

PESAN MORAL DALAM FILM ORANG KAYA BARU
(ANALISIS SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE)

SKRIPSI

Diajukan Oleh



Nama : Ahmad Faisal

NIM : 1606015246



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

2020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Nama : Ahmad Faisal
NIM : 1606015246
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Proposal : Pesan Moral Dalam Film Orang Kaya Baru
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 07 Agustus 2020



Yang Menyatakan

Ahmad Faisal

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

JudulSkripsi : Pesan Moral Dalam Film Orang Kaya Baru
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)
Nama : Ahmad Faisal
NIM : 1606015246
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui
Untuk mengikuti ujian skripsi oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Dr. Sri Mustika, M.Si.

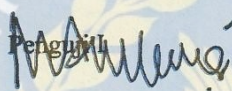
Tanggal :

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pesan Moral Dalam Film Orang Kaya Baru (Analisis Semiotka Ferdinand De Saussure)
Nama : Ahmad Faisal
NIM : 1606015246
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 27 Agustus 2020 dan dinyatakan LULUS



Dr. Syaiful Rohim, M.Si.

Penguji I

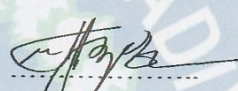
Tanggal: 07/09/2020



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Pembimbing I

Tanggal: 28 September 2020



M. Dwi Fajri, S.Ag., M.Pd.I.

Penguji II

Tanggal: 15/09/2020



Dr. Sri Mustika, M.Si

Pembimbing II

Tanggal: 30/9/2020

Mengetahui,



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

ABSTRAK

Judul Skripsi : Pesan Moral dalam Film Orang Kaya Baru
(Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)
Nama : Ahmad Faisal
Nim : 1606015246
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Halaman : 93 halaman + 11 tabel + 11 gambar

Penelitian membahas mengenai Pesan Moral dalam Film Orang Kaya Baru. Film ini disutradarai oleh bapak Oddy C Harahap. Film Orang Kaya Baru ini mengangkat kisah nyata dari Joko Anwar yang semasa kecilnya berkhayalan ingin menjadi orang kaya, karena dengan hidup dengan kondisi berkecukupan maka semua kebutuhan akan terpenuhi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan moral yang terkandung dalam film Orang Kaya Baru

Penelitian ini menggunakan paradigm konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah teori semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure dan model komunikasi Tubs. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, studi pustaka, wawancara. Teknik analisis data menggunakan observasi film Orang Kaya Baru, pendefinisian, analisis tanda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan menggunakan metode analisis semiotik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa film Orang Kaya Baru mengandung pesan moral didalam kehidupan sehari-hari seperti kebersamaan didalam suatu keluarga, pendidikan paling utama, memaafkan terhadap sesama manusia, selalu bersyukur atas apa yang diberikan oleh tuhan, berjuang dalam mendapatkan sesuatu, menghargai apa yang diberikan oleh tuhan dan uang tidak dapat membeli suatu kebahagiaan. Peneliti merekomendasi kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan metodologi analisis semiotika model Roland Barthes yang dimana nanti hasilnya akan mendapatkan mitos moral yang ada dalam film orang kaya baru. Dan diharapkan untuk para pembuat film di Indonesia untuk membuat film-film yang lebih berkualitas lagi terutama mengandung nilai-nilai moral dalam bentuk yang menarik. Supaya masyarakat yang menonton film tidak hanya terhibur saja akan tetapi mendapatkan pelajaran setelah menonton film tersebut.

Kata Kunci : Film, Pesan Moral, Analisis Semiotika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Pembatasan Masalah.....	8
1.5. Kontribusi Penelitian.....	9
1.5.1. Kontribusi Akademis.....	9
1.5.2. Kontribusi Metodologis.....	9
1.5.3. Kontribusi Sosial.....	9
1.5.4. Kontribusi Praktis.....	10
1.6 Kelemahan Penelitian.....	10
1.7. Sistematika Penelitian.....	10
1.7.1 BAB I Pendahuluan.....	10
1.7.2 BAB II Kerangka Teori.....	11
1.7.3 BAB III Metodologi Penelitian.....	11

1.7.4 BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	11
1.7.5 BAB V Penutup.....	11
BAB 2 KERANGKA TEORI.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Paradigma Konstruktivisme.....	15
2.3. Hakekat Komunikasi.....	16
2.3.1. Pengertian Komunikasi.....	16
2.3.2. Fungsi Komunikasi.....	17
2.3.3. Model Komunikasi.....	19
2.3.4. Elemen Komunikasi.....	20
2.3.5. Konteks Komunikasi.....	22
2.4. Komunikasi Massa.....	24
2.4.1. Pengertian Komunikasi Massa.....	24
2.4.2. Karakteristik Komunikasi Massa.....	24
2.4.3. Fungsi Komunikasi Massa.....	28
2.4.4. Unsur-Unsur Komunikasi Massa.....	30
2.5. Film.....	31
2.5.1. Pengertian Film.....	31
2.5.2. Sejarah Film.....	32
2.5.3. Fungsi Film.....	33
2.5.4. Karakteristik Film.....	33
2.5.5. Jenis-Jenis Film.....	35
2.5.6. Genre Film.....	36
2.6. Pesan Moral.....	38

2.7. Tinjauan Tentang Semiotika.....	42
2.7.1 Semiotika Ferdinand de Saussure.....	43
2.8. Jarum Hipodermik.....	46
2.9. Kerangka Pemikiran.....	46
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1. Pendekatan penelitian, Metode Penelitian, dan Jenis Penelitian.....	49
3.1.1. Pendekatan penelitian.....	49
3.1.2. Metode Penelitian.....	49
3.1.3. Jenis Penelitian.....	50
3.2. Unit Analisis.....	50
3.3. Unit Pengamatan.....	51
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5. Teknik Analisis Data.....	53
3.6. Bagan Alur Penelitian.....	54.
3.7. Jadwal Penelitian.....	55
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.1.1. Profil Film.....	56
4.1.2. Tokoh Pemain Orang Kaya Baru.....	57
4.1.3. Pemain Pendukung Film Orang Kaya Baru.....	59
4.1.4. Sinopsis Film Orang Kaya Baru.....	60
4.2. Hasil Penelitian.....	61
4.3. Pembahasan.....	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1. Simpulan.....	84
5.2. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	89



DAFTAR GAMBAR

2.9 Gambar Kerangka Penelitian.....	
3.1 Gambar Bagan Alur Penelitian.....	
4.1 Gambar Scene 1: Sedang Makan Malam Bersama Keluarga.....	
4.2 Gambar Scene 2: Ibu Berbicara Kepada Bapak.....	
4.3 Gambar Scene 3: Dodi Berbicara Kepada Temannya.....	
4.4 Gambar Scene 4: Bapak Berbicara Kepada Keluarga.....	
4.5 Gambar Scene 5: Bapak Berbicara Kepada Duta.....	
4.6 Gambar Scene 6: Bapak Berbicara Kepada Keluarga.....	
4.7 Gambar Scene 7: Pacar Tika Berbicara Kepada Tika.....	
4.8 Gambar Scene 8: Dodi Makan Malam Sendirian.....	
4.9 Gambar Scene 9: Keluarga Yang Sedang Makan Malam Bersama.....	

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Kajian Penelitian.....	
3.2 Tabel Jadwal Penelitian.....	
4.1 Tabel Pemain Utama Film Orang Kaya Baru.....	
4.2 Tabel Pemain Pendukung Film Orang Kaya Baru.....	
4.3 Tabel Scene 1: Sedang Makan Malam Bersama Keluarga.....	
4.4 Tabel Scene 2: Ibu Berbicara Kepada Bapak.....	
4.5 Tabel Scene 3: Dodi Berbicara Kepada Temannya.....	
4.6 Tabel Scene 4: Bapak Berbicara Kepada Keluarga.....	
4.7 Tabel Scene 5: Bapak Berbicara Kepada Duta.....	
4.8 Tabel Scene 6: Bapak Berbicara Kepada Keluarga.....	
4.9 Tabel Scene 7: Pacar Tika Berbicara Kepada Tika.....	
4.10 Tabel Scene 8: Dodi Makan Malam Sendirian.....	
4.11 Tabel Scene 9: Keluarga Yang Sedang Makan Malam Bersama.....	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan zaman saat ini media massa mampu merubah suatu pola komunikasi dan tingkah laku yang ada di dalam masyarakat, kedudukan media massa di dalam masyarakat sangatlah penting. Hal ini disebabkan, media massa bersifat masal dan memiliki jaringan yang luas tidak hanya mencakup perorangan saja akan tetapi mencakup jumlah puluhan, ratusan, bahkan ribuan dalam waktu serentak, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di lingkungan masyarakat. Baik itu media cetak maupun media elektronik.

Dari semua media komunikasi yang ada, film adalah media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada penonton. Sama seperti pada siaran televisi, menonton film merupakan tujuan utama khalayak untuk memperoleh hiburan. Dalam film terkandung fungsi informasi, edukasi, maupun persuasive. Film dengan kemampuan daya visualnya yang didukung audio yang khas, sangat efektif sebagai media hiburan dan juga sebagai media pendidikan dan penyeluruhan. Dengan tempat dan khalayak yang berbeda film bisa di putar berulang kali.

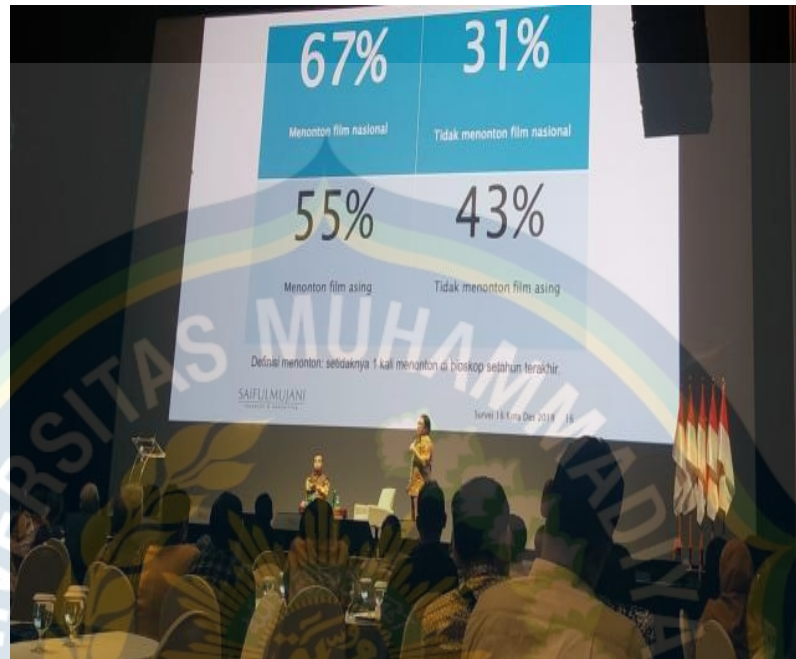
Fungsi edukasi dapat nyata apabila film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif atau film dokumenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang (Ardianto, 2017: 145). Sebuah

pemikiran yang kreatif merupakan awal munculnya sebuah film. Pada pembuatan film ini diperlukan gagasan, konsep, ide-ide, waktu dan proses yang sangat panjang untuk memperoleh karya-karya yang berkualitas baik secara audio maupun visual. Terciptanya ide dan gagasan ini dilakukan dengan banyak cara contohnya seperti mengangkat kisah nyata, puisi, dongeng, cerpen maupun catatan pribadi seseorang.

Melansir dari kumparan.com, kebanyakan orang di Indonesia percaya bahwa film-film asing, baik dari Hollywood atau pun Korea Selatan, selalu lebih baik ketimbang film lokal.”Demi memecah mitos tersebut Asosiasi Produser Film Indonesia (APFI) menggelar diskusi awal tahun sekaligus menggaet Saiful Mujani Research and Consulting (SMRC) guna membuat survei mengenai perilaku penonton film bioskop di Indonesia. Ketua Umum APFI periode 2019-2023, Chand Parwez, membuka forum diskusi dengan sambutan singkat. Ia menjelaskan bahwa industri film Indonesia sedang sangat meningkat drastis pada 2019, berkat banyaknya film-film drama keluarga populer. Menurut situs filmindonesia.or.id, ada sekitar 51 juta orang yang menonton film. Tapi, itu data dari awal tahun 2019 sampai Desember.

Kalau menurut APFI, harusnya data itu dihitung sampai film di Desember selesai tayang pada Januari 2020, dan harusnya angkanya meningkat hingga di atas 53 juta, ujar Parwez dalam forum diskusi yang diselenggarakan di Djakarta Theatre, Thamrin, Jakarta Pusat, baru-baru ini. Setelah Parwez memberi kata sambutan, Direktur Komunikasi SMRC, Ade Armando, langsung menunjukkan dua survei mengenai perilaku penonton film bioskop

di Indonesia yang dilakukan pada Agustus sampai September 2019 dan Desember 2019.



Sumber : kumparan.

Survei pertama melibatkan 1.220 koresponden berusia 17 tahun ke atas, yang tersebar di total 103 kabupaten dan kota di Indonesia. Dari survei itu, dibuktikan bahwa 9,3 persen orang Indonesia menonton film lokal, sementara 8,2 persen menonton film asing. Menurut Ade, ini sudah mematahkan teori bahwa masyarakat lebih suka menonton film asing ketimbang film lokal. Pada 2015, sempat ada tanda-tanda perfilman Indonesia tidak mengalami pertumbuhan dan bahwa dikhawatirkan bangkrut. Pada 2011, tidak ada film Indonesia yang tembus satu juta penonton, dan pada 2015, hanya ada tiga film

yang berhasil. Tapi, data terakhir dari filmindonesia.or.id, ada 15 film yang mencapai satu juta penonton di tahun 2019, kata Ade¹.

Melalui media komunikasi pesan moral yang disampaikan sangat banyak dan beragam, misalkan seperti melalui media film. Film sendiri merupakan suatu karya estetika dan merupakan media untuk menyebarkan suatu informasi yang bersifat menghibur maupun mengedukasi untuk penikmat yang menonton. Pada sudut pandang lain film merupakan media untuk menyebarkan suatu nilai-nilai budaya baru.

Secara semiotika pesan adalah penanda dan maknanya adalah petanda. Pesan adalah suatu yang dikirim secara fisik dari satu orang atau alat ke pasangannya. Pesan bisa dikirim secara langsung dari pengirim ke penerima melalui hubungan fisik atau bisa juga dikirimkan secara sebagian atau seluruhnya melalui media elektronik, mekanik, atau digital (Danesi, 2010: 22)

Adapun arti moral dari segi bahasa berasal dari bahasa latin, *morel* yaitu jamak dari kata *mos* yang berarti adat kebiasaan. Didalam kamus umum bahasa indonesia dikatakan bahwa moral adalah penentuan baik-buruk terhadap perbuatan dan kelakuan. Selanjutnya moral menurut istilah yang digunakan untuk menentukan batas-batas dari sifat, perangai, kehendak, pendapat, atau perbuatan yang secara layak dapat dikatakan benar, salah, baik, buruk (Abudin, 2010: 92).

¹<https://kumparan.com/kumparanhits/survei-membuktikan-masyarakat-indonesia-lebih-suka-nonton-film-lokal-1sejVJLKAS3>.

Peneliti menyimpulkan bahwa pengertian pesan moral yaitu suatu hal yang disampaikan oleh pengirim pesan kepada penerima pesan melalui proses komunikasi dimana pesan yang dikomunikasikan berisi unsur moral. Moral dapat diartikan sebagai budi pekerti, sopan santun, etika, susila dan tata krama. Moral dipandang sebagai sesuatu hal yang bersifat positif dari segi verbal maupun non verbal.

Sering kali film dianggap sebagai media hiburan dibandingkan media pembujuk. Akan tetapi film sebenarnya memiliki kekuatan bujukan atau persuasi yang besar. Adanya lembaga sensor dan kritik dari masyarakat menunjukkan film sebenarnya sangat berpengaruh. Salah satu film yang berpengaruh adalah film orang kaya baru.

Pada saat ini banyak film di Indonesia yang hanya sekedar menghibur saja dan tayangannya tidak mengandung unsur pesan moral akan tetapi tidak dengan film orang kaya baru ini . Film orang kaya baru ini film yang bergenre hiburan akan tetapi didalam film tersebut banyak mengandung unsur pesan moral yang disampaikan dan mendidik pada film tersebut.

Film orang kaya baru ini merupakan film keluaran di tahun 2019. Melansir dari liputan6.com, Produser Screenplay Films dan Legacy Pictures boleh berbangga. Film Orang Kaya Baru yang mereka garap tembus 1 juta penonton di hari ke-19 penayangannya. Dari siaran pers yang diterima redaksi,

Selasa (12/2/2019) disebutkan dengan pencapaian tersebut maka Orang Kaya Baru resmi menjadi film Box Office ke-3 di tahun 2019.²

Film ini berusaha menghadirkan warna dalam dunia perfilman di Indonesia. Film orang kaya baru diangkat dari kisah nyata seorang Joko Anwar. Joko Anwar di sini sebagai penulis naskah skenario yang dimana film ini merupakan kisah nyata dari kehidupan miskin Joko Anwar dan menjadi orang kaya merupakan khayalannya. Film ini merupakan film bergenre drama yang menceritakan sebuah keluarga sederhana yang berubah menjadi kaya raya.

Fenomena seperti ini sering kita temui di masyarakat bahkan di kehidupan kita sehari-hari. Sekarang ini dapat kita temui tokoh publik seperti artis atau bahkan *youtuber* yang saat ini sedang ramai menjadi perhatian banyak orang. Mereka mereka yang dulunya berkehidupan pas-pasan setelah viral mempunyai kemampuan ekonomi yang lebih, mereka menampilkan harta kekayaan bahkan saat ini mereka melalui salah satu tayangan konten mereka berlomba untuk menunjukkan saldo tabungan yang mereka miliki. Ini adalah contoh dari orang kaya baru, dan hal tersebut berusaha dituangkan oleh Joko Anwar sebagai penulis naskah skenario di dalam film ini.

Dari penjelasan diatas peneliti tertarik pada film ini adalah untuk melihat bagaimana pesan moral yang ada di dalam film orang kaya baru seperti perjuangan dalam mendapatkan sesuatu, uang tidak dapat membeli

²<https://www.liputan6.com/showbiz/read/3892817/orang-kaya-baru-jadi-film-box-office-ketiga-tahun-2019>.

kebahagiaan dan menjadi orang kaya tidak selalu bahagia. Adapun kategori pesan moral yaitu hubungan manusia dengan tuhan, hubungan manusia dengan manusia dan hubungan manusia dengan lingkungan sosial.

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan metode semiotika Ferdinand de Saussure. Dimana pada adegan dalam film ini terdapat unsur-unsur yang memiliki makna, yaitu berupa suara, gerakan maupun kata. Unsur-unsur yang dimaknai inilah yang akan menjadi penelitian oleh peneliti dalam kajian semiotika.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti sebuah film Orang Kaya Baru sebagai objek penelitian. Peneliti memilih film ini bukan tanpa alasan, akan tetapi dengan memilih banyaknya pesan moral yang penting untuk masyarakat dan memperhatikan pula dengan tanda (*sign*) yang terjadi didalam film tersebut, salah satu yang diambil adalah pesan moral yang terdapat dalam sebuah film Orang Kaya Baru. Dengan demikian peneliti ingin mengangkat permasalahan yang ada di film ini dengan mengambil judul PESAN MORAL PADA FILM "ORANG KAYA BARU (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure) ini ingin memahami secara mendalam tentang peristiwa yang benar-benar terjadi mencakup pesan moral didalam keluarga tersebut dalam film Orang Kaya Baru melalui analisis semiotika Ferdinand de Saussure yang menggunakan makna pertanda dan penanda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana petanda dan penanda pesan moral pada film orang kaya baru berdasarkan Analisis Ferdinand de Saussure?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini ialah:

1. Untuk memahami dan mendeskripsikan petanda dan penanda pesan moral pada film orang kaya baru berdasarkan Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure.

1.4 Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi masalah yang diteliti, agar lebih mudah dan fokus, penelitian ini hanya fokus terhadap pesan moral dalam film orang kaya baru.

1.5 Kontribusi Penelitian

1.5.1 Kontribusi Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih wawasan sebagai referensi dan memperkaya ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi khususnya kajian dalam film dengan menggunakan metode analisis semiotika model Ferdinand de Saussure.

1.5.2 Kontribusi Metodologis

Secara metodologis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan berjenis deskriptif penggunaan metode tersebut untuk

memperoleh data yang akurat sehingga diharapkan dapat memberikan sumbangan atau gambaran terhadap metode yang dipergunakan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dengan objek penelitian yang berbeda.

1.5.3 Kontribusi Sosial

Secara sosial, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada masyarakat tentang pengaruh makna yang disampaikan didalam sebuah film dan mampu berpikir kritis terhadap sebuah tayangan film.

1.5.4 Kontribusi Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan para akademisi dan pembuat film untuk memasukan pesan moral di dalam sebuah karya film. Dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian yang sama dalam pembahasan analisis semiotika.

1.6 Kelemahan Penelitian

Penelitian ini memiliki banyak kelemahan dikarenakan adanya keterbatasan pada peneliti yaitu pada saat wawancara hanya melalui online atau via zoom dikarenakan kondisi situasi covid 19.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran kepada pembaca dan mempermudah memahami secara keseluruhan mengenai penelitian yang di sampaikan, penulis membagikannya dalam beberapa bab antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, “pembatasan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, paradigma penelitian yang di gunakan oleh penulis dalam penelitian, hakekat komunikasi, konsep-konsep, dan teori-teori yang menjadi landasan pokok dalam penelitian.

BAB III : METEDOLOGI PENELITIAN

Di metodologi penelitian ini meliputi, pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, unit analisis, teknik analisis data, teknik pengumpulan data, bagan alur penelitian, dan lokasi penelitian dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan suatu gambaran tentang deskripsi subyek penelitian. Hasil penelitian dan pembahasan peneliti dengan teori-teori yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini memberikan suatu gambaran tentang simpulan dari penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2017. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fiske, John. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Javandalasta, Panca. 2011. *Lima Hari Mahir Bikin Film*. Surabaya: Mumtaz Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan & Wardhany. Andy. 2009. *Teori Komunikasi: Tentang Komunikator, Pesan, Percakapan Dan Hubungan*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nata, Abudin. 2010. *Akhlak Tasawuf*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Sobur, Alex. 2017. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya..
- Suseno, Franz. 2019. *Etika Dasar*. Yogyakarta: Kanisius (Anggota IKAPI).
- Widjaja, H.A.W . 2010. *Komunikasi dan hubungan masyarakat* . Jakarta: PT Bumi Aksara.

Internet dan Jurnal:

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26866/1/ISHMATUN%20NISA-FDK.pdf>. (Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Film Jokowi, Ishmatun Nisa (2014) Universitas Islam Negeri Syarif).

<https://repository.mercubuana.ac.id/49414/>. (Pesan Moral Islami Pada Film Munafik Analisis Semiotika Roland Barthers, Ahmad Fadly (2018) Universitas Mercu Buana).

<https://repository.mercubuana.ac.id/33914/>. (Representasi Ikhlas Dalam Film Surga Yang Tak Dirindukan Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure, Bella Chintya (2017) Universitas Mercu Buana).

<https://kumparan.com/kumparanhits/survei-membuktikan-masyarakat-indonesia-lebih-suka-nonton-film-lokal-1sejVJLKAS3> . Diakses 03 februari 2020.

<https://www.liputan6.com/showbiz/read/3892817/orang-kaya-baru-jadi-film-box-office-ketiga-tahun-2019> . Diakses 01 Juli 2020.

<https://tirto.id/orang-kaya-baru-tembus-satu-juta-penonton-dalam-3-pekan-penayangan-dhjW>. Diakses 15 Juli 2020.

<https://www.kompasiana.com/mufidun/5517fabca333118307b6620c/makna-kebersamaan> . Diakses 01 Agustus 2020.