

**REPRESENTASI PRAKTIK HEDONISME PRIA DALAM
AKUN INSTAGRAM @BANGBENUACHALLENGE**

TUGAS AKHIR



RULLY MONDY HERDIRA RAHAYU

1151923015

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2017

**REPRESENTASI PRAKTIK HEDONISME PRIA DALAM
AKUN INSTAGRAM @BANGBENUACHALLENGE**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



RULLY MONDY HERDIRA RAHAYU

1151923015

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rully Mondy Herdira Rahayu

NIM : 1151923015

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Agustus 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rully Mondy Herdira Rahayu
NIM : 1151923015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Representasi Praktik Hedonisme Pria dalam akun Instagram @bangbenuachallenge.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dessy Kania B.A.M.A

Penguji I : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si

Penguji II : Pandit Sumawinata, M.B.A



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2017

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya sangat menyadari bahwa, Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, (alm) Djodi Sugandi dan Tri Rahayu Sekarwati, serta kakak saya, Wendy Edwina, yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan serta doa secara moral dan materi. Tugas Akhir ini saya dedikasikan untuk mereka;
2. Ibu Dessy Kania, B.A, M.A. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah rela memberikan waktu, tenaga, pikiran dan arahan untuk sama-sama mensukseskan penyusunan skripsi ini;
3. Bapak Bambang Sukma Wijaya, M.Si dan Pandit Sumawinata, M.B.A. selaku pembahas dan penguji sidang tugas akhir;
4. Ibrahim dan Patih, teman saat perkuliahan dahulu yang sangat membantu dan mendukung setiap saat;
5. Kak Annisa, Kak Ayu dan Kak Ratu, kebersamaan berliku yang kita lalui bersama dalam mengerjakan tugas akhir ini;
6. Mama Gendis dan Kak Sella, sesama penelitian dengan pendekatan semiotika yang selalu bertukar pikiran tentang tanda, makna, mitos dan cinta;
7. Teman-teman virtual maupun imajiner yang selalu ada untuk menghibur dan juga menjadi tempat berkeluh kesah selama ini;
8. Teman-teman Kelas Karyawan khususnya Marketing Communication batch 5 yang selama tiga semester untuk berjuang bersama meraih gelar sarjana;

9. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah berbagi ilmu kepada penulis untuk penulisan Tugas Akhir ini, serta persiapan penulis untuk terjun dalam industri kerja;
10. Para staff Universitas Bakrie yang juga turut selalu berkenan untuk membantu dan menyukseskan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan untuk membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi orang-orang yang membacanya.

Jakarta, 19 Agustus 2017



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rully Mondy Herdira Rahayu
NIM : 1151923015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

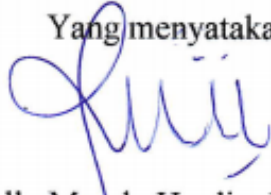
REPRESENTASI PRAKTIK HEDONISME PRIA PADA AKUN INSTAGRAM @BANGBENUACHALLENGE

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2017

Yang menyatakan

(Rully Mondy Herdira Rahayu)

REPRESENTASI PRAKTIK HEDONISME PRIA PADA AKUN INSTAGRAM @BANGBENUACHALLENGE

Rully Mondy Herdira Rahayu

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisa bagaimana praktik hedonisme pria pada Instagram sebagai suatu fenomena, dimana pada foto yang diunggah pada Instagram menjadi salah satu cara dalam mengkomunikasikan kelas sosial seseorang dengan barang-barang yang mereka perlihatkan pada foto. Fenomena tersebut ditunjukkan pada Pablo Putera Benua dan media sosial Instagram akun @bangbenuachallenge yang akan digunakan sebagai subjek dan objek dari penelitian. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif kualitatif dengan pendekatan metodologi semiotika Roland Barthes, dimana untuk mencari makna yang tergantung dalam objek penelitian menggunakan pemaknaan denotasi, konotasi dan mitos dalam menganalisis tanda-tanda hedonisme pria pada akun Instagram @bangbenuachallenge. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik hedonisme pria dikonstruksi oleh makna-makna yang terdapat pada akun Instagram @bangbenuachallenge. Praktik hedonisme pria direpresentasikan dengan mitos bahwa barang-barang mewah melambangkan status sosial seseorang.

Kata Kunci: Representasi, Instagram, Media Sosial, Semiotika Roland Barthes, hedonisme.

REPRESENTATION OF MALE HEDONISME ON INSTAGRAM @BANGBENUACHALLENGEN ACCOUNT

Rully Mondy Herdira Rahayu

ABSTRACT

This research analyzes how the practice of male hedonism on Instagram as a phenomenon, where the photos uploaded on Instagram become a way of communicating one's social class with the items they show on the photo. The phenomenon is shown on Pablo Putera Benua and social media Instagram @bangbenuachallenge account which will be used as subject and object of this research. This research uses descriptive qualitative study with semiolysis methodology Roland Barthes, where to find meaning depend on object of research use denotation, connotation and myth in analyzing signs of male hedonism on Instagram @bangbenuachallenge account. The results showed that the practice of male hedonism is constructed by the meanings of Instagram @banbenuachallenge account. The practice of male hedonism is represented by the myth of luxury brands symbolizing one's social status.

Keywords: Representation, Instagram, Media Social, Semiotics Roland Barthes, hedonism.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	II
HALAMAN PENGESAHAN	IV
UNGKAPAN TERIMA KASIH	V
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	VII
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL	XII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	10
1.3 TUJUAN PENELITIAN	10
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 PENELITIAN SEBELUMNYA	12
2.2 TINJAUAN PUSTAKA	20
2.2.1 Gaya Hidup Hedonisme	20
2.2.2 Representasi	21
2.2.3 Semiotika Roland Barthes	24
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 JENIS PENELITIAN.....	31
3.2 OBJEK PENELITIAN.....	32
3.3 SUMBER DATA DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA	34
3.4 OPERASIONALISASI VARIABEL	35
3.5 TEKNIK ANALISIS DATA.....	35
3.6 TEKNIK PENGUJIAN KEABSAHAN DATA	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	38
4.1.1 Subyek Penelitian	39
4.1.2 Objek Penelitian.....	41
4.2 HASIL PENELITIAN	42
4.2.1 Analisis Tanda Praktik Hedonisme Pria	42
4.2.1.1 Post Jam Tangan, dessert dan Kopi.....	43
4.2.2.2 Post 3 mobil di garasi	53

4.2.2.3 Post Koleksi Sepatu	63
4.2.2.4 Post Alas Kaki Sandal	69
4.3 PEMBAHASAN.....	76
4.3.1 Makna yang tersembunyi.....	76
4.3.1.1 Post Jam tangan, dessert dan kopi.	77
4.3.1.2 Post 3 Mobil di Garasi	81
4.3.1.3 Post Koleksi Sepatu	83
4.3.1.4 Post Alas Kaki sandal.....	85
4.3.1.5. Penjelasan makna yang tersembunyi	87
4.3.2 <i>Luxury Brands are Status Symbols</i>	88
4.3.3 <i>Industri Barang Palsu melalui Tanda</i>	92
4.3.4 <i>Representasi praktik hedonisme Pria</i>	94
4.3.5 <i>Wacana tentang motif praktik Hedonisme Pria</i>	99
4.3.6 <i>Pandangan terhadap barang palsu</i>	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 KESIMPULAN	103
5.2 KETERBATASAN PENELITIAN	104
5.3 SARAN.....	104
5.3.1 <i>Saran akademis</i>	104
5.3.2 <i>Saran Praktis</i>	105
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perilaku pengguna internet Indonesia 2016	2
Gambar 1.2 Screenshot akun instagram @pincessyahrini dan @fashionsyahrini...4	4
Gambar 1.3 foto resepsi pernikahan bella sofie dan suryono.....5	5
Gambar 1.4 Screenshot akun instagram @yeezybusta	6
Gambar 1.5 foto pablo benua dan rey utami	7
Gambar 1.6 Foto akun @bangbenuachallenge	8
Gambar 2.1 sistem signifikansi dua tahap.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 3.1 Sistem signifikansi dua tahap.....	36
Gambar 4.1 Profil akun Instagram dan Youtube Pablo	39
Gambar 4.2 Salah satu post Pablo	40
Gambar 4.3 Salah satu komen negarif Pablo	43
Gambar 4.4 Logo Officine Panerai	46
Gambar 4.5 Luminor Panerai	47
Gambar 4.6 Pablo Logo	48
Gambar 4.7 Tanamera logo.....	50
Gambar 4.8 Antonie de saint-exupery	52
Gambar 4.9 Interior Honda Accord	56
Gambar 4.10 Nissan Elgrand	58
Gambar 4.11 Plat Nomor Cantik.....	60
Gambar 4.12 New Balance Logo	66
Gambar 4.13 Sandal Swallow Logo	72
Gambar 4.14 Official Website Paneristi	72
Gambar 4.15 Jam Tangan Panerai Palsu.....	78
Gambar 4.16 Antrian Pablo Cheese Tart	79
Gambar 4.17 Daftar Harga Pablo Cheese Tart.....	79
Gambar 4.18 Tanamera Coffee	80
Gambar 4.19 Print Ad Honda Accord.....	81
Gambar 4.20 Interior nissan Elgrand	82
Gambar 4.21 New Balance Store	84
Gambar 4.22 New Balance Collection.....	85
Gambar 4.23 Penjual Online sandal swallow	86
Gambar 4.24 Hierarchy of needs	88
Gambar 4.25 Problem recognition	90
Gambar 4.26 Sistem signifikansi dua tahap.....	97
Gambar 4.27 Take Me Out	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 3.1 Postingan yang dipilih.....	33
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	35
Tabel 4.1 Pengertian tanda, denotasi dan konotasi	41
Tabel 4.2 Visual Photo dan Caption 1	43
Tabel 4.3 Pemaknaan denotasi dan konotasi.....	44
Tabel 4.4 Visual photo dan Caption 2.....	53
Tabel 4.5 Pemaknaan denotasi dan konotasi.....	54
Tabel 4.6 Visual Photo dan Caption 3	63
Tabel 4.7 Pemaknaan denotasi dan konotasi.....	63
Tabel 4.8 Visual Photo dan Caption 4	69
Tabel 4.9 Pemaknaan denotasi dan konotasi.....	70
Tabel 4.10 Penanda, Petanda, Tanda Denotasi	96
Tabel 4.11 Penanda, Petanda, Tanda Konotasi	98