ABSTRAK

REPRESENTASI KONSUMERISME PADA LIRIK LAGU BELANJA TERUS SAMPAI MATI

(Analisis Semiotika Charles Pierce Tentang Konsumerisme Pada Teks Lirik Lagu Belanja Terus Sampai Mati Karya Efek Rumah Kaca)

Oleh :
Heri Wibowo
NIM. 41807177

Penelitian ini dibawah bimbingan :
Rismawaty, S.Sos., M.Si.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui makna semiotik tentang konsumerisme yang terdapat dalam lirik lagu Belanja Terus Sampai Mati, menganalisis tanda yang terdapat dalam lirik lagu Belanja Terus Sampai Mati yang berkaitan dengan konsumerisme.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis Semiotika Charles Sanders Pierce yaitu menganalisis tanda berdasar representamen, objek, dan interpretan. Objek yang dianalisis adalah kata-kata yang terdapat dalam lirik lagu tersebut yang kemudian dikaitkan dengan konsumerisme.

Hasil penelitian dari lirik lagu Belanja Terus Sampai berdasar klasifikasi tanda berdasar representamen adalah, Qualisignnya yaitu kepuasan, kebanggaan, keangkuhan, pembenaran. Sinsignnya yaitu akhir perjalanan, mendarat. Legisignnya yaitu korban keganasan, peliknya kehidupan urban. Tanda berdasar Objeknya diklasifikasikan menjadi ikon yaitu pertokoan, kepenatan, bujukan setan. Indeksnya yaitu belanja terus sampai mati, dan simbolnya adalah hasrat yang dijebak jaman, korban keganasan. Tanda berdasar interpretan adalah rheme yaitu pertokoan, bujukan setan. Dicentsignnya yaitu kehidupan urban. Argumentnya adalah belanja terus sampai mati.

Kesimpulan penelitian adalah representasi konsumerisme terlihat pada lirik pertokoan, kepenatan, kepuasan, kebanggaan, keangkuhan, bujukan setan, hasrat, korban keganasan, kehidupan urban, kita belanja terus sampai mati dalam teks lirik lagu Belanja Terus Sampai Mati.

Peneliti memberikan saran kepada masyarakat agar lebih bijak dalam berbelanja dan mengkonsumsi barang atau jasa dengan lebih mementingkan nilai guna agar tidak terjerat budaya konsumerisme yang cenderung mementingkan nilai identitas, citra, status kelas dan harga diri.