Representasi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter pada Film Republik Twitter karya Kuntz Agus

(Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Representasi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter dalam Film Republik Twitter)

ARTIKEL

Oleh,

GILANG NOVANDA

NIM. 41810082



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI JURNALISTIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2014

ABSTRACT

THE REPRESENTATION HEGEMONY OF SOCIAL NETWORKING TWITTER IN REPUBLIK TWITTER MOVIE DIRECTED BY KUNT AGUS

(Analysis Of Semiotics John Fiske About Representation Hegemony Of Social Networking Twitter In Republik Twitter Movie)

By :

GILANG NOVANDA

NIM: 41810082

This research under guided

Adiyana Slamet, S.IP. M.Si

This research aim to know semiotic meaning about the hegemony that exists ini Republic Twitter film, and analyze whatever the meaning that exists in Republic Twitter concerning with the hegemony that is reality level, representation level, and ideology level as television codes from John Fiske.

This research is Qualitative Study with using semiotic analysis from John Fiske. Used data collecting are Interview, library research and online data investigation. Analyzed object is sequence that exist in Republic Twitter film with dividing into sequence namely sequence Prolog, Ideological Content, and Epilog that presents 3 levels such as reality level, representation level, and ideology.

The study result shows on reality level describes the hegemony can be observed from codes like costume, how to speak, behavior and dressing, representation level describes the hegemony can be observed from technical code like taking the picture with using shoot combination and in ideology level found capitalist ideology as political system ideology.

The conclusion shows twitter social networking carried out with combining codes into The Codes of Television John Fiske. Film Republic Twitter describes communication phenomenon that using accessed twitter freely. While such phenomenon is used to generalize the community in order to approve dominant ideology.

Good idea that can be extended from semiotic analysis of John Fiske on film Republic Twitter is the community can more refine the information of media social, representation from the film that explains there is possibility manipulation through media social especially Twitter.

Keywords: Television codes, Hegemony, Republik Twitter

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sebagai ruang di mana berbagai ideologi direpresentasikan. Ini berarti, di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi, jadi legitimasi dan kontrol atas wacana publik. Media juga dapat menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan. Media massa dapat menjadi alat untuk membangun dan kultur ideologi dominan.

Pembentukan wacana merupakan media perjumpaan sekaligus konsentrasi antara pihak yang dominan dan pihak yang resisten.(Darma:2009) Hegemoni diperlukan karena pengalaman sosial terus menerus memberi gambaran ideologi dominan. Ideologi dominan terus menerus berhadapan dengan resistensi yang harus diatasinya dalam upaya untuk memenangkan kesepakatan rakyat atas tatanan sosial yang dipromosikannya. Ideologi sebagai kesadaran palsu tetap menekankan peran ideologi dalam menjaga kekuasaan. Hegemoni melibatkan memenangkan dan memenangkan kembali secara terus menerus kesepakatan anggapan di kalangan masyarakat. (Eryanto:2001)

Twitter mampu memberi gambaran ideologi dominan dengan mengkonstruksi anggapan umum. Kicauannya mampu menghegemoni dan kerja ideologisnya tersembunyi. Wacana terus-menerus berhadapan dengan resistensi yang harus diatasinya dalam upaya untuk memanangkan kesepakatan rakyat atas tatanan sosial yang dipromosikan.

Jejaring sosial Twitter menjadi media yang bagus untuk menyelipkan sebuah ideologi. Sifatnya yang mampu berinteraksi dan melihat respon dari isu yang dibuat menjadi keungtungan tersendiri bagi tatanan sosial yang dipromosikannya.

Realitas ini mampu ditangkap Kuntz Agus dalam film garapannya *Republik Twitter* yang dirilis pada 16 Februari 2012. Boleh jadi karena film ini mengungkap siklus penyamaran di dunia maya khususnya Twitter. Karena masyarakat adalah pelaku sosial di *Twitter cyberspace* yang diceritakan dalam film ini. Film yang mengangkat fenomena jejaring sosial ini isinya tidak hanya

sebatas positif-negatif dari sebuah media sosial. Semua hal yang umum kita jumpai dari Twitter diangkat secara blak-blakan.

Republik Twitter Adalah film yang berlatar belakang kegilaan jaman akan Jejaring Sosial Twitter. Sejak kemunculan *"si burung biru" Twitter* di jagad virtual, realitas dan dinamika kehidupan virtual semakian riang dengan beragam kicauannya. "Suara rakyat adalah Suara Twitter." Kutipan Kemal, salah satu tokoh yang ada dalam film *Republik Twitter.*

Melalui pendekatan Semiotika John Fiske dalam penelitian ini, peneliti akan menelaah realitas, representasi, dan ideologi dari sebuah film yang berjudul "*Republik Twitter*". Ketiga level tersebut (realitas, representasi, ideologi), merupakan satu kesatuan dalam semiotika John Fiske. Ketiganya akan membentuk pemahaman mengenai makna dan tanda – tanda hegemoni jejaring sosial Twitter dalam film yang berjudul "*Republik Twitter*".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana level Realitas Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*?
2. Bagaimana level Representasi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*?
3. Bagaimana level Ideologi Hegemoni Jejaring Sosial Twitter Dalam Film *Republik Twitter*?

II. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian analisis semiotika John Fiske. Sesuai dengan paradigma kritis, maka analisis semiotika bersifat kualitatif. Jenis penelitian kualitatif memberikan peluang yang besar bagi dibentuknya interpretasi – interpretasi alternatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan – penemuan yang tidak dapat dicapai melalui prosedur – prosedur stastistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. (Basrowi, 2002 :1).

III. Pembahasan

Terdapat beberapa *sequence* yang dianalisis dari film *Republik Twitter* ini dengan analisis semiotika John Fiske. Semiotik yang dikaji oleh Fiske antara lain membahas bahwa semiotika adalah studi tentang bagaimana makna dibangun, dalam "teks" media, atau studi bagaimana tanda dari jenis karya apapun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna.

a. *Sequence Prolog*

Penampilan fisik dalam *sequence* prolog ini menggambarkan masyarakat pribumi Indonesia dengan beragam strata sosial yang terdapat di Kota besar. Peneliti menemukan beragam penampilan yang menunjukan adanya strata sosial yang berbeda dimana dari objek-objek yang ditampilkan melalui penampilan, kostum, dan tata rias. Objek yang ditampilkan tersebut menunjukan terdapat ideologi yang berbeda. Terlihat dari penampilan dengan gaya pada setiap strata sosialnya. Strata sosial dengan penampilan yang sederhana yang digambarkan sebagai ideologi yang terdominasi serta strata sosial borjuis, yang digambarkan sebagai ideologi yang dominan. Srata sosial borjuis digambarkan kapitalisme yang mengedepankan penumpukan modal untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Dari baju yang digunakan kelompok borju terlihat rapi juga elegan dan kelompok lain terlihat menggunakan baju sederhana diatur terlihat seadanya. Untuk tokoh utama dalam film ini adalah Sukmo yang diperankan Abimana Aryasatya. Dimana Sukmo memerankan tokoh sebagai orang yang sederhana.Pada level realitas (penampilan), digambarkan dengan penampilan fisik : rambut panjang yang terlihat acak-acakan, kulit berwarna coklat kekuningan, muka terlihat berminyak, postur tubuh tinggi, agak santai menunjukan anak muda yang bersemangat namun terlihat tenang.

Penampilan yang digambarkan Abimana untuk peran Sukmo sesuai dengan keinginan sutradara yang menunjukan mahasiswa tingkat akhir yang santai dan slengean. Tatarias yang ditampilkan pada sosok Sukmo sengaja dibuat agak kumal. Dari hal tersebut Sukmo yang berpenampilan sederhana

dikategorikan sebagai kelompok strata sosial kelas menengah. Sukmo merupakan seorang mahasiswa yang tidak memiliki pereonomian yang stabil dan menompang kebutuhannya, namun sukmo dikategoraikan sebagai kelas menengah karena mahasiswa yang memiliki konotasi intelektualnya. Kelas menengah disini umumnya didefinisikan atas dasar kriteria sikap mental dan motivasi psikologis[1].

Sedangkan Hanum yang diperankan oleh artis ternama, Laura Basuki, berpenampilan yang berbeda dari tokoh utama Sukmo yang sederhana. Hanum ditampilkan sebagai masyarakat kelas menegah atas atau borjuis. Disebut borjuis jika kelas sosial hanya semata-mata dilihat dari pola produksi, maka akan terdapat dua kelas yang ditentukan oleh aspek politik, ekonomi dan ideologi. Terlihat dari penampilan yang mewah. Dari kostum yang digunakan Hanum mengikuti gaya hidup perkotaan dan tatariasyang bersih juga terawat ditampilkan pada sosok Hanum menguatkan bahwa ia dikategorikan sebagai strata sosial kelas menengah atas.

Lingkungan pada *scene-scene* prolog menunjukan lingkungan bagaimana lingkungan kota besar. Sangat jelas bahwa lingkungan yang digambarkan lewat film dengan ditampilkannya gedung-gedung tinggi dan segala kesibukan masyarakatnya. Kota yang menjadi pusat perekonomian negara dan politik. Gedung-gedung tinggi merupakan gambaran sebuah perusaan besar dimana dari gambar tersebut memunculkan dugaan bahwa kekuasaannya dikuasai oleh pemilik modal. Kemudian lingkungan yang lainnya menggambarkan di sekitar lingkungan sekolah beserta budaya serta kebiasaan yang khas dimiliki masyarakat perkotaan, *caffe* yang digambarkan mewah dan tertata rapi, serta gaya hidup masyarakat perkotaan dengan segala kebiasaannya.

Data yang ditemukan peneliti pada menit 03:04 saat ditampilkanya serangkaian masyarakat sedang melakukan aktifitas menggunakan gadjet menunjukan ekspresi sedang fokus kemudian ekspresi berubah. Seakan sedang berinteraksi seorang diri. Ada beragam ekspresi yang berubah, namun

[1]*Kelas Menengah Kelas Apa*? Disalin dari Jurnal Prisma Halaman 85- 88, Edisi 2, februari 1984, Jakarta.

kebanyakan ekspresi berubah tersenyum atau menandakan kesenangan. Beberapa diantaranya sangat fokus hingga mengabaikan lingkungan, digambarkan ada seorang pria menyebrang hampir tertabrak mobil karena terlalu fokus dengan gadjetnya. Fenomena tersebut digambarkan kembali pada menit 08:25 dimana para pelajar menunduk dengan menggegam gadjetnya.

Peneliti menemukan pada menit 13:09 ekspresi Sukmo saat bertemu Hanum di sebuah cafe yang modern. Terlihat ekspresi terkejut kemudian berubah menjadi bingung dan berubah menjadi kecewa karena Sukmo merasa ada sesuatu yang menghalangi pertemuannya dengan Hanum. Perbedaan strata sosial disadari oleh Sukmo hingga ia mengurungkan niatnya untuk bertemu dengan Hanum.

Dalam level representasi, Teknik pengambilan gambar ini terlihat pada menit 03:17 yang menunjukan gedung-gedung tinggi menunjukan lokasi tersebut adalah perkotaan metropolitan. Untuk merepresentasikan kode-kode sosial (penampilan, kostum, tata rias, dan gerakan) teknik pengambilan gambar yang digunakan adalah Long Shot (menangkap ujung kaki sampai ujung kepala). Long Shot biasanya digunakan untuk mengantar mata penonton pada kejelasan suasana dan objek. Teknik pengambilan gambar ini terlihat pada menit 03:23 dan menit 08:30. Menampilkan bagaimana keadaan-keadaan masyarakat perkotaan dengan segala kebiasaannya yang tidak bisa melepaskan gadjetnya.

Pada *Sequence* prolog, di awal teknik pencahayaan dengan cahaya yang pas untuk menunjukan keadaan yang natural. Pencahayaan pada diluar ruangan siang hari sangat cerah seperti pada menit 03:21-03:49. Dimana ditampilkan pencahayaan tersebut agar menampilkan kehidupan dan kebiasaan masyarakat yang natural dan jelas bagaimana kehidupan masyarakat di kota besar pada umumnya. Sedangkan pada *scene-scene* selanjutnya, teknik pencahayaan cenderung redup karena berada di dalam ruangan 12:50. Ditampilkannya pencahayaan yang agak redup di sebuah cafe

agar menampilkan suasana tenang dan sunyi. Namun tatanan ruang cafe yang rapi masih menggambarkan suasana yang mewah.

pada menit 03:45 tampilan Twitter digiring masuk ke dunia nyata. Seakan-akan Twitter dapat menampung segala aktifitas di dunia nyata.Teknik editing yang mentrasmisikan antara *scene* yang semula menggambarkan dunia nyata didalam film kemudian beralih ke dalam dunia maya Twitter yang diedit seakan-akan dunia maya dan dunia nyata merupakan satu kesatuan. Teknik transisi ini menghubungkan dunia nyata dengan jejaring sosial Twitter. Penampilan trasisi video dari tempat ke tempat lain menceritakan masyarakat dengan gadjet pada menit 03:20-03:45.

pada menit 03:01 musik yang berjudul Twitter Dunia juga merupakan *soundtrack* film tersebut muncul mengiringigambar yang menunjukan aktifitas masyarakat dengan jejaring sosial Twitternya.Musik yang bertempo *beat*yang menunjukan menekankan suasana ceria dan semangat orang-orang saat menggunakan Twitter. Lirik lagu tersebut mengisahkankebutuhan masyarakat akan "ngetwit" dalam segala aktifitasnya.

pada menit 12:35-13:35. Sukmo yang merasa minder dengan kondisinya terlihat kebingungan, terdapat konflik ideologi yang berkecamuk dengan dirinya sendiri. Terdapat perbedaan strata sosial yang dirasakannya.

Pada *sequence* prolog ada beberapa aksi yang ditampilkan, misalnya aksi Sukmo yang datang dari Kota lain untuk bertemu dengan Hanum dengan memaksa ikut dibagasi mobilnya Andre yang mau pulang ke Jakarta pada menit 03:03, orang-orang yang selalu menunduk karena fokus pada gadjet yang digenggamnya pada menit 08:25, kemudian aksi Sukmo dengan gayanya yang hendak mengunjungi Hanum di sebuah Cafe 12:37.

b. Sequence Ideolgical Content

Pada menit 55:22 terdapat perubahan penampilan dari tokoh Sukmo yang mengikuti gaya berpenampilan ala masyarakat borjuis, seperti yang ditampilkan Hanum. Hanum berpenampilan rapi dan elok menggunakan

dress yang elegan dan *Make Up* yang membuatnya terlihat putih bersih. Sukmo juga mengikuti penampilan yang ditampilkan bagaimana strata sosial kelas menengah atas yang berpenampilan berbeda dengan sebelumnya. Sukmo mengikuti gaya Hanum, menggunakan switter rajut yang didalamnya menggunakan kemeja serta kacamata sehingga Sukmo terlihat rapih. Namun *make up* tidak berubah dari *scene* sebelumnya, terlihat agak berminyak mengesankan bahwa karakter Sukmo.

Pada menit 33:03, Belo menjelaskan dengan cara bicara yang lantang, menunjukan gerakan tubuh yang besemangat sambil menjelaskan bagaimana misi yang akan dijalankan dengan rekan-rekanya, tangannya beberapa kali menunjuk pada karyawannya dan menunjuk-nunjuk papan tulis. Juga ekspresi wajanya yang tetap menunjukan semangat agar terlihat bahwa kelompok dan rencananyabisa berdampak besar.

Pada menit 55:15, Akhirnya Sukmo menemui Hanum di Cafe yang sama. Sukmo menunjukan gerakan yang *cool* dan berwibawa. Hamun menunjukan gerakan agak kikuk kebingungan karena Sukmo yang ada yang tergambar dipikirannya lewat Twitter ternyata berbeda. Ekpresi Sukmo saat berbincang terlihat tenang, sedangkan Hanum beberapa kali membuang pandangan dari Sukmo menunjukan kebingungan dan ketus.

Terdapat musik yang memperkuat suasana pada menit 51:55 saat Belo kembali mengatur reancananya kembali untuk mengangkat seorang tokoh pengusaha. Penjelasan informan kedua, Faris, instrumen yang mengiringi suatu peristiwa disebut *scoring* untuk membawa emosi penonton agar lebih mengikuti suasana. *Scoring* tersebut menunjukan bahwa sedang meliputi peristiwa yang besar dan penting.Sehingga audience dibawa pada suasana yang serius dan menegangkan seakan-akan harus menyimak perkataan Belo.

Pada menit 38:56 terdapat penyuntingan transisi gambar aktifitas di jejaring sosial Twitter menunjukan pembuatan wacana, jumlah tweet mengenai objek pembicaraannya yaitu Arief Cahyadi, kemudian muncul grafik yang naik menunjukan Arief Cahyadi memuncaki daftar *trending topic* di Twitter. Dari gambar tersebut bagaimana hegemoni pada jejaring sosial

Twitter berjalan menggunakan *trending topic* sebagai parameter kepercayaan masyarakat terhadap Arief Cahyadi.

Pada *sequence ideological content* aksi yang ditampilakan, salah satunya pada *scene* dimana Sukmo dan rekan-rekannya sedang mejalankan rencana di proyek Belo.Mereka fokus membuat isu-isu di Twitter untuk mendapatkan konsesus dari pengguna jejaring sosial Twitter seperti pada menit 37:10.

c. Sequence Epilog

Ekspresi yang ditunjukan pada menit 85:36 oleh Kemal menunjukan emosi kemarahannya pada Belo dan rekan-rekannya karena bocornya strategi Kemal bahwa wacana yang menghegemoni di Twitter oleh proyek Belo memiliki kepentingan. Sedangkan Ekspresi Belo dan rekan-rekannya kebingungan. Gerakan Kemal beberapakali menunjuk dengan penuh emosi sedangkan Belo dan rekan-rekannya mematung.

Pada menit 84:53, muncul tampilan gambar Twitter tentang berbagai reaksi-reaksi masyarakat mengenai pemberitaan yang terbit di surat kabar Lini Massa bahwa tweet-tweet yang dibangun Belo dan rekan-rekannya ternyata memiliki kepentingan dan tweet-tweet tersebut berisi caci maki orang terhadap Kemal. Pada menit 90:48, juga menampilkan kembali aktifitas langsung di Twitter yang mencoba kembali menghegemoni nama baik Kemal.

Pada *sequence* Epilog, terjadi konflik pada menit 85:31 saat Kemal marah dan menuntut Belo karena bocornya ada maksud di balik tweet-tweet yang dibangun proyek Belo. Kemal langsung memukul Sukmo setelah mengetahui bahwa Sukmo lah yang bersedia membocorkan bahwa tweet Arief Cahyadi adalah settingan. Musik yang terdapat pada *scene* tersebut menunjukan istrument *scoring* yang serius dan menegangkan.

Pada *sequence* epilog, yang ditampilkan terdapat pada menit 86:11 saat Belo membela Sukmo meskipun Sukmo tertuduh melakukan kesalahan karena membocorkan berita pada Hanum yang seorang pewarta surat kabar Lini Massa. Kemudian pada menit 89:41 Belo dan rekan-rekannya diminta

Kemal untuk membersihkan namanya kemudia Belo menyuruh rekan-rekannya beraksi lewat Twitter.

d. Hegemoni Jejaring Sosial Twitter pada Film Republik Twitter

Dalam film Republik Twitter memperlihatkan bagaimana dapat meyakinkan pengguna Twitter dengan wacana-wacana yang dibuatnya adalah benar. Asumsi-asumsi masyarakat dapat digiring melalui media sosial Twitter.

Film dalam Republik Twitter menampilkan suatu tokoh masyarakat bernama Arief Cahyadi dan menjadi perbincangan di dunia maya. Tidak hanya itu, Arief Cahyadi juga menjadi buah bibir di dunia nyata. Kemudian pengguna Twitter dijejali wacana-wacana yang telah dibuat sedemikian rupa oleh Belo dan rekan-rekannya. Masyarakat meyakini Arief Cahyadi merupakan sosok yang dibutuhkan oleh masyarakat akibat dari tweet-tweet yang dibuat Belo dan rekan-rekannya.Tweet-tweet tersebut berisi kebaikan-kebaikan yang terdapat pada sosok Arief Cahyadi. Hal tersebut menunjukan bagaimana kinerja jejaring sosial Twitter dalam menghegemoni masyarakat umum.

Dalam film Republik Twitter, ideologi yang dominan adalah ideologi pemilik modal atau kapitalis. Dalam realitas yang direpresentasikan film Republik Twittersarat akan ideologi kapitalisme.

Peneliti melihat dalam film Republik Twitter ini, ideologi kapitalisme merupakan ideologi yang dianggap tidak baik atau bersifat antagonis. Ideologi kapitalisme liberalis diperankan melalui tokoh Kemal dalam film tersebut. Sedangkan ideologi yang melawan sistem kapitalisme liberalis berkarakter protagonis yang diperankan melalui tokoh Sukmo.

IV. Simpulan

Setelah menganalisis setiap ketegori *sequence* dalam film Republik Twitter, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa usaha untuk menggambarkan hegemoni dalam jejaring sosial twitter dilakukan dengan memadukan kode-kode dalam level

realitas, level representasi, dan memadukan keduanya sehingga muncul dalam level ideologi seperti yang terdapat dalam *The Codes of Television* John Fiske. Pemilihan kode-kode dilakukan sedimikian rupa sehingga dapat ditangkap sebagai peristiwa yang nyata dan merepresentasikan hegemoni jejaring sosial twitter kepada penonton.

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

1. Level realitas disampaikan melalui kode-kode *appereance* (penampilan), *dress* (kostum), dan *make up* (tata rias), *environment* (lingkungan), *gesture* (gerakan), *expression* (ekspresi), dan *sound* (suara). Hasil analisa dari analisa kode-kode *The Codes of Television* John Fiske pada level realitas peneliti mendapatkan adanya strata-strata sosial yang terdapat dalam film Republik Twitter.
2. Level representasi disampaikan melalui kode-kode *camera* (kamera), *lighting* (pencahayaan), *editing* (penyuntingan), *music* (musik), *character* (karakter), *action* (aksi), *dialogue* (dialog), serta *conflict* (konflik). Hasil analisa dari analisa kode-kode *The Codes of Television* John Fiske pada level representasi peneliti mendapatkan bagaimana secara teknis masyarakat digambarkan mampu menerima budaya cara berkomunikasi yang baru dengan menggunakan jejaring sosial Twitter sehingga menjadi sebuah fenomena. Secara konvensional cerita menunjukan bagaimana fenomena itu digambarkan dalam film menyerupai realita yang sebenarnya.
3. Level ideologi : ideologi dihasilkan dari penggabungan level realitas dan level representasi adalah teori ideologi hegemoni Antonio Gramsci yang terdapat ideologi dominan dan ideologi terdominasi. Ideologi dominan direpresentasikan melalui penokohan Kemal sebagai antagonis yang berideologi kapitalisme liberalis, sedangkan Sukmo yang diperankan oleh Abimana Aryasatya sebagai ideologi yang terdominasi sekaligus yang membongkar kepentingan ideologi dominan merupakan tokoh protagonis.

DAFTAR PUSTAKA

Adian, Donny G. 2011. *Setelah Marxis*. Depok: Koekoesan.

Ardianto & Erdinaya, Lukiati Komala. 2009. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda, dan Makna, Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi.* Yogyakarta. Jalasutra.

Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media.* PT LKiS Pelangi Aksara.

Effendy, Onong Uchjana, 2003, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi.* Bandung: PT.Citra Aditya Bakti.

Effendy, Heru. 2010. *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*. Jakarta: Erlangga.

Fiske, John. 2011. *Cultural and Communication Studies*; Sebuah Pengantar Paling Komprehensif. Yogyakarta. Jalasutra.

Fiske, John. 1987. *Television Culture.* London: Routledge.

Hikmat, Mahi, M. 2011. *Etika & HukumPers*. Bandung: Batic Press.

Moleong, Lexy, J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi.* Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Morissan, M.A. 2010. *Teori Komunikasi Massa.* Bogor : PT Ghalia Indonesia.

Santoso, Listiyono. 2007. *Epistemologi Kiri*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

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

Stokes, Jane. 2006. *How to do Media and Cultural Studies*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.

Suhelmi, Ahmad. 2001. *Pemikiran Politik Barat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Bandung: CV. Alfabeta.

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

Sumarno, Marselli. 1996. *Dasar-Dasar Apresiasi Film.* Jakarta : PT. Grasindo.

Wibowo, Indiwan S. 2011.*Semiotika Komunikasi*. Jakarta: MitraWacanaMedia.

Sumber Karya Ilmiah

Larasatim, Gita. *Representasi Cinta Tanah Air Dalam Film 5 cm*. Bandung. Unikom.

Nur, Astri A. *Representasi Konflik Ideologi Antar Kelas Dalam Film The Help*. Semarang. UNDIP.

Savitri, Imar. 2013. *Representasi Berkahirnya Politik Apartheid Dalam Film Invictus*. Bandung. Unikom.

Novarina, Novia. 2014. Strategi *pemasaran Kedai Kuma Ramen joint melalui jejaring sosial twitter sebagai media promosi*. Bandung. Unikom.

Sumber Lain :

Defining Communication Theories, 2006

Kelas Menengah Kelas Apa? Disalin dari Jurnal Prisma Halaman 85- 88, Edisi 2, februari 1984, Jakarta.

Meyer, Thomas. *Demokrasidan Libertarian*. 2012

Rosidi, Sakban. *Analisis Wacana Kritis Sebagai Ragam Paradigma Kajian Wacana.*

Internet Searching

Bayupabuna. 2011. *Hegemoni*:

http://bayupabuna.wordpress.com/2011/10/06/hegemoni/

Yudi. 2012. *Paradigma Kritis dan Marxis*:

http://cibengnews.blogspot.com/2012/11/paradigma-kritis-dan-marxisme.html

Teori Hegemoni Media :

http://xa.yimg.com/kq/groups/23323224/511216169/name/teori.