



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Penyiaran

Dwi Arini Yulianti
44111110098

Representasi Ciri Materialistik Pada Program Take Me Out Indonesia
(Analisis Semiotika Roland Barthes)
Jumlah halaman: xii + 88 Halaman
Bibliografi: 25 buku + 5 situs internet

ABSTRAKSI

Disadari atau tidak, paham materialisme dapat ditemukan dalam potret masyarakat kota. Manusia membangun dan merubah kota, dan bersama perubahan itu berubah pula wajah manusianya. Wajah kota itu kini cenderung mengglobal. Artinya, ada kecenderungan homogenisasi (*homogenisation*) wajah kota-kota dunia, yang kini tampak semakin seragam, sama. Identik, dan ikonis. Homogenisasi wajah kota itu, tidak saja telah menggiring pada homogenasi budayanya, tetapi yang lebih penting lagi telah mendorong pula homogenisasi potret manusianya. Manusia kebendaan (*homo materialis*) lekat dengan paham materialisme yang membangun makna kehidupan hanya bersifat material.

Televisi adalah salah satu bentuk media massa yang mempunyai pengaruh sangat besar dalam membentuk konstruksi realitas. Program *Take Me Out Indonesia* sebagai sebuah acara *reality show* yang bertemakan ajang perjodohan bukan hanya hadir memberikan hiburan ke hadapan pemirsanya. Materialisme sebagai salah satu realitas sosial potret manusia kota saat ini tergambarkan di beberapa tayangan program *Take Me Out Indonesia*.

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah analisa semiotika Roland Barthes yang mencoba menguraikan betapa kejadian keseharian dalam kebudayaan kita menjadi seperti “wajar”, padahal itu mitos belaka akibat konotasi yang menjadi mantap di masyarakat.

Hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti temukan bahwasannya segala bentuk aktifitas dari materialisme mengarah pada paham kapitalisme yang ingin meraih keuntungan sebesar-besarnya melalui komoditi yang di kemas dalam produk tontonan (hasil budaya massa). Program *Take Me Out Indonesia* yang pada dasarnya hadir sebagai program hiburan dan sebagai media dalam mencari pasangan menjadikan sebuah proses perjodohan yang dikenal privat dalam kebudayaan Indonesia menjadi sebuah tontonan yang laku di jual di pasaran.