REPRESENTASI HEDONISME DALAM FILM *CONFESSIONS OF A SHOPAHOLIC*(Analisis Semiotika Roland Barthes Mengenai Representasi Hedonisme Dalam Film *Confessions Of A Shopaholic* Karya P.J Hogan)

Oleh:
EVAN ABDILLAH

ABSTRACT

This research was meant to find out the Representation of Hedonism in a film Confessions Of A Shopaholic. To outlines, then the focus of the problem researchers are divided into several sub-sub denotative micro problems, the meaning of connotative manner, and myths / ideology in Confessions Of A Shopaholic movie.

Used in this research qualitative approach with a method of analysis of the Roland Barthes to know denotative, to know connotative manner, and myths / ideology hidden in the movie.The technique of collecting data done with the study documentation, the literatur.

Research showed that movie Confessions Of A Shopaholic film containing a Hedonism Representation. This research to show a Denotatif by Hedonism sign like a colour, backsound, dialog, and place. at Konotatif to Representation Hedonism characteristic with imitation effect, attitude, object and fotogenia. And mitos come by denotatif and konotatif result and based on experience and work.

The conclusions by research show that Confessions Of A Shopaholic film with Hedonism contain, where Hedonism to break human physical or not physical and harm others

Researchers give advice to the filmmaker so it can make a movie with raised reality that exists in society into a movie with a display that is interesting, and the movie should containing value that can be properly understood by the public at large.

Keyword: Semiotic, Hedonism, movie

1.1. Latar Belakang Masalah

Film *Confession Of A Shopaholic* adalah tentang seorang wanita yang tergila – gila akan belanja. Seluruh hidupnya tercurahkan hanya untuk fashion dan mode. Dia bekerja sebagai jurnalis di majalah gardening today, namun dia sama sekali tidak memiliki passion pada pekerjaannya. Obsesinya adalah bekerja di sebuah majalah fashion ternama. Dunia dimana bisa benar-benar bisa menikmati apapun yang dia

lakukan. Dia memiliki seorang sahabat yang selalu setia dan mendukungnya, serta orang tua yang memiliki kepribadian berlawanan dengannya. Orang tua gadis ini adalah orang yang giat menabung dan berinvestasi (dalam film ini orang tua si gadis diceritakan harus menabung sekian lama hanya untuk membeli sebuah van bekas yang menjadi idaman ayahnya sejak bertemu dengan ibu si gadis). Banyak konflik yang diceritakan sejak awal film ini, mulai dari rasa dendam si gadis yang pada masa lalu tak pernah mendapatkan penghidupan yang layak (terutama dalam hal berpakaian), pelampiasan rasa dendamnya begitu ia beranjak dewasa dengan menjadi seorang *shopaholic*, tagihan kartu kredit yang seakan tak mungkin terbayarkan, debt collector yang selalu mengejar-ngejar, karir yang tidak sesuai dengan keinginan, dan tentu saja, kebiasaan belanjanya yang tak terkontrol. Ini adalah konflik utama yang menjadi latar belakang cerita film *confession of a shopaholic*.

Obsesi gadis ini untuk bekerja di majalah fashion sangat besar sehingga dia tetap bertekad untuk melamar pekerjaan di majalah ini. Saat dia mendapat kabar bahwa akan ada sebuah wawancara untuk mencari pegawai baru tersebut, si gadis memutuskan untuk berhenti dari pekerjaan lamanya dan bergegas menghadiri wawancara tersebut. Saat dalam perjalanan menuju wawancara dia melewati toko pakaian dan saat melihat sebuah selendang hijau, yang dipajang di etalase, hasrat belanjanya muncul dan tiba-tiba ia mengalami krisis percaya diri tentang busana apa yang akan ia kenakan untuk wawancara. Ia pun memutuskan untuk membeli selendang tersebut.

Namun pada akhirnya ia tidak mampu membeli karena saldo kartu kreditnya tidak cukup. Ia pun mencari uang tambahan dengan menukarkan cek, dan dalam pencarian itu secara tidak sengaja bertemu dengan laki-laki yang bekerja di sebuah majalah finansial. Dia memberikan $20 yang dibutuhkan oleh gadis ini. Laki-laki inilah

yang nantinya menjadi objek perhatian kedua dalam cerita. Saat tiba di tempat wawancara, gadis ini baru menyadari bahwa telah terjadi kesalahan. Wawancara yang dimaksudkan adalah wawancara untuk calon pegawai baru Succesful Saving, sebuah majalah keuangan. Dari sini konflik pendukung muncul. Gadis ini diterima sebagai pegawai baru dan ia terjebak dalam pekerjaan yang benar-benar berlawanan dengan jiwa shopaholicnya. Ia adalah seorang gila belanja yang gemar menghabiskan uang untuk fashion dan sekarang ia bekerja di sebuah majalah finansial yang banyak mengkritik pengguanaan kartu kredit. Ia harus menulis artikel yang membuka mata masyarakat bahwa kartu kredit adalah sebuah jebakan yang menjerumuskan. Dia harus memberikan saran finansial bagi orang lain sementara dia sendiri terjebak dalam lilitan utang karena penggunaan kartu kredit yang berlebihan. Namun ia tak memiliki pilihan lain karena majalah Gardening Today tempat ia bekerja telah bangkrut dan ia masih memiliki tagihan yang tak mungkin terbayarkan jika ia tidak bekerja. Film ini juga diwarnai kisah cinta si gadis dengan atasannya yang cukup rumit karena pribadi yang jauh berbeda antara keduanya.

Si gadis seorang *shopaholic* yang gemar menghabiskan uang dan laki-laki *workaholic* yang orientasi hidupnya adalah untuk karir dan pekerjaan. Cinta muncul diantara keduanya karena kesamaan dendam masa lalu. Si laki-laki yang dendam pada orang tuanya yang kaya dan terlalu sibuk, yang akhirnya bercerai sehingga ia merasa diabaikan, serta si gadis yang dendam karena latar belakang ekonomi orang tua nya yang buruk sehingga ia tidak bisa tumbuh seperti layaknya gadis lain yang identik dengan dunia fashion.

Di dalam film ini sudah sangat jelas terlihat, bagaimana sang tokoh mengasumsi Hedonisme yang dimana Hedonisme itu adalah pandangan hidup yang menganggap

bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan. Hedonisme merupakan ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan merupakan tujuan hidup dan tindakan manusia. Hedonisme ingin menjawab pertanyaan filsafat "apa yang menjadi hal terbaik bagi manusia?" Hal ini diawali dengan Sokrates yang menanyakan tentang apa yang sebenarnya menjadi tujuan akhir manusia

Hedonisme juga bisa diartikan sebagai Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Bagi para penganut paham ini, bersenang-senang, pesta-pora, dan pelesiran merupakan tujuan utama hidup, entah itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak. Karena 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. Dari golongan penganut paham inilah muncul Nudisme (gaya hidup bertelanjang). Pandangan mereka terangkum dalam pandangan Epikuris yang menyatakan,"Bergembiralah engkau hari ini, puaskanlah nafsumu, karena besok engkau akan mati.

Film digunakan sebagai alat komunikasi massa yang bisa dengan cepat dan mudah dalam menyebarluaskan informasi serta sangat membantu dalam menyebarkan pesan-pesan positif yang ingin disampaikan oleh para pembuat film, seperti meyampaikan pesan-pesan moral kepada khalayak. Bukan hanya itu, film juga bisa menyampaikan informasi yang terkait dengan budaya-budaya melalui *setting* lokasi ataupun melalui tema dan alur yang ada di dalam sebuah film.

Dalam pembuatan suatu film tentu terdapat pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh para pembuat film. Sehingga dalam sebuah tayangan film terkandung makna untuk mempengaruhi khalayak yang menyaksikan tayangan suatu film.

Namun, banyak yang menganggap bahwa film hanya berfungsi sebagai media hiburan saja, tanpa berfikir bahwa ada makna yang tersembunyi di dalamnya yang dapat dikaji dengan menggunakan semiotika.

Film merupakan salah satu media atau alat yang bisa diteliti oleh kajian ilmu komunikasi dengan menggunakan analisis semiotika. Di dalam rangkaian gambar dalam sebuah film menceritakan imaji dan sistem penandaan yaitu tanda-tanda ikonis. Tanda ikonis merupakan tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu sehingga rangkaian gambar yang ada di dalam film berbeda dengan fotografi statis (Sobur, 2013:128).

Berdasarkan buku Semiotika Komunikasi dalam Sobur (2013:15) menyatakan bahwa semiotika sebagai berikut :

> "Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia".

Semiotika atau dalam istilah Barthes Semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanuaiaan (*humanity*) memaknai hal-hal dan Barthes (*things*).

Semiologi suatu hal yang merujuk pada ilmu pengetahuan tentang tanda-tanda yang ada di dalam budaya. Semiologi bisa dikatakan semacam teknologi halus yang bergerak melalui kesadaran yang ada di dalam masing-masing subjek.

Untuk mengkaji Representasi Hedonisme dalam film *Confessions Of A Shopaholic*, peneliti menggunakan pandangan semiotika Barthes. Konsep yang diberikan Barthes dalam menganalisis tanda yaitu dengan menggunakan sistem

pemaknaan tataran pertama yakni *denotatif* dan sistem pemaknaan tataran ke dua yakni *konotatif.* Dalam kerangka pemikiran Barthes konotasi identik operasi ideologi, yang disebut sebagai mitos, dan untuk menungkap seperti apa mitos/ideologi yang terkadung dalam film *Confessions Of A Shopaholic*

Dari uraian-uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut. "**Bagaimana Representasi Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic?***

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah melalui pertanyaan makro dan pertanyaan mikro.

1.2.1. Pertanyaan Makro

Bagaimana Representasi Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic* ?

1.2.2. Pertanyaan Mikro

1. Bagaimana makna **Denotatif** Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic*?
2. Bagaimana makna **Konotatif** Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic*?
3. Bagaimana **Mitos/Ideologi** Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic*?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji Makna Representasi Hedonisme dalam film *Confessions Of A Shopaholic.*

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui makna **Denotatif** Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic.*
2. Untuk mengetahui makna **Konotatif** Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic.*
3. Untuk mengetahui **Mitos/Ideologi** Hedonisme dalam Film *Confessions Of A Shopaholic.*
4. Untuk mengetahui dan mengkaji makna Representasi Hedonisme dalam film *Confessions Of A Shopaholic.*

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu, khusunya dalam bidang Ilmu Komunikasi yang memfokuskan kajiannya pada media massa, yakni media film. Disamping itu penelitian ini diharapkan dapat merangsang lahirnya penelitian lanjutan serta pengembangan teori yang berkaitan dengan komunikasi terutama media film, juga dalam semiotika untuk membedah tanda yang terdapat dalam karya film atau lainnya.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. **Bagi Peneliti**

   Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengelaman dan pengetahuan, khususnya dalam pemahaman mengenai semiotika yang digunakan dalam menganalisis sebuah film.

2. **Bagi Universitas**

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para mahasiswa yang berada di Program Studi Ilmu Komunikasi, khususnya dalam Konsentrasi Jurnalistik. Serta dapat memberikan referensi kepada mahasiswa yang akan melakukan penelitian di bidang yang sama, khusunya dalam mengkaji tanda dalam film.

3. **Bagi Masyarakat**

   Dapat memberikan pemahaman mengenai kajian semiotika dalam mengungkap tanda yang berada dalam suatu film, serta memberikan pengetahuan kepada khalayak mengenai arti Hedonisme.

I. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan judul penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai film *Confessions Of A Shopaholic* dengan menggunakan analisis semiotika, guna membahas tanda dan makna yang mengandung unsur Representasi Hedonisme Dari tanda beserta makna yang berhasil diidentifikasi melalu denotatif, konotatif dan mitos yang kemudian dianalisis, peneliti menemukan adanya maksud, arti beserta makna yang terkandung di dalamnya.

Tanda bisa dipersepsikan oleh indera kita, karena tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik yang mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri, dan bergantung pada pengenalan oleh penggunanya sehingga disebut dengan tanda.

Berhubungan dengan film yang memiliki banyak simbol dan tanda maka yang akan menjadi perhatian peneliti adalah dari segi semiotika dari sebuah film. Semiotika ini sangat berguna dalam membantu peneliti untuk mengkaji dan menelaah arti kedalaman dari suatu bentuk komunikasi untuk mengungkap makna yang tersembunyi di dalamnya. Secara sederhananya semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang hakikat keberadaan suatu tanda. Dalam film memiliki tanda-tanda yang berbedadengan tanda yang bersifat tekstual atau visual.

II. Jauhkanlah godaan yang sekiranya merugikan

Godaan adalah hal sulit yang dialami oleh manusia, entah itu godaan yang berujung negatif maupun positif . di film ini Rebecca sering kali tergoda dengan diskon atau barang yang menurut dia bagus.

Tetapi hal itu seharusnya tidak ia lakukan, karna uang yang ia miliki sangat sedikit, dengan ambisi yang mengebu dengan cara apapun dia harus mendapatkan barang keinginannya tersebut

III. Merubah pola hidup dan menjual barang pribadi

Merubah pola hidup kita adalah salah satu cara untuk menghilangkan sifat Hedonisme yang ada pada diri manusia. Tindakan sedikit demi sedikit adalah hal yang terbaik, dengan cara menahan godaan dari hal-hal yang negatif seperti belanja berlebihan, hidup foya-foya, menghabiskan uang dengan hal yang tidak harusnya di

lakukan, dan mencoba unutk menjual barang pribadi yang setidak sudah tidak terpakai, atau berika kepada orang yang membutuhkan

Di akhir film ini Rebeccadapat merubah pola hidupnya, dengan tekad yang kuat dan akhirnya dia bisa merubah hidupnya menjadi lebih baik, salah satu cara yang di lakukan Rebecca adalah dengan cara menjual barang kesayangan miliknya.

Kesimpulan

Film merupakansalah satu media komunikasi yang mengandung banyak tanda yang sarat akan makna, oleh karena itu diperlukan metode semiotika dalam menganalisi sebuah film untuk dapat mengupas tanda-tanda. Film memiliki pesan-pesan tertentu tergantung dari hasil gagasan sutradara. Gagasan ini menjadi tanda yang akan memberikan suatu makna tersendiri yang akan bergantung dari masing-masing khalayak yang menyaksikannya. Dalam penelitian ini, analisis semiotika dipahami sebagai suatu cara memahami film *Confessions Of A Shopaholic* yang menggambarkan makna Representasi Hedonisme melalui tanda visual yang kemudian mengungkap pesan di dalamnya.

Saran

1. **Saran Akademis**

   Analisis semiotika merupakan analisis yang tepat untuk mendalami makna sebuah film. Untuk itu, kedepannya para peneliti film dapat mengembangkan penelitian ini. Dengan adanya kesinambungan pada penelitian dengan analisis semiotika, diharapkan mampu memberi masukan terhadap perkembangan perfilman luar negeri maupun di dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

Adian, Donny Gahral. 2011. *Setelah Marxisme. Sejumlah Teori Ideologi Kontemporer*. Depok: Koekoesan.

Ardianto, Elvinaro, dkk. 2009. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Barthes, Roland. 2010. Imaji/Musik/Teks, Yogyakarta: Jalasutra.

Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi. Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat.* Jakarta: Kencana.

Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia (Edisi 5)*. Kharisma Publishing.

Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarnya.

Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Wibowo, Indiawan Seto Wahyu. 2013. *Semiotika Komunikasi. Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi.* Jakarta: Mitra Wacana Media.

Chandler, Daniel. 2011. *The' Grammar' of Television and Film.* Melalui http://www.aber.ac.uk/media/Document/short/gramtv.html [04/03/2014].

Victory Management. 2012. Productin House. Melalui http://victorythecompany.blogspot.com/2012/02/production-house.html [04/03/2014].

Effendy, Onong Uchjana. 1997. *Ilmu teori dan filsafat komunikasi*. Bandung:citra adistya bakti

Hamidi. 2010. *Metode penelitian dan teori komunikasi*. Malang: UMM Press

Sugiyono. 2012. *Memahi penelitian kualitatif*. Bandung : alfabeta

Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Pt. Gramedia Pustaka Utama

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

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

Mulyana, Deddy. 2005. *Jurnal Komunikasi Dan Informasi*. Bandung : Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran

Rismawaty. 2008, *kepribadian dan Etika profesi*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Severin, J. Werner. 1988. *Communication Origin: Origins, Method*, Uses : Longman

Fisher, B Aubrey. 1986. *Teori – Teori Komunikasi*. Bandung : Remadja Karya