



**REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME DALAM VIDEO KLIP
LAGU (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM
VIDEO KLIP LAGU ED SHEERAN DAN KHALID
BERJUDUL “BEAUTIFUL PEOPLE”)**

Reza Agung Prasetya, Siti Nursanti, Yanti Tayo

Prodi atau Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Hedonisme adalah pandangan hidup yang beranggapan bahwa seseorang akan bahagia dengan mencari kebahagiaan yang sebesar-besarnya dan sebisa mungkin menghindari perasaan yang menyakitkan. Hedonisme adalah ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan adalah tujuan hidup dan tindakan manusia. Pandangan hidup ini hanya ingin mencari keuntungan sebanyak-banyaknya dan hanya didasarkan pada keuntungan materi. Hedonisme yang terdapat Video Klip Lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul “Beautiful People” adalah sebuah representasi gaya hidup yang menonjolkan sisi glamor dan kemewahan oleh budaya barat.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah semiotika dan Teori Semiotika Roland Barthes. Teknik pengumpulan data didapatkan dengan cara Observasi , sumber pustaka dan dokumentasi. Data yang diperoleh diolah secara interaktif dan terus menerus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui , menjelaskan dan mengeksplorasi representasi gaya hidup hedonisme yang terdapat di dalam video klip lagu tersebut. Penelitian ini berusaha mengungkap penggambaran dalam video klip lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul “Beautiful People”.

Kata Kunci: Hedonisme, Video Klip Lagu, Representasi, Semiotika.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membuka potensi yang sangat besar untuk mengubah cara hidup masyarakat. Tidak semua orang bisa beradaptasi dengan baik dengan keadaan seperti sekarang ini. Banyak orang membiarkan dirinya terpengaruh oleh perkembangan waktu, yang menimbulkan masalah baru dalam hidupnya. (Raho, 2014) . Perubahan gaya hidup manusia dari waktu ke waktu adalah hal biasa karena setiap orang ingin mengubah hidupnya. Bagi sebagian orang, gaya hidup sangat penting karena dapat dilihat sebagai identitas yang berbeda.

Dengan perkembangan zaman yang semakin cepat, mentalitas masyarakat juga berubah dari waktu ke waktu. Perubahan tersebut menjadi gaya hidup yang digunakan seseorang untuk meningkatkan taraf hidupnya di masyarakat. Dengan berpegang teguh pada gaya hidupnya, seseorang akan menganggap dirinya sebagai manusia yang mampu, yang tercermin dari gaya hidup yang dijalankannya. (Narwoko & Suyanto, 2014) .

Hedonisme juga didefinisikan sebagai keadaan pikiran dimana kebahagiaan dalam keadaan itu adalah keindahan tertinggi, dan mengejar kebahagiaan adalah doktrin gaya hidup yang didedikasikan untuk mengejar kebahagiaan. (Kirgiz, 2014). Berhubungan dengan video klip lagu yang memiliki beragam simbol dan tanda , Semiotika adalah suatu metode yang mencoba mengungkap banyak makna dan tanda yang tersembunyi. Semiotika dikenal luas sebagai studi tentang tanda. Ilmu ini berguna untuk mempelajari gaya hidup yang terdapat dalam video klip lagu tersebut.

Semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes dikenal sebagai semiotika barthesian. Semiotika penting untuk membaca gerakan visual untuk menemukan pesan tanda dan pesan yang

ingin ditunjukkan oleh seseorang atau kelompok. Roland mencetuskan model analisis tanda signifikasi dua tahap atau lebih dikenal sebagai two order of signification. Kemudian Roland membaginya menjadi denotasi dan konotasi.

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara petanda dan penanda dalam bentuk nyata (Ardiansyah, 2012). Barthes menyebutnya sebagai denotasi yaitu yang berarti sesuatu yang orisinal dan umum yang dipahami sepenuhnya oleh banyak orang. Misalnya , kata domba secara harfiah berarti hewan yang menghasilkan daging dan berbulu. Ini adalah makna universal yang dipahami kebanyakan orang.

Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan hubungan yang terjadi ketika tanda tercampur dengan perasaan dan emosi (Alex, Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana , Analisis dan Analisis Framing, 2006). Konotasi seringkali dianggap sebagai denotasi karena seringkali tidak disadari kehadirannya. Analisis semiotika berguna untuk membenarkan kesalahpahaman yang seringkali terjadi. Konotasi bersifat subjektif . Misalnya kata teratai dalam Bahasa Indonesia berarti keindahan. Namun di India , bunga ini memiliki arti yang berbeda. Dalam agama Buddha dan Hindu , bunga ini merupakan simbol kedua agama tersebut.

Signifikasi tahap kedua terdapat mitos yang isinya merupakan pesan dengan banyak pandangan masyarakat. Mitos menggambarkan deskripsi tradisi dan mencakup beberapa hal nyata yang telah terjadi terkait banyak sekali kebudayaan.

Melalui informasi diatas , peneliti tertarik dengan materi pokok tersebut yang berjudul "Representasi Hedonisme dalam Video Klip Lagu (

Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Video Klip Lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul Beautiful People)” .

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini dideskripsikan secara kualitatif menggunakan memakai metode analisis semiotika Roland Barthes yaitu mencoba tahu objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, metode semiotika dipilih buat mengetahui adanya kesan, dan pendapat saat mengungkapkan perindikasi & makna melalui interpretasi.

Menurut Burhan Bungin , metode kualitatif memiliki pemikiran serius dalam prinsip-prinsip generik pada mempersonifikasikan seluruh makna tanda-tanda sosial pada masyarakat. Dalam arti lain, metode ini subjektif. Penelitian ini bertujuan buat menyebutkan setiap segmen klip video buat mengusut makna pesan dan tujuan proyek penelitian supaya bisa tahu konklusi berdasarkan proyek penelitian.

Metode deskriptif merupakan metode memeriksa keadaan waktu ini menurut sekelompok orang, suatu objek, sekumpulan kondisi, seperangkat sistem pemikiran, atau serangkaian peristiwa. Tujuan menurut penelitian deskriptif ini merupakan buat menggambarkan, menggambarkan atau mewarnai fakta, ciri dan interaksi antara kenyataan yg diteliti secara sistematis, obyektif dan akurat (Nazir, 1988).

Dalam hal ini, analisis pada penelitian kualitatif berdasarkan perspektif topik penelitian merupakan buat mengetahui pentingnya tanda-tanda sosial baru dan faktor budaya pada rakyat menjadi model buat memilih kategori tertentu. Oleh karenanya fokusnya merupakan mendukung dan mempromosikan penekanan penelitian ini. , Kemudian metode peneliti merupakan analisis semiotika dan penelitian deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Didalam iklan Video Klip Lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul “ Beautiful People ”, bagaimana pesan yang terkandung di dalam video klip ini menimbulkan beberapa mitos yang mengarah pada perilaku hedonisme yang menyimpang, diantaranya :

Adanya mitos pemujaan terhadap benda-benda berharga mahal dan mewah sebagai sesuatu yang sanggup memberi kebahagiaan yg sanggup mendeskripsikan akan tertentu sebagai seseorang yang berada pada status sosial tertinggi dalam tengah-tengah masyarakat. Dalam hal ini, status dianggap merupakan kekuatan yang besar sebagai simbol akan kesuksesan sebuah hidup. Status pada mitos ini erat kaitannya menggunakan gaya hidup yang mencakup cita rasa seorang kepada fashion, mobil, hiburan dan rekreasi. Gaya hidup memilih dalam frame to refrence (kerangka acuan) yang dipakai pada bertingkah laku, sehingga seorang akan menerima persepsi positif menurut orang lain menjadi seorang yg sempurna.

Kemudian adanya mitos berperilaku konsumtif. Kebahagiaan dan kesenangan yang didapat dalam kaitannya memakai perilaku konsumtif dalam hal ini adalah segala sesuatu yang mampu dibeli memakai harga mahal yang bisa menonjolkan dan menempatkan seseorang pada status sosial tertinggi sebagai kesempurnaan seorang manusia. Bagaimana buat mendapat kesenangan dan kebahagiaan sebagai bentuk hedonisme seseorang, seharusnya melakukan kegiatan contohnya berlibur, membeli pakaian, tas, dompet hingga aksesoris berharga mahal, dan menjadikannya sebuah kebutuhan yang penting. Dalam hal ini, uang menjadi satu-satunya alat yang bisa mengatur dan mengendalikan setiap kebahagiaan dan kesenangan seseorang manusia.

Ada mitos bahwa setiap orang akan merasakan kegembiraan dan

kebahagiaan ketika diberikan segala sesuatu yang berharga dan mewah. Video Klip Lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul " Beautiful People " memberikan titik referensi bahwa orang sekarang hanya dapat memiliki semua kesenangan dan kebahagiaan dari sesuatu yang mahal dan mewah sebagai ciri masyarakat yang mapan.

Selain itu, Video Klip Lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul "Beautiful People" Berupaya menyoroti sikap insan yang sekarang lebih mengandalkan konsumsi menjadi acuan gaya. kehidupan yang menunjuk ke budaya terkenal atau budaya barat. dipercaya pada video klip lagu ini menjadi budaya yang bisa mencerminkan warga yang maju atau dalam taraf warga yang mapan..

Lantaran kebanyakan orang pada video klip lagu ini sangat menyukai sesuatu yang glamor dan mahal buat fashion, gaya hidup, & status sosial. Secara tak langsung, video klip lagu ini turut dan pada perkembangan ketimpangan sosial yang mengakar pada kehidupan. Tidak bisa disangkal, hasrat akan kesenangan merupakan dorongan yang sangat fundamental pada kehidupan manusia. Namun, catatan kritis harus dibuat dalam Video Klip Lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul " Beautiful People " yaitu, saat orang selalu mencari kesenangan berdasarkan landmark mode, gaya hidup, dan posisi sosial. . Atau tak mungkin setiap orang mengabdikan hidupnya tanpa wajib menjaga latar belakang seseorang menggunakan niat lapang dada dan tanpa pamrih.

Hedonisme pada video klip lagu ini mempunyai kesalahpahaman, Video klip lagu ini menduga sesuatu yang baik merupakan segala sesuatu yg mahal, glamor dan juga bisa mencerminkan status dan kelas sosial seseorang. Ketika Anda tahu bahwa kesenangan semacam ini hanyalah perasaan subjektif dan nir terdapat yang objektif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap video klip lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul " Beautiful People " , maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Meliputi makna visual dan bahasa dari video klip lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul "Beautiful People" , semua sistem dimaksudkan untuk membicarakan kegembiraan dan kebahagiaan yang dialami orang-orang pada zaman yang mempunyai berbagai impian pada dunia. berupa kebutuhan materi berupa uang, benda atau apapun yang bernilai mahal dengan harga yang mewah, mengakibatkan setiap individu atau rakyat berperilaku hedonisme.
2. Mitos yang dapat digali pada video klip lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul "Beautiful People" adalah Budaya Barat (Barat) atau budaya terkenal diyakini menjadi budaya yang sangat sempurna. Budaya barat dicermati menjadi sikap yang patut diteladani rakyat umum. Masyarakat Barat merupakan representasi hedonisme, yang pada video klip lagu ini memperlihatkan evaluasi yang lebih luas mengenai definisi kebahagiaan dan kesenangan, dianalogikan menggunakan kekayaan berupa harta benda, uang, dan segala sesuatu yang glamor dan mahal.
3. Perilaku hedonisme yang terdapat dalam video klip lagu Ed Sheeran dan Khalid berjudul "Beautiful People" Mendorong berbagai pihak

untuk mencari kebutuhan konsumen misalnya kebutuhan akan pakaian, perhiasan, aksesoris dan barang glamor pada luar negeri menjadi bagian berdasarkan gaya hayati glamor, sekaligus berusaha mengganti budaya norma masyarakat, menggunakannya secara konsumtif, tanpa tanggung jawab moral menjadi makhluk sosial. Hedonisme pada video klip lagu ini pula seolah mendeskripsikan sesuatu yang dipercaya menjadi kebahagiaan dan kesenangan yang diharapkan setiap individu.

Raho, B. (2014). Sosiologi. Yogyakarta: Moya ZamZam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dr. Siti Nursanti, S.Sos. M.I.Kom., dan Yanti Tayo, S.Psi., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penelitian ini dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Alex, S. (2006). Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana , Analisis dan Analisis Framing. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Ardiansyah, M. (2012). Roland Barthes , Elemen - Elemen Semiologi : Sistem Tanda Bahasa Hermeutika dan Strukturalis . Yogyakarta: IRCiSoD 13.

Kirgiz, A. (2014). Hedonism , A Consumer Disease of The Modern Age : Gender and Hedonic Shopping In Turkey. Global Media Journal.

Narwoko, J., & Suyanto, D. B. (2014). Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan. Jakarta: Prenada.

Nazir, M. (1988). Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.