

**REPRESENTASI BUDAYA PERILAKU KONSUMTIF PADA FILM  
ORANG KAYA BARU**

**(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**TUGAS AKHIR**

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Ilmu  
Komunikasi



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**MUHAMMAD RIZKY FAUZI**

**1171003067**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2022**

**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: Muhammad Rizky Fauzi**

**NIM:1171003067**



**Tanda Tangan:**

**Tanggal: 12 Juli 2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh : Muhammad Rizky Fauzi

Nama : Muhammad Rizky Fauzi

NIM : 1171003067

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Representasi Budaya Perilaku Konsumtif Pada  
Film *Orang Kaya Baru* (Analisis Semiotika Roland Barthes)

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Ali Kurnia, S.Ikom., M.Ikom



Penguji 1 :



Rizky Hafiz Chaniago, Ph.D



Penguji 2 : Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, D

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Juli 2022

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul ” Representasi Budaya Perilaku Konsumtif Pada Film *Orang Kaya Baru* (Analisis Semiotika Roland Barthes) ” dengan baik. Penyusunan Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi Mata Kuliah Tugas Akhir pada semester sepuluh, peminatan Jurnalistik Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Proses penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bimbingan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak, yaitu :

### 1. Allah.SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah.SWT, karena berkat rahmat ridho dan Karunia-Nya, penulis mampu diberi kesabaran, kekuatan, kelancaran, dan umur yang panjang sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan baik.

### 2. Keluarga

Terima kasih kepada Keluarga penulis yaitu Uti, Engkung, Mama, dan Papa yang selalu berdoa dan memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih juga sudah selalu ada untuk penulis.

### 3. Ari Kurnia M.Ikom

Terima kasih kepada Miss Ari selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu memberikan saran, selalu menyediakan waktu dan bantuan kepada penulis selama menyelesaikan peneliti ini.

### 4. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2017

Terima kasih kepada semua teman-teman Ilmu Komunikasi 2017, yang sudah memberikan semangat dan memberikan warna bagi penulis selama di Universitas Bakrie.

**5. Teman-teman Jurnalistik 2017**

Terima kasih kepada semua teman-teman Jurnalistik 2017, karena telah bersama penulis dari awal masuk peminatan dan sampai saat ini. Terima kasih sudah memberikan saran bagi penulis saat penulis sedang membuat penelitian ini.

**6. Novri Susan, ph.D**

Terima kasih kepada Pak Novri Susan sebagai pakar sosiolog dan semiotika yang mampu menyediakan waktunya untuk diwawancarain dan terima kasih sudah mampu memberikan ilmu dan pengetahuannya.

Jakarta, 12 Juli 2022

Penulis,



**Muhammad Rizky Fauzi**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

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

Nama : Muhammad Rizky Fauzi

NIM : 1171003067

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 Non eksekutif (Non-Exclusive RoyaltyFree Rights)** atas karya ilmiah yang berjudul :

” Representasi Budaya Perilaku Konsumtif Pada Film *Orang Kaya Baru* (Analisis Semiotika Roland Barthes) ”

Beserta perangkat yang ada jika diperlukan. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksekutif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan 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 : 12 Juli 2022

Yang menyatakan,



**Muhammad Rizky Fauzi**

**ABSTRAK**

REPRESENTASI BUDAYA PERILAKU KONSUMTIF PADA FILM *ORANG  
KAYA BARU*

(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Oleh Muhammad Rizky Fauzi

Film merupakan media massa yang memproduksi pergerakan, gambar, dan suara. Selain itu film dapat menghasilkan ilusi dari kehidupan, kenyataan, membuka dan menciptakan perspektif baru. Rumusan masalah yang terjadi adalah untuk melihat bagaimana budaya perilaku konsumtif pada film *Orang Kaya Baru*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana denotasi, konotasi, dan mitos budaya perilaku konsumtif yang ditampilkan pada film *Orang Kaya Baru* dan untuk mengetahui bagaimana representasi budaya perilaku konsumtif pada film *Orang Kaya Baru*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis Semiotika Roland Barthes. Representasi, budaya perilaku konsumtif, dan film sebagai media massa. Dari hasil penelitian ini menunjukkan tanda-tanda yang memberikan makna mengenai aktivitas atau perilaku konsumtif yang muncul di dalam tiga belas *scene* atau adegan. Tanda-tanda tersebut di hasilkan oleh denotasi, konotasi, dan mitos yang dikaitkan oleh aspek perilaku konsumtif yang berupa pembelian impulsif, pemborosan dan juga pembelian tidak rasional. Dari hasil ketiganya, aspek perilaku konsumtif direpresentasikan sebagai upaya menegaskan segala hal yang dilakukan oleh orang kaya adalah dengan memperlakukan diri secara eksklusif dan mendapat banyak tanggapan positif dari orang sekitar.

**Kata Kunci :** Analisis Semiotika, Representasi, Budaya Perilaku Konsumtif, Film sebagai media massa

**ABSTRACT**

**CULTURAL REPRESENTATION OF CONSUMPTION BEHAVIOR IN THE  
NEW RICH FILM**

**(ROLAND BARTHES SEMIOTICS ANALYSIS)**

By Muhammad Rizky Fauzi

Film is a mass media that produces movement, images, and sound. In addition, films can produce illusions from life, reality, open and create new perspectives. The formulation of the problem that occurs is to see how the culture of consumptive behavior in the film *Orang Kaya Baru*. The purpose of this study is to find out how the denotations, connotations, and myths of consumer behavior culture are shown in the film *Orang Kaya Baru* and to find out how the cultural representation of consumptive behavior is in the film *Orang Kaya Baru*. This study uses a qualitative approach with the semiotics analysis method of Roland Barthes. Representation, culture of consumptive behavior, and films as mass media. The results of this study show signs that give meaning to consumptive activities or behaviors that appear in thirteen scenes or scenes. These signs are generated by denotations, connotations, and myths associated with aspects of consumptive behavior in the form of impulsive purchases, waste and also irrational purchases. From the results of the three, the aspect of consumptive behavior is represented as an effort to emphasize that everything rich people do is to treat themselves exclusively and get a lot of positive responses from people around them.

**Keywords:** Semiotic Analysis, Representation, Culture of Consumptive Behavior, Film as mass media



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis .....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Teori dan Konsep .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.1 Semiotika Roland Barthes.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.2 Representasi .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.3 Perilaku Konsumtif.....</b>	<b>18</b>
<b>2.1.4 Film Sebagai Media Massa .....</b>	<b>23</b>
<b>2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3 Deskripsi Perbandingan Penelitian dengan Jurnal Sebelumnya.....</b>	<b>41</b>
<b>2.4 Model Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>46</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>48</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
<b>3.1 Desain dan Pendekatan .....</b>	<b>48</b>
<b>3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....</b>	<b>50</b>
<b>3.3 Pengumpulan Data .....</b>	<b>51</b>
<b>3.4 Analisis Data .....</b>	<b>53</b>
<b>3.5 Triangulasi Data .....</b>	<b>54</b>
<b>3.6 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep/Isu .....</b>	<b>55</b>

<b>BAB IV .....</b>	<b>57</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Film Orang Kaya Baru.....</b>	<b>57</b>
<b>4.1.1 Tokoh dan Karakter dalam Film Orang Kaya .....</b>	<b>60</b>
<b>4.1.2 Sinopsis Film .....</b>	<b>62</b>
<b>4.2 Penyajian Data.....</b>	<b>64</b>
<b>4.2.1 Identifikasi Film Orang Kaya Baru dalam aspek perilaku konsumtif .....</b>	<b>64</b>
<b>4.2.2 Adegan Film Orang Kaya Baru dalam Aspek Pemborosan.....</b>	<b>66</b>
<b>4.2.3 Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film Orang Kaya Baru yang merepresentasikan Budaya Perilaku Konsumtif.....</b>	<b>88</b>
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>121</b>
<b>4.3.1 Mitos Perilaku Konsumtif Didalam Film Orang Kaya Baru .....</b>	<b>126</b>
<b>4.3.2 Representasi Perilaku Konsumtif dalam Film Orang Kaya Baru. ....</b>	<b>128</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>132</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>132</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>132</b>
<b>5.2 Kendala dan Keterbatasan .....</b>	<b>133</b>
<b>5.2.1 Keterbatasan .....</b>	<b>133</b>
<b>5.3 Saran dan Implikasi .....</b>	<b>134</b>
<b>5.3.1 Saran Untuk Penelitian berikutnya .....</b>	<b>134</b>
<b>5.3.2 Saran untuk Industri/Lembaga/Subyek .....</b>	<b>134</b>
<b>5.3.3 Implikasi .....</b>	<b>134</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>135</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1 Peta Roland Barthes.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabel 2.2 Tabel Penelitian Sebelumnya .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4.2.1 Deskripsi Adegan Film Orang Kaya Baru Menggunakan Aspek Perilaku Konsumtif.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Poster Film Catatan Akhir Sekolah.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1.2 Poster Film Orang Kaya Baru.....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 2.1 Two Orders Of Signification dari Roland Barthes.....</b>	<b>13</b>
<b>Gambar 4.1 Poster Film Orang Kaya Baru.....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4.2 Nominasi Penulis Skenario Asli Terbaik di Festival Film Indonesia 2019 .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4.3 Screenshot Data Penonton Film Indonesia Tahun 2019 .....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 4.4 Tokoh di Film Orang Kaya Baru .....</b>	<b>60</b>
<b>Gambar 4.5 Keluarga sedang makan es doger dan dilanjutkan pergi ke restoran mewah .....</b>	<b>89</b>
<b>Gambar 4.6 Keluarga Sedang Menanyakan Ruangan Untuk Makan di Restoran Mewah.....</b>	<b>91</b>
<b>Gambar 4.7 Keluarga Sedang Memilih Makanan di Ruangan VIP .....</b>	<b>93</b>
<b>Gambar 4.8 Tika Memesan Makan Yang Paling Mahal di Restoran Mewah .....</b>	<b>95</b>
<b>Gambar 4.9 Duta Memesan Makanan Yang Berlebihan di Restoran Mewah .....</b>	<b>97</b>
<b>Gambar 4.10 Duta Memberi Saran Kepada Keluarganya Untuk Cepat-Cepat Menghabiskan Uangnya .....</b>	<b>101</b>
<b>Gambar 4.11 Keluarga Berbelanja Baju, Alat Renang, Sepatu, Motor, Heels, dan Kebutuhan Lainnya.....</b>	<b>103</b>
<b>Gambar 4.12 Tika Membelikan Temannya Sepeda Motor Seharga 19 Juta .....</b>	<b>106</b>
<b>Gambar 4.13 Ibu Mengaku Bahwa Uang 500 Jutanya Sudah Habis Untuk Dibelikan Sebuah Perhiasan .....</b>	<b>108</b>
<b>Gambar 4.14 Keluarga Membeli Rumah Seharga Delapan Milyar.....</b>	<b>110</b>
<b>Gambar 4.15 Keluarga Pergi Membeli Furniture Untuk Rumah Baru Mereka .....</b>	<b>112</b>
<b>Gambar 4.16 Ibu Mempekerjakan Satpam Yang Berada Di Toko Furniture .....</b>	<b>116</b>

**DAFTAR BAGAN**

**Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....47**