

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas tentang kerangka teori dan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

2.1 Kerangka Teori

Sub bab ini akan membahas tentang kerangka teori yang menjadi acuan penulis dalam penelitian ini.

Kode-kode Televisi

Kode-kode Televisi atau dalam bahasa Inggris yaitu *The Codes of Television* adalah teori yang dikemukakan oleh John Fiske dalam bukunya yang berjudul *Television Culture* pada tahun 1987. Teori ini menunjukkan tentang kode utama yang menggunakan televisi dan hubungannya. Selain dapat mengkaji suatu tayangan dalam televisi, teori ini juga dapat diaplikasikan pada film karena televisi dan film merupakan media komunikasi yang bersifat audio visual dan di dalamnya terdapat kode-kode yang saling berhubungan sehingga membentuk suatu makna yang dipersepsikan oleh penonton.

Fiske (1987, hal.4) menyatakan sebagai berikut:

A code is a rule-governed system of signs, whose rules and conventions are shared amongst members of a culture, and which is used to generate and circulate meanings in and for that culture...The point is that 'reality' is already encoded, or rather the only way we can perceive and make sense of reality is by the codes of our culture. There may be an objective, empiricist reality out there, but there is no universal. (Kode adalah sebuah sistem tanda yang aturan dan konvensinya dibagi diantara anggota suatu budaya, dan yang

digunakan untuk menghasilkan dan mengedarkan makna dan budaya tersebut. Intinya adalah 'realitas' sudah dikodekan, atau lebih tepatnya satu-satunya cara kita dapat merasa dan memahami realitas adalah dengan kode budaya kita. Mungkin ada sasaran, realitas empiris di luar sana, tapi tidak ada yang universal.)

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kode-kode televisi merupakan kode yang terbagi untuk membentuk suatu makna dan budaya tersebut. Realitas yang sudah dikodekan diolah melalui penginderaan yang dimiliki pemirsa televisi, sehingga mereka dapat memahami realitas tersebut dengan kode budaya mereka.

Fiske (1987, hal.5) juga mengungkapkan bahwa sebuah acara yang akan ditayangkan dalam televisi telah dikodekan oleh kode-kode sosial yang terbagi dalam tiga level, antara lain:

1. *Level Reality* (Realitas)

Kode sosial yang di dalamnya terdiri dari *appearance* (penampilan), *dress* (kostum), *make-up* (riasan), *environment* (lingkungan), *behavior* (perilaku), *speech* (dialog), *gesture* (gerakan), *expression* (ekspresi), *sound* (suara) dan lain-lain.

2. *Level Representation* (Representasi)

Kode sosial yang meliputi *camera* (kamera), *lighting* (pencahayaan), *editing* (pengeditan), *music* (musik), dan *sound* (suara). Level tersebut mengirimkan kode representasi konvensional yang membentuk sebuah representasi, seperti narasi, konflik karakter, aksi, dialog, *setting*, dan lain-lain.

3. *Level Ideology* (Ideologi)

Kode sosial yang disusun dalam koherensi dan penerimaan sosial oleh kode ideologi, seperti *individualism* (individualisme), *patriarchy* (patriarki), *race* (ras), *class* (kelas), *materialism* (materialisme), *capitalism* (kapitalisme), dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, penulis hanya akan menggunakan level realitas berupa *appearance* (penampilan), *dress* (kostum), *behavior* (perilaku), *speech* (dialog), dan *expression* (ekspresi) karena penulis ingin memfokuskan pada hal-hal yang melekat pada diri tokoh utama yang menunjukkan perilaku hedonistis secara realitas dalam film *Hors de Prix*.

Level realitas merupakan sebuah kode sosial mengenai realitas yang ada pada individu yang dimaknai oleh suatu kode budaya. Kode-kode yang terdapat dalam level realitas antara lain:

1. *Appearance* (penampilan)

Penampilan adalah hal yang sangat penting bagi seseorang. Sri (2012, hal.24) menjelaskan bahwa “orang lain dapat menilai sifat, kebiasaan, status sosial, selera, dan gaya hidup seseorang dari penampilannya.”

Peneliti memilih kode sosial penampilan untuk menggali makna yang ingin disampaikan dari representasi perilaku hedonistis dalam film ini.

2. *Dress* (kostum)

Pakaian atau kostum memberikan citra tertentu yang diinginkan oleh pemakainya. Riyanto dan Zulfahri (2009, hal.3) menyatakan bahwa “busana ditinjau dari kehidupan masyarakat akan memberikan gambaran

tentang tingkatan sosial ekonomi. Di samping itu, busana pun akan menunjukkan tingkatan budaya masyarakat.” Dalam penelitian ini, penulis ingin mengkaji tentang pakaian atau kostum yang digunakan oleh tokoh utama yang menunjukkan perilaku hedonistisnya.

3. *Behavior* (perilaku)

Menurut Sunardi (2010, hal.1), “perilaku sinonim dari aktivitas, aksi, kinerja, respons, atau reaksi. Dengan kata lain, perilaku adalah segala sesuatu yang dilakukan dan dikatakan oleh manusia. Secara teknis, perilaku adalah aktivitas *glandular, muscular*, atau elektrik seseorang. Termasuk perilaku adalah tindakan-tindakan sederhana (*simple actions*), seperti mengedipkan mata, menggerakkan jari tangan, melirik, dan sebagainya”. Dalam kode sosial ini, peneliti ingin melihat perilaku hedonistis yang ditunjukkan oleh tokoh utama.

4. *Speech* (dialog)

Rohadi (2003, hal.14) mengungkapkan bahwa “dialog adalah suatu percakapan antara dua orang atau lebih yang memiliki pandangan yang berbeda tentang sebuah masalah. Tujuan utamanya adalah agar setiap pihak dapat memahami pihak lain, sehingga masing-masing dapat memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas dan berkembang.” Selain itu, Fiske (1987, hal.11) juga menyatakan bahwa “dialog juga digunakan untuk mempengaruhi simpati kita.” Dalam hal ini, peneliti ingin

menunjukkan dialog tokoh utama dengan tokoh lainnya yang menunjukkan perilaku hedonistis.

5. *Expression* (ekspresi)

Ekspresi wajah merupakan perilaku yang mengekspresikan emosional seseorang. Mulyana (2007, hal.372) menyatakan bahwa “banyak orang beranggapan bahwa perilaku nonverbal yang paling banyak ‘berbicara’ adalah ekspresi wajah, khususnya pandangan mata meskipun mulut tidak berbicara.” Peneliti ingin menunjukkan ekspresi dari tokoh utama yang menandakan perilaku hedonistisnya.

Selanjutnya, penulis akan menggunakan beberapa pengertian hedonisme untuk mendukung teori kode-kode televisi dan menganalisis perilaku-perilaku hedonistis yang dilakukan oleh tokoh utama dalam film *Hors de Prix* dengan menggunakan beberapa pengertian tersebut.

Manusia selalu ingin memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti sandang, pangan, papan, dan kebutuhan yang lain untuk menunjang kesenangan pribadi.

Seiring berkembangnya zaman, manusia semakin mencari kesenangan dengan membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal tersebut dapat dikategorikan sebagai perilaku hedonistis.

Weijers (2011) menjelaskan bahwa “istilah hedonisme berasal dari bahasa Yunani yaitu ἡδονή (*hēdonē*) yang berarti kesenangan yang mengacu pada beberapa teori terkait tentang apa yang baik untuk kita, bagaimana kita bersikap

dan apa yang memotivasi kita untuk berperilaku dalam cara yang kita lakukan.”

Higgins (2006, hal 440) juga menjelaskan bahwa “sejak zaman Yunani, pengalaman hedonik telah dikaitkan dengan prinsip motivasi klasik bahwa orang mendekati kesenangan dan menjauhi rasa sakit.”

Selain itu, Bentham (1971, hal.14) mengungkapkan bahwa “alam telah menempatkan manusia di bawah kendali dari dua penguasa, yaitu kesakitan dan kesenangan.”

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian hedonisme yaitu suatu keinginan dari individu untuk mencapai kesenangan tanpa harus merasakan atau mendapatkan kesakitan dan kesulitan dalam hidupnya. Film *Hors de Prix* menunjukkan perilaku hedonistis yang dilakukan oleh tokoh utamanya dan perilaku tersebut juga merefleksikan kehidupan di sekitar individu.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelurusan penulis, sejauh ini belum ada penelitian yang menggunakan film *Hors de Prix* sebagai objek material penelitian. Namun demikian, penulis menemukan beberapa penelitian yang menggunakan objek formal yang sama.

Pertama, skripsi yang berjudul *Hedonism Reflected In The Beautiful and Damned Novel by F. Scott Fitzgerald* yang ditulis oleh Dian Aprilyani, mahasiswa Universitas Brawijaya, Fakultas Ilmu Budaya, Program Studi Sastra Inggris pada tahun 2014. Skripsi tersebut mengkaji tentang perilaku hedonistis yang

terefleksikan pada tokoh utama. Ia merefleksikan gaya hidup hedonistis menjadi sebuah kebiasaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori hedonisme dengan pendekatan sosiologi. Kesimpulan penelitian tersebut adalah gaya hidup hedonistis sangat tercermin pada tokoh utama, sehingga membawa dampak buruk bagi diri sendiri maupun orang-orang disekitarnya.

Ke dua, skripsi yang berjudul *Representasi Gaya Hidup Hedonis Pada Film "Cewe Matropolis"* yang ditulis oleh Jenne Aris Diwangkara, mahasiswa Universitas Merdeka Malang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi pada tahun 2013. Skripsi ini meneliti tentang gejala-gejala umum fenomena diskotik, karaoke, *café*, *restaurant*, *fastfood*, dan *shopping mall* sebagai representasi gaya hidup hedonistis remaja. Penelitian ini menggunakan teori kode-kode televisi dari John Fiske meliputi level realitas, level representasi, level ideologi, dan teori semiotika dari Roland Barthes dengan pendekatan sosiologi. Kesimpulan penelitian tersebut adalah banyaknya fenomena-fenomena sosial yang mendukung lahirnya budaya hedonis dikalangan remaja. Film ini menyampaikan perilaku hedonistis sebagai identitas masyarakat modern.

Ke tiga, skripsi yang berjudul *Representasi Kapitalisme dalam Film "The Hunger Games"* (*Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Kapitalisme dalam Film The Hunger Games*) yang ditulis oleh Reza Pramono, mahasiswa Universitas Komputer Indonesia, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik pada tahun 2014. Skripsi ini meneliti tentang representasi kapitalisme pada film *The Hunger Games* dengan menggunakan teori kode-kode televisi dari John Fiske meliputi level realitas, level representasi, dan

level ideologi dengan pendekatan sosiologi ekonomi. Kesimpulan penelitian tersebut adalah kapitalisme dengan kuat mempengaruhi perilaku seorang individu.

Individu tersebut tidak menyadari kelebihanya sendiri, bahkan dengan mengorbankan yang lain.

Berdasarkan pemaparan mengenai penelitian-penelitian terdahulu tersebut, terdapat persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Persamaan tersebut adalah penggunaan teori yang sama, terutama penggunaan teori kode-kode televisi. Sementara itu perbedaannya adalah penggunaan objek material yang berbeda. Dengan demikian, penulis meyakini bahwa penelitian ini memiliki unsur kebaruan, terutama dari objek material yang belum pernah dikaji oleh peneliti sebelumnya.

