# ABSTRAK


**REPRESENTASI HEDONISME DALAM FILM *THE BLING RING***
(Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Hedonisme Dalam Film *The Bling Ring* Karya Sofia Coppola)

Oleh :
**Setya Agung Permana**
**NIM. 41811128**

***This research under the guidance,***
**Olih Solihin, S.Sos., M.I.Kom**

*The study is done with a view to represent meaning hedonism contained in the movie The Bling Ring, and analyze anything meaning contained in the movie The Bling Ring pertaining to social class the level of reality, the level of representation, and levels ideologies is kode-kode John Fiske.*

*The research is the qualitative study by using analysis of logician John Fiske. Technique data analysis to research was made based on the theory put forward by John Fiske about "The Codes of Television". This technique useful for shows how representation hedonism in movie The Bling Ring.The object analyzed is sequence that was found in movie The Bling Ring by dividing into three sequence, namely sequence prologue, ideological content and epilogues who presented three level, namely the level of reality, the level of representation and the level of ideology.*

*The results of the study showed hedonism at the level of reality seen from codes as expression, dress, speech, and behavior. The level of representation describe hedonism seen from codes such techniques dialogue, setting and character. At the level of ideology obtained ideology hedonism which is a ideology where think that pleasure and enjoyment matter is the main objective of life, has put pressure on pleasure physical as eating, drink, and other, and is more has put pressure on pleasure spiritual as free from fear, happy, and quiet inner.*

*Conclusions this research suggests that hedonism done by mixing code in The Codes of Television John Fiske. The movie The Bling Ring describes the phenomena hedonism in the current. Where hedonism caused by feeling of interest , and automatically leaning avoid bad a felling. As for advice of researchers is expected to give learning about to always fortify away from hedonism that just offer for a moment.*



***Keywords** : Semiotic, John Fiske, The Codes of Television, Hedonism*

## I. Latar Belakang Masalah

Pertengahan tahun 2013 lahir film yang mengisahkan tentang sekumpulan anak muda yang yang tergila-gila dengan fashion high class para selebriti Hollywood. Emma Watson berperan sebagai Nicki salah satu geng manja brats California yang merampok rumah-rumah selebritis kaya seperti benar-benar layak untuk mendapatkannya.

Film *The Bling Ring* sebenarnya merupakan film yang rilis pada 14 Juni 2013, film ini terinspirasi dari kisah nyata tentang sekelompok remaja yang berhasil merampok selebritis-selebritis papan atas. Kelompok yang dikenal dengan sebutan "Hollywood Hills Burglar Bunch" itu, diketahui telah berhasil mencuri barang-barang berharga milik selebriti papan atas Hollywood seperti Paris Hilton, Rachel Bilson, Megan Fox dan Lindsay Lohan pada bulan Oktober 2008 hingga Agustus 2009.

Dalam film ini digambarkan sekelompok anak muda bernama Rebecca, Nicki, Marc, Chloe, dan Sam yang tergila-gila dengan fashion high class para selebriti Hollywood. Meskipun mereka bukan orang yang tergolong dari tingkat ekonomi rendah, mereka mencuri berbagai barang dan uang yang ada di rumah para selebriti Hollywood tersebut untuk memenuhi kebutuhannya akan kenikmatan memiliki dan menggunakan barang mewah. Film ini sangat terlihat sisi hedonisme, dimana sekelompok anak muda ini mencari kenikmatan dan kesenangan dengan barang-barang yang telah dicuri tersebut mereka kenakan, lalu berfoto dengan barang-barang tersebut dan kemudian diunggah ke *facebook* untuk menaikkan status sosial mereka di hadapan teman-temannya. Mereka tidak memikirkan apa yang mereka lakukan itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak, yang terpenting kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup mereka. Hingga akhirnya barang-barang hasil curian itu dijual dan uangnya mereka gunakan lagi untuk berbelanja.Mereka menggunakan media sosial untuk melacak alamat para selebriti dan mengetahui informasi terkini mengenai keberadaan selebriti yang menjadi incaran. Selain obsesi mereka yang sangat

besar terhadap barang-barang mewah, gaya hidup mereka pun tergolong dalam gaya hidup bebas dan sangat urakan.

Hedonisme di kalangan remaja telah berkembang pesat mengikuti perkembangan jaman pola pikir yang hanya mementingkan kesenangan saja membuat para remaja terbuai dalam sebuah kehidupan yang kadang tidak realistis. Yang penting senang, senang dan senang. Tak mau bersakit-sekit dulu,inginya senang-senang selalu, itulah moto yang banyak dipakai para remaja untuk menikmati hidup ini. Peneliti memiliki keresahan bahwa film ini yang diliris pertengahan Juni, dapat berdampak sangat buruk terhadap remaja khususnya negara – negara berkembang, akan berdampak terobesinya seseorang setelah melihat film ini dengan sikap hidup yang cenderung selalu tertarik oleh perasaan nikmat, sekaligus secara otomatis condong menghindari perasaan-perasaan tidak enak. Manusia berusaha keras untuk mencapai tujuannya. Keberhasilan mencapai tujuan inilah yang kemudian membuatnya nikmat atau puasa mereka beranggapan hidup ini hanya sekali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup senikmat-nikmatnya, di dalam lingkungan penganut paham ini, hidup dijalani dengan sebebas-bebasnya demi memenuhi hawa nafsu yang tanpa batas.

Fenomena hedonisme ini, terutama hanya untuk mendapatkan kesenangan. Hedonisme, begitulah penyakit atau virus biasa dinamakan. Sangat terlihat penyebaran cepat bagi kalangan masyarat, terutama di Negara – Negara berkembang. Bisa dikatakan hedonisme merupakan kesenangan materi semata. Mereka ingin memenuhi kelakuannya untuk mendapatkan kenikmatan. Apapun akan mereka lakukan untuk mengejar kenikmatan tersebut tanpa adanya rasa putus asa.

Hedonisme memandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Menekankan kepada kesenangan badani atau jasad seperti makan, minum, dan lainnya, selain itu lebih menekankan kepada kesenangan rohani seperti bebas dari rasa takut, bahagia, tenang batin dan lain-lain. Kesenangan dan kepuasan, merupakan tujuan utama hidup, entah itu menyenangkan bagi orang lain atau

tidak mereka menghalalkan cara untuk mendapatkan kesengan itu. Karena mereka beranggapan hidup ini hanya sekali, Sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup senikmat – nikmatnya hidup dijalani dengan sebebas-bebasnya demi memenuhi hawa nafsu yang tanpa batas. Saat orang sudah terbiasa dengan gaya hidupnya yang mewah sulit untuk orang mengubah hidupnya menjadi sederhana. Secara singkatnya dan jelasnya, mengejar kesenangan untuk menghindari kesengsaraan dan menikmati kebahagian sebanyaaknya. Itu merupakan salah satu contoh kecil dari sisi hedonisme.

Hedonisme wujud dari perilaku untuk mencoba suatu hal yang baru. Hedonisme sebagai fenomena sudah tercermin dari perilaku mereka sehari-hari. Manusia sangat antusias terhadap adanya hal yang baru. Gaya hidup hedonisme sangat menarik bagi mereka, dimana prilaku pada manusia hanya menginginkan kesenangan. Perilaku tersebut lama kelamaan mengakar dalam kehidupan masyarakat yang pada akhirnya menjadi seperti sebuah budaya bagi mereka tingkat pengetahuan dan pendidikan juga sangat berpengaruh pada pembentukan sikap dan mental.Sekarang ini perkembangan jaman dan juga perkembangan teknologi yang semakin berkembang itu sangat mempengaruhi untuk mendorong masyarakat untuk melakukan hedonisme, dimana mengutamakan kesenangan, kepuasan, juga rasa ingin tahu atau mencoba hal-hal yang baru yang membuat hati senang dan tidak peduli akan lingkungan disekitar, baik itu yang dilakukan positif maupun negatif. Hedonisme sebagai fenomena dan gaya hidup sudah tercermin dari perilaku mereka sehari-hari. Mayoritas remaja berlomba dan bermimpi untuk bisa hidup hedonisme.

Hedonisme dikembangkan oleh dua orang filsuf Yunani, Epicurus (341- 270 SM) dan Aristippus of Cyrine (435-366 SM).Mereka berdualah yang dikenal sebagai perintis paham Hedonisme. Sebenarnya, dua filosof ini menganut aliran yang berbeda. Bila Aristippus lebih menekankan kepada kesenangan badani atau jasad seperti makan, minum, seksualitas, maka Epicurus lebih menekankan kepada kesenangan rohani seperti bebas dari rasa takut, bahagia, tenang batin, dan lain sebagainya. Namun, kedua-duanya

berpendapat sama yaitu kesenangan yang diraih adalah kesenangan yang bersifat privat atau pribadi.

Film merupakan salah satu produk media yang mampu memberikan dampak tertentu bagi penontonnya. Film merupakan salah satu media massa yang digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas, atau bahkan membentuk realitas. Melalui film kita akan banyak belajar tentang budaya, salah satunya adalah budaya hedonisme. Selain dalam film, sekarang ini cerminan budaya hedonisme banyak ditampilkan diberbagai media lain seperti majalahatau iklan. Budaya hedonisme adalah sebuah paham yang dijadikan sebagai gaya hidup yang menganggap barang mewah sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan, dan pemuasan diri sendiri. Berbeda konsumerisme, sebagai cara dan gaya hidup yang diadopsi dari budaya hedonisme, terarah kepada dan dilandasi oleh matrealisme yang selalu berjalan bersamaan. Dalam wacana filsafat moral (etika), pola hidup konsumeristik ini sering disebut dengan hedonisme.

Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, dan kemudian memproyeksikannya ke atas layar lebar. Begitu juga dengan masalah hedonisme yang menarik untuk diangkat menjadi sebuah representasi dalam film yang menyuguhkan cerita tentang kehidupan mewah, foya-foya, obsesi, yang terkadang budaya konsumerisme tersebut kerap menyebabkan perilaku menyimpang bahkan bisa sampai ke tingkat kriminalitas.

Sebagai bentuk dari komunikasi massa, film telah dipakai untuk berbagai tujuan. Namun pada intinya sebagai bagian dari komunikasi massa, film bermanfaat untuk menyiarkan informasi, mendidik, menghibur dan memengaruhi (Effendy, 1986 : 95).

Film mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi *audience*, hal ini pula yang membuat peneliti tertarik un tuk menjadikan film sebagai objek yang di teliti. Peneliti menggunakan teori, yaitu *The Codes of Televisison* dari John Fiske yang menjadi dasar dalam penelitian mendalam tentang objek yang berupa film.

*The Codes of Televisison* dari John Fiske sering digunakan pada penelitian untuk menganalisis teks berbentuk gambar gerak atau *moving picture.*Teori ini menyatakan bahwa peristiwa yang dinyatakan dalam sebuah gambargerak memiliki kode – kode sosial sebagai *level* pertama adalah *reality* (realitas), *level* kedua adalah *representation* (representasi) dan *level* ketiga adalah *ideology* (ideology).

## II. Rumusan Masalah

Dari uraian-uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dalam latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut

### 2.1 Pertanyaan Makro

"**Bagaimana Representasi Hedonisme dalam Film *The Bling Ring*?".**

### 2.2 Pertayaan Mikro

1. Bagaimana*Level* realitas hedonisme dalam film *The Bling Ring*?
2. Bagaimana *Level representasi* hedonisme dalam film *The Bling Ring*?
3. Bagaimana *Level* ideologi hedonisme dalam film *The Bling Ring*?

## III. Maksud dan Tujuan Penelitian

### 3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana representasi hedonisme dalam film *The Bling Ring*

### 3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penetian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *Leve l*realitas hedonisme dalam film *The Bling Ring.*
2. Untuk mengetahui *Level* representasi hedonisme meliputi dalam film *The Bling Ring.*
3. Untuk mengetahui *Level*ideologihedonisme dalam film *The Bling Ring.*

## IV. Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui representasi hedonisme dalam film *The Bling Ring*. Untuk memperoleh kedalaman makna dan tanda dari beberapa *sequence* dalam film *The Bling Ring* yang berkaitan dengan representasi hedonisme, peneliti mengunakan beberapa kode sosial dalam *The Codes of Television*. Adapun objek dalam penelitian ini adalah *sequence* dalam film *The Bling Ring*, dengan fokus penelitian yaitu adegan yang menggambarkan tentang hedonisme dalam film *The Bling Ring*. Kategori adegan yang menggambarkan tentang hedonisme ini meliputi *sequence* yang didapat dari hasil pemotongan sequence yang terdapat dalam film *The Bling Ring*.

Fokus penelitiannya yaitu adegan yang menggambarkan hedonisme dalam film *The Bling Ring*. Kategori adegan yang menggambarkan tentang hedonisme ini meliputi beberapa *sequence* yang diteliti meliputi *sequence* prolog, *ideological content* dan epilog. Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana makna Realitas, Representasi, dan Ideologi hedonisme dalam film *The Bling Ring*, berdasar kepada desain yang peneliti gunakan yaitu teori *"The Codes of Television"* dari John Fiske.

## V. Hasil Penelitian

Pada tahap ini *sequence* prolog akan di analisis dengan menggunakan ketiga *level*, yaitu *Level* Realitas, *Level* Representasi, dan *Level* Ideologi, berdasar kepada desain yang peneliti gunakan yaitu teori *"The Codes of Television"* dari John Fiske. *Sequence* prolog adalah *sequence* pembuka yang dibagi menjadi dua bagian yaitu *preparation* dan *complication*. *Preparation* adalah tahap pembentukan cerita, pengenalan tokoh dan situasi awal dalam cerita. Sedangkan *complication* adalah tahap yang menunjukkan permasalahan atau kesulitan yang dihadapi oleh tokoh.

## VI. Pembahasan

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa beberapa kode-kode sosial mengintepretasikan ideologi hedonisme. Hedonisme adalah paham sebuah aliran filsafat dari Yunani. Asumsi awal dari faham ini adalah manusia selalu mengejar kesenangan hidupnya, baik jasmani atau rohani. Pencetus faham ini Aristipos dan Epikuros. Menekankan kepada kesenangan badani atau jasad seperti makan, minum, dan lainnya, selain itu lebih menekankan kepada kesenangan rohani seperti bebas dari rasa takut, bahagia, tenang batin dan lain-lain. Tujuan paham aliran ini, untuk mengindari kesengsaraan dan menikmati kebahagiaan sebanyak mungkin dalam kehidupan di dunia. Beberapa tentunya tidak menerjemahkan hedonisme itu sendiri, namun ada beberapa kode penunjang seperti kode percakapan, penampilan, perilaku, tempat dan lain sebagainya. Kode-kode tersebut berfungsi sebagai alat kesatuan yang menyatukan keselarasan satu kode dan kode lainnya dalam film tersebut, sehingga penonton dapat melihat peristiwa 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.

Peneliti melihat bahwa perpaduan kode-kode yang saling melengkapi dalam menyampaikan makna dalam film *The Bling Ring*. Selain itu peneliti juga melihat bahwa film *The Bling Ring* ini sesuai dengan *The Codes of Television* milik John Fiske yang mana menurutnya realitas dapat dikodekan, atau lebih tepatnya satu – satunya cara penonton dapat melihat dan menganggap film sebagai suatu realitas ketika kode-kode dalam film tersebut sesuai dengan budaya yang berlaku.

### 6.1 Pembahasan *level* realitas, representasi, dan ideologi

Berdasarkan uraian peneliti diatas, maka dapat disimpulkan bahwa film *The Bling Ring* sangat kental dengan nuansa hedonisme. Walaupun tidak semua 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. Walaupun kode-kode tersebut sebagai penunjang, namun keberadaan kode-kode tersebut tidak dapat dihilangkan keberadaannya, karena kode-kode penunjang berfungsi sebagai alat kesatuan yang menyatukan keselarasan satu kode dan kode lainnya dalam film tersebut, sehingga penonton dapat melihat peristiwa yang terjadi dalam film sebagai sesuatu yang nyata dan representasi hedonism dalam film dapat ditangkap dan dipahami.

Dari perpaduan kode-kode tersebut yang saling melengkapi makna dari film *The Bling Ring,* maka peneliti menganggap bahwa film *The Bling Ring* sangat relevan jika dibedah menggunakan *"The Codes of Television"* milik John Fiske, yang mana John Fiske menyebutkan bahwa "realitas" dapat dikodekan atau lebih tepatnya satu-satunya cara penonton dapat melihat dan menganggap film sebagai suatu realitas ketika kode-kode dalam film tersebut sesuai dengan budaya yang berlaku. Pada film *The Bling Ring* yang diangkat dari kejadian asli tersebut penonton dapat menerjemahkan dengan mudah kode-kode telah dipaparkan dengan sedemikian rupa sebagai sebuah realitas dan makna dengan baik.

Film *The Bling Ring* sendiri diadaptasi dari kisah nyata Film *The Bling Ring* sebenarnya merupakan film yang rilis pada 14 Juni 2013, film ini terinspirasi dari kisah nyata tentang sekelompok remaja yang berhasil merampok selebritis-selebritis papan atas. Kelompok yang dikenal dengan sebutan "Hollywood Hills Burglar Bunch" itu, diketahui telah berhasil mencuri barang-barang berharga milik selebriti papan atas Hollywood seperti Paris Hilton, Rachel Bilson, Megan Fox dan Lindsay Lohan pada bulan Oktober 2008 hingga Agustus 2009.

Dalam film ini digambarkan sekelompok anak muda bernama Rebecca, Nicki, Marc, Chloe, dan Sam yang tergila-gila dengan fashion high class para selebriti Hollywood. Meskipun mereka bukan orang yang

tergolong dari tingkat ekonomi rendah, mereka mencuri berbagai barang dan uang yang ada di rumah para selebriti Hollywood tersebut untuk memenuhi kebutuhannya akan kenikmatan memiliki dan menggunakan barang mewah. Film ini sangat terlihat sisi hedonisme, dimana sekelompok anak muda ini mecari kenikmatan dan kesenangan dengan barang-barang yang telah dicuri tersebut mereka kenakan, lalu berfoto dengan barang-barang tersebut dan kemudian di unggah ke facebook untuk menaikkan status sosial mereka di hadapan teman-temannya. Mereka tidak memikirkan apa yang mereka lakukan itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak, yang terpenting kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup mereka. Hingga akhirnya barang-barang hasil curian itu dijual dan uangnya mereka gunakan lagi untuk berbelanja, selain itu mereka menggunakan uang tersebut untuk mengejar kesengan tanpa berpikir itu hal yang positif ataupun negatif. Mereka menggunakan media sosial untuk melacak alamat para selebriti dan mengetahui informasi terkini mengenai keberadaan selebriti yang menjadi incaran.

Media film muncul sebagai media komunikasi massa yang menyampaikan pesan rekonsiliasi kepada masyarakat melalui cara yang lebih santai. Effendy (2003) menjelaskan komunikasi massa sebagai "komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan digedung-gedung bioskop". Film juga merupakan medium komunikasi massa yang ampuh sekali, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan. Dapat dilihat bahwa film dapat menjadi media yang baik untuk menyampaikan sebuah pesan, yang dalam hal ini adalah hedonisme dalam bentuk mengejar kebahagian yang di cari tanpa mementingkan keadaan di sekitar. Karena sifatnya yang menghibur dan mencakup unsur visual maupun audio. Effendy (2003) juga menyebutkan bahwa film dapat mempengaruhi jiwa manusia tidak hanya ketika menonton saja, tetapi setelah menonton dan dapat bertahan dalam jangka waktu lama. Hal ini dikarenakan menonton film memungkinkan seseorang dapat

memahami atau merasakan apa yang dipikirkan atau dialami pemain dalam menjalankan peranannya.

Secara keseluruhan *level* realitas dalam film *The Bling Ring* berusaha digambarkan secara eksplisit sesuai dengan cerita aslinya.

Jika dilihat dari uraian peneliti diatas, tidak semua kode-kode mengintepretasikan hedonisme namun beberapa kode yang tidak mengintepretasikan hedonisme tersebut dapat menunjang kode-kode yang dapat mengintepretasikan hedonisme itu sendiri.

Setelah melakukan analisis, sesuai dengan judul dari penelitian ini maka tidak dapat dipungkiri bahwa analisis *level* representasi adalah salah satu poin penting yang harus diperhatikan. Diantaranya kode-kode sosial yang telah dijelaskan oleh John Fiske dalam bukunya *The Codes of Television* khususnya dalam menganalisis poin-poin penting dalam *level* representasi. Adalah teknik pengambilan gambar, *editing*, pencahayaan, dan suara.

### 6.2 *Level* Realitas

Secara keseluruhan level realitas dalam film *The Bling Ring* berusaha digambarkan secara eksplisit sesuai dengan cerita aslinya. Walaupun tidak mungkin sama persis dengan cerita asli, namun peneliti menilai usaha Sofia Coppola dalam menggambarkan seni transformasi kode-kode sosial sangat baik.

Rebecca yang diperankan oleh Katie Chang dilihat keseluruhan tampilan fisik meliputi aspek gaya personal mampu menjadi pemeran utama. dapat dilihat bahwa bagaimana awal cerita dimulai sekaligus menjawab siapakah tokoh utamanya? Dilihat dari segi *Expression* (Ekspresi) Pengenalan tokoh Rebecca selaku tokoh utama, di sini terlihat sisi hedonisme lebih menekankan kepada kesenangan rohani bebas dari rasa takut seperti di awal digambarkan dengan ekspresi wajah yang senang walaupun sebenarnya ia akan melakukan tindakan yang tidak terpuji, yaitu melakukan pencurian bersama kelompoknya.

Sedangkan ekspresi anggota kelompoknya atau teman – temannya dengan wajah yang ketakutan karena mereka tahu bahwa tindakan pencurian mereka takut diketahui. Namun setelah mereka melihat isi barang – barang di dalam rumah yang begitu mewah kaya akan perhiasan dan merek – merek ternama, mereka berubah menjadi bahagia karena kesenangan dan kenikmatan yang mereka cari terbayarkan. Jika dilihat dari uraian peneliti diatas, tidak semua kode-kode mengintepretasikan hedonisme namun beberapa kode yang tidak mengintepretasikan hedonisme tersebut dapat menunjang kode-kode yang dapat mengintepretasikan hedonisme itu sendiri.

### 6.3 *Level* Representasi

Setelah melakukan analisis, sesuai dengan judul dari penelitian ini maka tidak dapat dipungkiri bahwa analisis *level* representasi adalah salah satu poin penting yang harus diperhatikan. Diantaranya kode-kode sosial yang telah dijelaskan oleh John Fiske dalam bukunya *The Codes of Television* khususnya dalam menganalisis poin-poin penting dalam *level* representasi. Adalah teknik pengambilan gambar, *editing*, pencahayaan, dan suara.

Kode-kode representasional tersebut, kemudian ditransmisikan dan direpresentasikan melalui kode-kode konvensional, kode-kode tersebut terdiri dari karakter, konflik, aksi, *setting*, dialog, dan narasi.

*Setting* yang ditampilkan dalam tiap *sequence* baik prolog, *ideological content*, maupun epilog berhasil menggiring opini penonton bahwa memang latar atau *setting* yang di tampilkan pada film *The Bling Ring* mengkuatkan sisi hedonisme. Dalam *sequence* ini muncul setting atau tempat di Klub malam yang sering didatangi oleh artis – artis Hollywood yaitu seperti, Paris Hilton dan Kirsten Dunst. Kesenangan yang di tampilkan dalam Level Representasi ditekankan pada akhirnya Rebecca dan Nicki bisa memasuki klub malam yang mereka inginkan, kesenangan maksimal bagi semua, bagi banyak orang yaitu teman – teman mereka turut hadir seperti Nicki, Sam, Chloe, Emily yang turut hadir. Mereka berdansa bersama-sama, waktunya semalam suntuk, tidak boleh ada seorang pun yang absen, ataupun

kesenangan-kesenangan lainnya yang dapat dinikmati bersama oleh semua orang.

Dari sisi dialog atau percakapan disini terlihat sisi hedonisme dimana ekspresi Marc saat berdialog dengan Rebecca dengan raut wajah senang ingin mempunyai gaya hidup tersendiri walaupun itu hanya impian, menggambarkan sisi hedonisme lebih menekankan kepada kesenangan rohani seperti rasa bahagia, yang merasakan kesenangan itu adalah jiwa seorang Marc.

### 6.4 *Level* Ideologi

Pandangan tentang kesenangan, paham ini adalah manusia selalu mengejar kesenangan hidupnya, baik jasmani atau rohani. Hedonisme merupakan ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan merupakan tujuan hidup dan tindakan manusia. Menekankan kepada kesenangan badani atau jasad seperti makan, minum, dan lainnya, selain itu lebih menekankan kepada kesenangan rohani seperti bebas dari rasa takut, bahagia, tenang batin dan lain-lain. Tujuan paham aliran ini, untuk mengindari kesengsaraan dan menikmati kebahagiaan sebanyak mungkin Dengan begitu hasil analisis untuk *level* ideologi ini sangatlah bergantung kepada apa yang makna yang didapat dari banyaknya kode-kode sosial yang ditampilkan.

Dapat dilihat dari *sequence* prolog, bahwa didalamnya terkandung ideologi hedonisme yang diperlihatkan oleh dialog dan perilaku Rebecca kepolisian dan Mark, terlihat sisi hedonisme dimana ekspresi Marc saat berdialog dengan Rebecca dengan raut wajah senang ingin mempunyai gaya hidup tersendiri walaupun itu hanya impian, menggambarkan sisi hedonisme lebih menekankan kepada kesenangan rohani seperti rasa bahagia, yang merasakan kesenangan itu adalah jiwa seorang Marc. Maka dapat digolongkan bahwa dalam *sequence* prolog ini terdapat beberapa ideologi yaitu Hedonisme. Sangat menonjolkan sikap mereka memandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan

utama hidup. Hedonisme lebih menekankan kepada kesenangan rohani bebas dari rasa takut seperti di awal digambarkan dengan ekspresi wajah yang senang walaupun sebenarnya ia akan melakukan tindakan yang tidak terpuji, yaitu melakukan pencurian bersama kelompoknya. Menggambarkan sisi hedonisme lebih menekankan kepada kesenangan rohani seperti rasa bahagia.

## VII. Kesimpulan

Setelah menganalisis setiap kategori *sequence* dalam film *The Bling Ring,* peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa usaha untuk menggambarkan hedonisme dilakukan dengan memadukan kode – kode dalam *level* realitas, *level* representasi dan menggabungkan keduanya sehingga muncul dalam *level* ideologi seperti yang terdapat dalam *The Codes of Television* John Fiske. Pemilihan kode – kode dilakukan sedemikian rupa sehingga film dapat ditangkap sebagai peristiwa yang nyata dan merepresentasikan hedonisme kepada penonton.

Dari *sequence* prolog, *ideological content* dan epilog, maka hedonisme pada l*evel* realitas, *level* representasi dan *level* ideologi yang terdapat pada ketiga *sequence* tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pada *level* realitas, hedonisme terlihat dari kode – kode seperti aspek di dalam kode-kode sosial yaitu penampilan, kostum, perilaku, cara berbicara, gerakan, dan ekspresi dari beberapa sequence dapat terlihat dari segi Expression (Ekspresi) Pengenalan tokoh Rebecca selaku tokoh utama, di sini terlihat sisi hedonisme lebih menekankan kepada kesenangan rohani bebas dari rasa takut seperti di awal digambarkan dengan ekspresi wajah yang senang walaupun sebenarnya ia akan melakukan tindakan yang tidak terpuji, yaitu melakukan pencurian bersama kelompoknya.
2. Pada *level* representasi, representasi hedonisme diperlihatkan dengan kode - kode teknik seperti *setting*, karakter, dan dialog. Pada beberapa adegan dialog dalam film *The Bling Ring* Setting yang

ditampilkan dalam tiap sequence baik prolog, ideological content, maupun epilog berhasil menggiring opini penonton bahwa memang dialog yang di tampilkan pada film The Bling Ring mengkuatkan sisi hedonisme. Disini terlihat sisi hedonisme dimana ekspresi Marc saat berdialog dengan Rebecca dengan raut wajah senang ingin mempunyai gaya hidup tersendiri walaupun itu hanya impian, menggambarkan sisi hedonisme lebih menekankan kepada kesenangan rohani seperti rasa bahagia, yang merasakan kesenangan itu adalah jiwa seorang Marc.

3. Pada level ideologi, menghasilkan ideologi hedonisme yang direpresentasikan melalui pandangan tentang kesenangan. Maka hasil kesenangan itu dinilai dengan sebutan: memuaskan mengasikkan bagi diri Nikki, Marc dan Rebecca. Penilaian ini diberikan oleh rasa, emosi, dan getaran jiwa. Ataupun kesenangan-kesenangan lainnya yang dapat dinikmati bersama oleh semua orang. Dengan begitu dapat digolongkan bahwa dalam *sequence* tersebut terkandung ideologi hedonisme. Dalam ideologi hedonisme adalah kebendaan dengan ukuran fisik harta, atau apa saja yang tampak, yang dapat dinilai dengan uang. Jadi disini orang yang sudah senang karena harta bendanya yang banyak, sudah sama artinya dengan orang yang bahagia atau dengan kata lain bahagia merupakan kesenangan.Secara keseluruhan *level* ideologi yang terjadi pada *sequence* Ideological Content dalam film *The Bling Ring* terlihat beberapa kode-kode sosial mengintepretasikan ideologi hedonisme.

## VIII. Saran

1. Analisis semiotik merupakan sebuah analisis yang tepat untuk meneliti sebuah komunikasi yang banyak dibangun oleh tanda – tanda, dalam hal ini misalnya komunikasi massa yang berbentuk film. Dalam melakukan penelitian menggunakan desain semiotika hendaklah memahami semiotika itu sendiri secara holistik, ilmu – ilmu mengenai semiotika

John Fiske agar lebih jelas memahami kode – kode yang terdapat dalam level realitas, level representasi dan level ideologi. Dan lebih memilah – milah lagi film yang akan ditelitinya, karena tidak semua kode – kode menunjukan makna apa yang kita cari. Maka dari itu semiotika merupakan studi yang menarik untuk terus dipelajari dan dipahami dan terbentuk akan kegunaan dari semiotika itu sendiri yang bukan hanya merupakan berakhir pada sebuah teori belaka.

2. Untuk membentengi diri dari hedonisme yang hanya menawarkan kenikmatan sesaat, harus dimulai dari diri sendiri dan juga dukungan orang lain. Tanamkan nilai moral yang nantinya berguna bagi mereka. Misal tanamkan sikap hidup hemat, arahkan pada pergaulan yang baik, dan didik untuk menjadi mandiri. Sedangkan bagi para remaja, berpikirlah dulu sebelum bertindak jangan hanya mengejar kesenangan saja. Masa depan masih panjang, masih banyak hal yang berguna yang dapat mereka lakukan tanpa harus hura-hura dan foya-foya. ,jika kita hanya mengejar nikmat saja,kita tidak akan memperoleh nilai dan pengalaman yang paling mendalam

## IX. Daftar Pustaka


Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Bungin, Burhan. 2003. *Analisa Data Dalam Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi.* Jakarta : Raja Grafindo Persada.

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

Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Fiske, John. 1993. Television Culture. E-book : British Library Cataloguing in Publication Data

Fiske, John. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi: teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosadakarya.

Eriyanto. 2006. *Analisis Wacana,Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.

Indiwan, Seto. 2011. *Semiotika Komunikasi*.Jakarta : Mitra Wacana Media.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin. 2011. *Psikologi Komunikas*i. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Russell, B. (2004). *Sejarah Filsafat Barat*. Yogyakarta: Pustaka Belajar

Sobur, Alex. 2013. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

_____.2012. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sumarno. 1996. *Dasar – Dasar Apresiasi Film.* Jakarta: PT. gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo)

Sunarjo, Djoenasih S. 1991. *Pengantar Ilmu Komunikasi Jilid I.* Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi.* Bogor: Ghalia Indonesia

***Acces Internet :***

*https://www.lionsgate.com*

*http://www.imdb.com/title/tt2132285/fullcredits/*

*http://atlanticmovie.co.id/the-bling-ring/*