

**REPRESENTASI GAYA HIDUP KONSUMTIF PADA  
FILM “ORANG KAYA BARU”  
(ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)**

**SKRIPSI**

**Oleh:  
Dea Ibrahim  
201610415233**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING


Judul Skripsi : Representasi Gaya Hidup Konsumtif pada Film  
"Orang Kaya Baru" (Analisis Semiotika John  
Fiske)  
Nama Mahasiswa : Dea Ibrahim  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415233  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian : 28 Juni 2021

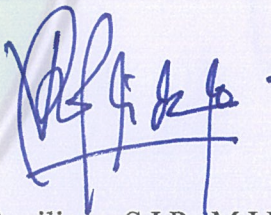
Jakarta, 12 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom  
NIDN. 0301047107

  
Tri Alida Apriliana, S.I.P., M.I.Kom  
NIDN. 0322048204

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Representasi Gaya Hidup Konsumtif pada Film  
"Orang Kaya Baru" (Analisis Semiotika John  
Fiske)  
Nama Mahasiswa : Dea Ibrahim  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415233  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian : 28 Juni 2021

Jakarta, 12 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si.

NIDN 0307108503

Penguji I : Rina Sovianti, S.I.P, M.I.Kom

NIDN 0301047107

Penguji II : Novrian, S.Sos, M.I.Kom

NIDN 0309097603

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1904409

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi

Representasi Gaya Hidup Konsumtif pada Film “Orang Kaya Baru” (Analisis Semiotika John Fiske)

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 12 Juli 2021

  
  
  
**Dea Ibrahim**

**NPM. 201610415233**

## ABSTRAK

**Dea Ibrahim. 201610415233.** Representasi Gaya Hidup Konsumtif pada Film “Orang Kaya Baru” (Analisis Semiotika John Fiske)

Penelitian ini akan menjelaskan mengenai representasi gaya hidup konsumtif pada film “Orang Kaya Baru” dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske dengan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menganalisis 6 adegan dalam film “Orang Kaya Baru” dengan teori John Fiske yaitu “*The codes of television*” dan mencari makna level representasi, level realitas, dan level ideologi. Hasil penelitian ini menunjukkan gaya hidup yang konsumtif terlihat dari perilaku keluarga dalam film ini dengan membeli barang-barang yang kurang diperlukan dengan berlebihan. Ini berarti bahwa keluarga lebih memperhatikan faktor permintaan daripada kebutuhan, dan seringkali hanya dikendalikan oleh keinginan duniawi dan kesenangan materi dan berdampak pada mereka mencukupi kebutuhannya melebihi dari standar kebutuhan fungsional. Dengan demikian, menjadikan mereka lebih sibuk mementingkan kepentingan pribadi daripada memperhatikan kepentingan bersama keluarga dan lingkungan. Keluarga dalam film “Orang Kaya Baru” mengalami proses adaptasi dengan lingkungan dan kehidupan baru yang dikenal sebagai gegar budaya, karena banyak perbedaan budaya dari sikap bicara, gaya bergaul, cara belajar, sampai kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan mau tidak mau harus ditemui dan hadapi sejak mereka menjadi orang kaya baru.

Kata Kunci : Film, Gaya Hidup, Konsumtif, Semiotika.

## **ABSTRACT**

**Dea Ibrahim. 201610415233.** *Representation of Consumptive Lifestyle in the Film "The New Rich" (John Fiske's Semiotics Analysis)*

*This study will explain the representation of the consumptive lifestyle in the film "The New Rich" using John Fiske's semiotic analysis with qualitative research methods. The results of this study analyze 6 scenes in the film "Orang Kaya Baru" with John Fiske's theory, namely "The codes of television" and look for the meaning of the level of representation, the level of reality, and the level of ideology. The results of this study show that a consumptive lifestyle can be seen from the behavior of the family in this film by buying things that are not needed excessively. This means that families pay more attention to demand factors than needs, and are often only controlled by worldly desires and material pleasures and have an impact on them meeting their needs beyond the standard functional needs. Thus, making them more busy prioritizing their personal interests rather than paying attention to the common interests of their families and the environment. The family in the film "Orang Kaya Baru" undergoes a process of adaptation to a new environment and life known as culture shock, because there are many cultural differences from speech attitudes, socializing styles, ways of learning, to habits that they do inevitably have to be met and faced from the start. they became the new rich.*

*Keyword : Film, Lifestyle, Consumptive, Semiotics.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi, serta dukungan dari orang tua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Representasi Gaya Hidup Konsumtif pada Film “Orang Kaya Baru” (Analisis Semiotika John Fiske)”, Skripsi ini penulis susun agar penulis mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan skripsi ini mungkin tidak akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:


1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Rina Sovianti, S.I.P, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Tri Alida Apriliana, S.I.P., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing memberi arahan secara teknis dan masukan serta memotivasi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademika yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses pembuatan skripsi ini.
6. Keluarga, terutama Mamah, Tete Una, dan Queena yang selalu memberikan restu beserta doanya, juga dukungan penuh kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. Aditya Fathi Ahmad, selaku partner yang selalu mendampingi dan senantiasa memberikan semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Jovan, Hamzah, dan Ricky yang selalu memberikan pertolongan selama penulis menyusun skripsi ini hingga selesai.

9. Fasyah, Silvo, Reza, Agung, Tyas dan Tania selaku teman-teman penulis yang selalu memberikan motivasi dan seluruh teman-teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu-persatu, namun tidak mengurangi rasa sayang penulis kepada kalian yang juga selalu memberikan masukan dan dorongan dalam proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak sekali kekurangan dalam teknik penyajian maupun materi yang dituliskan oleh penulis, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Maka, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun penulis agar penulisan ini bisa menjadi lebih baik lagi kedepannya.

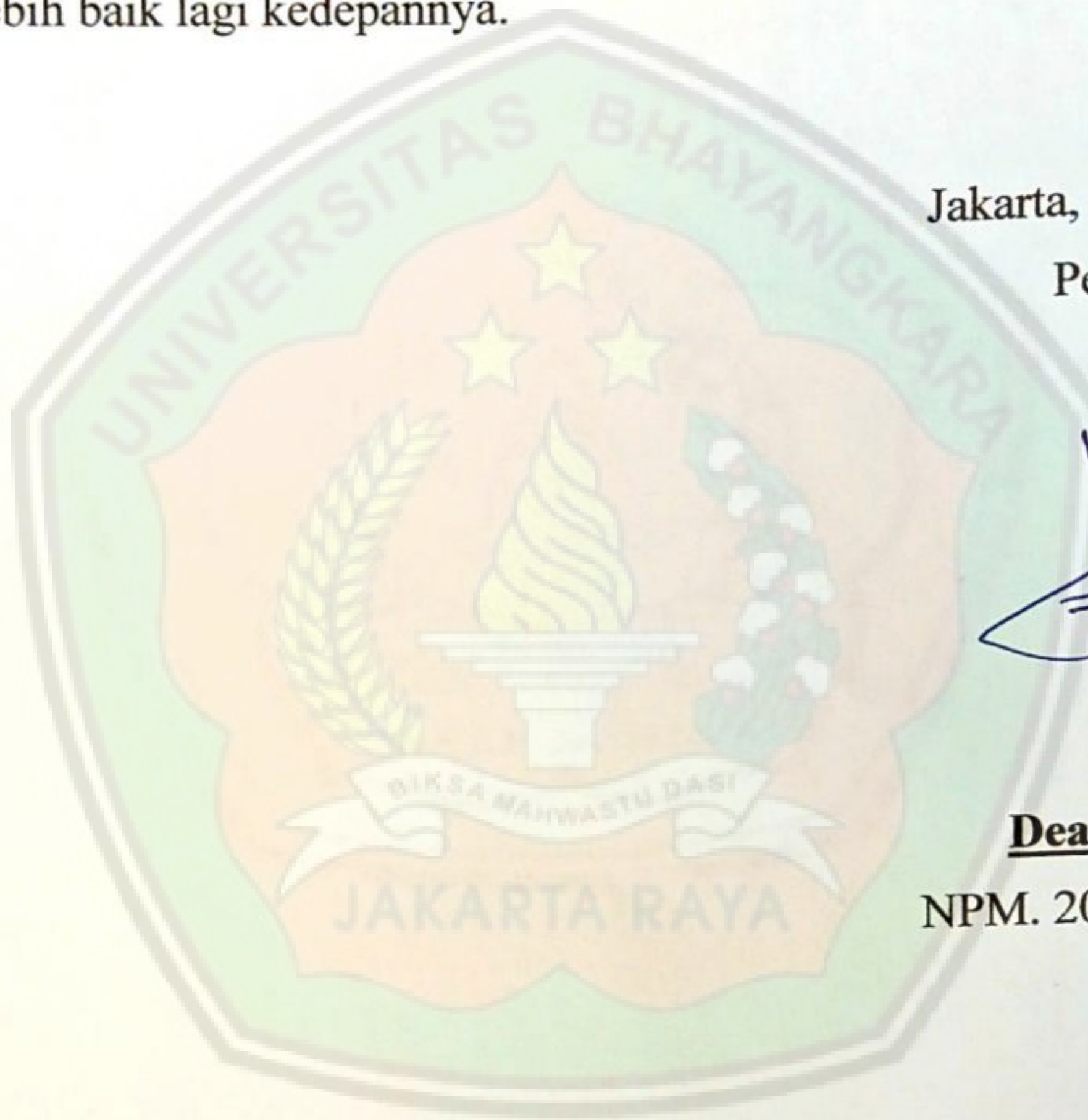
Jakarta, 12 Juli 2021

Penulis,



**Dea Ibrahim**

NPM. 201610415233





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PESETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Kegunaan Teoritis .....	7
1.3.2 Kegunaan Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kerangka Konsep .....	12

2.2.1 Sinematik .....	12
2.2.2 Film Sebagai Komunikasi Massa.....	15
2.2.3 Representasi .....	17
2.2.4 Gaya Hidup Konsumtif .....	17
2.3 Kerangka Teori.....	22
2.3.1 Semiotika .....	22
2.3.2 Semiotika John Fiske .....	23
2.4 Kerangka Pemikiran .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Unit Analisis.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	29
3.6 Keabsahan Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	31
4.1.1 Film “Orang Kaya Baru” .....	31
4.1.2 Analisis Data .....	33
4.2 Pembahasan.....	37
4.2.1 Gaya Hidup Konsumtif dalam Level Realitas dan representasi.....	37
4.2.2 Gaya Hidup Konsumtif dalam Level Ideologi .....	47
4.2.3 Pembahasan Penelitian dengan Teori Semiotika John Fiske. ....	48
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan.....	50

5.2 Saran..... 51

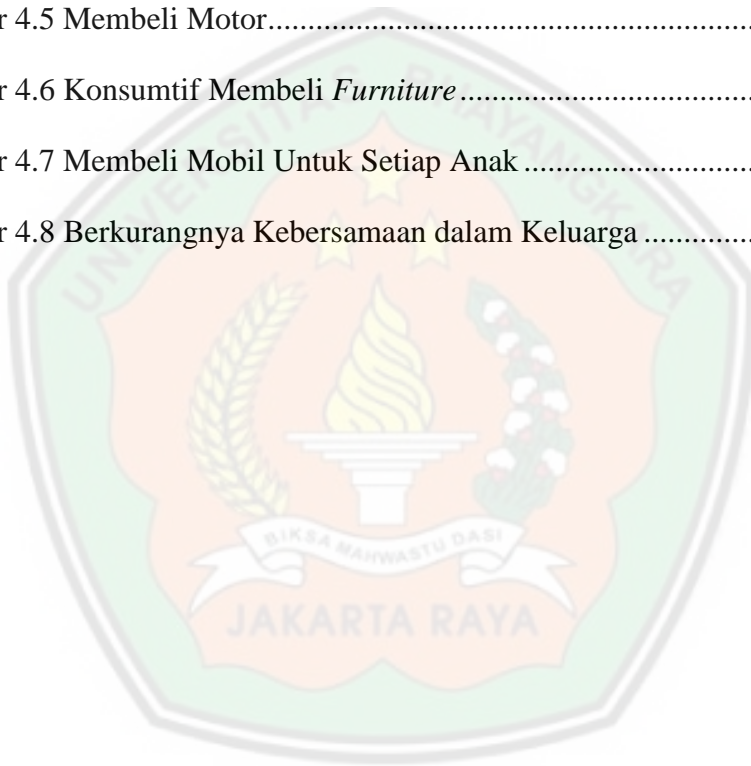
**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Film Orang Kaya Baru .....	4
Gambar 4.1 Keluarga Film “Orang Kaya Baru” .....	31
Gambar 4.2 Duta, Dodit, Ibu, Tika Menonton Video Bapak .....	32
Gambar 4.3 Makan di Restoran Mewah .....	34
Gambar 4.4 Berbelanja Untuk Menghabiskan Uang .....	35
Gambar 4.5 Membeli Motor.....	35
Gambar 4.6 Konsumtif Membeli <i>Furniture</i> .....	36
Gambar 4.7 Membeli Mobil Untuk Setiap Anak .....	37
Gambar 4.8 Berkurangnya Kebersamaan dalam Keluarga .....	37



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1: BIODATA

LAMPIRAN 2: KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

LAMPIRAN 3: FORM PERBAIKAN SKRIPSI

LAMPIRAN 4: DOKUMENTASI



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 4.1 Pembelian Implusif .....	38
Tabel 4.2 Pembelian yang Tidak Rasional .....	40
Tabel 4.3 Membeli Barang untuk Menimbulkan Kepercayaan Diri .....	42
Tabel 4.4 Penampilan Classy .....	44
Tabel 4.5 Menganggap Diri sebagai Golongan Elit dan Kaya.....	45
Tabel 4.6 Individualisme.....	46

