



BLACK HEDONISME

(Studi Hipersemiotika Terhadap Hasil Liputan Event
Djarum Black Autoblackthrough 2009 Regional Bandung di Media Internet)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh :

ARDHI KURNIAWAN

04303-094

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **BLACK HEDONISME**
(Studi Hipersemiotika Terhadap Hasil Liputan Event Djarum Black
Autoblackthrough 2009 Regional Bandung di Media Internet)

Nama : Ardhi Kurniawan

NIM : 04303-094

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Juli 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(Yuka Dian Narendra, S.Sn., M.Hum)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **BLACK HEDONISME**
(Studi Hipersemiotika Terhadap Hasil Liputan Event Djarum Black
Autoblackthrough 2009 Regional Bandung di Media Internet)
Nama : Ardhi Kurniawan
NIM : 04303-094
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Mengetahui,

Ketua Sidang
(Drs. Hardiyanto, M.Si)

(.....)

Penguji Ahli
(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

(.....)

Pembimbing
(Yuka Dian Narendra, S.Sn., M.Hum)

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **BLACK HEDONISME**
(Studi Hipersemiotika Terhadap Hasil Liputan Event Djarum Black
Autoblackthrough 2009 Regional Bandung di Media Internet)
Nama : Ardhi Kurniawan
NIM : 04303-094
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Juli 2010

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing

(Yuka Dian Narendra, S.Sn., M.Hum)

Mengetahui,

Dekan Fikom UMB

Kepala Bidang Studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

“Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya,
hidup di tepi jalan
dan ketika dilempari orang dengan batu,
tetapi dibalas dengan buah”

(Abu Bakar Sibli)

Ku Persembahkan skripsi ini untuk
kedua orang tuaku – Endang Nazarudin & Anna Hasanah,
istri & anak-ku – Maida Tunisia & neil Izzi Hafi Zulfa,
serta seluruh keluargaku tercinta

KATA PENGANTAR



Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang begitu banyak kepada umatNya, sampai pada akhirnya penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis sampaikan pula kepada Nabi Muhammad SAW semoga kita termasuk dalam umatnya. Amin.

Perasaan lega bercampur haru mewarnai hati penulis karena akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang tertunda lama. Namun akhirnya skripsi ini bisa diselesaikan guna melengkapi syarat kelulusan penulis. Semua tentunya tidak lepas dari bantuan, dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak serta semangat yang selalu diberikan oleh keluarga dan teman-teman terkasih. Untuk itu tidak ada kata terindah selain ucapan terima kasih yang penulis sampaikan kepada :

1. Bpk. Yuka Dian Narendra, S.Sn., M.Hum selaku pembimbing yang senantiasa selalu meluangkan waktu dan membantu penulis dengan “keliaran cara berpikirnya” dalam menyelesaikan skripsi ini. “Btw.. *ta’ tunggu undangannya yo Mas..*”
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, dimana telah menjadi ‘pengingat’ selama di lingkungan akademis ini.
3. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku Kepala Program Studi Advertising & Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut memberikan motivasi dalam menyelesaikan program studi ini.

4. Keluarga besarku, khususnya kepada kedua orang tua, mertua, istri dan anakku yang selalu mendoakan dan melapangkan hatinya untuk selalu bersabar menunggu moment kelulusan atas studi yang lama ini. *“Kalian memang bukan apa-apa. Tetapi untukku adalah segalanya!”*
5. Keluarga besar Teater Amoeba, terutama untuk teman seperjuangan yang tergabung dalam ‘Aliansi Angkatan Muda 2003’.
6. Teman-teman Marcom 2003 dan para tetangga di Pusat Kegiatan Mahasiswa (PUSGIWA), serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. *‘Thanx for all..’*.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik untuk perbaikan skripsi ini. Harapan penulis, skripsi ini tidak hanya bermanfaat secara pribadi tetapi juga bagi para pembaca di kalangan akademis.

Jakarta, Juli 2010

Ardhi Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN TANDA LULUS SIDANG	iii
HALAMAN PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SALAM	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Perumusan Masalah	11
1.3	Tujuan Penelitian	11
1.4	Manfaat Penelitian	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Komunikasi Sebagai Produksi Tanda dan Makna	13
2.1.2	Iklan sebagai Susunan Tanda-Tanda (<i>Sign</i>)	15
2.2	Semiotika dan Hipersemiotika	18
2.3	Konsep Tanda Dalam Hipersemiotika	20
2.4	Globalisasi dan Budaya Konsumer	22
2.4.1	Masyarakat Konsumer	29
2.5	Budaya Urban	32
2.5.1	Masyarakat Urban	34
2.5.2	Gaya Hidup urban	34
2.6	Kota dan Mall Sebagai Bagian Dari Ruang Urban	35
2.7	Budaya Urban, Sebuah Bungkusan (Bagian) Dari Budaya Konsumer	37
2.8	Djarum Black Sebagai Ekspresi Dari Budaya Urban	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian	42
3.2	Metode Penelitian	45
3.3	Unit Analisis	45

3.4	Teknik pengumpulan Data	
3.4.1	Pengumpulan Data Primer	46
3.4.2	Pengumpulan Data Sekunder	46
3.5	Fokus Penelitian (Batasan Penelitian)	46
3.6	Analisis Data	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	51
4.2	Pembahasan	
4.2.1	Perempuan dan Otomotif	52
4.2.2	Tubuh, Konsumsi Paling Indah	55
4.2.3	Dunia Simulasi R/C	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	78
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP