

REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF PADA VIDEO MUSIK

#MURAHBANGET – INDRAKENZ FT. YOUNG LEX

SKRIPSI



OLEH :

ARTHA MAHARANI S

1423018195

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2022

REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF PADA VIDEO MUSIK

#MURAHBANGET – INDRAKENZ FT. YOUNG LEX

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



OLEH :

ARTHA MAHARANI S

1423018195

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Artha Maharani Setyadewi

NRP : 1423018195

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :
“REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF PADA VIDEO MUSIK
#MURAHBANGGET – INFRAKENZ FT. YOUNGLEX”

Adalah benar-benar hasil karya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 21 Juni 2022
Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a postage stamp. The stamp is a 1000 Rupiah stamp from the 'KETERANGAN EMPER' series, with the serial number 82A8AJX525836872. The signature is stylized and covers most of the stamp's details.

Artha Maharani Setyadewi
NRP 1423018195

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF PADA VIDEO MUSIK

#MURAHBANGET – INDRAKENZ ft. YOUNG LEX

Oleh:

ARTHA MAHARANI SETYADEWI
NRP .1423018195

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi


Pembimbing I : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0707078607

()

Pembimbing II :Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704

()

Surabaya, 09 Mei 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi Sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 07 Juni 2022

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi, Dekan,



Brigitte Revia Sandy F, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

- | | | |
|---------------|---|---|
| 1. Ketua | : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 070208760 | () |
| 2. Sekretaris | : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom
NIDN. 0707078607 | () |
| 3. Anggota | : Yuli Nugrahaeni, S.Sos., M.Si.
NIDN. 0630077303 | () |
| 4. Anggota | : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0725058704 | () |

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama: Artha Maharani Setyadewi

NRP: 1423018195

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul: REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF PADA VIDEO MUSIK
#MURAHBANGET INDRAKENZ FT. YOUNGLEX

(Analisis Semiotika John Fiske Mengenai Perilaku Konsumtif Pada Video Musik)

Untuk mempublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta).

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 Juni 2022

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow and green postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '20 METERAI TEMPEL', and the serial number 'F18BEAJX637941832'.

Artha Maharani S

1423018195

HALAMAN PERSEMBAHAN

Usaha penulis dalam menjalani perkuliahan selama 4 Tahun akan terbayar. Dalam meraih impian memang membutuhkan perjuangan yang sangat keras. Kehidupan juga tidak sepenuhnya selalu berjalan mulus, lika-liku akan terjadi dalam kehidupan. Terwujudnya skripsi adalah kerja keras dan campur tangan Tuhan serta doa-doa dari kedua orang tua, kerabat, serta teman-teman penulis. Keberhasilan ini penulis persembahkan kepada Tuhan Yang selalu mempermudah penulis dalam mengerjakan skripsi, serta Papa, Mama, Pakde, Eyang, Kakak, Adek, Tek, Byby dan Deo yang selalu mendukung dan meyakinkan penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu tanpa disebutkan namanya.

Surabaya, 21 Juni 2022

Artha Maharani Setyadewi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa telah mempermudah dalam pembuatan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat pada waktunya. Tanpa bantuan dari Tuhan yang Maha Esa dan orang terdekat, saya bukanlah siapa-siapa. Seluruh berkat limpahan karunia-Nya hingga saat ini, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF PADA VIDEO MUSIK #MURAHBANGET – INDRAKENZ FT. YOUNGLEX untuk memenuhi sebagian persyaratan kelulusan.

Tak lupa juga saya sebagai penulis mengucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang sudah menuntun dan membimbing saya selama perkuliahan sejauh ini dan juga rasa terima kasih kepada seluruh rekan dan pihak yang telah mendukung. Serta membantu penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis haturkan pula terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Yoga Setyo Tomo dan Eka Dewi Andrasari serta Dwi Sri Murti selaku eyang kandung tersayang yang selalu menjadi kekuatan utama penulis dalam menyusun skripsi serta tak henti mengingatkan untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap yang dilakukan peneliti termasuk penyusunan skripsi ini.
2. Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom selaku pembimbing I yang selalu sabar memberikan arahan atas penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir. Terima

kasih banyak atas waktu yang selalu diluangkan bagi penulis, sejak awal pencarian fenomena, judul, hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

3. Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. selaku pembimbing II penulis yang selalu memberikan motivasi dan mendorong penulis agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu dengan hasil yang maksimal. Terimakasih atas kesabarannya dalam membimbing dan memberikan masukan bagi penulis dalam proses penyusunan skripsi.
4. seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, atas segala bantuan dan ilmu yang telah dibagikan kepada penulis selama menempuh perkuliahan semester satu hingga delapan di Fikom UKWMS.
5. Sahabat terdekat penulis yaitu Tasya Aulianissa, Febby Arneta, Dhea Zerlinda, Adinda Marshanda dan Owen yang setia menemani dan menghibur penulis serta segala bentuk motivasi, saran, dukungan yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman Fikomers angkatan 2018 yang terdekat khususnya Amadea Nalini, Alfira Eonnie, Mba Dinuy, Putri Endy, Tifana Amanda, Mba Ve, Olwein, Nadiya Aqila, Inez Eonnie, Neo. Serta Qiqiw dan Lizuy yang sempat menjadi mahasiswa Fikom angkatan 2018. Terimakasih karena selalu saling membantu dalam memberikan informasi dan semangat selama melewati suka duka perkuliahan di Fikom UKWMS, hingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
7. Untuk orang-orang yang bersifat '*Come and Go*' yaitu salah satunya Bambang terimakasih sempat menemani hari-hari penulis, mendukung, memberi saran,

dan memotivasi. Membuat penulis sadar dan termotivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan cepat, menempuh perjalanan selanjutnya serta menjadi pribadi yang lebih maju lagi.

8. Terimakasih pula kepada berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis dan telah membantu dan menyemangati peneliti dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu besar harapan penulis mendapatkan kritik dan saran atas skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti apda khususnya dan pembaca pada umumnya. Terima kasih.

Surabaya, 21 Juni 2022

Artha Maharani Setyadewi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I	3
PENDAHULUAN.....	3
I.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	3
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Batasan Masalah.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II	21
PERSPEKTIF TEORITIS.....	21
II.1 Penelitian Terdahulu.....	21
II.2 Kajian Teoritis.....	25
II.2.1 Representasi.....	25
II.2.2 Video Musik.....	27
II.2.3 Konsumerisme.....	31
II.2.4 Fashion dan Trend.....	36
II.2.5 Konsumerisme dalam Fashion dan Trend.....	39
II.2.6 Semiotika John Fiske.....	42
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	46
II.4 Bagan Kerangka Konseptual.....	47
BAB III	48
METODE PENELITIAN.....	48
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
III.2 Metode.....	48
III.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	49
III.4 Unit Analisis.....	50
III.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
III.6 Teknik Analisis Data.....	50

BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	45
IV.1.1. Video Musik “#MurahBanget”	45
IV.2. Temuan dan Analisis Data	50
IV.2.1. Sikap dan Sifat Perilaku Konsumtif dalam Video Musik #MurahBanget	54
IV.2.2. Penampilan Kedua Tokoh dalam Video Musik #MurahBanget	80
BAB V	105
PENUTUP	105
V.1. Kesimpulan.....	105
V.2. Saran	106
V.2.1. Saran Akademis.....	106
V.2.2. Saran Praktis.....	106
V.2.3. Saran Sosial	107
DAFTAR PUSTAKA	108

DAFTAR TABEL

Tabel IV.2.1.1	Tabel Analisis Sikap dan Sifat Perilaku Konsumtif dari Video Musik #MurahBanget	54
Tabel IV.2.1.2	Tabel Analisis Sikap dan Sifat Perilaku Konsumtif dari Video Musik #MurahBanget	63
Tabel IV.2.1.3	Tabel Analisis Sikap dan Sifat Perilaku Konsumtif dari Video Musik #MurahBanget	71
Tabel IV.2.1.2	Tabel Analisis Penampilan Tokoh dari Video Musik #MurahBanget	80
Tabel IV.2.2.1	Tabel Analisis Penampilan Tokoh dari Video Musik #MurahBanget	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.2.1.1	Screenshot detail dari perilaku IndraKenz.....	56
Gambar IV.2.1.2	Screenshot detail dari merk sepatu yang di tekuk oleh IndraKenz.....	56
Gambar IV.2.1.3	Reaksi Penonton Video Musik #MurahBanget pada Scene IndraKenz.....	60
Gambar IV.2.1.4	Vlog Doni Salmanan – Cuci Sepatu Dior Pake Sunlight	61
Gambar IV.2.1.5	IndraKenz berada di tengah ruangan yang gelap.....	65
Gambar IV.2.1.6	IndraKenz duduk di tumpukan uang dollar.....	65
Gambar IV.2.1.7	Gambaran movement kamera jenis Tilt.....	67
Gambar IV.2.1.8	Young Lex disorot oleh lampu dari samping dan diberi efek bling berwarna gold.....	72
Gambar IV.2.1.9	Tiap sudut di setting gelap dan hanya menyorot YoungLex dan mobil mewah.....	73
Gambar IV.2.1.10	IndraKenz duduk di tumpukan uang dollar.....	74
Gambar IV.2.1.11	Mobil Mewah yang dinaiki oleh YoungLex.....	75
Gambar IV.2.1.12	Gambaran movement kamera jenis Tilt.....	76
Gambar IV.2.1.13	Video musik Nidji – Laskar Pelangi.....	78
Gambar IV.2.2.1	Screenshot detail atribut yang dikenakan IndraKenz.....	81
Gambar IV.2.2.2	Aksesoris jam tangan yang dikenakan IndraKenz.....	82
Gambar IV.2.2.3	Aksesoris gelang yang dikenakan IndraKenz.....	83
Gambar IV.2.2.4	Aksesoris gelang yang dikenakan IndraKenz.....	83
Gambar IV.2.2.5	Aksesoris cincin yang dikenakan IndraKenz.....	84
Gambar IV.2.2.6	Aksesoris cincin yang dikenakan IndraKenz.....	85
Gambar IV.2.2.7	Aksesoris-aksesoris yang merepresentasikan konsumerisme juga terlihat pada video musik Bruno Mars – 24K Magic.....	87
Gambar IV.2.2.8	Screenshot detail atribut yang dikenakan YoungLex ...	90
Gambar IV.2.2.9	Busana Coat yang dikenakan YoungLex.....	91
Gambar IV.2.2.9	Aksesoris kalung yang dikenakan YoungLex.....	92

Gambar IV.2.2.10	Liontin kalung yang dikenakan YoungLex	93
Gambar IV.2.2.11	Liontin kalung kedua yang dikenakan YoungLex.....	94
Gambar IV.2.2.10	Busana pria metroseksual dengan status sosial kelas atas pada video musik S4 – <i>She is My Girl</i>	96
Gambar IV.2.2.11	Screenshot detail aksesoris yang dikenakan YoungLex	99
Gambar IV.2.2.12	Aksesoris jam tangan yang dikenakan YoungLex.....	100
Gambar IV.2.2.12	Aksesoris kacamata yang dikenakan YoungLex	100
Gambar IV.2.2.12	Aksesoris gelang yang dikenakan YoungLex	101
Gambar IV.2.2.11	Gaya busana yang merepresentasikan konsumerisme juga terlihat pada <i>scene</i> video musik Tatarka – Kawaii..	103

ABSTRAK

ARTHA MAHARANI SETYADEWI NRP. 1423018195. REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF DALAM VIDEO MUSIK #MURAHBANGET – INDRAKENZ FT. YOUNGLEX.

Video musik menjadi salah satu alat presentasi baik dari pengalaman maupun kehidupan nyata. Gaya hidup (lifestyle) membantu mendefinisikan mengenai sikap, nilai-nilai, kekayaan, serta posisi sosial seseorang, dalam gaya hidup ada beberapa kategori, satu diantaranya adalah perilaku konsumtif. Konsumtif adalah pandangan tentang kesenangan dalam mengkonsumsi secara berlebihan dan cenderung boros. Peneliti akan terfokus pada bagaimana representasi perilaku konsumtif dalam video musik #MurahBanget – IndraKenz ft. YoungLex. Konsumtif adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitasnya hanya untuk mengkonsumsi barang dan aktivitas tersebut berupa pemborosan, mengenakan berbagai macam barang mewah dengan harga sangat tinggi dan senang membeli barang yang kurang diperlukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan analisis semiotika John Fiske yang terdiri dari 3 level: level realitas, level representasi dan level ideologi. Hasil dari penelitian ini, video musik #MurahBanget merepresentasikan perilaku konsumtif melalui sikap dan penampilan yang dijadikan sebagai gaya hidup, terlihat dari pakaian yang ditunjukkan sebagai alat indikator dalam berperilaku konsumtif, aksesoris bermerk dengan harga mahal yang dikenakan serta properti mewah dalam video musik seperti mobil mewah dan uang dollar serta sikap konsumtif dimana tokoh kurang menghargai barang.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup, Video Musik

ABSTRACT

**ARTHA MAHARANI SETYADEWI NRP. 1423018195.
REPRESENTATION OF CONSUMPTION BEHAVIOR IN
#MURAHBANGET MUSICVIDEO – INDRAKENZ FT.
YOUNGLEX**

Music videos are one of the presentation tools both from experience and real life. Lifestyle helps define a person's attitudes, values, wealth, and social position, in lifestyle there are several categories, one of which is consumptive behavior. Consumptive is a view of pleasure in consuming excessively and tends to be wasteful. Researchers will focus on how to represent consumptive behavior in the music video #MurahBanget – IndraKenz ft. YoungLex. Consumption is a lifestyle that directs its activities only to consume goods and these activities are in the form of waste, wearing various kinds of luxury goods at very high prices and happy to buy things that are not needed. This study uses a descriptive qualitative approach and uses John Fiske's semiotic analysis which consists of 3 levels: the level of reality, the level of representation and the level of ideology. The results of this study, the #MurahBanget music video represents consumptive behavior through attitudes and appearances that are used as a lifestyle, seen from the clothes shown as an indicator tool in consumptive behavior, branded accessories with expensive prices worn and luxury properties in music videos such as luxury cars. and dollars as well as consumptive attitudes where the characters do not appreciate goods.

Keywords: *Consumptive Behavior, Lifestyle, Music Video*