Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Broadcasting*
Tomy Chandra
44114110044

Representasi Masyarakat Tontonan Dalam Media Sosial Berdasarkan Film Searching (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)
Bibliografi : 5 Bab 78 hal + Lampiran + 14 Buku + 10 Jurnal + 2 Internet

ABSTRAK

Era moderenisasi saat ini sanggat merubah perkembangan teknologi informasi dan budaya di setiap negara, tak hanya negara maju begitu pula negara berkembang pun tak luput dari perubahan – perubahan yang dituntut oleh perkembangan peradaban yang sangat pesat. kemajuan teknologi juga menyebabkan pragmatisme. Pragmatisme adalah sikap yang menilai sesuatu dari untung ruginya bagi diri sendiri. Seperti yang terjadi dalam film searching dimana dalam jejak dunia digital banyak orang yang mempertontonkan diri mereka dimedia sosial.

Pemikiran Guy Debord dalam konsepnya mengenai Society of Spectacle atau „Masyarakat Tontonan" melihat bagaimana kecenderungan masyarakat saat ini lebih memilih media gambar atau visual yang memiliki penegasan penampilan dan penegasan kehidupan sosial untuk menginterpretasikan sesuatu. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kategori tontonan mana yang sesuai dengan teori Society of Spectacle atau „Masyarakat Tontonan" Guy Debord yang terdapat dalam film searching.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode Semiotika Charles Sanders Peirce. Dengan mengidentifikasi tanda-tanda, dan objek terkait masyarakat tontonan dalam film Searching. Dimana peneliti mengambil gambar dari beberapa adegan yang penulis aggap merupakan perwujudan dari masyarakat tontonan dalam media sosial.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukan bahwa 11 scane dari total 12 scane yang dipilih penulis menunjukan kategori masyarakat tontonan *Commodity as Spectacle* atau "Komoditas sebagai Tontonan" Sehiningga penulis menarik kesimpulan, dalam Film Searching terdapat kategori masyarakat tontonan yang dominan yaitu kategori *Commodity as Spectacle* atau "Komoditas sebagai Tontonan"

Kunci : Tontonan, Film, Media Sosial, Semiotika

https://lib.mercubuana.ac.id/

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Broadcasting*
Tomy Chandra
44114110044

Representasi Masyarakat Tontonan Dalam Media Sosial Berdasarkan Film Searching (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)
Bibliografi : 5 Chapter 78 Page + Attachment + 14 Book + 10 Journal + 2 Internet

ABSTRACT

The modernization era is now able to change the development of technology and culture in every country, not only developed countries as well as developing countries are not immune from changes that are demanded by the development of a highly developed civilization. Technological advances also lead to pragmatism. Pragmatism is an attitude that determines something from its own advantages and disadvantages. Like what happens in film searches Where in the digital world, many people show themselves on social media.

Guy Debord's thinking in his concept of the Society of Spectacle or 'Community Watch' sees how the tendency of today's society to prefer image or visual media that has an affirmation of appearance and affirmation of social life to interpret something. This research was conducted to find out which spectacle category was in accordance with the theory of the Society of Spectacle or 'Watch Society' Guy Debord contained in film searching.

The type of research used in this study is descriptive with a qualitative approach. The method used is the Charles Sanders Peirce Semiotic method. By identifying signs, and objects related to the spectacle community in Searching films. Where the researchers took pictures of several scenes that the writer considered were an embodiment of the spectacle community on social media.

Based on the results of the study showed that 11 scans from a total of 12 scans chosen by the writer showed the category of spectacle as Spectacle or "Commodity as a Spectacle" so that the writer draws conclusions, in Film Searching there is a dominant category of spectacle, namely Commodity as Spectacle or "Commodity as a Spectacle "

Keywords: Spectacle, Film, Social Media, Semiotics

https://lib.mercubuana.ac.id/