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun langkah-langkah dalam menerapkan teknik pengumpulan data tersebut adalah sebagai berikut:

a. Menentukan sumber data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Mengamati dan mencermati *gesture* yang terdapat dalam film *"Crazy Rich Asians"*
c. Memilih dan menetapkan data sesuai dengan fokus penelitian
d. Menggolongkan data tersebut sesuai dengan masalah yang diteliti
e. Mengkritisi hedonisme yang ada dalam film *"Crazy Rich Asians"*

Peneliti juga menggunakan dokumentasi untuk teknik pengumpulan data. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data penelitian yang beradasarkan pada pencarian data berupa film, buku (text book), skripsi, jurnal, situs internet, dan lain sebagainya yang dianggap relevan dengan penelitian ini.[14]

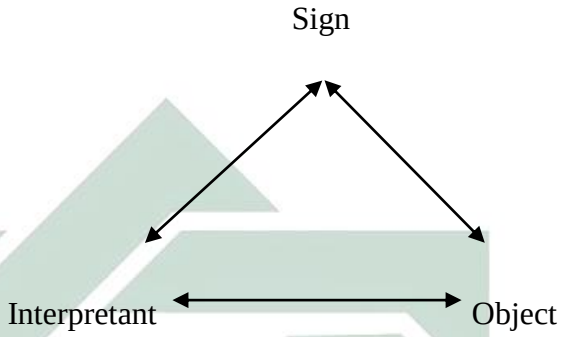
6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis semiotik model Charles Sanders Pierce, Pierce menyatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisanya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.[15]

[14] Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998) hlm.149
[15] Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002) hlm. 100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Charles Sanders Pierce mengemukakan teori segitiga makna atau *triangle meaning* yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (sign), obyek (*object*), dan *interpretant.*



Gambar 1.1

Triangle Meaning

a. Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera dan merupakan sesuatu yang merujuk pada hal lain di luar tanda itu sendiri.
b. Objek adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk oleh tanda
c. *Interpretant* atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan memberikan makna pada sebuah objek

Menurut Pierce salah satu bentuk tanda atau adalah kata, sedangkan *interpretant* adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tetang objek yang dirujuk oleh tanda. Sementara *object* adalah sesuatu yang dirujuk oleh tanda. Apabila *sign*,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

object, dan *interpretant* berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah pengertian atau makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. Dalam semiotik terdapat tiga unsur, yaitu: medan wacana (apa yang dibicarakan), penyampai wacana (siapa yang berbicara), dan mode wacana (peran bahasa yang digunakan).[16]

Dengan alasan tersebut peneliti bermaksud menguraikan fenomena dalam film *"Crazy Rich Asians"*. Dengan jenis penelitian model Charles Sanders Pierce ini peneliti berharap dapat membongkar pesan hedonis dari film tersebut dan mengetahui *sign*, *object*, dan *interpretant*nya.

I. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam Bab ini terdiri dari sepuluh sub bab antara lain, konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka pikir peneltian, metode penelitian, sistematika pembahasan dan jadwal penelitian

BAB II : KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini terdiri dari dua sub bab yaitu kajian pustaka dan kajian teori. Kajian pustaka berisi tentang karya tulis para ahli yang memberikan teori atau opini yang berkaitan dengan rumusan masalah. Kajian pustaka berisi tentang teori pendamping pola pikir penelitian dalam pesan hedonis di film tersebut.

[16] Alex Sobur, *Analisis...* hal. 148

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III : PENYAJIAN DATA

Pada bab ini berisi dua sub bab yaitu, deskripsi subjek penelitian dan deskripsi data penelitian

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi dua sub bab diantaranya, temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi dua sub bab yakni simpulan dan rekomendasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Representasi

a. Pengertian Representasi

Representasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti perbuatan mewakili, keadaan diwakili, apa yang mewakili, perwakilan.[17] Dalam pandangan Judy Giles dan Tom Middleon yang dikutip oleh Iskandar, *represent* mempunyai tiga pengertian, yakni, *to stand in for* (melambangkan), *to speak or act on behalf of* (berbicara atas nama seseorang), dan *to re-present* (menghadirkan kembali peristiwa yang terjadi). Representasi merupakan sebuah tanda yang tidak sama dengan sebenarnya. Hanya saja ia ditautkan melalui realitas yang menjadi referensinya.[18]

Menurut Marcel Danesi,[19] mengatakan bahwa kapasitas otak untuk memproduksi dan memahami tanda disebut semiosis, sementara aktivitas membentuk ilmu pengetahuan yang dimungkinkan kapasitas untuk dilakukan oleh semua manusia disebut representasi. Representasi dapat didefinisikan lebih jelasnya sebagai penggunaan tanda (gambar, bunyi, dan lain-lain) utnuk menghubungkan, menggambarkan,

---

[17] https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/representasi.html diakses pada 20 Maret 2019 pukul 23.36 WIB

[18] Dudi Sabil Iskandar dan Rini Lestari, *Mitos Jurnalisme*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2016) hal 18-19

[19] Marcel Danesi, *Pengantar Memahami Semiotika Media*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010) hal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

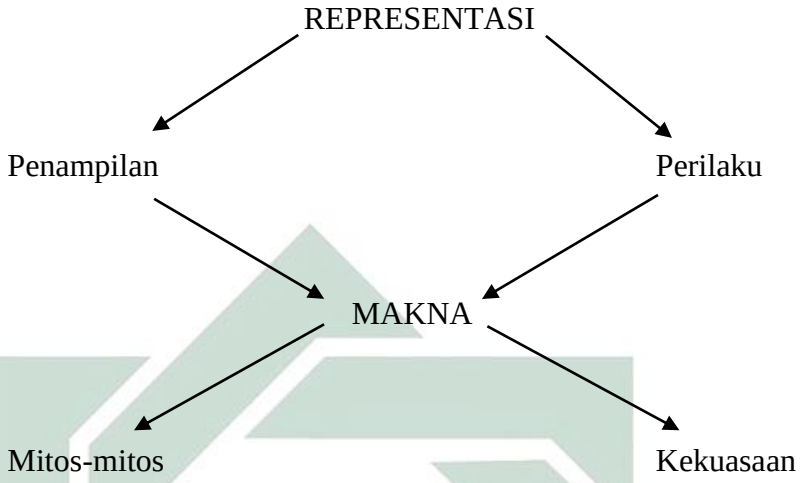
memotret, atau memproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu.

Kata representasi menunjuk pada penjelasan orang-orang yang membantu mendefinisikan kekhasan kelompok-kelompok dan juga merujuk pada penggambaran berbagai institusi. Representasi juga tidak hanya menunjuk pada permukaan, ia pun menyangkut makna-makna yang dikonstruksi. Singkat kata, representasi menunjuk pada pembuatan makna. Makna tentang dunia dan makna tentang cara memahami dunia.[20] Dalam media yang merupakan sebuah teks juga terdapat berbagai bentuk representasi. Representasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau sebuah kelompok mampu menghadirkan kembali makna dalam bentuk gambar/ adegan/ film.

[20] Iskandar, *Mitos* … hal 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Representasi Dikaitkan dengan Makna[21]



Keterangan:

Permukaan representasi terhadap masyarakat melalui kelompok-kelompok terdapat dalam penampilan dan perilaku yang digambarkan.

Memahami permukaan ini membawa kita kepada makna-makna tentang representasi. Area-area dominan dalam makna berkaitan dengan mitos-mitos kebudayaan dan pandang kelompok itu tentang kekuasaan.

Pengertian representasi nyaris sama dengan pencitraan, yaitu proses pembentukan citra melalui proses yang diterima oleh khalayak, baik secara langsung maupun melalui media social atau media massa. Pencitraan berkaitan dengan empat hal, yaitu (1)

[21] Graeme Burton, *Pengantar untuk Memahami Media dan Budaya Populer*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008) hal 133

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

representasi dimana citra merupakan cermin realitas, (2) ideologi dimana citra menyembunyikan dan memberi gambaran yang salah tentang realitas, (3) citra menyembunyi bahwa tidak ada realitas, dan (4) citra tidak memiliki sama sekali hubungan dengan realitas apapun.[22]

b. Macam-macam Pendekatan Representasi

1. Pendekatan Reflektif (*reflective approach*)

   Pendekatan ini menjelaskan bahwa bahasa bekerja layaknya cermin, ia berfungsi untuk merefleksikan arti yang sebenarnya. Contohnya, awan, maka berarti awan. Tidak ada arti yang lain.

2. Pendekatan Intensional (*intentional approach*)

   Pendekatan ini menjelaskan bahwa penulis/pembicara menggunakan bahasa untuk mengekspresikan makna. Namun bahasa disini dianggap tidak sesuai dengan esensinya, yakni berkomunikasi didasarkan pada kode-kode konvensi bukan kehendak personal.

3. Pendekatan konstruksionis (constructionist approach)

   Pendekatan ini tidak berarti bahwa kita mengkonstruksikan arti dengan menggunakan pendekatan reflektif dan pendekatan intensional. Namun mengkonstrusikan makna dengan berbagai komponen yang terkait yaitu bahasa (*language*), konsep (*concept*), dan tanda (*sign*).

[22] Anwar Arifin, *Komunikasi Politik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal 178

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Gaya Hidup Hedonis Masyarakat Kota

a. Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup (*life style*) berbeda dengan cara hidup (*way of life*). Cara hidup ditampilkan dengan ciri-ciri, seperti norma, ritual, pola-pola tatanan sosial, dan mungkin juga suatu komunitas dialek atau cara berbicara yang khas. Sementara itu, gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang ia konsumsi, dan bagaiman ia bersikap atau berperilaku ketika di hadapan orang lain. Gaya hidup bukan hanya sekedar aktivitas di atau mengisi waktu luang. Gaya hidup tumbuh dan dikembangkan oleh kekuatan capital untuk kepentingan membangun pangsa pasar, memperbesar keuntungan, dan menghela agresivitas masyarakat daam mengonsumsi berbagai produk industri budaya.[23]

Gaya hidup adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambing-lambang sosial yang mereka miliki.[24]

---

[23] Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakt Post-Modernisme*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013) hal 137

[24] https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup-.html?m=1 diakses pada 21 Maret 2019 pukul14.41 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hedonisme adalah sesuatu yang dianggap baik, sesuai dengan kesenangan yang hanya mendatangkan kesusahan, penderitaan, dan tidak menyenangkan adalah sesuatu yang dinilai tidak baik.[25]

Menurut Sarwono[26], pengertian hedonisme adalah konsep diri, dimana gaya hidup seseorang dijalani sesuai dengan gambaran yang ada dipikirannya. Misalnya, seorang vegetarian yang memiliki kebiasaan hidup dengan mengonsumsi sayuran dan menghindari mengonsumsi daging hewan. Mereka menikmatinya karena prinsip itu mereka jalani tana adanya paksaan.

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hedonisme adalah paham yang menganggap kesenangan dan kenikmatan merupakan tujuan utama dari hidup, dengan menghindari hal-hal yang menyebabkan kesusahan.

Gaya hidup hedonisme identik dengan gaya hidup yang mengedapankan kesenangan dan kenikmatan dengan menghindari hal-hal yang dianggap menyusahkan atau menyakitkan.

b. Sejarah Gaya Hidup Hedonis

Aliran Hedonisme pertama kali muncul ketika masa awal sejarah ilmu filsafat yaitu pada tahun 433 SM (sebelum Masehi). Pendiri aliran ini adalah Aristippos dari Kyrene, Afrika Utara. Menurut Aristippos, kehidupan orang bijak yaitu selalu mencari jaminan kesenangan yang maksimal.

---

[25] Burhanuddin Salam. *Logika Materiil Filsafat Ilmu Pengetahuan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 1997) hal. 81

[26] S.W. Sarwono. *Psikologi Remaja*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1989) hal.14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain Aristippos, ada tokoh lain penganut aliarn hedonisme ini, yaitu Epikuros. Epikuros memiliki ajaran yang menitikberatkan pada "apa yang baik adalah sesuatu yang menghasilkan kenikmatan." Kenikmatan yang dimaksud bukan kenikmatan yang bebas tanpa adanya aturan, melainkan kenikmatan yang mendalam.[27]

Aristippos menggambarkan semua kesenangan manusia bersifat fisik, begitupula dengan ketidaksenangannya. Sedangkan Epikuros mengartikan *hedonismeos* adalah kebahagiaan menusia harus didapat dengan menyeimbangkan hal positif dan negatif. Berbeda dengan Aristippos, Epikuros menanamkan sisi-sisi spiritual pribadi individu di dalam pemikirannya.[28]

Setelah itu, di masa-masa yang modern berbagai orang mendeskripsikan pemikiran ini dan memiliki garis besar yang sama, bahwa hedonisme adalah pandangan yang menganggap bahwa kehidupan seseorang hanyalah untuk kesenangan dan kenikmatan.

Hedonisme mengalami pergeseran makna di masa sekarang ini, sebagaian besar masyarakat mendeskripsikan sebagai sebuah perilaku konsumtif atau konsumerisme. Dewasa ini, tingkat konsumsi meningkat seiring dengan banyaknya *e-commerce* yang memudahkan proses jual beli. Hanya menggunakan *gadget* atau *smartphone* kemudian barang yang dibutuhkan akan datang ke konsumen. Teknologi *e-commerce* ini sangat menguntungkan bagi pembeli maupun penjual karena tidak

[27] ritaelfianis.com/pengertian-sejarah-kelebihan-dan-kekurangan-hedonisme/ diakses pada 12 Mei 2019 pukul 21.13 WIB
[28] cermati.com/artikel/amp/mengenal-hedonisme-gaya-hidup-konsumtif-yang-bisa-biki-keuangan-merana diakses pada 12 Mei 2019 pukul 21.26 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membutuhkan tenaga lebih layaknya berbelanja pada toko konvensional, namun tanpa disadari hal ini juga meningkatkan kemalasan pada sebagian individu khususnya konsumen. Situasi ini relevan dengan hakikat hedonisme yakni manusia mengejar kesenangan tanpa membutuhkan usaha yang besar.

c. Jenis-jenis Gaya Hidup

Menurut Mowen dan Minor yang dikutip oleh Sumarwan, terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut:[29]

1) *Funcionalists*. Menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata,pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak
2) *Nurturers*. Muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumah tangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata
3) *Aspirers*. Berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata untuk barang-barang berstatus, khususnya tempat tinggal. Memiliki karakteristik Yuppie klasik. Pendidikan tinggi, pekerja kantor, menikah tanpa anak
4) *Experientials*. Membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barang-barang hiburan, hobi, dan kesenangan

[29] Ujang Sumawarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011) hal 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(*convenience*). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatanya di atas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor

5) *Succeeders*. Rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatan tertinggi dari kesembilan kelompok. Menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang di atas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan
6) *Moral Majority*. Pngeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap *empty-nest.* Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah tunggal
7) *The Golden Years*. Kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. Melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan
8) *Sustainers*. Kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua
9) *Subsisters*. Tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya di atas rata-rata kelompok minoritas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Pola Gaya Hidup Hedonis

1) *Shopping*

Shopping atau berbelanja adalah kegiatan yang sering dilakukan oleh seluruh kalangan manusia. *Shopping* identik dengan mall atau supermarket mewah yang memiliki bermacam-macam bentuk iklan agar dapat menarik banyak konsumen. Seseorang memutuskan membeli sesuatu seperti tas, dompet, atau baju tidak selalu karena ia butuh barang-barang tersebut, tetapi bisa juga karena didorong tujuan-tujuan sosial yang lain[30]

Selain untuk berbelanja sesuatu, kegiatan *shopping* juga digunakan untuk tempat para kawula muda menunjukkan identitas dirinya. Dewasa ini, remaja makin sering dijumpai di mall sedang berjalan-jalan, berpenampilan modis, dan memakai aksesoris bermerek. Kegiatan ini dirasa sudah menjadi gaya hidup yang melekat pada remaja masa kini ketika berada di pusat perbelanjaan.

2) Brand

Salah satu karakteristik yang menandai perkembangan masyarakat post-modern yang sering kali terperangkap oleh ccitra diri adalah, estetisasi penampilan diri. Yakni ketika gaya dan desain menjadi lebih penting daripada fungsi.[31] Seseorang membeli tas *branded* Gucci yang harganya berkali lipat dengan tas lain dengan kualitas yang hampir sama karena ia telah menempatkan dirinya dalam kelas elite dan menjaga *image*nya di depan publik.

[30] Bagong Suyanto, *Sosiologi…* hal. 140
[31] Ibid. hal. 146

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Merek atau *brand* bukanlah sekedar nama. Di dalamnya terkandung sifat, makna, arti, dan isis dari produk bersangkutan. Bahkan dalam perkembangan lebih lanjut, merek akan menandai symbol dan status dari produk tersebut.[32]

e. Faktor Penyebab Gaya Hidup Hedonisme

Ada beberapa hal yang menyebabkan seseorang menganut paham hedonisme, yaitu:

1) Faktor Internal

Sejatinya seorang manusia menginginkan hal-hal yang bersifat menyenangkan tanpa perlu mengalami kesulitan. Selain itu, manusia memiliki sifat yang tak pernah puas dengan apa yang dimiliki atau yang telah dicapai. Beberapa sifat inilah yang akhirnya menjadi pemicu gaya hidup hedonisme dan cenderung konsumtif

2) Faktor Eksternal

Dalam era globalisasi ini, berbagai teknologi mutakhir telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari hampir seluruh manusia di bumi. Media komunikasi juga kian memberikan hal-hal yang diinginkan oleh para konsumen.

Jutaan iklan yang ada di televisi maupun portal *online*, film, tayangan-tayangan telvisi yang menayangkan berbagai hal yang juga dapat memicu adanya gaya hidup konsumerisme pada masyarakat.

[32] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004) hal 169

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konsumerisme dan budaya populer merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ideologi kapitalisme yang banyak memengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Budaya ini diciptakan sebagai bagian dari logika pasar dan komersialisasi. Hasrat masyarakat dijadikan komoditas yang menguntungkan bagi pihak-pihak tertentu.[33]

3. Film

a. Sejarah Film

Oey Hong Lee sebagaimana dikutip oleh Alex Sobur menyatakan bahwa "film sebagai alat komunikasi massa kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhan pada akhir abad ke-19, dengan perkataan lain pada waktu unsur-unsur yang merintangi perkembangan surat kabar sudah dibuat lenyap. Ini berarti bahwa dari permulaan sejarahnya film dengan lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati, karena ia tidak mengalami unsur-unsur teknik, politik, ekonomi, sosial, dan demografi yang merintangi kemajuan surat kabar pada masa pertumbuhannya dalam abad ke-18 dan permulaan abad ke-19."[34]

Dalam tahun-tahun 1930-an sampai 1940-an upaya melepaskan diri dari keseharian hidup yang membosankan melalui film menjadi pilihan gaya hidup yang benar—periode yang dikenal sebagai 'masa keemasan' sinema/film. Lebih jauh, pergi menonton film telah berkembang dari sekadar 'keluar malam', tetapi dengan cara yang aneh menyatukan

[33] Ahmad Mulyana. *Gaya Hidup Metroseksual Perspektif Komunikasi*. (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2015) hal. 57
[34] Alex Sobur, *Semiotika* ... hal 126

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat dengan ritual tertentu. Orang-orang mulai memberi nama anank-anaknya dengan nama pemeran film dan karakter dalam film.[35]

Masa keemasan film dimulai dari siklus film horror klasik, seperti *Dracula* (1931), *Frankenstein* (1931), dan *The Mummy* (1932). Nilai artistik film yang semakin berkembang juga muncul di akhir 1940-an, ketika pembuat film yang antusias dari Italia, Roberto Rosselini dengan *Open City* (1945) dan Vittoria De Sica dengan *Bycicle Thieves* (1949), mencapai keintiman dan kedalaman emosi, secara radikal mengubah dunia film. Film menggunakan warna sampai tahun 1950-an, ketika Hollywood mulai sering mempergunakan warna pada film dalam upaya membuat film menjadi berbeda terhadap berkembangnya media baru, televisi, yang kalaitu masih hitam-putih.[36]

b. Kategori Film

Ada tiga kategori utama dalam film, yaitu:[37]

1) Film Fitur

Film fitur merupakan karya fiksi, yang strukturnya selalu berupa narasi, yang dibuat dalam tiga tahap. Tahap praproduksi merupakan periode ketika skenario diperoleh. Skenario ini bisa berupa adaptasi novel, atau cerita pendek, atau karya cetakan lainnya; bisa juga yang ditulis secara khusus untuk dibuat filmnya. Tahap produksi merupakan masa berlangsungnya pembuatan film berdasarkan skenario itu. Tahap terakhir, post-

[35] Marcel Danesi, *Pengantar*… hal 140-141
[36] Ibid. hal *143*
[37] Ibid. hal 134-135

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produksi (*editing*) ketika semua bagian film yang pengambilan gambarnya tidak sesuai urutan cerita, disusun menjadi suatu kisah yang menyatu.

2) Film Dokumenter

Film dokumenter merupakan film nonfiksi yang menggambarkan situasi kehidupan nyata dengan setiap individu menggambarkan perasaannya dan pengalamannya dalam situasi yang apa adanya, tanpa persiapan, langsung pada kamera dan pewawancara. Dokumenter seringkali diambil tanpa skrip dan jarang sekali ditampilkan di gedung bioskop yang menampilkan film-film fitur. Akan tetapi, film jenis ini sering tampil di televisi. Dokumenter dapat diambil pada lokasi pengambilan apa adanya, atau disusun secara sederhana dari bahan-bahan yang sudah diarsipkan.

3) Film Animasi (Film Kartun)

Animasi adalah teknik pemakaian film untuk menciptakan ilusi gerakan dari serangkaian gambaran benda dua atau tiga dimensi. Penciptaan tradisional dari animasi gambar-bergerak selalu diawali hampir bersamaan dengan penyusunan *storyboard*, yaitu serangkain sketsa yang menggambarkan bagian penting dari ceita. Sketsa tambahan dipersiapkan kemudian untuk memberikan ilustrasi latar belakang, dekorasi serta tampilan dan karakter tokohnya. Pada masa kini, hampir semua (jika tidak semuanya) film animasi dibuat secara digital dengan komputer.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Jenis-jenis Film

Film terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:[38]

1) *Action*

Film ini bercerita tentang hal-hal yang berhubungan dengan perkelahian, kriminal, berhubungan dengan kepolisian atau detektif. Film ini juag bisa disebut dengan film laga.

2) *Thriller*

Dalam bahasa Inggris, *thriller* diartikan sebagai petualangan yang mendebarkan, tidak jarang juga terdapat adegan pembunuhan atau kekerasan

3) *Comedy*

Film ini memiliki unsur cerita yang lucu, lawakan, adegan konyol dan hal-hal yang membuat tertawa. Adegan lelucon tersebut sebagai benang merah alur cerita film

4) *Adventure*

Jenis film ini menitik beratkan pada sebuah alur petualangan yang sarat akan teka-teki dan tantangan dalam berbagai adegan film

5) *Animation*

Film ini merupakan film dengan tampilan yang berbeda, karena seluruh adegannya menyajikan kartun animasi 2D maupun 3D. Film animasi ini juga memiliki berbagai macam alur cerita

6) *Biography*

[38] www.jogjafilm.com/id/article/read/jenis-jenis-film diakses pada 25 Maret 2019 pukul 00.03 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Film ini berisi ulasan tentang sejarah, perjalanan hidup atau karier seorang tokoh, ras, dan kebudayaan ataupun kelompok

7) *Documentary*

Jenis film ini berisi tentang kejadian dan peristiwa yang terjadi secara nyata

8) *Crime*

Film ini menyajikan skenario kejahatan kriminal sebagai inti dari keseluruhan cerita

9) *Drama*

Jenis film yang mengandung sebuah alur yang memiliki sebuah tema tertentu seperti halnya percintaan, kehidupan, sosial, dan lainnya

10) *Fantasy*

Film ini memiliki alur cerita berdasarkan cerita imajinasi dan menampilkan adegan-adegan unik di luar nalar

11) *History*

Jenis film yang mengandung cerita masa lalu sesuai dengan kejadian dan peristiwa yang telah menjadi sejarah

12) *Horror*

Hampir seluruh adegan dalam film ini berisi tentang kejadian mistis dan berhubungan dengan kejadian-kejadian yang menyeramkan dan menakutkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

13) *Musical*

Jenis film yang berkaitan dengan musik dan terkadang menampilkan adegan tarian

14) *Romance*

Jenis film yang berisikan tentang romansa percintaan hampir diseluruh adegan film

15) *Sci-Fi*

Film ini berisi fantasi imajinasi pengetahuan khususnya yang bersifat *exact* yang dikembangkan untuk mendapatkan dasar pembuatan alur film yang menitikberatkan pada penelitian dan penemuan-penemuan teknologi

16) *Sport*

Jenis film ini memiliki latar belakang tentang olahraga

d. Unsur-unsur dalam Film

Dalam proses pembuatan sebuah film membutuhkan banyak tenaga atau beberapa unsur. Dengan kata lain film adalah hasil kerja kolektif bukan hasil karya individu atau perorangan. Beberapa unsur yang dominan dalam pembuatan sebuah proyek film antara lain:[39]

1) Produser

Unsur paling utama (tertinggi) dalam pembuatan film adalah produser. Karena produserlah yang menyandang atau mempersiapkan dana yang dipergunakan untuk biaya produksi film. Produser merupakan pihak yang bertanggung jawab

[39] www.kajianpustaka.com/2012/10/pengertia-sejarah-dan-unsur-unsur-film.html?m=1 diakses pada 25 Maret 2019 pukul 00.12 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap berbagai hal yang diperlukan dalam proses pembuatan film.

2) Sutradara

Sutradara merupakan pihak yang paling bertanggung jawab terhadap proses pembuatan film di luar hal-hal yang berkaitan dengan dana dan properti lainnya. Di dalam proses pembuatan film, sutradara bertugas mengarahkan seluruh alur dan proses pemindahan suatu cerita atau informasi dari naskah skenario ke dalam aktivitas produksi.

3) Penulis Skenario

Skenario film adalah naskah cerita film yang ditulis dengan berpegang pada standar atau aturan-aturan tertentu. Skenario atau naskah cerita film itu ditulis dengan tekanan yang lebih mengutamakan visualisasi dari sebuah situasi melalui adegan demi adegan yang jelas pengungkapannya. Jadi, penulis skenario adalah seseorang yang menulis naskah cerita yang akan difilmkan. Naskah skenario yang ditulis penulis skenario itulah yang kemudian digarap atau diwujudkan sutradara menjadi sebuah karya film.

4) Penata Kamera (*Cameraman*)

Cameraman adalah seseorang yang bertanggungjawab dalam proses perekaman (pengambilan) gambar didalam pembuatan film. Karena itu, seorang penata kamera dituntut untuk mampu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menghadirkan cerita yang menarik, mempesona, dan menyentuh emosi penonton melalui gambar demi gambar yang direkamnya.

5) Penata Artistik (*Art Director*)

Penata artistik adalah seseorang yang bertugas untuk menampilkan cita rasa artistik pada sebuah film yang diproduksi. Sebelum suatu cerita divisualisasikan ke dalam film, penata artistik setelah terlebih dahulu medapat penjelasan dari sutradara utnuk membuat gambaran kasar adegan demi adegan di dalam sketsa, baik secara hitam putih maupun berwarna. Tugas seorang penata artistik diantaranya menyediakan sejumlah sarana seperti lingkungan kejadian, tata rias, tata pakaian, perlengkapan-perlengkapan yang kaan digunakan para pemeran film dan lainnya.

6) Penata Musik

Penata musik adalah seseorang yang bertaggung jawab sepenuhnya terhadap pengisian suara musik tersebut. Seorang penata musik dituntut tidak hanya sekadar menguasai musik, tetapi juga harus memiliki kemampuan atau kepekaan dalam mencerna cerita atau pesan yang disampaikan oleh film.

7) *Editor*

Baik atau tidaknya sebuah film yang diproduksi akhirnya akan ditentukan pula oleh seorang *editor* yang bertugas mengedit gambar demi gambar dalam film tersebut. Jadi, *editor* adalah seseorang yang bertugas dalam pengeditan gambar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8) Pengsisi dan Penata Suara

Pengisi suara adalah seseorang yang bertugas mengisi suara pemeran atau pemain film. Jadi, tidak semua pemeran film menggunakan suaranya sendiri dalam berdialog dalam film. Penata suara adalah pihak yang bertanggung jawab dalam menentukan baik atau tidaknya hasil suara yang terekam dalam sebuah film.

9) Bintang Film (Pemeran)

Bintang film atau yang biasa disebut actor dan aktris adalah mereka yang memerankan atau membintangi sebuah film yang diproduksi dengan memerankan tokoh-tokoh yang ada di dalam cerita film tersebut sesuai skenario yang ada. Keberhasilan sebuah film tidak bisa lepas dari keberhasilan para pemeran dalam memerankan tokoh-tokoh yang diperankan sesuai dengan tuntutan skenario, terutama dalam menampilkan watak dan karakter. Pemeran dalam sebuah film terbagi atas dua, yaitu pemeran utama dan pemeran pembantu.

B. Kajian Teori

Teori Masyarakat Konsumsi

Jean Baudrillad adalah seorang filsuf postmodernis dan sosiolog yang berasal dari Perancis yang menganalisis masyarakat konsumeris dalam relasinya dengan kapitalisme global dan media massa yang menyebarkan tanda (*sign*) untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lechte sebagaimana dikutip oleh Mutia Hastiti menyatakan bahwa, konsumsi menurut Baudrillad memegang peranan penting dalam hidup manusia. Konsumsi membuat manusia tidak mencari kebahagiaan, tidak berusaha mendapatkan persamaan, dan tidak adanya intensitas untuk melakukan homogenisasi. Manusia justru melakukan diferensiasi (perbedaan) yang menjadi acuan dalam gaya hidup dan nilai, bukan kebutuhan ekonomi.[40]

Menurut Baudrillad, gaya hidup konsumsi dalam masyarakat konsumen ini tercipta karena perubahan focus perhatian dalam kapitalisme itu sendiri, di mana manajemen produksi dalam kapitalisme klasik telah digantikan menjadi manajemen konsumsi dalam kapitalisme global (perubahan dari "*mode of production*" menuju "*mode of consumption*".) Gaya hidup konsumtif ini dikendalikan sepenuhnya oleh teknik pemasaran yang mengasai seluruh kesadaran masyarakat konsumen. Khususnya yang menyangkut diferensiasi diri. Dengan demikian, masyarakat konsumen akan melihat identitas diri ataupun kebebasan mereka sebagai kebebasan memproyeksikan keinginan pada barang-barang industri.[41]

Masyarakat yang telah menjadi masyarakat konsumen akan melihat iklan sebagai acuan yang harus mereka ikuti. Karena iklan yang adalah ujung ombak kapitalisme, sebagai contoh, dan teladan, maka moralitas yang berkembang dalam masyarakat adalah moralitas hedonis.[42]

---

[40] Mutia Hastiti Pawanti. *Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillad*. (Depok: Universitas Indonesia, 2013) hal. 2
[41] Jean Baudrillad. *Masyarakat Konsumsi*. (Yogyakarta: Kreasi Wacana) hal. 185-186
[42] Ibid. hal. 185

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Moralitas hedonis yang mengedepankan individualisme ini dihubungkan dengan masyarakat konsumen, yang cenderung pasif dan mendasarkan identitasnya pada tanda yang berada di belakang barang komoditi yang dikonsumsinya. Hal global kegiatan produksi sudah bergeser dari penciptaan barang konsumsi, ke penciptaan tanda.[43]

Konsumsi saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pada pilihan-pilihan rasional akan tetapi juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial sehingga mampu mengarahkan individu atas suatu komoditi.[44] Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dikatakan hampir seluruh anggota klub tertentu (ber*budget* tinggi) itu tidak hanya karena fakor ekonomis dan pikiran rasional anggota tersebut, namun juga terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mengarahkan untuk anggota itu melakukan aktivitas tersebut untuk menunjang hobinya.

[43] Ibid. hal. 72
[44] Ibid. hal. 74

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian

Film *Crazy Rich Asians* adalah subyek dalam penelitian ini, sedangkan obyek dalam penelitian ini meliputi suara (*audio*), gambar (*visual*), teknik pengambilan gambar (*shot*), latar (*setting*) yang terdapat dalam film ini.

1. Subyek Penelitian

a. Profil Film *Crazy Rich Asians*

Produser	: Nina Jacobson	
	Brad Simpson	
	John Penotti	
Sutradara	: Jon M. Chu	
Penulis Skenario	: Berdasarkan novel dari Kevin Kwan	
	Peter Chiarelli	
	Adele Lim	
Pemeran Utama	: Constance Wu	Sebagai Rachel Chu
	Henry Golding	Sebagai Nick Young
Pemeran Pembantu	: Gemma Chan	Sebagai Astrid Leong-Teo
	Lisa Lu	Sebagai Ah Ma/Shang Su Yi
	Nico Santos	Sebagai Oliver T'sien
	Awkwafina	Sebagai Peik Lin
	Michelle Yeoh	Sebagai Eleanor Young
Penata Musik	: Brian Tyler	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sinematografi : Vanja Cernjul

Perusahaan Produksi: SK Global Entertainment

Starlight Culture Entertainment

Color Force Ivanhoe Pictures

Electric Somewhere

Distributor : Warner Bros. Pictures

Durasi : 120 menit

Jumlah Scene : 62 scene

Genre : Komedi, romantis

b. Sinopsis Film *Crazy Rich Asians*

Seorang profesor ekonomi, Rachel Chu (Constance Wu) diajak kekasihnya Nick Young (Henry Golding) ke Singapura. Kekasihnya mengajak Rachel untuk datang pada pernikahan sahabatnya sekaligus mengenalkan Rachel kepada beberapa orang dan keluarganya.

Selama menjalin hubungan asmara dengan Nick, Rachel tidak mengetahui bahwa ia telah menjalin hubungan dengan sosok yang dikenal oleh banyak orang. Rachel Chu tak menyadari bahwa kekasihnya adalah orang yang kaya raya di Asia, kekasihnya juga menjadi incaran oleh banyak wanita yang tergila-gila oleh Nick. Ketika tiba di Singapura, Rachel bertemu dengan sahabat-sahabat Nick yang akan melangsungkan pernikahan. Diajaknya Rachel berkunjung ke sebuah tempat yang menjual berbagai jenis makanan khas Singapura, khususnya makanan khas masyarakat melayu. Rachel terlihat menikmati suasana hangat besama teman-teman barunya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rachel akhirnya diajak bertemu dengan Eleanor Young, ibu dari Nick Young. Kesan pertama yang diterima oleh Rachel sesuai dengan yang ia kira. Ia tidak mendapatkan sambutan yang hangat, namun Rachel tidak patah semangat untuk mendapatkan hati calon mertuanya. Hari demi hari Rachel lalui dengan susah payah, ia mendapatkan perlakuan yang tidak baik dari berbagai orang karena latar belakang keluarga yang ia miliki.

B. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi Data Visual

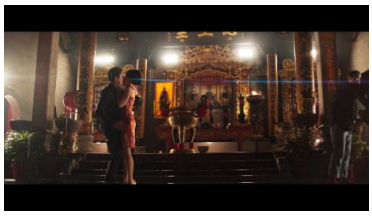
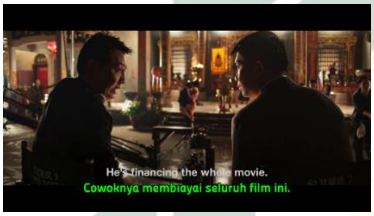
Sesuai dengan model semiotika Charles Sanders Pierce berdasarkan segitiga makna (*triangle meaning*) yakni hubungan antara *sign*, *object*, dan *interpretant*. Peneliti akan mengamati dan membongkar makna hedonisme yang terdapat dalam film *Crazy Rich Asians* ini.

Tabel 3.1

Adegan mesra Kitty-Alistair

Visual	Durasi	Audio/Dialog	Narasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Medium shot Gambar 3.1.1  Long shot Gambar 3.1.2	00:14:15-00:14:18	"Jamahlah aku" kata lelaki dalam potongan gambar tersebut	Pasangan kekasih yang sedang bermesraan di lokasi shooting
 Medium shot Gambar 3.1.3	00:14:19-00:14:25	"Aktingnya buruk, bisakah kita menggantinya dengan aktris lain?", "kekasihnya yang membiayai seluruh film ini"	Dua *crew* film yang merasa keberatam dengan kualitas akting dari aktris dihadapannya. Namun mereka tak bisa berbuat apapun karena proyek film tersebut dibiayai oleh kekasihnya

Scene 13, adegan 1 (Adegan mesra Kitty-Alistair)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. Tanda dalam adegan pertama pada scene ini yang dapat ditangkap oleh penulis adalah kata "Jamahlah aku" yang diucapkan oleh lelaki bernama Alistair.

Pierce menyatakan adanya hubungan triadik dalam sebuah tanda (*sign* atau representamen), yaitu *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*.[45] *Qualisign* dalam adegan ini adalah busana sexy Kitty.

[45] Alex Sobur, *Semiotika*… hal. 41

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sinsign ditampilkan saat Alistair berkata "jamahlah aku". *Legisign* pada adegan ini ketika Alistair dan Kitty bermesraan.

Object dalam adegan ini ketika Alistair dan Kitty yang bermesraan di depan crew film yang ada di lokasi shooting. Objek juga terbagi menjadi triadik, *icon, index,* dan *symbol*. *Icon* dalam adegan ini ketika pasangan tersebut bermesraan di depan banyak crew. *Index* pada adegan ini adalah ketika Kitty mengarahkan Alistair untuk menyentuh area sensitifnya. *Symbol* ditampilkan saat Alistair dan Kitty mulai bermesraan di depan para crew.

Berdasarkan *interpretant,* tanda dibagi atas *rheme, dicent sign* atau *dicisign* (selanjutnya peneliti akan menulis kan *dicisign*), dan *argument*. *Rheme* pada adegan ini ketika Kitty meliukkan tubuhnya saat dalam pelukan Alistair, menunjukkan bahwa ia ingin sesuatu yang lebih dari Alistair. Kitty merupakan aktris yang terkenal seksi dan tidak memiliki kualitas acting yang bagus. Namun, di mata Alistair, Kitty telah bekerja dengan baik. Reaksi ini ada karena Alistair telah dimabuk cinta oleh pesona seorang Kitty. *Dicisign* pada adegan ini adalah pujian Alistair terhadap kemampuan berakting Kitty. Alistair yang sangat menyukai Kitty melakukan segalanya agar Kitty bahagia, hal ini sesuai dengan narasi yang diungkapkan oleh Nick bahwa Alistair menyukai uang dan wanita.

Peneliti memiliki *argument* bahwa, Alistair dan Kitty memiliki kepentingan yang sama. Keduanya ingin mendapatkan apa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang diinginkan. Alistair ingin memiliki Kitty, begitupun Kitty memanfaatkan Alistair untuk bisa menjadi seorang artis yang terkenal. Untuk mendapatkan apa yang diinginkan, Alistair dan Kitty bisa mengorbankan harga dirnya.

Teknik pengambilan gambar adegan ini yaitu medium shot ke long shot, saat medium shot akan mempermudah penonton untuk melihat interaksi intim Alistair dan Kitty. Kemudian berubah ke long shot untuk memperjelas adegan diantara keduanya didukung dengan latar gelap dan beberapa lampu latar.

Scene 13, adegan 2 (Adegan protes crew)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant.

Tanda dalam adegan kedua ini adalah dialog antara dua crew film.

Crew 1: "Aktingnya buruk, bisakah kita menggantinya dengan aktris lain"

Crew 2: "Kekasihnya yang membiayai seluruh film ini. Kau mau bilang *acting* pacarnya jelek?"

Qualisign dalam adegan ini adalah dialog "Aktingnya buruk" yang dilontarkan oleh crew 1. *Sinsign* ditampilkan pada dialog dintaranya kedua crew lelaki di atas. Dialog keduanya penuh dengan ketidak puasan akan akting Kitty. *Legisign*, kata "buruk" yang diucapkan oleh salah satu crew.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Object pada adegan ini dua crew film yang sedang mengerjakan sebuah film yang dibiayai oleh kekasih dari Kitty Pong. Adapun *icon* dalam adegan ini adalah crew 2 yang berperan sebagai sutradara terlihat mengusap wajahnya dan menghela napas, reaksi ini disebabkan karena melihat kualitas akting Kitty yang buruk dan cinta buta kekasihnya. *Index*nya adalah akting yang buruk dari Kitty membuat crew produksi tidak puas dan mengeluh. *Symbol* ditampilkan saat seorang crew mengeluh kepada sutradara.

Berdasarkan *interpretant, Rheme* dalam adegan ini ketika sutradara mengusap wajahnya diiringi dengan helaan napas. *Dicisign* ditampilkan saat seorang crew menginginkan peran utama diganti karena aktingnya tidak memuaskan. Keluhan tersebut disampaikan kepada sutradara film ini, namun sutradara tidak bisa melakukan apapun.

Argument pada adegan ini adalah ketika crew mengeluh dengan kualitas akting Kitty. Jika melihat reaksi sutradara lain di luar sana, apabila ia mengucapkan kata "*cut*" maka tandanya ia puas dengan adegan yang baru saja diperankan. Kepuasan juga direpresetasikan dengan senyuman, tepuk tangan, atau kalimat sanjungan. Namun sutradara pada film ini berekspresi sebaliknya, ia tidak puas dengan akting aktrisnya.

Pengambilan gambar pada adegan ini adalah medium shot, bentuk pengambilan gambar ini memudahkan penonton untuk memahami ekspresi dari kedua crew tersebut. Tidak menggunkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bentuk close up karena adegan ini bertitik berat pada dialog yang disampaikan oleh keduanya.

Tabel 3.2

Adegan protes Eddie pada istrinya

Visual	Durasi	Audio/Dialog	Narasi
Medium long shot Gambar 3.2.1 Medium shot Gambar 3.2.2	00:14:59-00:15:03	"Sudah kuduga gaunmu itu jelek, jika kau memakai gaun *Bottega* seperti yang kusuruh, kita pasti masuk Vogue Amerika" kata suami wanita tersebut.	Sang suami merasa tidak puas dengan gaun yang dipakai oleh istrinya. Ia menganggap gaunnya yang menyebabkan hasil pemotretan itu tidak memuaskan. Ia menyarankan untuk memakai gaun bermerk lain yang terkenal memiliki harga fantastis

Scene 14 (Adegan protes Eddie pada istrinya)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. *Sign* dalam scene ini adalah ekspresi kesal dan dialog seorang suami yang menyalahkan istrinya karena pakaian yang dikenakan oleh istrinya. *Qualisign* dalam adegan ini adalah kalimat "Gaunmu itu jelek" yang diucapkan oleh Eddie atau sang suami. *Sinsign*nya adalah keluhan seorang suami kepada istrinya. *Legisign*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditampilkan saat raut wajah Eddie berubah, ketika bersalaman dengan fotografer ia tersenyum, namun seketika berubah tegas saat berbicara dengan istrinya.

Object dalam scene ini adalah sebuah keluarga kelas atas yang sedang melangsungkan pemotretan di sebuah ruangan mewah. *Icon* dalam scene ini adalah merek Bottega yang diucapkan oleh Eddie. Ia lebih puas jika istrinya memakai busana merek itu. *Index*nya adalah ketidakpuasan seorang fotografer kepada model yang sedang ia potret, sehingga berujung pada keputusan untuk menerbitkan foto tersebut di majalah *Vogue* Hongkong. Eddie yang mengetahui hal tersebut pun merasa kecewa dan akhirnya meluapkan kekesalannya pada istrinya. *Symbol* ditampilkan saat ekspresi Eddie berubah menjadi tegas ketika berbicara dengan istrinya, serta gerakan non verbalnya.

Berdasarkan *interpretant*, *Rheme* dalam scene ini adalah ekspresi tegas Eddie yang sarat akan kekecewaan. Ia tidak mengekspresikannya dengan kalimat bernada tinggi karena dalam ruangan itu terdapat banyak orang. *Dicisign* ditampilkan saat ekspresi kaku Eddie dan istrinya saat pemotretan. Fotografer tersebut tidak mungkin menampilkan foto yang ia nilai kurang untuk sebuah majalah besar setara *Vogue* Amerika, sehingga ia memutuskan foto keluarga Eddie untuk diterbitkan di *Vogue* Hongkong.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peneliti ber*argument* bahwa sebuah keluaraga yang kaya raya menginginkan agar orang lain tahu bahwa mereka adalah keluarga yang kaya raya dan harmonis. Mereka ingin diakui oleh banyak orang dan menjadi contoh bagi orang-orang yang melihat keluarga ini.

Pengambilan gambar pada scene ini, yaitu long shot ke medium shot. Objek utama awalnya pada proses pemotretan keluarga tersebut, kemudian menggunakan medium shot agar memudahkanuntuk melihat ekspresi Eddie dan istrinya.

Tabel 3.3

Adegan ibu Peik Lin mengenalkan rumahnya

Visual	Durasi	Audio	Narasi
Long shot Gambar 3.3.1	00:28:06- 00:28:16	"Kami terinspirasi oleh aula cermin *Versailles*, kau suka atau tidak?" ucap ibu Peik Lin	Rachel bertemu dengan ibu Peik Lin dan ia diajak untuk melihat-lihat isi rumah dengan segala interiornya yang bernuansa emas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

 Medium Shot Gambar 3.3.2			

Scene 21 (Adegan ibu Peik Lin mengenalkan rumahnya)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. *Sign* dalam scene ini adalah ekspresi bangga serta bahasa tubuh Ibu Peik Lin ketika memperlihatkan rumahnya. *Qualisign* pada scene ini adalah kata "*Versailles*" yang diucapkan oleh Ibu Peik Lin. *Sinsign* ditampilkan saat eskpresi wajah senang dan bangga Ibu Peik Lin. Ia senang memperlihatkan rumahnya kepada orang baru seperti Rachel. *Legisign* pada scene ini adalah bahasa tubuh Ibu Peik Lin dengan mengangkat kedua tangannya sembari berputar, gerakan itu mendukung penjelan seluruh isi rumah mewahnya.

Object pada scene ini adalah seorang ibu Peik Lin yang sedang menjelaskan rumahnya kepada Rachel. Ia menjelaskan bahwa interior rumahnya terinspirasi dari aula cermin yang ada di istana *Versailles. Icon* pada scene ini adalah interior rumah yang mewah. *Index*nya adalah kemewahan interior istana *Versailles*, meja kaca, lampu kaca berukuran besar, dan dominasi warna emas yang menginspirasi Ibu Peik Lin saat mendekorasi rumahnya. *Symbol*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditampilkan pada pemilihan warna emas untuk interior rumah Ibu Peik Lin.

Berdasarkan *interpretant, rheme* pada scene ini adalah ekspresi bahagia Ibu Peik Lin ketika menceritakan tentang rumahnya. Ia juga aktif berbicara dibandingkan Rachel dan Peik Lin. Adanya kalimat "Kau suka atau tidak?" yang diucapkan oleh Ibu Peik Lin kepada Rachel seakan ia ingin diakui bahwa rumahnya mewah dan bagus dimata Rachel. *Dicisign* ditampilkan saat Ibu Peik Lin menggunakan bahasa tubuh dengan tangan melebar untuk memberitahu Rachel bahwa rumahnya memiliki interior yang sangat mewah. Kalimat yang diucapkan Ibu Peik Lin juga sesuai dengan keadaan rumah tersebut.

Argument pada scene ini adalah Ibu Peik Lin terobsesi dengan istana mewah bernama *Versailles*, ia ingin memiliki rumah yang memiliki interior yang serupa seperti yang ada di istana. Ibu Peik Lin ingin dikenal sebagai orang kaya raya melalui rumah megah yang ia miliki. Ibu Peik Lin juga terlihat sangat bangga ketika memperkenalkan rumahnya kepada Rachel.

Pengambilan gambar pada scene ini adalah long shot untuk memperlihatkan sebuah rumah mewah dan megah. Kemudian menggunkaan teknik medium shot, dengan teknik ini akan memudahkan penonton untuk melihat mimik wajah dari Ibu Peik Lin, Rachel, dan Peik Lin.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.4

Adegan Nick menghentikan Rachel

Visual	Durasi	Audio/Dialog	Narasi
Medium shot Gambar 3.4.1 Medium Shot Gambar 3.4.2	00:37:36-00:37:40	"Oh, tidak, tidak! Itu untuk cuci tangan. Sedikit berlebihan, aku tahu." Kata Nick.	Nick melarang Rachel untuk meminum air yang disuguhkan oleh pelayan karena air itu untuk cuci tangan.

Scene 26 (Adegan Nick menghentikan Rachel)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. *Sign* dalam scene ini adalah mangkok air yang disajikan oleh pramusaji. *Qualisign* dari scene ini adalah nampan berisi air cuci tangan yang dibawa oleh pramusaji. *Sinsign* terlihat saat pramusaji menawarkan air cuci tangan kepada tamu agar mereka memiliki tangan yang bersih ketika menghadiri rumah tersebut. *Legisign* ditampilkan saat Rachel memperlihatkan ekspresi kecewa dan kaget karena ia salah mengira air yang dibawa oleh pramusaji.

Object dari scene ini adalah Rachel yang sedang ditawari air cuci tangan oleh pramusaji. *Icon* pada scene 4 adalah saat Rachel memasang ekspresi kaget karena ucapan Nick dan dengan apa yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

baru saja ia lakukan. *Index* dalam scene ini adalah kesalahpahaman Rachel melihat air yang ditawarkan oleh pramusaji. Air tersebut diletakkan dalam mangkok kecil, di atas nampan dan terdapat sedikit dekorasi bunga di sana. *Symbol* ditampilkan saat situasi menjadi sedikit canggug ketika Rachel akan meminum air cuci tangan. Kemudian Nick mengatakan bahwa kegiatan itu sedikit berlebihan, ia tahu.

Berdasarkan *interpretant,* r*heme* pada scene ini adalah ketika ekspresi malu pada wajah Rachel setelah Nick menghentikannya perbuatannya. Rachel merasa terkejut dengan apa yang baru saja ditawarkan oleh pramusaji. *Dicisign* ditampilkan saat tangan Nick menghentikan Rachel yang hendak meminum air yang disajikan.

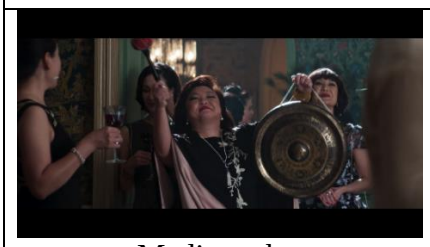
Argument dari scene di atas adalah Rachel merasa malu ketika hendak meminum air cuci tangan yang disajikan oleh pelayan. Dalam benaknya ia menganggap bahwa air yang dibawa oleh pramusaji adalah air minum. Namun, Nick memberitahunya bahwa itu bukanlah air minum, Nick juga menjelaskan bahwa budaya keluarganya itu sedikit berlebihan.

Scene ini menggunakan medium shot untuk seluruh adegan tersebut. Medium shot akan memudahkan untuk melihat ekspresi dari Rachel, Nick, maupun pramusaji.

Tabel 3.5

Adegan bibi Oliver memukul gong

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Visual	Durasi	Audio/Dialog	Narasi
 Medium shot Gambar 3.5.1 Medium shot Gambar 3.5.2	00:45:57- 00:46:04	Suara gong dipukul	Oliver menjelaskan bahwa ia disuruh oleh bibinya untuk membeli gong langka Kamboja. Tujuannya hanya untuk pemberitahuan ketika acara selanjutnya dimulai

Scene 30 (Adegan bibi Oliver memukul gong)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. *Sign* pada scene di atas adalah gong langka Kamboja. *Qualisign* dari scene ini adalah sebuah gong yang berwarna emas kehitaman. *Sinsign* pada scene ini suara sebuah gong yang dipukul untuk menarik perhatian orang-orang yang ada di sekelilingnya. Suara tersebut juga bertujuan untuk memberitahukan bahwa acara selanjutnya akan dimulai. *Legisign* ditampilkan saat ekspresi bahagia dari wanita yang telah memukul gong yang telah ia beli.

Object pada scene ini adalah Oliver bercerita kepada Rachel dan Peik Lin bahwa ia diperintahkan untuk membeli gong langka Kamboja oleh bibinya.

Oliver: Ikan koi emas, perabot Huanghauli, gong langka Kamboja

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rachel: Mengapa mereka ingin membeli gong langka Kamboja?

Oliver: Karena mereka bisa

Icon pada scene di atas ketika Oliver mengatakan bahwa bibinya bisa membeli hal yang tidak memungkinkan dengan uang, contohnya gong langka Kamboja. *Index* dalam scene ini ketika bibi Oliver menginginkan sebuah gong langka Kamboja untuk memeriahkan acara malam itu. Kemudian Oliver diperintahkan untuk mencarikannya. *Symbol* yang ditampilkan adalah orang-orang yang mendengar suara gong dipukul, mereka sejenak mengalihkan kegiatannya pada sumber suara.

Berdasarkan *interpretant*, r*heme* pada scene ini senyum bangga bibi Oliver saat memukul gong langka yang ia beli. Senyum tersebut juga dapat diartikan bangga karena ia bisa membeli benda antik itu, namun dapat diartikan sombong juga karena menggunakan barang langka itu hanya untuk acara pada malam itu. *Dicisign* ditampilkan ketika bibi Oliver bisa memiliki barang langka tersebut karena ia memiliki uang untuk membelinya. Ia menginginkan gong langka Kamboja untuk memeriahkan malam itu, maka ia pun meminta Oliver mencarikannya.

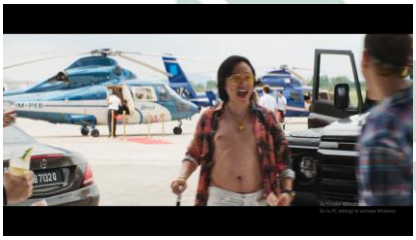
Argument untuk scene di atas adalah orang-orang kaya dapat membeli apapun degan harta yang mereka miliki, meskipun barang itu dinilai antik dan langka. Dengan kekayaan yang mereka miliki, mereka bisa membeli apapun untuk membari rasa senang pada orang-orang kaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Scene di atas menggunakan teknik pengambilan gambar medium shot. Bentuk pengambilan gambar ini akan memudahkan untuk mengetahui situasi dan ekspresi dari beberapa orang pada scene di atas.

Tabel 3.6

Adegan Bernard menghamburkan uang

Visual	Durasi	Audio	Narasi
Medium long shot Gambar 3.6.1  Medium long shot Gambar 3.6.2	00:58:15-00:58:18	Alunan musik	Pelayan menyajikan minuman kepada lelaki di depannya. Kemudian pelayan itu terkejut karena ia di lempari uang oleh lelaki tersebut

Scene 34 (Adegan Bernard menghamburkan uang)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. *Sign* pada scene 6 ini adalah uang yang dihamburkan kepada seorang wanita. *Qualisign* dari scene ini adalah uang. *Sinsign* pada scene di atas ketika lelaki bernama Bernard tertawa sambil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melemparkan uang pada seorang pelayan wanita. Walaupun pelayan itu terlihat protes namun Bernard tetap tertawa. *Legisign* pada scene di atas adalah Bernard tertawa kepada temannya setalah melempar uang kepada pelayan yang baru saja ia temui.

Object pada scene ini adalah Bernard yang menikmati perbuatan melempar uang kepada seorang pelayan wanita. *Icon* pada scene di atas Bernard tertawa puas setelah berlaku tidak sopan pada pelayan. *Index* pada scene ini adalah pelayan tersebut merasa tidak terima dengan apa yang diperbuat oleh Bernard kepadanya. Bernard dengan tertawa menghamburkan uang kepada pelayan wanita itu, ia merasa bahagia saat itu. *Symbol* pada scene ini adalah gerak tangan pelayan wanita ketika Bernard menghamburkan uang kepadanya, kemudian tertawa puas dengan teman-temannya.

Berdasarkan *interpretant rheme* pada scene di atas adalah gerakan tanga dari pelayan wanita seolah ia protes dengan apa yang dilakukan Bernard kepadanya. Pada scene diatas tidak ada dialog untuk pelayan tersebut, namun dari reaksi tubuhnya, ia tidak menyukai diperlakukan seperti itu. *Dicisign* pada scene ini adalah Bernard menghamburkan uang kepada pelayan wanita tersebut karena ia memiliki uang yang banyak. Ia tidak memusingkan uang yang baru saja ia lemparkan ke pelayan itu karena jumlahnya hanya sedikit. Saat ia melemparkan uang tersebut Bernard berekspresi dengan tertawa bahagia bersama teman-temannya. Ia sama sekali tidak merasa keberatan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Argument untuk scene ini adalah orang-orang kaya merasa ia bebas menggunakan uangnya untuk apapun. Salah satunya adalah dengan bersenang-senang dengan lawan jenis atau wanita. Ia menganggap bahwa dengan harta yang ia miliki tak hanya minuman yang bisa ia beli, pelayan wanita itu pun bisa ia beli.

Teknik pengambilan gambar untuk scene diatas adalah medium long shot. Teknik ini akan memudahkan penonton untuk melihat kedua ekspresi Bernard maupun pelayan dengan jelas serta melihat suasana ketika adegan itu berlangsung.

Tabel 3.7.1

Adegan pesta lajang

Visual	Durasi	Audio/Dialog	Narasi
Extreme Long Shot Gambar 3.7.1 Medium shot Gambar 3.7.2	00:54:35-00:54:38	Suara musik dari pesta lajang	Pesta lajang di atas kapal laut megah, di dalamnya berisi *live music*, pesta bikini, dan minuman-minuman

Scene 36 adegan 1 (Adegan pesta lajang)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

interpretant. *Sign* pada scene ini adalah baju pantai yang digunakan orang-orang yang ada di pesta lajang itu. *Sinsign* pada scene ini adalah ketika Bernard berteriak kepada seluruh orang yang ada di dalam kapal. Teriakannya menandakan bahwa pesta lajang itu telah dimulai. *Legisign* ditampilkan ketika seluruh tamu ikut berteriak dan melompat-lompat pertanda mereka menyetujui seruan Bernard.

Objek pada scene ini adalah suasana pesta lajang yang bertempat di sebuah kapal besar. *Icon* disisni adalah sebuah kolam renang kecil, *sound system*, *lighting* untuk mendukung pesta yang berada di atas kapal tersebut. Selanjutnya, *indeks* dari scene ini adalah pesta lajang yang diadakan untuk melepas masa lajang dari Colin dan Araminta. Pesta mewah di atas kapal tersebut merupakan ide dari Bernard, ia ingin sebuah pesta yang meriah dengan banyak wanita di dalamnya. *Symbol* pada scene ini adalah ekspresi bahagia dari semua orang yang ada di pesta tersebut. Mereka berjoget sesuai dengan irama musik juga menikmati minuman yang disediakan di sana.

Berdasarkan *interpretant*, r*heme* dalam scene di atas adalah decak kagum dari Bernard dan kawan-kawan ketika melihat pesta di atas kapal tersebut. Pesta itu didukung dengan lighting, musik, panggung, serta disc jokey yang makin menambah kemeriahan pesta itu. *Dicisign* dari scene ini adalah Bernard menginginkan sebuah pesta yang berkesan untuk Colin, akhirnya dia memilih pesta bergaya *Pool Party*. Bernard membuat pesta ini sesuai dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

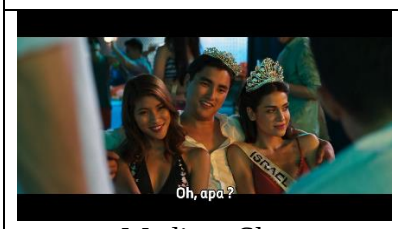
kepribadiannya. Ia menyukai kemewahan, kebebasan, dan wanita. Semuanya ia tuangkan dalam pesta tersebut.

Argument untuk scene ini adalah orang-orang kaya juga dinilai menyukai sebuah pesta yang bersifat bebas. Scene di atas merupakan contoh bahwa para tamu yang hadir pada pesta tersebut bisa menari, minum, dan menikmati pesta dengan senang. Bernard selaku orang yang memiliki ide pesta ini tidak merasa keberatan dengan biaya yang hars dikeluarkan. Ia hanya menginginkan kesenangan.

Scene di atas menggunakan teknik extreme long shot untuk memperlihatkan seluruh suasana pesta lajang yang dimeriahkan oleh banyak tamu. Kemudian menjadi medium long shot untuk memperlihatkan ekspresi para tamu undangan yang sedang menikmati pesta tersebut.

Tabel 3.7.2

Adegan Nick berbicara dengan saudaranya

Visual	Durasi	Audio/Dialog	Narasi
 Medium Shot Gambar 3.7.3 Medium shot	00:55:13-00:55:15	“Lalu apa keunggulan Rachel?” kata Eddie “Oh, payudara kecil” ucap Alistair	Teman-teman mengolok-oloknya karena memilih Rachel yang mereka anggap miskin dan jauh dari kekayaan keluarga Nick. Mereka juga melakukan *body shaming* terhadap Rachel sehingga memancing emosi Nick

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.7.4			

Scene 36 adegan 2 (Adegan Nick berbicara dengan saudaranya)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. *Sign* pada scene ini adalah ekspresi kemarahan dari Nick setelah mendengar Rachel dihina. *Qualisign* pada scene ini adalah Nick tidak bisa menahan emosinya ketika mendengar Alistair merendahkan Rachel. *Sinsign* pada scene ini adalah tatapan tajam Nick kepada Eddie yang sedang membicarakan tentang uang. Nick ingin agar Eddie tidak membahas itu lagi, namun Eddie tetap melanjutkannya. *Legisign* pada scene ini yaitu Nick bangun dari tempat duduknya hendak memberi pelajaran kepada Alistair namun segera dihentikan oleh Colin. *Object* dari scene ini adalah percakapan Nick dengan saudaranya ketika berada di pesta lajang. *Icon* pada scene di atas adalah kalimat sindiran yang ditujukan kepada kekasih Nick. *Index* ditampikan saat Eddie meremehkan Rachel karena ia bukan berasal dari golongan kaum elite. Ia tidak setuju ketika Nick harus jatuh cinta dengan Rachel. *Symbol* pada scene ini adalah ketika Alistair mengangkat tangannya ketika Eddie bertanya.

Berdasarkan *interpretant*, *rheme* pada scene ini adalah omongan Alistair yang menyinggung perasaan Nick, sehingga memancing amarah dari Nick. Alistair yang sudah dalam kondisi mabuk tidak memberi respon atas apa yang akan Nick lakukan kepadanya. *Dicisign* dalam scene ini adalah Nick hendak memberi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelajaran Alistair namun Colin dengan tanggap menghentikannya agar suasana di sana tidak berubah kacau. Colin mengetahui bahwa Alistair sedang dalam pengaruh *alcohol*, sehingga percuma untuk berbicara dengannya.

Peneliti ber*argument* bahwa bagi orang-orang kaya, orang-orang miskin tidak memiliki ruang dalam lingkungan orang-orang kaya. Kerabat Nick merasa keberatan karena ia menyukai gadis miskin yang tidak memiliki paras cantik. Harta dan paras adalah hal yang penting bagi kerabat Nick.

Teknik pengambilan gambar ini adalah medium shot, seluruh ekspresi dan gerak orang-orang dalam scene ini akan terlihat dengan jelas.

Tabel 3.8

Adegan pesta lajang Araminta

Visual	Durasi	Audio/Dialog	Narasi
	00:56:38-00:56:42	"Dimulai dengan belanja gratis di butik *fashion*" ucap Araminta	Araminta mengajak teman-temannya ke sebuah pulau yang disewa untuknya pribadi. Kemudian ia memanjakan teman-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Medium long shot Gambar 3.8.1 Medium shot Gambar 3.8.2			temannya dengan mengajak mereka berbelanja baju secara gratis di sebuah butik fashion

Scene 37 (Adegan pesta lajang Araminta)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. *Sign* pada scene ini adalah Araminta menjelaskan kepada teman-temannya bahwa akan ada belanja gratis. *Qualisign* pada scene di atas adalah kata "belanja gratis" yang mendapatkan respon meriah dari teman-teman Araminta. *Sinsign* pada scene ini yaitu Araminta sedikit berteriak ketika mengatakan "belanja gratis", tujuannya untuk menekankan acraa yang akan dimulai. *Legisign* di scene ini adalah gerak tubuh Araminta yang mendukung ucapannya. seperti mengangkat tangan sembari berteriak.

Object pada scene ini adalah suasana pesta lajang versi Araminta yang melibatkan teman-temannya di sebuah pulau pribadi. *Icon* dalam scene ini adalah baju-baju gratis yang ada di butik. *Index*nya adalah Araminta memanjakan teman-temannya dengan gratis mengambil barang apapun yang ada di butik. *Symbol* pada scene ini adalah ketika teman-teman Araminta berteriak ketika mengetahui bahwa mereka bisa berbelanja gratis sepuasnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan *interpretant, rheme* pada scene ini adalah Araminta berwajah gembira ketika menyampaikan bahwa teman-temannya bisa berbelanja dengan gratis. Teman-temannya pun berteriak senang ketika mendengar ucapannya. *Dicisign* pada scene ini adalah Araminta menginginkan sebuah pesta yang menyenangkan, sehingga ia memilih butik untuk dijadikan objek utama dari pesta itu.

Argument dalam scene ini adalah demi diakui oleh teman-temannya, Araminta bisa mengeluarkan uangnya untuk membuat teman-temannya senang. Araminta juga tidak merasa keberatan sama sekali dengan uang yang dikeluarkan untuk pesta lajang bersama teman-temannya. Selain itu Araminta juga secara tidak sadar telah mendapatkan pengakuan bahwa ia adalah orang yang memiliki status sosial tinggal di hadapan teman-temannya.

Teknik pengambilan gambar pada scene ini adalah medium long shot saat Araminta berbicara di depan teman-temannya. Bahasa tubuhnya juga terlihat jelas. Kemudian medium shot saat mengambil gambar para wanita yang hadir di pesta lajang tersebut.

Tabel 3.9

Adegan wanita yang membicarakan Rachel

Visual	Durasi	Audio/Dialog	Narasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

 Medium long shot Gambar 3.9.1 Medium long shot Gambar 3.9.2	01:01:49- 01:01:49	"Dia bahkan tidak cantik, rasanya dia tak pernah tahu soal operasi plastik" ucap salah satu wanita	Ketika sedang spa, terlihat dua wanita sedang membicarakan Rachel yang tidak layak untuk menjadi pasangan Nick dikarenakan ia memiliki tubuh yang dinilai kurang ideal

Scene 41 (Adegan wanita yang membicarakan Rachel)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. *Sign* pada scene ini adalah ketika seorang terlihat wanita mengejek Rachel. *Qualisign* dari scene ini adalah kalimat seorang wanita yang mengatakan bahwa Rachel tak parnah tau soal operasi plastik. *Sinsign* pada scene di atas adalah dua orang wanita yang sedang membicarakan Rachel. Ekspresi wajahnya menunjukkan bahwa ia sedang meremehkan Rachel. *Legisign* di scene ini adalah saat salah satu wanita tersebut mengatakan "tidak cantik" yang ditujukan untuk Rachel.

Object pada scene ini adalah suasana beberapa wanita yang sedang melakukan spa. Satu diantaranya terlihat sedang membicarakan Rachel. *Icon* pada scene ini adalah ketika Rachel mendengar bahwa ia sedang diremehkan oleh orang lain, wajahnya terlihat geram mendengar perkataan tersebut. *Index* dalam scene ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu Rachel tidak disukai oleh beberapa wanita yang ada di tempat spa tersebut, salah satunya ia melihat dengan mata kepalanya sendiri. Untuk *symbol* dari scene ini adalah Rachel buru-buru pergi setelah mendengar omongan itu, ekspresi wajahnya juga sarat akan kekecewaan dan amarah.

Berdasarkan *interpretant, rheme* pada scene ini adalah saat Rachel hendak keluar dari tempat spa, namun ia tiba-tiba dia berhenti karena mendengar namanya disebut. Rachel menyadari bahwa ia tidak pernah disukai di sana. *Dicisign* pada scene 9 adalah Rachel meninggalkan tempat spa karena sudah muak dengan hinaan yang ia terima. Mereka membenci Rachel karena Rachel dianggap tidak pantas untuk Nick.

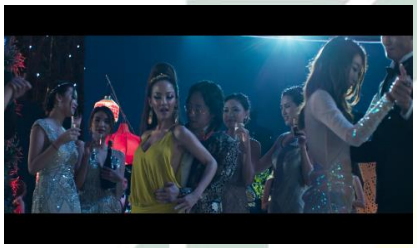
Argument untuk scene ini yaitu paras cantik dan bentuk tubuh yang bagus adalah hal yang penting bagi seorang wanita. Mereka dapat mengeluarkan uang yang sangat banyak demi mendapatkan bentuk fisik yang diinginkan. Rachel yang dianggap tidak cantik dan memiliki bentuk tubuh yang bagus dijauhi oleh wanita-wanita lain. Mereka juga menganggap bahwa wanita seperti Rachel tidak cocok untuk Nick yang kaya raya.

Teknik pengambilan gambar pada scene ini adalah medium long shot, teknik ini membuat scene di atas dapat menampilkan wanita yang sedang berbicara dan Rachel yang sedang mendengarkan dari belakang wanita itu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.10

Adegan Kitty menari dengan dua pria yang berbeda

Visual	Durasi	Audio/Dialog	Narasi
Medium long shot Gambar 3.10.1  Medium shot Gambar 3.10.2	01:30:02-01:30:05 01:32:00-01:32:03	Suara musik yang mengiringi jalannya pesta pernikahan	Wanita berbaju kuning yang berdansa dengan gerakan yang intim dengan kekasihnya, namun kemudian berganti dengan lelaki yang lain

Scene 54 (Adegan Kitty menari dengan dua pria yang berbeda)

Sesuai dengan *triangle meaning* milik Charles Sanders Pierce yang memiliki tiga elemen utama, yaitu tanda, objek, dan interpretant. *Sign* pada scene ini adalah ketika seorang wanita bernama Kitty sedang berdansa bersama dua lelaki yang berbeda. *Qualisign* di scene ini adalah Kitty menghadiri pesta pernikahan dengan mengenakan baju sexy berwarna kuning. *Sinsign*nya adalah Kitty berdansa sambal tertawa bahagia. Begitupun dengan lelaki yang menjadi pasangan dansanya. *Legisign* pada scene ini yaitu selain lincah Kitty juga berdansa dengan sangat mesra.

Object pada scene di atas adalah suasana pesta pernikahan yang sangat mewah dan meriah. *Icon* dari scene 10 adalah Kitty terlihat bahagia ketika bahagia ketika berdansa dengan siapapun. Ia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga tidak memperdulikan orang lain yang melihatnya. *Index*nya yaitu pesta pernikahan ini diselerenggarakan untuk merayakan pernikahan dari Colin dan Araminta. Semua tamu undangan juga terlihat menikmati jalannya pesta. *Symbol* dalam scene ini adalah para tamu merasa puas dengan pesta tersebut. Mereka bisa mencicipi makanan dan minuman yang disediakan, juga bisa menari dengan santai.

Berdasarkan *interpretant, rheme* pada scene ini adalah seluruh tamu undangan menikmati pesta mewah tersebut. Tidak ada satupun yang berekspresi kecewa. Semua tertawa, menari dan mengisi perutnya masing-masing. *Dicisign* di sini adalah pesta pernikahan dari pasangan tersohor yang ada di Singapura dirancang semewah dan semeriah mungkin. Pesta ini juga merupakan pembuktian bahwa Colin dan Araminta adalah pasangan yang sama-sama mapan. Hampir seluruh tamu undangan menghadiri pesta itu dengan mengenakan busana yang elegan dan riasan wajah yang cantik. Seperti contohnya Kitty dan Alistair yang sangat menikmati pesta mewah tersebut.

Argument dari scene ini yaitu untuk Kitty telah mengorbankan harga dirinya untuk menggoda dua lelaki yang berbeda agar keinginannya terpenuhi. Kitty menyukai pria yang memiliki harta yang melimpah, sehingga ia akan melakukan apapun untuk bisa menaklukan pria yang ingin ia manfaatkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknik pengambilan scene ini adalah medium long shot, terlihat ketika Kitty sedang berada di tengah kerumunan orang yang sedang berdansa. Ia disorot karena gerakan tariannya yang mesra. Kemudian teknik pengambilan gambar berubah menjadi medium shot ketika Kitty berusaha menggoda Bernard dengan mengajak menari bersama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, peneliti menganalisis data dengan model Charles Sanders Pierce. Analisis ini berfokus pada hedonisme yang direpresentasikan dalam film "*Crazy Rich Asians.*"

Analisis scene 13, adegan 1 (Adegan mesra Kitty-Alistair)

Dalam scene ini, keinginan tidak secara serta merta dapat terpenuhi, terdapat sebuah negosiasi kepentingan agar keinginan dari kedua belah pihak bisa terpenuhi. Demi mendapatkan apa yang diinginkan beberapa orang bisa melakukan berbagai cara agar keinginannya terpenuhi. Bagi beberapa kaum elite bukanlah hal yang sulit untuk mengeluarkan hartanya demi memuaskan hasrat keinginannya. Namun, tidak melulu orang kaya, orang yang berstatus ekonomi rendah juga dapat mengorbankan apapun memenuhi keinginannya. Sesorang bisa saja mengorbankan kehormatan dan dirinya demi mendaptatkan sesuatu yang membuatnya tertarik.

Analisis scene 13, adegan 2 (Adegan protes crew)

Saat seseorang yang sedang jatuh cinta secara tidak sadar akan berkorban demi orang yang dicintai. Bagai dibutakan oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cinta, meski pengorbanan tersebut tak ternilai harganya selama ia mendapatkan *feedback* sesuai harapannya maka pengorbanan tersebut tak perlu dipermasalahkan. Saat dua crew pada scene di atas mengeluh denagn aktris di depannya mereka tidak bisa berbuat apapun. Situasi ini menjelaskan bahwa mereka yang memiliki uang lah yang berkuasa. Seberapa tinggi profesi seseorang selama ia dibayar dan diberi upah maka mereka hanya perlu patuh dan bekerja dengan baik.

Analisis scene 14 (Protes Eddie pada istrinya)

Bagi beberapa masyarakat mendapatkan pengakuan dari orang lain dianggap lebih memuaskan dan menyenangkan dibandingkan dengan hanya mendapatkan harta berupa uang. Beberapa orang bisa melakukan apapun agar ia diakui. Contohnya dalam scene ini, mereka ingin tampil di majalah *Vogue* Amerika agar diakui sebagai keluarga yang harmonis dan berkecukupan. Adanya kelompok referensi juga dapat mempengaruhi persepsi seseorang untuk berbuat sesuai dengan kelompok yang dijadikan referensi, misalnya orang yang dikenal memiliki reputasi yang baik.

Analisis scene 21 (Adegan ibu Peik Lin mengenalkan rumahnya)

Beberapa orang-orang kaya biasanya memiliki kebiasaan melebih-lebihkan sesuatu. Contohnya, memilih furnitur rumah yang berlapiskan emas atau memilih furnitur dengan bahan yang tidak tahan lama karena menurutnya memiliki visual yang lebih menarik walaupun memiliki harga yang lebih tinggi. Alasan gaya hidup

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti ini salah satunya untuk menunjukkan citra dari status ekonomi seseorang. Ia ingin diakui dan tidak ingin ditandingi oleh siapapun.

Analisis scene 26 (Adegan Nick menghentikan Rachel)

Orang kaya juga dikenal memiliki kebiasaan yang aneh dan unik. Terkadang juga tidak proporsional dalam menggunakan sesuatu. Contohnya pada scene ini ketika sebuah air cuci tangan disajikan di sebuah mangkok dengan dekorasi cantic di atas nampan. Normalnya cuci tangan di wastafel atau kamar mandi, namun berbeda dengan scene di atas. Golongan seperti ini juga sennag melebih-lebihkan segala hal, salah satu tujuannya agar diakui oleh orang lain.

Analisis Scene 30 (Adegan bibi Oliver memukul gong)

Orang yang berada dalam kelas sosial atas biasanya memiliki ciri dan keunikan tersendiri. Tidak ada yang tidak bisa mereka beli selagi mereka mempunyai uang yang banyak. Misalnya, memuaskan diri dengan membeli barang-barang yang tidak bernilai guna tinggi. Terkadang barang yang dibeli pun terbilang aneh dan tidak masuk akal. Adanya faktor ingin diakui membuat mereka mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk membeli barang yang ia inginkan. Trend dalam masyarakat juga berpengaruh pada kebiasaan konsumtif mereka. Selain mendapatkan pengakuan, mereka juga senang mendapatkan perhatian dari orang-orang di sekelilingnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Analisis Scene 34 (Adegan Bernard menghamburkan uang)

Setiap orang di muka bumi ini mendambakan kesenangan dan kebahagiaan dalam hidupnya. Bagi orang-orang kaya, terdapat berbagai kesenangan yang dapat mereka raih dengan mudah. Mereka bisa bersenang-senang dengan berbelanja, dengan lawan jenis, mendatangi kelab hiburan, apapun untuk membuatnya bahagia. Uang yang mereka miliki dapat digunakan untuk membeli apapun untuk memuaskan keinginannya. Terkadang mereka yang bergelimang harta tak memiliki etika yang baik. Mereka bisa meremehkan siapapun yang dianggapnya lemah dan tak bisa menandinginya.

Analisis scene 36, adegan 1 (Adegan pesta lajang)

Mengeluarkan uang demi kesenangan bukanlah hal yang sulit bagi orang-orang yang memiliki status ekonomi tinggi. Mereka juga tidak segan untuk mengeluarkan uang dengan jumlah fantastis hanya untuk kesenangan dan melupakan kesedihan. Faktor lingkungan sedikit banyak mempengaruhi kebiasaan seseorang. Misalnya dari keluarga atau teman-teman yang terbiasa dengan hidup yang *glamour* maka secara sadar atau tidak ia akan mengikuti lingkungannya.

Analisis scene 36, adegan 2 (Adegan Nick berbicara dengan saudaranya)

Salah satu ciri dari masyarakat kalangan atas adalah memilih-milih teman. Mereka akan berteman dengan orang-orang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang memiliki orientasi yang sama dengannya. Beberapa diantaranya juga tidak menyukai orang-orang yang memiliki gaya hidup yang berbeda. Contohnya, ia tidak berlatar belakang keluarga kaya, tidak cantik, dll. Golongan elite ini akan menjauhi orang-orang dengan klasifikasi seperti itu.

Analisis scene 37 (Adegan pesta lajang Araminta)

Pertemanan dalam kalangan kelas atas memiliki keunikan tersendiri. Mereka cenderung memilih teman yang memiliki kesamaan dalam gaya hidup dan orientasi kesenangan. Namun, sisi lain dari pertemanan ini adalah adanya motif untuk saling menfaatkan temannya karena adanya kepentingan tertentu. Saat berteman mereka merasa ingin diakui dan tak ingin kalah dari teman-temannya.

Analisis scene 41 (Adegan wanita yang membicarakan Rachel)

Wanita dikenal sangat memperhatikan tentang *fashion* dan kecantikan. Mereka berlomba-lomba agar terlihat cantik di depan orang lain, juga tidak ingin merasa ditandingi oleh wanita lain. Sehingga para wanita ini dapat melakukan apapun untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Salah satu teknologi kecantikan yang terkenal dapat membuat seseorang memiliki wajah atau tubuh yang ideal adalah dengan melakukan operasi, khususnya operasi plastik. Alasan kuat mempercantik diri salah satunya agar dapat memikat lawan jenisnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Analisis scene 54 (Adegan Kitty menari dengan dua pria yang berbeda)

Setiap manusia memiliki sifat yang tak mudah puas. Mereka selalu menginginkan hal yang lebih dari yang telah dimiliki. Seseorang bisa mengorbankan kehormatan dan dirinya agar mendapatkan apa yang diinginkan. Contohnya seorang perempuan yang menginginkan hidupnya sejahtera dengan mendekati seorang pria yang dikenal kaya raya. Ketika mendekati pria ia tidak bisa mendekati karena berstatus ekonomi di bawah pria tersebut, maka ia akan menggoda pria tersbut agar luluh dan bisa dimanfaatkan.

Adapun temuan dari penelitian di atas adalah sebagai berikut:

1. Gaya Hidup Orang Kaya Tanpa Nalar

Gaya hidup tanpa nalar disini adalah berbuat seenaknya sendiri. Dengan kekayaan yang dimiliki, orang-orang kaya bisa berbuat apapun untuk memuaskan keinginannya. Orang-orang kaya cenderung memiliki fanatik dengan produk-produk yang memiliki simbol-simbol kemewahan. Hidup bermewah-mewahan dianggap akan membantu status sosial seseorang menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan produk-produk lain.

Orang-orang kaya terkadang tidak dapat menempatkan sesuatu pada tempatnya. Mereka bertujuan untuk menampilkan kekayaan dan status sosialnya, namun tanpa orang-orang kaya itu sadari, mereka tidak proporsional ketika berada dalam lingkungan sosial. Misalnya, orang-orang kaya ini diundang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk menghadiri pesta olahraga, karena ingin menunjukkan eksistensinya sebagai orang yang kaya, ia berusaha tampil berbeda dengan mengenakan perhiasan yang banyak di tubuhnya. Orang kaya ini memang terlihat berbeda namun ia tidak bisa menempatkan sesuatu sesuai dengan tempatnya.

2. Orang Kaya Cenderung Menciptakan Kesenjangan Sosial

Orang-orang kaya merasa mereka berbeda dengan masyarakat yang lain. Perbedaan dari segi finansial dan latar belakang keluarga membuat para orang kaya merasa statusnya lebih tinggi dibandingkan orang lain. Status sosial ini yang membuat orang kaya hanya loyal dengan orang yang memiliki status sosial yang sama

Orang-orang kaya juga cenderung bersifat egois dalam menentukan lingkungan sosialnya. Orang-orang yang dianggap miskin biasanya tidak mendapatkan ruang dalam lingkungan sosial orang-orang kaya. Mereka membatasi dirinya untuk bersosialisasi dengan siapapun. Misalnya dengan orang yang dianggap miskin atau memiliki status sosial rendah. Orang-orang kaya ingin menunjukkan bahwa mereka berbeda dengan orang-orang berstatus sosial rendah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Konfirmasi temuan dengan teori merupakan cara peneliti mengaitkan hasil temuan dengan teori masyarakat konsumsi milik Jean Baudrillad.

Adapun asumsi dari teori ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumsi dipandang sebagai dimensi keselamatan.[46] Masyarakat selalu mendambakan kebahagiaan serta kenyamanan demi tujuan keselamatan hidupnya. Selamat yang dimaksud disini adalah keberhasilan menjaga reputasi dan citra diri. Orang-orang kaya selalu ingin diakui statusnya dalam kehidupan sosial. Menurutnya konsumsi adalah ajang pertaruhan reputasi dan eksistensi diri. Konsumsi akan meningkat seiring dengan kondisi keselamatan hidupnya.

   Orang-orang kaya merasa bahwa hidupnya hanya bergantung kebebasan konsumsinya. Jika mereka mengonsumsi produk-produk atau jasa manusia maka hidup orang-orang kaya ini akan selamat. Orang-orang kaya menganggap bahwa mengonsumsi barang-barang mewah secara terus menerus adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Jika seperti ini, sampai kapanpun orang kaya ini tak akan pernah puas dengan apa yang sudah dimiliki.

   Semakin banyak orang kaya mengonsumsi barang-barang mewah, maka semakin banyak pula pengakuan yang diterima.

[46] Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, (Bantul: Kreasi Wacana, 2011) hal.43

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengakuan-pengakuan tersebut yang akan mendorong orang-orang kaya untuk terus meningkatkan status dan posisinya di lingkungan sosial.

Orang-orang kaya juga dinilai sangat kompetitif ketika berurusan dengan menggapai keinginan. Keinginan ini salah satunya adalah ambisi menjadi orang terkaya dan tersukses yang ada di lingkungan masyarakat. Ketika mereka diakui sebagai orang yang berstatus sosial tinggi, maka ia tidak serta merta merasa puas. Orang kaya akan terus berusaha agar tidak ditandingi oleh siapapun dari segi kekayaan atau kesuksesannya.

2. Setiap individu dalam masyarakat konsumeris memiliki keinginan untuk melakukan pembedaan antara dirinya dengan orang lain.[47] Pembedaan dalam status dan posisinya di lingkungan sosial. Orang-orang kaya ini akan mengonsumsi produk-produk yang dianggap dapat menaikkan status sosialnya. Produk-produk yang dikonsumsi adalah yang memiliki simbol-simbol kemewahan dan mencerminkan status sosial yang tinggi.

Orang-orang kaya merasa status sosialnya diatas orang lain ketika lingkungannya mengakui eksistensi dari individu tersebut. Hal ini dianggap bahwa orang-orang kaya hidup untuk menjadi lebih baik dari segi konsumsi dibandingkan orang lain.

Orang-orang kaya senang mengekspos dirinya dengan kemasan yang berbeda dibandingkan orang lain. Misalnya

[47] Mutia Hastiti Pawanti, *Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Jean Baudrillard,* (Depok: Universitas Indonesia, 2013) hal. 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan mengunggah liburannya yang menggunakan pesawat pribadi di akun sosial media. Mereka memanfaatkan media untuk menyebarkan eksistensi diri sebagai orang-orang kaya. Dengan media informasi dan komunikasi, kekayaan yang dimiliki orang-orang kaya ini bisa dengan mudah tersebar kepada masyarakat yang menggunakan media itu. untuk menaikkan status sosialnya dalam masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan sajian dan analisis data yang telah diuraikan di atas, peneliti menarik kesimpulan, yaitu hedonisme direpresentasikan dengan beberapa scene yang berisi adegan yang menampilkan simbol-simbol kesenangan, seperti foya-foya, konsumsi berlebihan, serta gaya hidup yang bebas. Orang-orang kaya pada film ini menggunakan kekayaan yang mereka miliki untuk menumbuhkan citra diri serta status sosialnya di masyarakat. Selain itu, orang-orang kaya di sini memiliki sifat yang haus akan pengakuan dan tidak ingin ditandingi oleh siapapun.

B. Rekomendasi

Penelitian ini terbatas pada kajian representasi terhadap pada sebuah film. Sementara aspek-aspek lain seperti proses produksi film, penerimaan respon *audience*, dan lain-lain belum diteliti. Ada baiknya peneliti selanjutnya melakukan penelitian yang lebih variatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid Al Majid. 2014. *Departemen Agama RI.* Jakarta: Beras.

Arifin, Anwar. 2011. *Komunikasi Politik.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Arief, Armai. 2002. *Pengantar Ilmu dan Metodologi Pendidikan Islam.* Jakarta: Ciputat Pers.

Baudrillard, Jean P. 2011. *Masyarakat Konsumsi.* Bantul: Kreasi Wacana.

Burton, Graeme. 2008. *Pengantar untuk Memahami Media dan Budaya Populer* . Yogyakarta: Jalasutra.

Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media.* Yogyakarta: Jalasutra.

Iskandar, Dudi Sabil dan Rini Lestari. 2016. *Mitos Jurnalisme.* Yogyakarta: ANDI.

Krisyantono, Rahmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Prenada Media Group.

Marzuki, 2000. *Metode Riset*. Yogyakarta: BPFE-UII

Mulyana, Ahmad. 2015. *Gaya Hidup Metroseksual Perspektif Komunikasi.* Jakarta: Sinar Grafika Offset.

Prastowo, Andi. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

Salam, Burhanuddin. 1997. *Logika Materiil Filsafat Ilmu Pengetahuan.* Jakarta: Rineka Cipta.

Sarwono, Jonathan. 2006 *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif.* Yogyakarta: Graha Ilmu

Sarwono, S.W. 1989. *Psikologi Remaja.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

_____2002. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya

Suharsimi, 1998. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta

Sumawarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Suyanto, Bagong. 2013. *Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Jurnal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hastiti, Mutia. 2013. *Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillad.* Depok: Universitas Indonesia.

Rochadi, Sigit. 1997. *Perubahan Nilai di Kota Besar: Telaah Atas Hedonisme, Perilaku Seks dan Aborsi Remaja.* Jakarta: UNAS Press.

Online
www.academia.edu/23338653/Hedonisme_di_Kalangan_Remaja

http://www.isola.pos-.upi.edu/ Benang Kusut Pornografi, Ina Herlina

http://versus.com/id/beverly-hills

www.jogjafilm.com/id/article/read/jenis-jenis-film

www.kajianpustaka.com/2012/10/pengertia-sejarah-dan-unsur-unsur-film.html?m=1

m.liputan6.com/amp/587886/orang-orang-kaya-dunia-pilih-tinggal-di-singapura

www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-representasi/&ei=_XScoDx&lc=id-ID&s=1&m=401&host=

https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup-.html?m=1

ritaelfianis.com/pengertian-sejarah-kelebihan-dan-kekurangan-hedonisme/

cermati.com/artikel/amp/mengenal-hedonisme-gaya-hidup-konsumtif-yang-bisa-biki-keuangan-merana

Nuraini Juliastuti, *Representasi, Newsletter KUNCI No. 4, Maret 2000,* http://kunci.or.id/esai/nws/04/representasi.htm

https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/representasi.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id