

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Modernisasi dalam kehidupan telah merubah banyak cara pandang dan pola hidup masyarakat, sehingga peradaban yang terlahir adalah terciptanya budaya masyarakat konsumtif dan hedonis dalam lingkungan masyarakat kapitalis. Fenomena ini bukan merupakan hal yang dianggap tabu untuk dibicarakan dan sudah menjadi bagian dari budaya baru hasil dari para importer, yaitu para penguasa industri budaya yang sengaja memporandakan tatanan budaya yang sudah mapan selama bertahun-tahun serta menjadi bagian dari jati diri bangsa Indonesia. Penampilan dan gaya hidup menjadi lebih penting dibandingkan moralitas yang sudah menjadi jati diri bangsa. Di tengah arus globalisasi, manusia sebagai objek penerapan hasil konstruksi kebudayaan baru yang dijadikan sebuah gaya hidup komoditas, ditempatkan dalam alam semua akan gaya dan gaya hidup pun diakutkan melalui kenikmatan semu, kebahagiaan ilusif, dan keindahan halusinatif yang mengendap dibawah permukaan pesan budaya sehari-hari dan membentuk manusia secara diam-diam, mencabik-cabik aura simbolis. Seperti pementasan *ectasy*.¹ Dari kebudayaan dikenal sebuah istilah mitos. Mitos begitu fundamental bagi pemahaman manusia sehingga mitos terus-menerus menginformasikan pelbagai aktivitas dimulai dari psikoanalisis hingga

¹ Idi Subandi dan Ibrahim, *Lifestyle Ectasy (kebudayaan pop dalam masyarakat komoditas Indonesia)*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm. xiv

peristiwa olahraga seperti gulat. Karena sifat mitos yang universal, membuat kebudayaan memiliki detail-detail yang kompleks.²

Tergesernya budaya setempat dari lingkungannya disebabkan oleh kemunculan sebuah kebudayaan baru yang konon dirasakan lebih atraktif, fleksibel dan mudah dipahami oleh sebagian masyarakat, terlebih masyarakat dengan status sosial yang rendah dapat dengan mudah menerapkannya dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Sebuah istilah "Budaya Populer" atau yang disebut dengan "Budaya Pop", dimana dalam proses aktualisasi budaya ini mendapat dukungan dari penggunaan perangkat dengan teknologi tinggi, sehingga dalam penyebarannya dapat begitu cepat dan mengena serta mendapat respon sebagian besar kalangan masyarakat.

Perkembangan lebih lanjut industrialisasi, tidak hanya memungkinkan proses massifikasi, yang menuntut standarisasi produk budaya dan homogenisasi cita rasa, tetapi juga telah membawa perkembangan baru dengan semakin terbentangnya peluang pasar. Dengan komersialisasi produk budaya (massa) berubah seirama dengan percepatan tuntutan pasar. Karena itu, dalam perkembangan lebih lanjut, keberhasilan industri kebudayaan amat bergantung pada media massa. Media massa telah tumbuh menjadi industri yang tidak hanya memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi, tapi mengikuti standar dan logika yang hidup dalam industri budaya kapitalisme.

Budaya ini tumbuh subur dan cepat mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam masyarakat perkotaan, dan keberadaannya sangat kuat

² Marcel Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), hlm. 163

pada kehidupan kaum remaja kota. Melalui tayangan acara di TV sampai adegan pada film tercermin budaya impor yang telah dikonstruksi makna dan nilainya, telah menawarkan budaya baru hasil kreasi dari budaya barat yang mengusung pola keglamoran hidup dalam masyarakat kapitalis. Hegemoni budaya yang tercermin dalam realitas kehidupan dengan praktik-praktiknya, kini telah mengambil alih budaya luhur dan norma kesantunan yang berasal dari warisan nenek moyang dan menjadi budaya baru sebagai cerminan realitas palsu yang berkembang di masyarakat.

Media secara signifikan mempresentasikan sebuah identitas kepada pihak lain, serta kepada kelompok budaya yang ada. Budaya populer dalam perspektif industri budaya, adalah budaya yang lahir atas kehendak media. Hal ini mempengaruhi munculnya anggapan bahwa media telah memproduksi segala macam jenis produk budaya populer, yang dipengaruhi oleh budaya impor dan hasilnya telah disebarluaskan melalui jaringan global media, sehingga masyarakat tanpa sadar telah menyerapnya. Dampak dari hal tersebut, lahirlah perilaku yang cenderung mengundang sejuta tanya dan rasa penasaran masyarakat, karena hadirnya budaya populer di tengah masyarakat kita. Media dalam menjalankan fungsinya selain sebagai penyebar informasi dan hiburan, juga sebagai institusi pencipta dan pengendali pasar produk komoditas dalam suatu lingkungan masyarakat. Dalam operasionalisasinya, media selalu menanamkan ideologinya pada setiap produk hingga obyek sasaran terprovokasi dengan propaganda yang tersembunyi di balik tayangannya itu. Akibatnya, jenis produk dan dalam situasi apapun yang

diproduksi dan disebarluaskan oleh suatu media, akan diserap oleh publik sebagai suatu produk kebudayaan, dan hal ini berimplikasi pada proses terjadinya interaksi antara media dan masyarakat. Kejadian ini berlangsung secara terus menerus hingga melahirkan suatu kebudayaan berikutnya. Kebudayaan populer akan terus melahirkan dan menampilkan sesuatu bentuk budaya baru, selama peradaban manusia terus bertransformasi dengan lingkungannya mengikuti putaran zaman. Gaya hidup *kekinian* semakin menuntut ekonomi biaya tinggi. Manusia tidak lagi memperdulikan apakah hidup hanya sekali, yang terpenting hanyalah tampil *modis* dan *trendy*.

Terkait dengan keberadaan suatu industri media penyiaran, film menjadi salah satu media atau wahana bagi para penguasa untuk menanamkan suatu kebudayaan baru yang telah dipastikan akan menjadi suatu gaya hidup masyarakat dan budaya merupakan benda yang dimanufaktur (produksi), atau setidaknya menggunakan produk-produk yang dimanufaktur. Theodor Adorno mendeskripsikan industri budaya yang memanufaktur produk-produk untuk di konsumsi.³ Salah satu film yang menyuguhkan bagaimana kehidupan-kehidupan karakter dalam film yang begitu konsumtif dan hedonis, dengan pola hidup penuh keglamoran yang membahagiakan yaitu ARISAN!. Dan hal inilah yang kemudian membuat peneliti ingin mengadakan riset lebih dalam lagi mengenai keberadaan media penyiaran terutama film sebagai media infiltrasi atau penyampai budaya.

³ Graeme Burton, *Media Dan Budaya Populer*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), hlm. 35

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli berpendapat bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Marcel Danesi mengatakan bahwa film telah menjadi obat yang sempurna untuk melawan kebosanan, akibatnya medium film telah menjadi kekuatan besar dalam perkembangan budaya pop yaitu budaya yang karakteristik pendefinisianannya adalah pembauran dan percampuran seni serta pengalih perhatian secara beragam. Berdasarkan pertimbangan itulah penulis ingin mengangkat sebuah film dalam penelitian.

Film merupakan bidang yang amat relevan bagi analisis semiotik. Seperti yang dikemukakan Art Van Zoest, film dibangun dengan tanda – tanda semata. Tanda – tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerjasama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Berbeda dengan tanda – tanda fotografi statis, rangkaian tanda dalam film menciptakan imajinasi atau sistem penandaan. Pada film digunakan tanda – tanda *ikonis* yaitu tanda – tanda yang menggambarkan sesuatu. Gambar yang dinamis pada sebuah film merupakan *ikonis* bagi realitas yang dinotasikannya.⁴

Semiotika film berbeda dengan semiotika fotografi. Film bersifat dinamis, gambar yang muncul silih berganti, sedangkan fotografi bersifat statis. Gambar film yang muncul silih berganti menunjukkan pergerakan yang ikonis bagi realitas yang dipresentasikan. Keistimewaan film itu yang menjadi daya tarik langsung yang sangat besar, yang sulit ditafsirkan. Semiotika pun digunakan untuk menganalisa media dan untuk mengetahui

⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetak Ke Tiga*, (Jakarta: Perdana Media Grup, 2008), hlm. 263

bahwa film merupakan fenomena komunikasi yang sarat akan tanda. Film ARISAN! menyuguhkan realitas kehidupan masyarakat yang hedonis dan konsumtif di era globalisasi, karena itulah penulis merasa semakin tertarik untuk menganalisis lebih jauh.

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, fokus penelitian di pusatkan pada :

1. Bagaimana budaya metropolitan di simbolkan dalam film ARISAN! ?.
2. Apa makna simbol budaya metropolitan yang disimbolkan dalam film ARISAN! ?.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu;

1. Menggali secara lebih dalam tentang simbol budaya metropolitan pada film ARISAN!.
2. Menemukan makna simbol budaya metropolitan yang disimbolkan dalam film ARISAN!.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teori
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai simbol-simbol kebudayaan, khususnya budaya metropolitan yang di simbolkan dalam sebuah film.

- b. Menjadi salah satu referensi pada penelitian mengenai simbol kebudayaan dari sebuah film

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Sebagai syarat dalam memperoleh gelar S1 (Strata Satu) di Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Broadcasting.
- 2) Sebagai wahana untuk meningkatkan kompetensi dalam hal penelitian dan penulisan serta ilmu pengetahuan.

b. Bagi Lembaga

- 1) Sebagai refensi penelitian lanjutan tentang film
- 2) Membantu mahasiswa untuk memahami pesan yang tersembunyi dalam sebuah film.

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 : Kajian Penelitian Terdahulu.

No	Nama Peneliti	Jenis dan Judul Penelitian	Hasil Temuan
1	Dimas Suryo Prayogo (2008240066)	Skripsi Analisis Semiotik Pada Film Jakarta Maghrib-2009	Film Jakarta Maghrib menggambarkan realitas sosial, yaitu gambaran yang sebenarnya terjadi di masyarakat diangkat dalam sebuah film. Film Jakarta Maghrib menceritakan mitos-mitos

			<p>tentang Maghrib, aktivitas warga Jakarta menjelang Maghrib, serta sifat individualistis warga Jakarta. Film ini menjelaskan bahwa maghrib saat ini bukan lagi persoalan religious semata. Bagi masyarakat Jakarta, Maghrib sudah menjadi persoalan sosio-kultur dan penanda sosial.</p>
2	Laila Tanzil A. (B06208048)	<p>Skripsi Pesan Komunikasi Dalam Film Takva (Analisis Semiotik Model Roland Barthes)</p>	<p>Adanya simbol yakni meliputi simbol verbal dan simbol non verbal. Simbol verbal berupa doa atau dzikir, tempat ibadah, bangunan, barang-barang, makanan dan minuman ala Turki, dan materi. Sedangkan simbol nonverbal berupa karier, perkataan, dan penampilan. Dari simbol-simbol tersebut memiliki makna yakni berbagai realitas dalam film mengenai Islam di Turki. Berbagai budaya seperti jalan kaki, budaya minum the, dan negeri dengan 4</p>

			<p>musimnya. Realitas orang muslim modern di Turki. Kritik betapa tidak kompetennya orang bertakwa dalam Film Takva. Film ini menyerukan kepada umat islam di dunia untuk senantiasa mengingat kehidupan dunia yang serba fana, dimana peperangan terbesar dalam diri manusia adalah melawan hawa nafsu. Dan intropeksi diri atas ketaatan umat islam kepada Allah SWT, menguatkan kemabali apa yang telah dipercaya berdasarkan Al-Quran dan Hadits untuk mendapat Ridho Allah SWT.</p>
3	Badruz Zaman 2008	Skripsi Analisis Semiotik Pesan Moral Dalam Film Layar Lebar Get Married.	<p>Setiap perbuatan itu dinilai bermoral jika perbuatan itu dilakukan dengan kesadaran dan kesengajaan. Perilaku masyarakat menengah kebawah memiliki kebiasaan menggunakan kekerasan untuk</p>

			menyelesaikan setiap masalah. Kebiasaan pergi ke dukun juga dilakukan oleh masyarakat kalangan atas dan berpendidikan.
4	Nanik Mardiyati 2010	Skripsi Iklan Sebagai Media Komunikasi Lintas Budaya (Studi Analisis Semiotik Iklan Minuman Energi Kratingdaeng Versi Project Pop Berpakaian Adat)	Setiap teknik pengambilan gambar, dialog karakter, pakaian adat yang dikenakan masing-masing actor, termasuk didalamnya tata <i>make up</i> dan bahasa tubuh (<i>body language</i>), serta <i>set property</i> yang dipakai dalam iklan tersebut semakin memperkuat penggambaran terjadinya komunikasi lintas budaya.
5	Hidayati Shofiyati (B06207063)- 2011	Skripsi Pesan Kritik Sosial Dalam Film Alangkah Lucunya Negeri Ini. (Analisis Semiotik Dalam Film Alangkah Lucunya Negeri Ini.)	Simbol pesan kritik dalam film Alangkah Lucunya Negeri ini disimbolkan melalui visualisasi gambar (adegan-adegan) dan teks dialog yang mengandung unsur-unsur pesan kritik pendidikan, pesan kritik terhadap hukum, pesan kritik terhadap para koruptor, pesan kritik

			<p>tentang anak terlantar dan fakir miskin. Dari simbol-simbol yang dipaparkan, terungkap makna bahwasannya pesan kritik sosial yang ada dalam film Alangkah Lucunya Negeri ini yaitu : (1). Kritik tentang pemerintahan yang kebanyakan para wakil rakyat tidak menjalankan tugasnya dengan baik. Meskipun diberikan fasilitas yang lengkap, namun tidak dipergunakan untuk mengevaluasi permasalahan rakyat dan mencari solusi untuk penanggulangannya. (2). Kritik tentang para koruptor yang saat ini menjadi sebuah budaya di Negara ini. Pasalnya, kebanyakan koruptor berasal dari para wakil rakyat yang berpendidikan tinggi. (3). Kritik tentang pendidikan yang tidak menjamin kesejahteraan, hal ini terbukti banyak sarjana yang menjadi</p>
--	--	--	---

			<p>pengangguran. Sedangkan orang yang tidak berpendidikan bias sukses.</p> <p>(4). Kritik tentang para anak terlantar dan fakir miskin yang seharusnya dipelihara oleh Negara. Namun dalam kenyataannya masih banyak terlihat disudut kawasan perkotaan para gepeng yang mengemis di jalanan, pusat keramaian, lampu merah, rumah ibadah, sekolah ataupun kampus. Serta jumlahnya selalu meningkat setiap tahunnya.</p>
--	--	--	---

F. Kerangka pikir penelitian

Kerangka pikir penelitian merupakan kajian tentang bagaimana hubungan teori dengan berbagai konsep yang ada dalam perumusan masalah. Pada tahap ini, peneliti diharapkan telah mampu menemukan dan merumuskan definisi konseptual terhadap permasalahan yang akan diteliti.

Studi media massa seperti film mencakup pencarian pesan dan makna-makna dalam materinya. Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis semiotik. Komunikasi pada film tidak semata hanya berupa dialog atau narasi, tetapi juga pada aspek visual seperti pakaian, *body*

language, tata *make up*, dan properti pendukung lainnya yang ada pada satu *frame/ scene* dalam film.

Wujud komunikasi dalam film berupa teks termasuk di dalamnya adalah narasi dan dialog serta gambar. Dalam semiotika teks dan gambar merupakan salah satu jenis simbol. Oleh karena itu, peneliti berupaya menghubungkan dengan teori simbol milik Susanna K. Langer dan teori semiotika milik Roland Barthes. Teori simbol milik Sussana K. Langer menegaskan beberapa konsep dan istilah yang bias digunakan dalam bidang komunikasi serta memberikan sejenis standarisasi untuk tradisi semiotik dalam kajian komunikasi. Penggunaan teori ini diharapkan mampu menjadi landasan pemikiran bagi peneliti mengenai alur konsep yang akan dijelaskan. Sebuah simbol atau kumpulan simbol-simbol bekerja dengan menghubungkan sebuah konsep, ide umum, pola, atau bentuk. Menurut langer, konsep adalah makna yang disepakati bersama-sama diantara pelaku komunikasi. Bersama, makna yang disetujui adalah makna denotatif, sebaliknya gambaran atau makna pribadi adalah makna konotatif.

Langer memandang makna sebagai sebuah hubungan kompleks diantara simbol, objek, dan manusia yang melibatkan denotasi (makna bersama) dan konotasi (makna pribadi). Langer mencatat bahwa proses manusia secara utuh cenderung abstrak. Ini adalah sebuah proses yang mengesampingkan detail dalam mamahami objek, peristiwa, atau situasi secara umum.⁵ Sebuah simbol atau kumpulan simbol-simbol bekerja dengan menghubungkan sebuah

⁵ Mejikubirubiru. *Teori Simbol : Susanne Langer (Tradisi Semiotik :Pesan)*.

<http://mejikubirubiru.wordpress.com/2012/06/10/teori-simbol-susanne-langer-tradisi-semiotik-pesan/>. Di akses pada tanggal 16 Oktober 2013.Pukul 20.30.

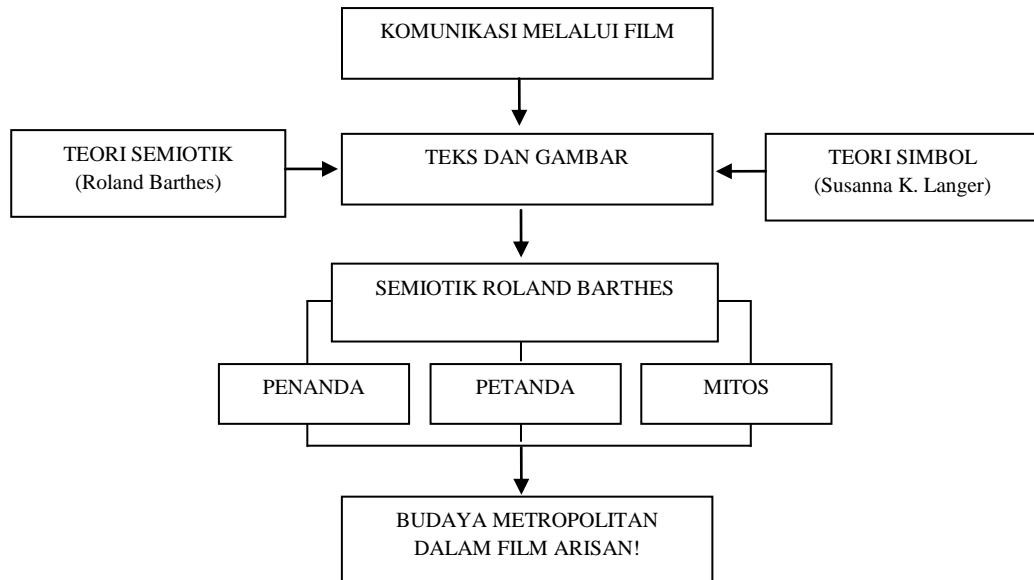
konsep, ide umum, pola, atau bentuk. Selain penggunaan teori simbol, dalam penelitian ini juga menggunakan teori semiotika milik Roland Barthes. Dalam teori tersebut Barthes mengembangkan semiotika menjadi dua tingkatan pertandaan, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda pada realitas, menghasilkan makna eksplisit, langsung, dan pasti. Konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan penanda dan petanda yang di dalamnya beroperasi makna yang tidak eksplisit, tidak langsung, dan tidak pasti.

Pemaknaan simbol melalui teks dan gambar kemudian di analisis menggunakan semiotika model dua tahap milik Roland Barthes dengan menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunaannya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunaannya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan "*order of signification*", mencakup denotasi (makna sebenarnya sesuai kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal).⁶

Penggunaan teori simbol Susanna K. Langer dan teori semiotik Roland Barthes, dapat membantu peneliti dalam menemukan simbol-simbol budaya metropolitan dalam film ARISAN!. Analisis dengan menggunakan semiotik Roland Barthes diharapkan dapat memaknai simbol yang telah ditemukan sehingga dihasilkan sebuah temuan mengenai jenis-jenis simbol yang ada

⁶ Ono. *Teori Semiotik*. <http://junaedi2008.blogspot.com/2009/01/teori-semiotik.html>. di akses pada tanggal 17 Oktober 2013. Pukul 04.00.

dalam film ARISAN! tentang budaya kosmopolitan dan dapat memberikan makna yang lugas tentang simbol-simbol yang ada dalam film ARISAN!.



Bagan 1.1 : Kerangka Pikir Penelitian

G. Definisi konsep

1. Film

Konsep film pada penelitian ini adalah hasil dari visualisasi cerita yang dibuat berdasarkan realita yang ada dimasyarakat dan atau cerita fiktif, sehingga menjadi beberapa gambar yang akhirnya bias dinikmati oleh masyarakat.

Film adalah selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop): gulungan-gulungan yang disita itu

berisi cerita sadisme; lakon (cerita) gambar hidup: malam itu ia hendak menonton sebuah – komedi.⁷

Film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Pesan film pada komunikasi massa dapat berbentuk apa saja tergantung dari misi film tersebut. Akan tetapi, umumnya sebuah film dapat mencakup berbagai pesan, baik itu pesan pendidikan, hiburan dan informasi. Pesan dalam film adalah menggunakan mekanisme lambang-lambang yang ada pada pikiran manusia berupa isi pesan, suara, perkataan, percakapan dan sebagainya.⁸

2. Media Infiltrasi Budaya

Media infiltrasi budaya adalah sebuah wadah yang digunakan untuk menyampaikan suatu budaya populer kepada masyarakat. Dalam konsep penelitian ini, media tersebut berjenis media komunikasi massa yang lebih memiliki sifat serempak dan serentak.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.⁹ Dalam penelitian ini, media lebih ditekankan pada media massa, yaitu alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio

⁷ KBBI. <http://kamusbahasaindonesia.org/film/mirip#ixzz2h9UeapU1>. Di akses 9 Oktober 2013. Jam 00.25 WIB.

⁸ SmartConsulting. *Pengertian Film*. <http://5martconsultingbandung.blogspot.com/2010/10/pengertian-film.html>. Di akses 9 Oktober 2013. Jam 00.19 WIB.

⁹ Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 123

dan televisi.¹⁰ Sedangkan untuk konsep infiltrasi adalah proses penyampaian air ke permukaan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, infiltrasi yang dimaksud adalah proses sampainya suatu informasi kepada khalayak. Jika dua konsep tersebut digabungkan, maka akan didapat sebuah konsep media infiltrasi yaitu sebuah sarana yang akan membawa informasi kepada khalayak. Media infiltrasi dalam penelitian ini adalah media massa berupa film. Film merupakan terminologi gambar yang bergerak (visual dinamis). Berbeda dengan fotografi yang berupa gambar statis. Film bisa menghadirkan unsur dinamis dari obyek yang ditampilkan. Sebagai media audio visual, film memiliki karakteristik yang berbeda dengan format tanda yang terdapat dalam iklan cetak (visual saja), bahasa (tekstual saja), atau siaran radio (audio saja). Ada banyak jalan dalam memaknai teks-teks yang terdapat dalam film, misalnya, memaknai unsur gramatikal, unsur penokohan, teknik visualisasi, atau hal lain yang memiliki daya tarik untuk diteliti.

Media infiltrasi dalam penelitian ini adalah sebuah wadah atau tempat untuk suatu hal yang baru, dalam penelitian ini adalah sebuah budaya barat yang dipublikasikan sehingga masyarakat dapat menyaksikan bahkan mempraktikan.

3. Budaya Metropolitan

Budaya metropolitan adalah sebuah kebiasaan baru yang diadopsi oleh media dari budaya masyarakat barat dan di sebarakan melalui media

¹⁰*Ibid.* hlm. 127

massa. Sehingga kebiasaan baru tersebut dikonsumsi oleh masyarakat dan dijadikan sebagai kebudayaan baru. Dalam budaya ini, masyarakat diubah menjadi bersikap hedonis dan konsumtif terhadap tayangan media dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Kehidupan masyarakat saat ini telah berubah seperti layaknya drama yang ada di film dan layar televisi

Budaya adalah pandangan hidup dari sekelompok orang dalam bentuk perilaku, kepercayaan, nilai, dan simbol-simbol yang mereka terima tanpa sadar atau tanpa dipikirkan, yang semuanya diwariskan melalui proses komunikasi dan peniruan dari satu generasi kepada generasi berikutnya.¹¹ Budaya merupakan hasil konstruksi masyarakat dahulu yang diwariskan melalui transformasi budaya kepada generasi penerus. Pembuatan budaya merupakan sebuah proses sosial, yakni semua makna diri, hubungan-hubungan sosial, sebuah wacana dan teks yang memainkan peranan-peranan penting didalam budaya. Metropolitan adalah orang yang mempunyai tata cara hidup metropolitan; orang yang kekota-kota-an.¹²

Dalam penelitian ini, budaya metropolitan yang di maksudkan oleh penulis adalah sebuah kebiasaan dalam kehidupan bermasyarakat yang berbeda dengan nilai-nilai atau norma-norma leluhur yang sudah ada sebelumnya. Pada hal ini, masyarakat tidak lagi mempedulikan sebuah adat istiadat yang dulu dipercaya untuk diagungkan sebagai wujud

¹¹ Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*, (Yogyakarta: LKis, 2002), hlm. 8

¹² Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 741

penghormatan kepada nenek moyang. Masyarakat dengan budaya metropolitan cenderung melupakan bahkan menghapus sebuah kearifan local dari suatu budaya, dan menggantinya dengan kebiasaan baru yang masuk ke dalam masyarakat melalui media penyiaran.

4. Semiotika Komunikasi

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda, berupa perangkat atau simbol yang kita gunakan dalam hubungan manusia. Karena itu semiotika komunikasi adalah suatu pendekatan dan metode analisis yang digunakan untuk memahami tanda-tanda dalam proses komunikasi, yang meliputi enam unsur komunikasi yang meliputi pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran, dan acuan/hal yang dibicarakan.

Secara etimologis, istilah *semiotik* berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.¹³ Istilah *semeion* tampaknya diturunkan dari kedokteran hipokratik atau asklepiadik dengan perhatiannya pada simtomatologi dan diagnostik inferensial.¹⁴

Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh

¹³ Umberto Eco, *A Theory of Semiotic*, (Bloomington: Indiana University Press 1976), hlm. 16

¹⁴ Kurniawan. *Semiologi Roland Barthes*. (_____: Yayasan Indonesiatara, 2001), hlm. 49

kebudayaan sebagai tanda.¹⁵ Semiotik sebagai ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.¹⁶ Dalam hal semiotik, istilah ini sering pula disebut sebagai *semiologi*. Keduanya kurang lebih dapat saling menggantikan karena sama-sama digunakan untuk mengacu pada ilmu tentang tanda.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kritik. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk melakukan pengamatan dan analisis secara mendalam terhadap topik yang akan diteliti. Paradigma kritis merupakan suatu cara pandang terhadap realita sosial yang senantiasa diliputi rasa curiga dan kritis terhadap realitas tersebut.¹⁷ Selain itu, dalam melihat realitas senantiasa dilakukan dalam konteks kesejarahannya. Dengan pendekatan ini, peneliti akan menggabungkan teori dan praktis “praksis” Paradigma atau aliran ini dikembangkan oleh tokoh-tokoh mazhab Frankfurt, yang berangkat dari pemikiran marxisme. Paradigm ini tidak sekedar melakukan kritik terhadap ketidakadilan sistem yang didominasi yaitu sistem sosial kapitalisme, melainkan suatu

¹⁵ Umberto Eco, *A Theory of Semiotic, ...*, hlm. 6

¹⁶ Aart van Zoest, *Interpretasi dan Semiotika Dalam Sudjuma P. dan Aart van Zoest (ed.). Serba-serbi Semiotika*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm. 5

¹⁷ -----, *Paradigma Kritis Transformatif*.

<http://daiwanalbantani.wordpress.com/2013/02/12/paradigma-kritis-transformatif/>. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2013. Pukul 21.43.

paradigma untuk mengubah sistem dan struktur tersebut menjadi lebih adil.

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian semiotik model Roland Barthes. Dalam semiotik model Roland Barthes meletakkan tanda dalam konteks komunikasi manusia. Penggunaan jenis penelitian ini, diharapkan dapat menemukan simbol dan makna simbol tentang budaya metropolitan dalam film ARISAN!.

2. Unit Analisis

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber tempat memperoleh keterangan penelitian.¹⁸ Subjek penelitian ini adalah film ARISAN! yang telah diuraikan menjadi per *scene* dan di kelompokkan sesuai dengan tema dan atau judul penelitian. *Scene* merupakan sebuah adegan yang terjadi dalam satu lokasi dan waktu yang sama.¹⁹

b. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah simbol budaya metropolitan yang dikomunikasikan dalam film ARISAN! melalui penanda dan petanda.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini berasal dari responden

¹⁸ Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2000), hlm. 92

¹⁹ Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi*, (Jakarta: Grasindo, 2007), hlm 56

atau subjek penelitian, dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, observasi.²⁰ Pada penelitian ini yang menjadi data primer adalah Film ARISAN! yang bersumber dari CD Film ARISAN!.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.²¹ Data sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal, artikel, grafik, tabel, diagram dan gambar yang memiliki kaitan dengan film ARISAN!.

4. Tahapan penelitian

a. Mencari Tema

Pada tahap pertama yaitu mencari tema yang akan digunakan sebagai bahan penelitian, peneliti lebih banyak melakukan pengamatan terhadap lingkungan masyarakat sekitar dan pemberitaan berbagai media mengenai kasus-kasus yang menimpa para pejabat disertai penyitaan barang mewah milik pribadi. Selain pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, mengumpulkan banyak informasi dari berbagai sumber juga dilakukan oleh peneliti.

b. Merumuskan Masalah

Peneliti menentukan banyak opsi untuk merumuskan masalah, dijadikan sebagai rumusan masalah. Hal ini peneliti lakukan, agar dapat merumuskan rumusan masalah sesuai dengan tema yang di pilih.

²⁰ Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 42.

²¹ *Ibid.*

c. Merumuskan Manfaat

Perumusan manfaat penelitian menjadi salah satu bagian penting pada penelitian ini. Karena berpengaruh pada kelangsungan proses penelitian.

d. Menentukan Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara peneliti mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian.

e. Melakukan analisis data

Analisis data dilakukan untuk menguji kualitas penelitian. Pada tahap ini, kemampuan peneliti member makna kepada data merupakan kunci unsur reliabilitas dan validitas dari sebuah data.

f. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan merupakan instrumen inti berupa ringkasan dan sintesis dari hasil analisis dan interpretasi data. Kesimpulan adalah jawaban dari tujuan penelitian. Kesimpulan berada pada tataran teoretis/konseptual sehingga peneliti harus menghindari kalimat-kalimat empiris.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini digunakan metode dokumentasi, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi merupakan instrumen pengumpulan data yang sering dilakukan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode

pengumpulan data lain sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi.²²

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika model Roland Barthes. Dengan menggunakan teknik analisis data ini, peneliti akan berupaya untuk menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi pada objek penelitian. Pada semiotika Roland Barthes ditekankan pada interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan

Cultural pengguna, interaksi anatar konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh pengguna. Pada penelitian ini menggunakan semiotika gagasan Barthes ini dikenal dengan *two order of significations*.²³



Bagan 1.2 : Signifikasi dua tahap Roland Barthes

Dengan proses analisis sebagai berikut :

Tabel 2.1 : Proses Analisis Semiotika Roland Barthes *two order of signification*.

No	Proses Analisis	Keterangan

²² Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, ... , hlm. 120

²³ Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, ... , hlm. 272

1	Pengkalsifikasian tanda berdasarkan penanda dan petandanya yang digolongkan dalam elemen audio.	Dalam elemen audio yang dianalisis adalah kata dan atau kalimat yang termasuk didalamnya adalah narasi dan dialog.
2	Pengkalsifikasian tanda berdasarkan penanda dan petandanya yang digolongkan dalam elemen visual.	Yang dianalisis adalah properti pendukung, penggunaan tempat, pakaian dan aksesoris.
3	Analisis pada tahap denotasi	Seluruh tanda yang diungkap sebelumnya (pada elemen audio dan visual) dimaknai menurut makna senotasinya yang berarti makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda yang bersifat langsung (gambaran sebuah petanda).
4	Analisis pada tahap konotasi	Seluruh tanda diungkapkan sebelumnya (pada elemen audio dan visual) dimaknai menurut makna konotasinya yaitu makna yang lebih melibatkan pengalaman subjektif yang berkaitan dengan konteks budaya lokal

		<p>masyarakat.</p> <p>Pada tahap ini, tanda bekerja melalui mitos (<i>myth</i>). Dimana mitos berfungsi sebagai pembatas segala tindak-tanduk manusia.</p>
--	--	--

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini memiliki sistematika pembahasan, yang dapat dipakai untuk memudahkan bagi peneliti untuk mengurutkan pembahasan yang hendak dikajinya, serta meberikan gambaran yang lebih jelas pada skripsi ini, adapun sistematika pembahasan ini terdiri dari lima bab, yaitu:

- BAB I : Pendahuluan, yang berfungsi sebagai pengontrol dalam memahami pembahasan pada bab-bab berikutnya. Pada bab ini terdiri dari Konteks Penelitian, Fokus Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Konsep, Kajian Penelitian Terdahulu, Kerangka Pikir, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.
- BAB II : Kajian Teoretis, adalah uraian tentang landasan teori yang bersumber dari kepustakaan. Pada bab ini terdiri dari Kajian Pustaka dan Kajian Teori.
- BAB III : Penyajian Data, berisi tentang deskripsi umum objek penelitian serta deskripsi hasil penelitian.
- BAB IV : Analisis Data, yakni menganalisis hasil temuan penelitian

serta konfirmasi temuan dengan teori.

BAB V : Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran.