

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan-pesan kepada masyarakat melalui media massa. Surat kabar, majalah, radio, film, televisi, internet merupakan perwujudan-perwujudan dari media massa. Komunikator komunikasi massa harus mengenal benar kemampuan dan sifat dari media massa yang digunakannya, untuk menghasilkan dampak komunikasi yang diharapkan.

Film merupakan "salah satu wujud dari media massa"¹ Melalui media massa ini, "pesan-pesan yang disampaikan dapat dirancang secara menarik dan memudahkan masyarakatnya menikmati serta mencerna pesan-pesan tersebut",² Film adalah alat komunikasi. Film mempunyai muatan-muatan pesan sosial. Sebagai alat komunikasi, film dijadikan media untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Pesan sosial tersebut didapat dari keseharian problem riil yang dihadapi masyarakat.³

Perwujudan dari suatu budaya hedonisme telah mengakibatkan suatu fenomena-fenomena baru yang mengkhawatirkan bagi kehidupan

1 Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006) hlm 126.

2 Film merupakan salah satu jenis media audiovisual. Sifat dari media ini adalah sebagai berikut: dapat didengar dan dilihat; dapat dilihat dan didengar kembali; daya rangsang sangat tinggi (Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004) hlm 5)

3 <http://www.indosinema.com/interview/common/3> diakses pada tanggal 10 November 2013 pada pukul 19.30

masyarakat. Fenomena tersebut tidak terlepas dari peranan media massa sebagai penyebar informasi. Budaya hedonisme sendiri dikenal dan berpengaruh besar bagi masyarakat, karena adanya media massa. Pengaruh film sendiri sangat besar sekali terhadap masyarakat. Penonton tidak hanya terpengaruh sewaktu atau menonton film, tetapi berpengaruh secara terus-menerus dalam waktu yang cukup lama. Pengaruh tersebut bisa menimbulkan perubahan bagi penonton film yang mudah terpengaruh budaya hedonisme adalah golongan remaja. Dengan demikian adanya pengaruh dari film tersebut akan memungkinkan terjadinya suatu fenomena baru di kehidupan nyata. Budaya hedonisme tersebut semakin nampak perwujudannya didalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

Pengaruh budaya hedonisme sangat begitu nyata dikalangan masyarakat terutama pada remaja. Pada saat masyarakat sedang terhimpit arus globalisasi dan mengalami krisis identitas mengenai baik dan buruk, maupun salah atau benar, masyarakat sekarang akan mengenal dunia mereka melalui lingkungan sekitarnya yang terkesan dirangsang oleh pengaruh media. Remaja juga sangat antusias terhadap hal-hal baru. Gaya hidup hedonis ini dapat dikatakan sangat menarik bagi remaja, mengingat budaya hedonisme mempunyai daya pikir yang sangat luar biasa, sehingga dalam waktu singkat banyak bermunculan fenomena-fenomena baru akibat paham ini.

Fenomena yang muncul tersebut adalah kecenderungan untuk lebih memilih hidup mewah, berfoya-foya dan bergaya hidup secara berlebih-

lebih tanpa harus bekerja keras. Sebagian lagi berfikir bahwa hidup ini satu kali harus benar-benar dinikmati⁴. Jadi segala hal harus berbau kesenangan, kemewahan, kenikmatan, dan kepuasan, harus dapat terpenuhi.

Budaya hedonisme membawa masyarakat untuk tampil instan, tidak berbelit-belit dalam hal mendapatkan suatu kebahagiaan, karena dalam hal ini yang diutamakan adalah bukan proses melainkan hasil yang dicapai. Dengan menempuh segala cara yang mudah untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Pemikiran tersebut diatas menyebabkan masuknya budaya hedonisme didalam kehidupan masyarakat. Kecenderungan masyarakat untuk hidup mewah, berfoya-foya, bersuka ria dan bergaya hidup serba kecukupan materi begitu terlihat dalam kehidupan masyarakat. Kecenderungan tersebut sering diistilahkan sebagai suatu budaya hedonisme, yang mempunyai arti suatu budaya yang mengutamakan aspek kesenangan diri, misalnya, free-sex, minum-minuman keras, berjudi, berhura-hura, berhibur di club-club malam, dan sebagainya. Berbagai bentuk perwujudan dari budaya hedonisme tersebut menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat yang merasa dirinya sebagai masyarakat modern.

Film berjudul "Make Money" merupakan salah satu film yang dapat menggambarkan tren film saat ini. Film "Make Money" di sutradarai oleh Sean Monteiro sangat handal mengemas film bergenre komedi tersebut menjadi tontonan yang menghibur. Meskipun Sepanjang film, penonton disuguhkan komedi segar yang mengundang gelak tawa. Namun dalam film

⁴ Muhammad Muhyidi, *Remaja Puber di Tengah Arus Hedonis* (Bandung: Mujahid Press, 2004) hlm 56

“Make Money” ada beberapa adegan-adegan yang mengandung unsur hedonisnya. Secara singkat film ini bercerita tentang kakak beradik kaya raya yang kehilangan segalanya, dan seorang pemulung yang tiba tiba memiliki segalanya. Cerita bermula ketika Pak Tri yang diperankan oleh *Ray Sahetapy*, memiliki karier yang sukses di dunia periklanan. Semangat dan kerja keras pak Tri membawa Bamboom, perusahaan yang dibangunnya, menjadi sukses. Walaupun pak Tri sukses di dunia bisnis, disisi lain pak Tri adalah seorang ayah yang gagal. Aris (Pandji Pragiwaksono) dan Rachmat (David Saragih), adalah dua putra kesayangan pak Tri. Mereka tumbuh menjadi anak yang sombong akan kekayaan ayahnya, susah diatur dan keras kepala selalu membuat ayahnya marah dan manja.

Film ini pantas dikaji dan dijadikan perenungan bersama, karena pesan-pesan yang ada dalam film ini menyampaikan suatu perubahan sosial budaya yang ada pada masyarakat. Kecenderungan nilai-nilai hedonis telah tervisualisasikan dalam film ini. Seperti yang dinyatakan oleh William L. Rivers bahwa Sesungguhnya media (film) mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap pandangan dan tindakan masyarakat. Sampai sekarang, film masih dibayangi oleh cap sebagai industri gaya hidup yang longgar dan moral yang minim.⁵

Film-film yang diproduksi, terkadang lebih memprioritaskan budaya populer yang bersifat *instant* supaya lebih laku dipasaran. Bagi para pelaku film, *profit* adalah penting. Dan Masyarakat adalah salah satu sasaran yang

5 William L Rivers, *Media & Khalayak Modern*, (Jakarta: Prenada Media, 2004) hlm 332.

paling banyak mendatangkan *profit*. Remaja sekaligus sebagai pasar yang mudah terpengaruh dengan budaya asing yang arogan, bebas, dan kental dengan seks bebas. Pengaruh-pengaruh buruk tersebut mengancam bagi perkembangan generasi bangsa. Mereka dihantarkan kedalam budaya-budaya yang untuk Indonesia bertentangan dengan nilai-nilai Pancasila.

Hal inilah yang menggelitik penulis sebagai salah seorang penikmat film untuk mengkaji sekaligus mengkritisi film dengan judul “Make Money” yang mengandung nilai-nilai hedonis. Kajian terhadap konstruksi nilai-nilai hedonis dalam film ini dengan cara memilah tanda (*sign*) dan makna (*meaning*) yang terkandung didalamnya dengan teknik semiotika.

B. Fokus Penelitian

Berangkat dari paparan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan suatu permasalahan sebagai berikut: Bagaimanakah pesan hedonis dalam film yang berjudul ” Make Money ” dengan model Charles Sanders Pierce ?

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dari paparan rumusan masalah diatas, maka penulis menyatakan beberapa tujuan dari penulisan sebagai berikut: Untuk mengetahui pesan hedonis dalam film “ Make Money ” dengan Model Charles Sanders Pierce.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi, wacana dan tambahan dalam ilmu komunikasi dan mengembangkan “melek film” (*film literacy*) yaitu kemampuan melakukan seleksi untuk mengkonsumsi film di kalangan masyarakat dengan mengadakan penyuluhan, seminar maupun *talk show* yang berkenaan dengan melek film. Serta menumbuh kembangkan peran dari tokoh masyarakat sebagai *opinion leader* dalam melakukan sosialisasi terhadap nilai-nilai luhur Pancasila dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan Mengembangkan peran aktif dari pemerintah untuk mengawasi dan menumbuh kembangkan film nasional di Indonesia yang edukatif dan diterima pasar.

2. Manfaat Praktis

- a. Memperoleh gambaran sebagai nilai-nilai hedonis dalam film “
Make Money”
- b. Mendapatkan aspek-aspek yang ditonjolkan seputar nilai-nilai hedonis dalam film “
Make Money”;
- c. Memberikan masukan alternatif dalam memproduksi film yang kreatif, sarat makna dan sesuai dengan etika budaya masyarakat Indonesia..

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.

Dalam penyusunan suatu tidak lepas dengan adanya suatu hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian terdahulu tersebut akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dengan hasil penelitian yang disusun peneliti.

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang relevan yang dapat dijadikan pedoman peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	1	2
Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Nurul Azizah, Universitas Pembangunan Nasional Veteran. 2011	Ziana Aynul Hidayah. Institute Agama Islam negeri Sunan Ampel Surabaya. 2008
Judul Penelitian	<i>Representasi Cinta Di Film “3 Hati 2 Dunia 1 Cinta” (Studi Semiotik Tentang Representasi Cinta Di Film “3 Hati 2 Dunia 1 Cinta”)</i>	<i>Pesan Hedonis dalam Film Realita Cinta Rock n Roll (Studi semiotik model Charles Sanders Pierce)</i>
Jenis Karya	Skripsi	Skripsi
Metode Penelitian	Kualitatif, pendekatan semiotik John Fiske	Kualitatif dengan pendekatan semiotik Model Charles Sanders Pierce
Hasil Temuan Peneliti	fenomena cinta Elektra kompleks yang dialami oleh seseorang yang berbagi cintanya antara keluarga dan orang yang ia cintainya. Diwujudkan dalam sebuah perbedaan perilaku dan sikap yang mengalami perubahan, lebih aktif dan melawan orang tua. Pada dasarnya,	Dengan seringnya remaja menonton film remaja yang mengandung unsur hedonisme, akan memunculkan antagonisme dalam pendidikan moral remaja. Dimana film ini mengajarkan mereka untuk menjadi lebih pragmatis dan lebih instan.

Tujuan Penelitian	<p>cinta harus tetap memakai logika, meskipun cinta mendorong seorang untuk melakukan perilaku yang irasional dan penuh emosi. Karena bagaimanapun cinta terhadap orang tua itu lebih penting daripada cinta antara lawan jenis. mengetahui</p>	<p>Ingin memahami makna pesan hedonisme dalam film “ Realita Cinta Rock n Roll ” yang mana dalam film tersebut. Menceritakan kehidupan 2 orang sahabat muda yang berani dan liar. Suka membuat keonaran, jarang masuk sekolah dan hobinya Ngeban, Mereka merasa bahwa dunia itu milik mereka berdua.</p>
	<p>bagaimana sebuah cinta di representasikan di Film “3 Hati 2 Dunia 1 Cinta”.</p> <p>Fenomena cinta Elektra kompleks adalah sebuah fenomena cinta yang dirasakan dan diwujudkan dalam sebuah perilaku, sikap seorang muslim dan non muslim yang sedang berusaha ingin memperthankan hubungannya dihadapan keluarga masing-masing. Dan sikap seorang orang tua yang keras terhadap anaknya.</p>	
Perbedaan	<p>Perbedaan terletak pada Metode penelitian dan objek film yang dikaji mengenai representasi cinta dalam film yang sering ditampilkan dengan sikap maupun perilaku seorang wanita dan pria dewasa, sampai perilaku orang tua dan anaknya.</p>	<p>Perbedaan terletak pada Metode penelitian yang mana dalam Skripsi Ziana menggunakan kualitatif deskriptif sedangkan dalam penelitian ini menggunakan paradig kritis. Dan Objek yang dikaji dilam film Realita cinta Rock n Roll</p>

F. Definisi Konsep.

Definisi konsep merupakan pemikiran dan pemaknaan terhadap suatu hal agar mendapatkan pemahaman yang lebih. Adapun definisi konsep ini, peneliti akan menjelaskan mengenai konteks kalimat atau variable penelitian yang terdapat pada judul penelitian dengan tujuan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pemaknaan penelitian.

1. Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan atau tema sebagai pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan adalah tujuan akhir dari pesan itu sendiri.

Pesan (message) terdiri dari dua aspek, yaitu isi pesan (The content of message) dan lambang/symbol untuk mengekspresikannya. Lambang utama pada komunikasi umumnya adalah bahasa, karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini hal yang kongkrit dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan yang akan datang dan sebagainya.

Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa gagasan, pendapat dan sebagainya yang sudah dituangkan dalam suatu bentuk dan melalui lambang komunikasi diteruskan kepada orang lain atau komunikan.

Menurut Hanafi⁶ ada tiga factor yang perlu dipertimbangkan dalam pesan, yaitu :

- a. Kode pesan, adalah sekumpulan symbol yang dapat disusun sedemikian rupa, sehingga bermakna bagi seseorang.
- b. Isi pesan, adalah bahan atau material yang dipilih sumber untuk menyatakan maksudnya.
- c. Wujud pesan, adalah keputusan-keputusan yang dibuat sumber mengenai bagaimana cara sebaiknya menyampaikan maksud-maksud dalam bentuk pesan.

Menurut De Vito, pesan adalah pernyataan tentang pikiran dan perasaan yang dikirim kepada orang lain agar orang tersebut diharapkan bisa mengerti dan memahami apa yang diinginkan oleh pengirim pesan. Dan agar pesan yang disampaikan mengenai pada sasarannya, maka suatu pesan harus memenuhi syarat-syarat yaitu:

- a. Pesan harus direncanakan secara baik-baik, serta sesuai dengan kebutuhan kita.
- b. Pesan tersebut dapat menggunakan bahasa yang dapat dimengerti kedua belah pihak.
- c. Pesan harus menarik minat dan kebutuhan pribadi penerima serta menimbulkan kepuasan.

2. Hedonis

⁶ <http://id.shvoong.com/social-sciences/communication-media-studies/2205221-pengertian-pesan-dalam-komunikasi/> diakses pada tanggal 19 Mei 2014 pada pukul 14:53.

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”.⁷

Paham hedonisme ini membawa nilai-nilai hedonis yang disebarkan melalui media massa. Media massa sekarang ini cenderung menyajikan budaya-budaya yang disebut budaya populer. Budaya populer ini adalah bersifat budaya massa. Secara umum perhatian orang terhadap budaya massa tertuju pada tiga hal yaitu pertama daya tariknya yang demikian besar yang sanggup menjangkau kalangan terbatas dari sebuah kelompok massa dalam sebuah masyarakat.

Secara teknis perhatian terhadap budaya populer dalam konteks ini akan dimulai dengan pertanyaan tentang muatan apa yang dikandungnya sehingga ia sanggup membentuk persepsi masyarakat yang sangat besar. Kalau disederhanakan budaya populer adalah suatu produk konsumsi atas produk kultural sehingga daya tarik dari produk-produk kultural tersebut sanggup menyedot ketertarikan orang pada tingkat yang jauh lebih besar dibanding produk-produk yang ada sebelumnya. Kedua memiliki kekuatan massif untuk menjangkau jumlah massa yang besar pada gilirannya menarik perhatian sejumlah orang

⁷ Sigit Rochadi, *Perubahan Nilai di Kota Besar: Telaah Atas Hedonisme, Perilaku Seks dan Aborsi Remaja*, Jurnal Sosiologika, (Jakarta: UNAS Press, 1997) hlm 24.

untuk mengetahui pengaruh, positif atau negatif terhadap bidang-bidang lain dalam kehidupan masyarakat kontemporer, maupun masyarakat pendukungnya secara keseluruhan. Ketiga medium penyebaran budaya massa ini melalui media massa.⁸

Nilai-nilai hedonis yang dibawa oleh media menyebarkan budaya yang permisif dan gaya hidup konsumtif yang dapat melemahkan pengaruh nilai-nilai, agama dan moral yang mementingkan keuntungan tanpa memperdulikan tanggung jawab sosial. Lebih jauh lagi budaya ini sangat jauh dari kehidupan spiritual kehidupan manusia.⁹ Budaya serta gaya hidup hedonis di mana kita mengutamakan kesenangan fisik dan penampilan. Dalam hal ini ukuran terpuji dan tercelanya adalah apa yang dirasa nyaman oleh indra dan pikiran semata.¹⁰ Budaya bebas yang seperti ini termasuk didalamnya terkandung dalam periklanan, media cetak, media elektronik, hiburan serta dunia perfilman.¹¹

3. Sinopsis film Make Money.

Film berjudul "Make Money" merupakan salah satu film yang dapat menggambarkan tren film saat ini. Film "Make Money" di sutradarai oleh Sean Monteiro, film bergenre drama komedi tersebut menjadi tontonan yang menghibur. Meskipun Sepanjang film, penonton

8 Dwi Kartikawati, *Media Berdagang Bintang: Analisis Wacana Kritis Terhadap Komodifikasi Gaya Hidup Para Bintang Akademi Fantasi Indosiar di tabloid TV Gaul*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2005) hlm 10.

9 <http://www.suaramerdeka.com>, *Daya Dobrak Budaya Populer*, Kamis, 15 Desember 2005, hlm 1.

10 <http://www.isola.pos-upi.edu/> *Benang Kusut Pornografi*, Ina Herlina, hlm 1.

11 <http://www.islam.gov.my> *Islamhadhari/Keutuhan Budaya dan Moral*, Tan Sri Prof Dr Mohd Kamal bin Hasan, 2004, hlm 1.

disuguhkan komedi segar yang mengundang gelak tawa. Namun dalam film “Make Money” ada beberapa adegan-adegan yang mengandung unsure hedonisnya. Secara singkat film ini bercerita tentang kakak beradik kaya raya yang kehilangan segalanya, dan seorang pemulung yang tiba tiba memiliki segalanya.

Cerita bermula ketika Pak Tri yang diperankan oleh *Ray Sahetapy*, memiliki karier yang sukses di dunia periklanan. Semangat dan kerja keras pak Tri membawa Bamboom, perusahaan yang dibangunnya, menjadi sukses. Walaupun pak Tri sukses di dunia bisnis, disisi lain pak Tri adalah seorang ayah yang gagal. Aris (Pandji Pragiwaksono) dan Rachmat (David Saragih), adalah dua putra kesayangan pak Tri. Mereka tumbuh menjadi anak yang sombong akan kekayaan ayahnya, susah diatur dan keras kepala selalu membuat ayahnya marah.

Suatu hari setelah terjadi keributan dengan klien, dimana Aris telah menyebabkan kliennya hampir saja meninggal. Setelah terjadi keributan diantara Aris dan kliennya, Pak Tri membuat sebuah rencana, pura-pura meninggal dan untuk memberi pelajaran kepada anaknya. Pak Tri mewariskan semua harta dan asset perusahaan ke Odi (Ence Bagus), seorang pemulung yang dia temui di jalan.

Rencana pak Tri tidak berjalan lancar. Esok harinya, beliau benar-benar meninggal. Dalam sekejap hidup Aris dan Rachmat berubah. Sesuai dengan isi surat wasiat, mereka tidak memiliki hak apapun untuk

semua aset ayahnya. Aris dan Rachmat mendadak miskin, Odi mendadak kaya raya. Aris merasa dunianya kiamat, kecewa sama ayahnya karena tidak mendapat sepeserpun harta kekayaannya. Bukan hanya kehilangan harta, Aris juga kehilangan Imelda (Tara Basro) kekasihnya. Imelda meninggalkan Aris karena Aris jadi bangkrut dan miskin.

Aris dan Rachmat yang semulanya tidak pernah akur kini harus bersatu untuk mencari Asri (Ratna Riantiarno), ibu mereka yang ternyata masih hidup dan kaya raya. Dalam pencarian terjadi banyak rintangan yang harus mereka hadapi. Tetapi itu menjadikan mereka mendapat pelajaran berharga yang membuat dirinya tersadar atas kecongkakan dan kesombongannya di masa lalu.

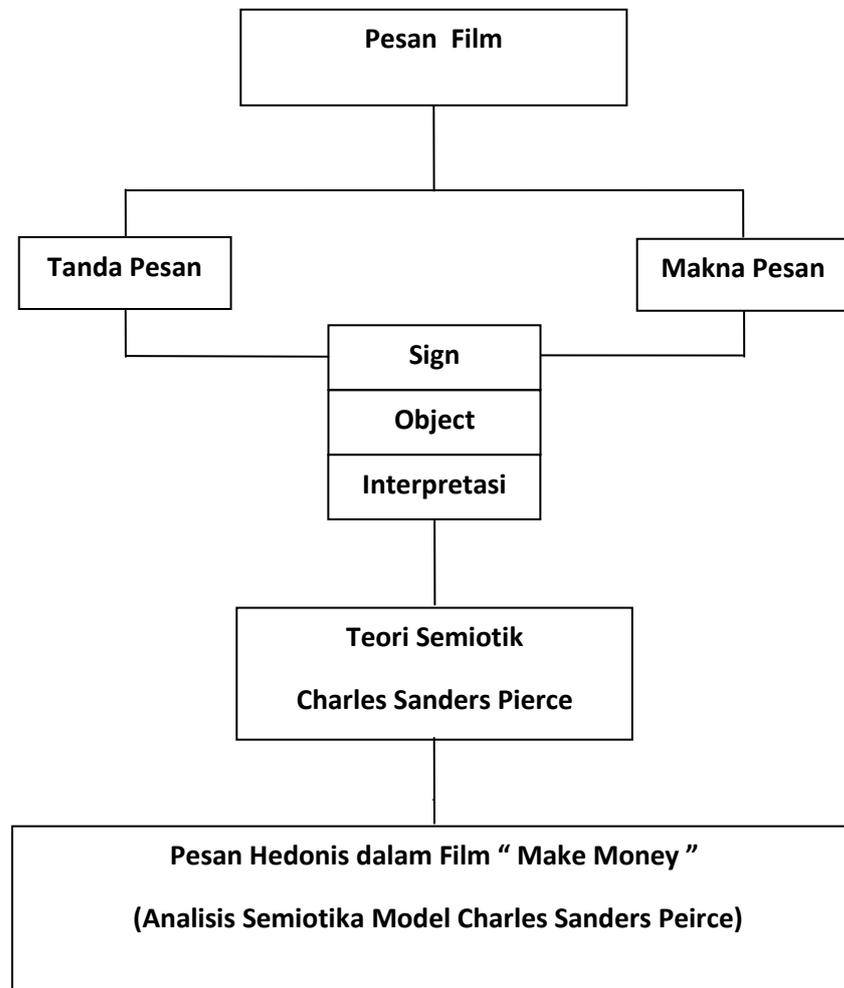
G. Kerangka Pikir Penelitian

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 sebaliknya.¹²

Berikut adalah contoh alur kerangka pemikiran:



Bagan 1.2 Kerangka Pikir Penelitian

Pada bagan di atas menggambarkan adanya pesan dalam film “ Make Money ” yang berupa tanda (*sign*) dan makna dalam adegan di film tersebut. Sedangkan tanda atau sign adalah sesuatu yang yang memiliki makna yang mengkomunikasikan pesan-pesan kepada seseorang. Yang termasuk tanda

12 Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta, Ar-Ruzz Media, 2012), hlm. 169.

adalah kata-kata, citra, suara, bahasa tubuh, dan juga obyek. Dalam memaknai setiap tanda yang diperoleh peneliti menggunakan analisis semiotik dari Charles Sander Pierce, analisis semiotik, semiotik secara sederhana di definisikan sebagai teori tentang tanda atau sistem tanda

analisis ini digunakan untuk membantu dalam mengkaji sekaligus mengkritisi film dengan judul “ Make Money ” yang memuat nilai-nilai hedonis. Kajian terhadap konstruksi nilai-nilai hedonis dalam film ini dengan cara memilah tanda (*sign*) dan makna (*meaning*) yang terkandung didalamnya dengan teknik semiotika.

H. Metodologi Penelitian

Metode adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian. Metode dipengaruhi berdasarkan perspektif teoritis itu sendiri adalah suatu kerangka yang memungkinkan seorang peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan peristiwa dan situasi yang lain.

Metode diukur berdasarkan kemanfaatannya dan tidak bisa dinilai apakah metode itu benar atau salah. Untuk menelaah hasil penelitian secara benar, kita cukup sekedar melihat apa yang ditemukan peneliti, tapi juga dilihat dari bagaimana peneliti sampai pada temuannya berdasarkan kelebihan dan keterbatasan metode yang digunakan. Metode adalah suatu prosedur atau

cara untuk mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah yang sistematis.¹³

a) Pendekatan dan Jenis Metode Penulisan

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan paradigma kritis, paradigma kritis umumnya kualitatif dan menggunakan penafsiran sebagai basis utama memaknai temuan. Paradigma adalah basis kepercayaan utama dari sistem berpikir; basis dari ontologi, epistemologi, dan metodologi. Paradigma kritis merupakan paradigma penelitian yang melihat suatu realita secara kritis sebagai objek penelitian. Paradigma penelitian ini melihat realita yang terjadi tidak sesuai dengan apa yang sebaiknya terjadi pada masyarakat. Realita inilah yang menjadi objek penelitian paradigma kritis. Sehingga secara ontologi, keberadaan realita juga terjadi pada diri peneliti dan juga terjadi di luar peneliti. Hal ini juga menyatakan bahwa epistemologi paradigma kritis, menyatakan jarak peneliti dengan objek penelitian sangat dekat, peneliti terlibat langsung dengan objek yang diteliti.

Penelitian dengan paradigma kritis ditujukan untuk membangun kesadaran kolektif demi mengubah struktur untuk menjadi lebih baik. Pada intinya, perubahan yang ditujukan pada penelitian paradigma kritis merupakan upaya untuk perbaikan pada struktur yang ada di masyarakat. Pada paradigma ini, realita yang dijadikan sebagai objek penelitian merupakan proses sejarah dan kekuatan sosial yang semu dalam

¹³ Husain Umar dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1996) hlm 42

masyarakat. Dalam penelitian ini, subjektivitas sangat tinggi karena penilaian terhadap suatu realita berasal dari peneliti sendiri. Namun dalam memasukkan penilaian pada penelitian, peneliti juga melihat penilaian masyarakat pada umumnya. Peneliti melihat kesesuaian dan ketepatan teori dengan praksis yang ada pada realita.

Jenis dari penelitian ini adalah analisis kualitatif, Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis . Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Objek penelitian kualitatif adalah seluruh bidang/aspek kehidupan manusia, yakni manusia dan segala sesuatu yang dipengaruhi manusia. Objek itu diungkapkan kondisinya sebagaimana adanya atau dalam keadaan sewajarnya (natural setting), mungkin berkenaan dengan aspek/bidang kehidupannya yang disebut ekonomi kebudayaan, hukum, administrasi, agama dan sebagainya. Data kualitatif tentang objeknya dinyatakan dalam kalimat, yang pengolahannya dilakukan melalui proses berpikir (logika) yang bersifat kritik, analitik/sintetik dan tuntas. Penelitian kualitatif menuntut keteraturan, ketertiban dan kecermatan

dalam berpikir, tentang hubungan data yang satu dengan data yang lain dan konteksnya dalam masalah yang akan diungkapkan.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan paradigma kritis, karena analisis semiotik model Charles Sanders Peirce termasuk dalam kategori penelitian paradigma kritis, Paradigma kritis pada dasarnya secara epistemologi membenahi pandangan yang umum berlaku. Paradigma ini menyarankan pada teori dan ilmu sosial untuk tidak hanya memberi makna realitas sosial atau proses sosial belaka, tanpa memiliki implikasi pada praktik politik. Bagi paradigma kritis, justru tugas teori adalah membuat sejarah.

Teori sosial bertugas untuk memberikan penyadaran kepada masyarakat untuk mampu berpikir dan bersikap kritis serta selalu berperilaku konstruktif terhadap realitas yang dihadapi. Cita-cita keadilan sosial mustahil dicapai tanpa melibatkan masyarakat yang tereksplotasi atau tertindas untuk terlibat dalam aksi refleksi kritis. Oleh karena itu, verifikasi kebenaran teori sosial tidak diukur oleh rumus ataupun angka, tetapi melalui verifikasi praktis yang berupa aksi masyarakat. Tegasnya, perubahan sosial itu sendirilah yang merupakan verifikasi dari teori ilmu sosial khususnya ilmu komunikasi.

b) Penentuan Unit Analisis

Satuan unit analisis berkaitan dengan penentuan masalah yang akan diteliti, apakah yang akan diteliti itu kata, kalimat, kejadian, atau

satuan lambang tertentu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan tujuan penelitian.

Sedangkan unit analisis dalam penelitian ini adalah Scene dalam film "MAKE MONEY" adalah berupa gambar dan dialog yang mengandung tanda dan makna Hedonis.

c) Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini diperoleh dari tanda (*sign of movie*) yang berdasar pada Model Meaning Triangel (Segi tiga makna). Sumber data penelitian yaitu sumber subjek dari tempat mana data bisa didapatkan. Sumber data dalam penelitian kali ini adalah

- a) Pertama, data primer, yakni pesan-pesan dalam film " Make Money " sebagai teks. Berangkat dari asumsi bahwa teks berisi pesan-pesan yang di dalamnya terdapat tanda-tanda sebagai bahan data yang ditafsirkan dan diinterpretasikan.
- b) Kedua, data pembanding, adalah teks lain yang dipergunakan sebagai upaya intertekstual, tidak saja dalam bentuk gambar, tetapi juga dalam bentuk lain yang berhubungan dengan tanda-tanda dalam teks yang telah dianalisis.
- c) Ketiga, data pendukung, meliputi bahan bacaan guna memperjelas, memperkuat argumentasi juga mengklarifikasi konsep-konsep (ikon, indeks, simbol) dari tanda yang dibahas. Data pendukung dapat dipergunakan karena relevansi dengan konteks pembahasan. Tanda yang bersifat denotatif umumnya

bersifat *'common sense'*, artinya secara konvensional sudah disepakati. Tetapi banyak tanda yang sangat unik, bersifat 'subyektif' yang lahir dari pemaknaan oleh pengalaman individu. Pemaknaan ganda atau tanda yang bersifat konotatif inilah yang membutuhkan data-data pendukung.

d) Tahapan Penelitian

Tahap penelitian merupakan langkah penulis dalam melakukan suatu penelitian mulai dari menemukan ide sampai penyusunan hasil penelitian. Tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan dalam menempuh penelitian ini adalah :

- a. Mencari Tema yang Menarik, Peneliti melakukan eksplorasi topik dari berbagai macam media untuk menemukan berbagai macam fenomena yang menarik sesuai dengan objek kajian komunikasi. Setelah melakukan eksplorasi, peneliti mengumpulkan hasil dari eksplorasi untuk memilih salah satu tema yang terkandung dalam film " Make Money "
- b. Merumuskan Penelitian, Penelitian yang berpijak pada kemenarikan topik, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini hingga pada rasionalitas mengapa sebuah tema diputuskan untuk dikaji
- c. Tujuan dari penelitian ini adalah Memperoleh gambaran nilai-nilai hedonis dalam film " Make Money ". Mendapatkan aspek-aspek yang ditonjolkan seputar nilai-nilai hedonis dalam film " Make Money ". Memberikan masukan alternatif dalam memproduksi film yang

bermuatan budaya unggul yang bermanfaat untuk menumbuhkan daya saing bangsa.

- d. Mengkalsifikasikan data-data yang didapat kemudian memaknainya berdasarkan metode yang digunakan.
- e. Melakukan analisis data yang didasarkan pada semiotika dari Charles Sanders Peirce. Peneliti menguraikan uraian terperinci dari data yang diperoleh, kemudian dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting sesuai dengan focus penelitian kemudian data itu dikaji lebih dalam untuk diketahui makna yang terdapat dalam data tersebut.

e) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dimaksudkan bagaimana data-data dalam penelitian ini diperoleh. Pengumpulan data merupakan langkah dalam suatu aktivitas penelitian sangat ditentukan oleh data. Apabila data yang diperoleh tersebut benar, maka akan sangat berarti sekali dalam penelitian. Namun jika data tersebut tidak benar maka akan menghasilkan suatu penelitian yang salah. Oleh karena itu untuk memperoleh suatu laporan data yang benar dan tepat perlu adanya suatu teknik yang tepat pula.

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu peneliti boleh secara subyektif memilih sampel yang sesuai dengan karakteristik populasinya.¹⁴ Teknik

¹⁴ Sutopo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: UNS Press, 2002) hlm 72.

pengumpulan data jenis ini lazim digunakan dalam penelitian-penelitian yang menggunakan metode kualitatif.¹⁵ Pilihan sampel diarahkan pada sumber data yang dipandang memiliki data penting yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Teknik cuplikan (*sampling*) dalam kualitatif fungsinya sering dikatakan *internal sampling* karena sama sekali bukan dimaksudkan untuk menggeneralisasikan pada populasi, tetapi untuk memperoleh kedalaman studi di dalam suatu konteks tertentu.

Dalam penulisan ini sampel yang dipilih adalah pesan-pesan yang terdapat di dalam film “ Make Money ”

f) Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis semiotika.¹⁶ Semiotika adalah studi tentang tanda dan makna dari sistem tanda.¹⁷ Teknik analisis ini memungkinkan peneliti untuk memaknai tanda-tanda yang terdapat dalam film “ Make Money ” sesuai dengan tujuan dari penulisan ini. Jenis analisis yang digunakan adalah semiotika yang

15 Jalaludin Rahmat, *Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Menuju Paradigma Baru Penelitian Komunikasi, Kritik Paradigma Pasca-Positivisme Terhadap Positivisme*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1991) hlm 68.

16 Ana Nadhya Abrar meyakini teknik analisis data pada metode kualitatif analisis wacana terdiri dari analisis semiotika, analisis framing, dan analisis wacana kritis. (Ana Nadhya Abrar, *Op.cit.*, halaman 42).

17 Fiske mengartikan semiotika sebagai ilmu tentang tanda, tentang bagaimana makna dibangun dalam teks media, atau studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam khalayak yang mengkomunikasikan makna. ((John Fiske, *Culture and Communication Studies*, (Yogyakarta: Jalasutra, 1990) hlm 37).

dipublikasikan oleh Charles Saunders Peirce "dimana dikategorikan tanda dalam tiga kategori yaitu ikon, indeks, dan simbol".¹⁸

Tabel 1.3 : Trikotomi Ikon/Indeks/Symbol Charles Sanders Peirce¹⁹

	Ikon/ Tanda	Indeks	Simbol
Ditandai oleh	Kemiripan	Hubungan-hubungan sebab-akibat	Konvensi-konvensi
Contoh	Lukisan, patung	Asap/api, gejala/penyakit	Kata-kata/isyarat
Proses	Dapat dilihat	Dapat digambarkan	Harus dipelajari

Ikon adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah, atau dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan

18 John Fiske, *Cultural And Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*, Kata Pengantar Idi Subandy Ibrahim, (Jakarta: Jalasutra, 1990) hlm 67.

19 Ibid.

petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan. Dan Simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan diantaranya bersifat aibitrer atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi dalam enam bab, yang terdiri dari pendahuluan, Kajian Pustaka, Metodologi penelitian, Penyajian data, Analisis data, Penutup/Kesimpulan. Selanjutnya akan peneliti uraikan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Berisikan : a) Latar Belakang, b) Rumusan Masalah, c) Tujuan Penelitian, d) Manfaat Penelitian, e) Definisi Konsep, f) Sistematika Pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka

Berisikan : Dalam bab ini memiliki empat pokok bahasan, yakni :
a) Kajian Pustaka, b) Kajian Teori

BAB III Penyajian Data.

Berisikan : Dalam bab ini membahas : a) Deskripsi Subjek penelitian dan Objek penelitian, b) Deskripsi Data Penelitian

BAB IV Analisis Data

Berisikan : Dalam bab ini membahas : a) Temuan Penelitian, b) Konfirmasi Temuan dengan Teori.

BAB V Penutup

Berisikan : Dalam bab ini membahas a) Kesimpulan, b) Rekomendasi

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam skripsi analisis teks media ini bermaksud menjelaskan pembahasan tentang artikel-artikel atau buku-buku yang ditulis oleh para ahli yang memberi pendapat, teori, opini ataupun ide ide dan gagasasn yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Kajian pustaka dalam skripsi yang berjudul “Pesan Hedonis dalam Film ““MAKE MONEY”” Analisis Semiotik Model Charles Sanders Pierce” di uraikan sebagai berikut:

1. Pesan.