

Indonesian Journal of Innovation Studies

Vol. 21 (2023): January

DOI: 10.21070/ijins.v21i.830 . Article type: (Innovation in Social Science)

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

ISSN (ONLINE) 2598-9936



INDONESIAN JOURNAL OF INNOVATION STUDIES
PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Moral Message on Movie [John Fiske Semiotics Analysis]

Pesan Moral Pada Film [Analisis Semiotika John Fiske]

Dessy Nanda Sari, dessynanda96@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Poppy Febriana, poppy.umsida@gmail.com, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

The purpose of this study is to find out the moral message contained in the film *The New Rich People*. With descriptive qualitative research methods, using John Fiske semiotics analysis through three levels, namely: Reality Level, Representation Level, and Ideology Level. The results of this study show that the film *The New Rich People* there are many moral message conveyed to the audience, harmonious, have children who are smart and good, love each other and care for each other, friends who are always there in a state of joy and sorrow. A simple life is better than a luxurious life but not feeling happy, not making out something can be bought with money.

Published date: 2022-11-28 00:00:00

Pendahuluan

Seiring berkembangnya zaman globalisasi saat ini, kemajuan teknologi media komunikasi dengan berbagai jenis terus meningkat. Penyampaian suatu pesan dapat menggunakan berbagai media, seperti media cetak, internet, dan media elektronik. Film termasuk media elektronik yang menjadi salah satu media yang signifikan untuk menyampaikan suatu pesan. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat dan kemudian memproyeksikan keatas layar [1]. Film memiliki kekuatan bujukan atau persuasi yang besar. Kritik publik dan adanya lembaga sensor juga menunjukkan bahwa sebenarnya film sangat berpengaruh [2]. Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator [3]. Moral, diambil dari bahasa latin *mos* (jamak, *morse*) yang berarti kebiasaan, adat [4]. Pesan moral merupakan sebuah pesan yang berisi ajaran-ajaran atau ucapan-ucapan yang baik, yang dapat diucapkan berupa lisan ataupun tulisan mengenai bagaimana tingkah laku dan perbuatan manusia dalam bertindak, untuk bisa menjadi manusia yang memiliki akhlak dan budi pekerti yang baik [5]. Film *Orang Kaya Baru* ini menceritakan tentang sebuah keluarga yang sedang beradaptasi dengan kondisi keuangan yang baru. Hal ini ditandai dengan bagaimana cara mereka berbusana dan berperilaku yang kurang elegan atau dengan kata lain norak. Dengan adanya perubahan status sosial dan ekonomi yang secara mendadak ini terdapat pesan moral yang disampaikan kepada masyarakat. Menggunakan analisis semiotika dari John Fiske, membagi semiotika kedalam tiga bidang studi utama [6] yakni, (a) tanda, membedakan tanda atas lambang, ikon dan indeks. Lambang merupakan suatu tanda yang menghubungkan tanda dengan acuannya yang merupakan hubungan yang terbentuk secara konvensional [7]. (b) Ikon, bentuk tanda yang ada dalam berbagai bentuk yang menyerupai dari obyek tanda tersebut. (c) Indeks, tanda yang berhubungan antara tanda dan acuannya timbul karena ada kedekatan eksistensi.

Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu [8]. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske melalui tiga level yaitu: Level Realitas, Level Representasi, dan Level Ideologi. Subyek dalam penelitian ini adalah pesan moral. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah Film *Orang Kaya Baru*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut: (a) Observasi, memiliki artian untuk melihat secara teliti isi video, kemudian memilih dan mengambil beberapa potong adegan untuk dianalisis sesuai dengan model penelitian yang digunakan [9]. (b) Studi Literatur, mengumpulkan berbagai sumber seperti artiket, internet yang mampu membantu menyelesaikan penelitian ini. Penelitian ini memiliki beberapa teknik analisis data, yaitu: (a) mengamati film *Orang Kaya Baru* hingga paham dimana letak pesan moralnya. (b) membedah setiap *scene* film secara keseluruhan dan menjadikan *perframe* untuk melihat tanda yang disampaikan. (c) menganalisis bagian film yang sesuai dengan teori semiotika John Fiske yang terbagi menjadi tiga Level, yaitu: Level Realitas, Level Representasi, Level Ideologi. [10].

Hasil dan Pembahasan

Scene 17 Time code 19.08

Sign: Gambar 1. Ini menandakan suasana makan bersama keluarga.

Level Realitas :

1. Lingkungan, dalam *scene* ini tampak lingkungan latar berada di meja makan. Hal ini terlihat dari adanya *property* seperti meja, kursi, piring, sendok, gelas, buffet.
2. Pakaian, yang digunakan oleh Tika, Duta, Bapak dan Dodi pada *scene* ini adalah kaos oblong. Sedangkan ibu menggunakan daster berwarna hijau muda.
3. Tata Rias, yang digunakan pada *scene* ini natural. Hal ini karena pada *scene* ini, semua anggota keluarga tidak menggunakan *make up* berlebih, hanya menggunakan bedak yang sesuai dengan *tone* warna kulit mereka.
4. Gerak tubuh, Bapak menunjuk meja dengan tangan memutar. Ini menandakan keadaan yang terjadi saat ini mereka makan bersama keluarga, hal yang jarang ditemukan di keluarga lain.
5. Ekspresi, ekspresi Tika, Duta dan Dodi sedih karena hari yang mereka lalui tidak baik. Tika dan Dodi difitnah temannya. Sedangkan Duta diperlakukan tidak baik oleh pelayan *cafe* karena menggunakan *t-shirt*.

Level Representasi :

1. Pengambilan gambar, pada *scene 17* gambar pertama ini adalah *full shot*. Ini menandakan adanya hubungan sosial. Sudut pandang pada *shot* ini adalah *high*, ini menandakan adanya dominasi, kekuasaan dan otoritas. Pada gambar kedua menggunakan teknik *medium shot*, yang menandakan hubungan personal dengan subjek. Sudut pandangnya adalah *low*. Ini menandakan di dominasi, dikuasai dan kurang otoritas.
2. Pencahayaan, pada *scene* ini adalah tampak sedikit gelap (*low key*). Ini menggambarkan keadaan malam

hari dan dominasi warna coklat dari *background* barang dan warna cat tembok. Pencahayaan dari lampu-lampu pada ruangan tersebut yang berwarna putih dan kuning. Karena *setting* film tersebut berada di dalam ruangan, maka pencahayaan hanya bergantung dari lampu-lampu.

3. Pewarnaan, warna pada *scene* ini adalah coklat yang berasal dari warna barang seperti lemari, kursi, pintu, pigora foto dan cat tembok yang ada di ruangan tersebut. Warna coklat melambangkan kenyamanan dan keakraban.
4. Musik, dalam *scene* ini tidak menggunakan iringan musik ataupun instrumen dari manapun.

Level Ideologi: Pada dialog bapak yang berkata “Dih, bapak sekarang kaya lagi. Tuh, anaknya pinter-pinter, baik-baik ya kan? Coba deh cari keluarga mana yang sampai sekarang masih makan bareng nih, nih makan bareng kayak kita nih”. Perkataan bapak ini menjelaskan bahwa kata kaya itu bukan soal materi, tetapi mempunyai keluarga yang kompak, harmonis dan sahabat yang selalu ada itu juga bisa diartikan sebagai kaya.

Scene 74 Time code 1.10.36

Sign: Gambar 2. Ini sedang menandakan Linda membuang muka dan tersenyum sinis ke Tika.

Level Realitas :

1. Lingkungan, dalam *scene 74* ini terlihat sedang berada pada lobby kampus. Hal ini bisa di lihat adanya banyak orang yang membawa laptop dan buku.
2. Pakaian, yang digunakan pada adegan ini Tika menggunakan *blouse* tanpa lengan berwarna *navy* dan menggunakan celana panjang berwarna merah muda atau *pink*. Sedangkan Linda mengenakan *blouse* polos berwarna putih dan menggunakan celana berwarna abu-abu.
3. Tata Rias, pada *scene* ini Tika dan Linda terlihat natural, hanya menggunakan bedak yang sesuai dengan warna *tone* wajah tanpa menggunakan lipstik yang berlebihan.
4. Gerak Tubuh, yang ditampilkan adalah Linda membuang muka ketika Tika menyepelekan tentang pembayaran kuliah Monica. Hal ini membuat Linda merasa jengkel karena Tika sekarang menjadi pribadi yang sombong.
5. Ekspresi, Linda tersenyum sinis kepada Tika, hal ini merupakan bentuk penolakan terhadap *argument* Tika.

Level Representasi :

1. Teknik Kamera, Pengambilan gambar pada *shot* ini adalah *medium shot*. Pengambilan gambar menunjukkan detail bahasa tubuh dan ekspresi objek. *Angle* pada *shot* ini adalah *eye level view*, ini di tentukan dari sejajarnya posisi kamera dengan objek.
2. Pencahayaan, terlihat terang (*high key*). Hal ini menandakan keadaan siang hari yang cerah.

Level Ideologi : Dari pernyataan Linda “menurut lo, semua masalah bisa diselesaikan pakai uang?”. Pernyataan ini menandakan bahwa semua tidak bisa diselesaikan dengan uang. Uang bukan segalanya.

Scene 96 Time code 1.21.55

Sign: Gambar 3. Ini suasana ketika Dodi menangis karena uang bisa merubah keluarga yang tidak lagi peduli satu sama lain.

Level Realitas :

1. Lingkungan, terlihat bahwa pada *scene* ini berada di meja makan. Hal ini terlihat adanya *property* seperti meja makan, kursi, piring, dan gelas.
2. Pakaian, Dodi menggunakan kaos oblong. Sedangkan ibu menggunakan *blouse* berwarna putih.
3. Tata Rias yang digunakan yaitu natural, karena hanya menggunakan bedak yang sesuai dengan *tone* wajah mereka.
4. Gerak Tubuh yang ditampilkan dalam *scene* ini adalah Dodi menutup mukanya dengan menggunakan salah satu tangannya. Hal ini menandakan bahwa Dodi menutupi wajahnya yang sedang menangis karena kecewa dengan ibu dan kakak-kakaknya.
5. Ekspresi yang ditampilkan semua anggota keluarga ini adalah raut wajah yang sedih. Karena harus meninggalkan semua aset yang sudah mereka beli dengan uang warisan dari bapak.

Level Representasi :

1. Teknik Kamera, pengambilan gambar pertama dan kedua yakni *medium shot*. Hal ini menunjukkan ekspresi yang divisual oleh objek. *Angle* pada *shot* ini adalah *low angle* untuk menangkap ekspresi objek secara detail.
2. Pencahayaan, tampak sedikit gelap. Hal ini karena ruang makan di dalam ruangan atau *indoor*.

Level Ideologi : Pernyataan Dodi menyadarkan semua anggota keluarganya yang sudah melupakan dan tidak saling peduli dengan satu sama lain. Mempunyai rumah besar tetapi Dodi merasakan kesepian. Karena semua

anggota keluarganya sibuk dengan urusan masing-masing dan melupakan kebiasaan keluarganya yang dahulu.

Simpulan

Berdasarkan penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pesan moral yang terdapat dalam film Orang Kaya Baru ini adalah meskipun mempunyai uang yang banyak, harus tetap menjadi orang yang sederhana karena hidup sederhana lebih baik dari pada hidup bermewah-mewahan tetapi tidak merasa bahagia, membeli sesuai kebutuhan bukan sesuai keinginan, bijak dalam mengelola keuangan. Uang bukan segalanya dan uang tidak bisa membeli kebahagiaan. Jangan meremehkan sesuatu karena tidak semua bisa dibeli dengan uang. Kaya bukan hanya soal uang, arti kaya dalam film Orang Kaya Baru ini adalah mempunyai keluarga yang kompak, harmonis, mempunyai anak-anak yang pintar dan baik, saling sayang dan saling peduli satu sama lain, sahabat yang selalu ada dalam keadaan suka dan duka.

References

1. Apriansyah, Ady Loekmana. Dkk. Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film "Moana" Produksi Walt Disney. Untag Surabaya.
2. Danesi, Marcel. (2010). Pengantar Memahami Semiotika Media. Yogyakarta.
3. Effendy, Onong Uchjana. (1993). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
4. Fiske, John. (2010). Cultural and communication studies: sebuah pengantar paling komprehensif. Yogyakarta: Jala Sutra
5. Munayaroh. (2021). Pesan Moral Dalam Film Keluarga Cemara Analisis Semiotika Roland Barthes. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
6. Nisa, Ishmatun. (2014). Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film Jokowi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
7. Pah, Trivosa., Darmastuti, Rini. Analisis semiotika John Fiske Dalam Tayangan Lentera Indonesia Episode Membina Potensi Para Penerus Bangsa Di Kepulauan Sula. Universitas Kristen Satya Wacana
8. Puspita, Della Fauziah Ratna. Dkk. (2018). Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Realitas Bias Gender Pada Iklan Kisah Ramadhan Line Versi Adzan Ayah. Universitas Telkom.
9. Soyomukti, Nurani. (2010). Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media Group
10. Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.