



**BUDAYA KONSUMERISME DALAM FILM
“CONFESIONS OF A SHOPAHOLIC”
(ANALISA SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

Disusun oleh :

MUANISA

4 4 1 1 1 1 0 0 9 2

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **BUDAYA KONSUMERISME DALAM FILM
CONFESION OF A SHOPAHOLIC
(ANALISA SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

Nama : Muanisa

NIM : 44111110092

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Januari 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Rizki Briandana, S.Sos, M.Comn)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **BUDAYA KONSUMERISME DALAM FILM
CONFessions OF A SHOPAHOLIC
(ANALISA SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

Nama : Muanisa

NIM : 44111110092

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 6 Februari 2013

Ketua Sidang

Feni Fasta, SE, M.Si



(.....)

Pengaji Ahli

Afdal Makkuraga Putra, M.Si



(.....)

Pembimbing I

Rizki Briandana, S.Sos, M.Comn



(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **BUDAYA KONSUMERISME DALAM FILM
CONFESSİON OF A SHOPAHOLIC
(ANALISA SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

Nama : Muanisa

NIM : 44111110092

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, Januari 2013

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Rizki Briandana, S.Sos, M.Comn)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Broadcasting

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

(Feni Fasta, SE, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala karunia-Nya kepada peneliti serta sholawat dan salam peniliti haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW dengan harapan peneliti akan mendapat syafaat darinya kelak dan sebagai sumber inspirasi hidup peneliti untuk selalu yakin dengan petuahnya “*Manjadda Wajadda*” agar dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Budaya Konsumerisme dalam Film *Confessions of A Shopaholic* (Analisa Semiotika Roland Barthes)” dengan sebaik – baiknya.

Dan tak lupa peneliti sampaikan pula terima kasih yang tak ada habisnya kepada kedua orang tua, keluarga serta teman – teman, atas segala doa dan dukungan baik moril dan materiil serta semangat kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang sebuah budaya yang berkembang di masyarakat modern kala ini yaitu budaya konsumerisme yang diangkat melalui media film dan bermanfaat bagi setiap pembacanya.

Peneliti menyadari bahwa peneliti tidak dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dan dukungan orang – orang di sekitar peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Rizki Briandana, S.Sos, M.Com selaku Dosen Pembimbing.
2. Ibu Dra. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Feni Fasta SE, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana.
4. Beberapa dosen pengajar yang telah membimbing untuk mempelajari dasar-dasar konsep teori sebagai pedoman peneliti sejak semester satu sampai dengan tiga.
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan do'a dan motivasi serta dukungan.
6. Seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
7. Rekan Fasihul Lisan selaku "bibii" tersayang yang selalu mendukung dan memberikan masukan dalam diskusi pra pembuatan skripsi.
8. Rekanita Yunita selaku sahabat kampus terdahulu yang masih bisa menyempatkan diri untuk memberi dukungan moril berupa refreshing sesaat bersama ditengah kegelisahan dan keragu-raguan.
9. Seluruh teman – teman satu kelas Broadcast Angkatan 2010 yang selalu memberikan saran dan kritik dalam prroses pemantapan konsep skripsi peneliti.

Demikian sekapur sirih dari peneliti sebagai pembukaan atas terwujudnya hasil penelitian ini dalam bentuk skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu (S1) Ilmu Komunikasi.

Jakarta, 21 Januari 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL & GAMBAR.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Komunikasi Massa.....	9
2.1.1 Pengertian.....	10
2.1.2 Karakteristik Media Massa.....	11
2.1.3 Fungsi Komunikasi Massa.....	14
2.1.4 Jenis dan Bentuk Komunikasi Massa.....	18
2.2 Film.....	22
2.2.1 Definisi Film.....	22
2.2.2 Jenis – Jenis Film.....	24
2.2.3 Genre – Genre Film.....	25
2.3 Budaya Konsumerisme.....	27
2.3.1 Budaya.....	27
2.3.2 Konsumsi dan Konsumtif.....	30
2.3.3 Konsep Budaya Konsumerisme.....	33
2.3.4 Gaya hidup.....	38
2.3.5 Karakteristik Perilaku Masyarakat Konsumerisme.....	41
2.3.6 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	44

2.4	Semiotika.....	47
2.5	Analisa Roland Barthes dalam Film.....	51
2.6	Semiotika dalam Film.....	55
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	58
3.1	Tipe Penelitian.....	58
3.2	Unit Analisis.....	60
3.3	Metode Penelitian.....	60
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.5	Definisi Konsep.....	61
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1	Gambaran Umum Film <i>Confessions of A Shopaholic</i>	64
4.2	Hasil Penelitian.....	66
4.3	Analisa Semiotika Roland Barthes.....	68
4.4	Pembahasan.....	92
	BAB V PENUTUP	100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	101
	DAFTAR PUSTAKA.....	103
	LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Tabel Jenis dan Bentuk Komunikasi Massa 18
Tabel 2.5	Gambar Peta Tanda Rolland Barthes..... 53
Tabel 3.5	Tabel Kerja Analisa..... 63
Tabel 4.3.1	Perbandingan Nilai Sebuah Harga..... 68
Tabel 4.3.2	Percaya Diri dengan Produk Ternama..... 70
Tabel 4.3.3	Dunia di Balik Jendela..... 72
Tabel 4.3.4	Kartu Ajaib..... 73
Tabel 4.3.5	Ekspresi Ketika Berbelanja..... 74
Tabel 4.3.6	Sale Produk Denny & George..... 76
Tabel 4.3.7	Pamflet Diskon..... 77
Tabel 4.3.8	Antrian Panjang di Area Diskon..... 78
Tabel 4.3.9	Tergiur Diskon 50% 79
Tabel 4.3.10	Persaingan Antar Pelaku Konsumtif..... 81
Tabel 4.3.11	Pakaian Dalam – Hak Asasi Manusia..... 83
Tabel 4.3.12	Pelanggan Setia Perawatan Kaki..... 85
Tabel 4.3.13	Pengakuan <i>Shopaholic</i> 86
Tabel 4.3.14	Promo <i>Shopping Addict</i> 88
Tabel 4.3.15	Pelelangan Syal Hijau..... 90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.3.1	65
Gambar 4.3.2	65
Gambar 4.3.3	68
Gambar 4.3.4	68
Gambar 4.3.5	70

Gambar 4.3.6	70
Gambar 4.3.7	71
Gambar 4.3.8	73
Gambar 4.3.9	73
Gambar 4.3.10.....	75
Gambar 4.3.11.....	76
Gambar 4.3.12.....	77
Gambar 4.3.13.....	78
Gambar 4.3.14.....	79
Gambar 4.3.15.....	80
Gambar 4.3.16.....	80
Gambar 4.3.17.....	81
Gambar 4.3.18.....	81
Gambar 4.3.19.....	82
Gambar 4.3.20.....	83
Gambar 4.3.21.....	84
Gambar 4.3.22.....	84
Gambar 4.3.23.....	86
Gambar 4.3.24.....	86
Gambar 4.3.25.....	87
Gambar 4.3.26.....	88
Gambar 4.3.27.....	88
Gambar 4.3.28.....	90
Gambar 4.3.29.....	90