

REPRESENTASI HEDONISME DALAM FILM CRAZY RICH ASIANS

(Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Hedonisme dalam Film Crazy Rich Asians)

Kimas Linggo Alam

41815261

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia

E-mail : kimaslinggo20@gmail.com

Abstract

This research was conducted with the intention of presenting the meaning of hedonism contained in the Crazy Rich Asians film, and analyzing what the meanings contained in the Crazy Rich Asians film relating to social classes namely the level of reality, level of representation, and the level of ideology in the codes of John Fiske.

This research is a qualitative study using semiotic analysis of John Fiske. The data analysis technique in this study was based on the theory put forward by John Fiske about "The Codes of Television". This technique shows how representation of hedonism in the Crazy Rich Asians film.

The object analyzed is the sequence contained in the Crazy Rich Asians film by dividing it into three sequences, namely sequence prologue, content ideological sequences and eipologists which present three levels, namely the level of reality, the level of representation and the level of ideology. The results of the study show that hedonism at the level of reality is seen from codes such as expressions, costumes, speech, and behavior. The level of representation describes hedonism as seen from technical codes such as dialogue, background and character. At the level of ideology, the ideology of hedonism is obtained, which is an ideology which assumes that material pleasures and pleasures are the main purpose of life, emphasizing physical pleasure such as happiness.

The conclusion of this study shows that hedonism was carried out by combining the codes in The Codes of Television John Fiske. The Crazy Rich Asians film illustrates the phenomenon of hedonism in today's life. where hedonism creates attraction by feeling happy and happy. The suggestions from researchers are expected to provide learning about to always fortify themselves from hedonism which only offers momentary pleasure.

Keywords : Semiotics, John Fiske, The Codes of Television, Hedonisme

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mempresentasikan makna hedonisme yang terdapat dalam film *Crazy Rich Asians*, dan menganalisis apa saja makna yang terdapat dalam film *Crazy Rich Asians* yang berkaitan dengan kelas sosial yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi yang berupa kode-kode John Fiske.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske. Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh John Fiske tentang "The Codes of Television". Teknik ini menunjukkan bagaimana representasi hedonisme dalam film *Crazy Rich Asians*.

Objek yang dianalisis merupakan sequence yang terdapat dalam film *Crazy Rich Asians* dengan membagi kedalam tiga sequence, yaitu sequence prolog, sequence ideological content dan eipolog yang mempresentasikan tiga level, yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Hasil penelitian menunjukkan hedonisme pada level realitas dilihat dari kode-kode seperti ekspresi, kostum, cara bicara, dan perilaku. Level representasi menggambarkan hedonisme dilihat dari kode-kode teknik seperti dialog, latar dan karakter. Pada level ideologi didapat ideologi hedonisme yang merupakan sebuah ideologi dimana memandang maka keceriaan dan keenakan materi ialah tujuan kunci hidup, menekankan pada kesenangan jasmani seperti kebahagiaan.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa hedonisme dilakukan beserta mempersatukan tanda pada The Codes of Television John Fiske. Film *Crazy Rich Asians* menggambarkan fenomena hedonisme dalam kehidupan saat ini. Dimana hedonisme menimbulkan kertertarikan oleh perasaan nikmat dan bahagia. Adapun saran dari peneliti diharapkan memberikan pembelajaran mengenai untuk selalu melindungi awak pada hedonisme yang cuma menyodorkan keenakan sekejap.

Kata kunci : Semiotika, John Fiske, The Codes of Television, Hedonisme.

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Crazy Rich Asians ialah film drama komedi romantis Amerika Serikat tahun 2018 yang disutradarai oleh Jhon M. Chu dan diproduksi oleh Nina Jacobson, Jonh Penotti. Film *Crazy Rich Asians* ini dibuat berdasarkan novel berjudul yang sama karya Kevin Kwan tahun 2013. seperti yang telah dijabarkan tersebut.

Film ini diperankan oleh Constance Wu atau bisa disebut Rachel Chu, doski profesor falkutas ekonomi di Univesitas New York, tengah makan di kafe bersama pacarnya, Henryy Goding alias bisa disebut juga Nick Young seorang anak konglomerat yang berkuliah di New York.

Pada film ini terdapat Hedonisme yang dimana pandangan hidup diwujudkan pada bentuk gaya

hidup dimana kenikmatan atau kebahagiaan menjadi tujuan utama untuk menjalani hidup.

Hal tersebut dapat dilihat dari sequence dimana ibu nya berbicara kepada anak nya bahwa anaknya akan bahagia jika mendapatkan pendamping hidup yang kelas nya setara dengan keluarga dia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Representasi Hedonisme pada film Crazy Rich Asians?

1.3 Maksud dan Tujuan

penelitian ini ialah untuk memahami dan analisis Hedonisme pada Film Crazy Rich Asians.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

2.1 Tinjauan tentang Hedonisme

Jadi hedonisme itu ialah ketika kamu mendapatkan bahagia,

nikmat, senang, lalu apa yang di butuhkan selalu di dapatkan dan kamu merasa bahagia, senang, nikmat itu hedonisme

2.2 Tinjauan tentang Semiotika

semiotik memfokuskan perhatiannya terutama pada teks. Dalam semiotika, penerima atau pembaca, dipandang memainkan peran lebih aktif dibandingkan dalam kebanyakan model proses lainnya.

Tanda itu sendiri.

2.3 Kerangka Pemikiran

Peneliti akan menganalisa sequence prolog, sequence ideological content, serta sequence epilog tersebut melalui kode-kode televisi John Fiske yang mengandung nilai hedonisme.

Dalam penelitian ini, memungkinkan ada beberapa kode yang tidak dianalisis, walaupun kode-kode

tersebut terdapat dalam sequence film. Kode-kode yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini memiliki arti bahwa kode-kode tersebut tidak termasuk kategori hedonisme.

3. Metode Penelitian

Pengkajian ini memakai metode pengkajian kualitatif yang mesti dilakukan serta benar-benar rinci dan deskriptif. Dengan rinci, peneliti dapat menganalisis gambaran secermat mungkin dan sementara dengan penulisan deskriptif, peneliti dapat melukiskan landasan dari rincian analisis dan deskripsi yang rinci. Yang kemudian inilah yang membuat peneliti bisa mengarahkan pembahasan interpretasi pada pembentukan argumen yang sudah tersusun kuat.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Objek Penelitian

Pengkajian ini dilakukan untuk memahami Bagaimana Semiotik Hedonisme pada film Crazy Rich Asians. pada penelitian ini objek yang diteliti adalah sequence pada film Crazy Rich Asians, penelitian ini fokus dengan adegan yang menggambarkan tentang Hedonisme pada film Crazy Rich Asians. Dengan menggambarkan tentang Hedonisme, ini meliputi sequence yang diteliti dalam film Crazy Rich Asians yang meliputi sequence prolog, ideological content, dan epilog.

4.2 Pembahasan Penelitian

Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa beberapa kode-kode sosial mengintepretasikan ideologi Hedonisme. Beberapa tentunya tidak memperlihatkan Hedonisme itu sendiri, namun ada beberapa kode seperti kode percakapan, lingkungan, perilaku,

ekspresi dan lain sebagainya. apa yang terjadi dalam film sebagai sesuatu yang nyata dan segala bentuk yang berupa tindakan, ideologi dan gambaran tentang Hedonisme dalam film dapat ditangkap dan dipahami oleh penonton.

Peneliti melihat bahwa penyatuan kode yang saling menyatu dalam mengirimkan makna dalam film *Crazy Rich Asians*.

Terlepas dari semua metode dan model analisis yang digunakan, peneliti melihat bahwa film *Crazy Rich Asians* memiliki sebuah pesan yang tersamarkan oleh kode-kode baik itu realitas, representasi dan ideologi. Namun kembali lagi kepada penafsiran penonton itu sendiri bagaimana penonton menangkap makna pesan yang tersamarkan melalui kode-kode yang diciptakan oleh sutradara dalam film ini.

Selain itu peneliti juga melihat bahwa Film seperti ini bisa memotivasi orang banyak dimana perjuangan cinta yang tidak mudah putus asa dan terus berjuang, terus punya motivasi kuat dalam mencapai keinginan, walaupun ada kode-kode hedonisme yang terdapat di dalam film tersebut. Tetapi ada dampak Hedonisme kepada masyarakat dimana menjadi individualisme, konsumtif, egois, sombong, cenderung pemalas, boros.

Berdasarkan uraian peneliti diatas, maka dapat disimpulkan bahwa film *Crazy Rich Asians* ada nuansa Hedonisme. Walaupun tidak semua sequence dan scene dalam film ini menampakkan nuansa hedonisme namun dari semua kode-kode yang terkandung dalam film ini mengacu kepada "The Codes of Television" milik John Fiske, pada akhirnya

semuanya akan saling berkaitan membentuk dan mengerucut menjadi sebuah representasi dari hedonisme itu sendiri, karena kode-kode dalam film seperti dikatakan John Fiske akan saling menunjang.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil pengkajian, lalu keputusan yang di dapat mengenai hedonisme dalam film *Crazy Rich Asians* yaitu Dapat dilihat maka film raih sebagai alat yang baik untuk mengirimkan sebuah pesan, yang dalam hal ini adalah pesan Hedonisme, karena sifatnya yang menghibur dan mencakup unsur visual maupun audio.

5.2 Saran

Peneliti berharap pada program studi agar dapat diadakan

mata kuliah khusus untuk membahas analisis semiotika dari sebuah film, videografi, fotografi, dan lain – lain yang merupakan media komunikasi. Serta dengan adanya mata kuliah yang mengkaji analisis semiotika, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa dalam mengungkap fenomena yang terkait dengan Ilmu Komunikasi.

Untuk masyarakat, film-film yang ditonton harus dapat dikontrol pemikirannya. Di dalam film apa saja pesan tersembunyi yang dapat mempengaruhi cara berpikir seseorang. Ambilah pesan positif yang ditayangkan oleh setiap film

Melakukan penelitian dengan desain semiotika hendaklah memahami semiotika itu sendiri, karena semiotika memiliki relasi yang luas.

