



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

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

Nama : Ardhi Kurniawan

NIM : 04303-094

ABSTRAKSI

Dalam era masyarakat post-industri sekarang ini, berbagai bentuk penggunaan media massa kerap digunakan sebagai sarana untuk berpromosi (beriklan). Internet dengan kelebihanannya yang dapat mengakses data dengan cepat dan dapat diakses ke berbagai pelosok wilayah, digunakan oleh PT. Djarum untuk mempromosikan acara kontes modifikasi mobil yang diberi nama Autoblackthrough saat dilaksanakan di kota Bandung pada tahun 2009. Akan tetapi ketika peristiwa yang ada di dalam event tersebut *dimampatkan* menjadi sebuah teks yang ada di dalam internet, banyak makna yang berubah dikarenakan adanya unsur permainan *penanda* yang terlalu bebas.

Dengan menggunakan metode hipersemiotika untuk mengungkap tanda-tanda yang berlebihan (*over signs*), dilanjutkan dengan teori Jean Baudrillard tentang *simulasi-simulakra*, penulis menyimpulkan adanya situasi *politik hasrat* di tubuh perempuan yang dijadikan komoditi, yang bersifat ilusi dalam mengkonsumsi informasi dalam hasil liputan event Autoblackthrough 2009 regional Bandung. Selain itu juga, penulis menemukan adanya kecenderungan pemujaan komoditi (*fetishism commodity*) pada mainan mobil remote kontrol yang sebenarnya semuanya itu adalah sebuah simulasi semata. Hal ini akhirnya memberikan gambaran tentang seberapa jauh tanda-tanda yang bekerja dalam lingkup ranah hipersemiotika.