

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Hafsyah
44212110098

Kapitalisme dalam Majalah Mabua Harley-Davidson Indonesia
(Analisis Semiotika Roland Barthes)
Jumlah halaman : x + 85 halaman
Bibliografi : 26 buku referensi & 5 rujukan lain, Tahun 2006-2014

ABSTRAK

Advertorial merupakan advertorial adalah kependekan dari *advertising advertorial*. Berarti opini media yang berbau iklan. Advertorial adalah iklan yang biasanya tidak bertujuan menjual secara langsung, tapi cenderung menciptakan citra sebagai salah satu produk media *public relations*. Majalah Mabua Harley-Davidson memuat berbagai informasi seputar *lifestyle* Harley-Davidson. Salah satunya rubrik *Hot Rides*. Rubrik tetap ini merupakan advertorial berjumlah empat halaman yang memuat keunggulan-keunggulan motor Harley. Rubrik *Hot Rides* punya andil dalam membangun konotasi *bikers* Harley-Davidson sebagai mitos kemewahan, maskulinitas, dominasi, dan sebagainya.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti mitos *bikers* Harley-Davidson menurut semiotika Roland Barthes yang direpresentasikan dalam Majalah Mabua Harley-Davidson. Sekaligus membongkar unsur-unsur kapitalistik yang termuat dalam Majalah Mabua Harley-Davidson. Landasan teori yang digunakan adalah teori kapitalisme melalui hegemoni ideologi dan media massa oleh Antonia Gramsci. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian dengan studi dokumentasi Majalah Mabua Harley-Davidson Edisi September 2013.

Hasil penelitian menunjukkan Majalah Mabua Harley-Davidson memuat banyak narasi kapitalisme melalui berbagai konstruksi citra dan tanda yang tak ada kaitannya dengan realitas. Atau dengan istilah lain disebut simulakrum. Simulakrum terbentuk sebagai bagian dari pembentukan citra dalam ideologi kapitalisme melalui tanda-tanda yang melampaui kenyataan (*hyper-signs*). Tulisan-tulisan di dalam rubrik *Hot Rides* mengubah Harley-Davidson menjadi objek estetik dengan menghilangkan nilai guna melalui proses mistifikasi komoditi. Tujuannya tak lain memanipulasi tanda guna membangkitkan hasrat (*desire*) untuk membeli. Dampaknya, para *biker* Harley merasa kebal hukum, mengemudi ugal-ugalan dan kerap melanggar aturan karena terjebak dalam mitos superioritas Harley-Davidson.

Penelitian ini menyimpulkan Majalah Mabua Harley-Davidson sebagai media massa tidak sepenuhnya menampilkan informasi yang mencerdaskan pembaca, melainkan merekayasa tanda dan makna sedemikian rupa guna mendorong pembelian. Konstruksi citra yang dibangun melalui rubrik *Hot Rides* memodifikasi bahkan menghilangkan nilai guna Harley-Davidson sebagai alat transportasi. Mengubahnya menjadi objek estetik: simbol sosial, status, dan prestise belaka.

Keywords: Kapitalisme, semiotika, Roland Barthes, Majalah Mabua Harley-Davidson