

**REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME
PADA PORTAL MEDIA *ONLINE* DREAM.CO.ID**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

FITRIYAH
NIM. 3419070

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME
PADA PORTAL MEDIA *ONLINE* DREAM.CO.ID**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

FITRIYAH
NIM. 3419070

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fitriyah

NIM : 3419070

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME PADA PORTAL MEDIA *ONLINE DREAM.CO.ID*”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 27 Juni 2023

Yang Menyatakan,



FITRIYAH
NIM. 3419070

NOTA PEMBIMBING

Dimas Prasetya, M.A.

Perumahan Asik Residence Blok H12 Wangandowo, Bojong, Pekalongan.

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri, Fitriyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di- **PEKALONGAN**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Fitriyah

NIM : 3419070

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Representasi Gaya Hidup Hedonisme pada Portal Media *Online* Dream.co.id

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 27 Juni 2023

Pembimbing,



Dimas Prasetya, M.A.
NIP. 19910626201031010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **FITRIYAH**
NIM : **3419070**
Judul Skripsi : **REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME PADA PORTAL MEDIA *ONLINE* DREAM.CO.ID**

yang telah diujikan pada Hari Kamis, 27 Juli 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Teddy Dvatmika, M.I.Kom.
NIP. 198702132019031003

Penguji II

Mukovimah, M.Sos.
NIP. 199206202019032016

Pekalongan, 27 Juli 2023

Disahkan Oleh

Dekan



H. Sam'ani, M.Ag.
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	b	-
ت	Tā	t	-
ث	Śā	s	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā	h	h (dengan titik di atasnya)
خ	Khā	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Žal	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Şād	ş	s (dengan titik di atasnya)

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ض	Dād	d	d (dengan titik di
ط	Ṭā	t	t (dengan titik di
ظ	Zā	z	z (dengan titik di
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	Fā	f	-
ق	Qāf	q	-
ك	Kāf	k	-
ل	Lām	l	-
م	Mīm	m	-
ن	Nūn	n	-
و	Wāwu	w	-
هـ	Hā	h	-
ء	Hamzah	'	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā	y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliyā'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*,

masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + *yā* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + *wāwu* mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أأنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annaś*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberi kekuatan, kesehatan dan kesabaran serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan untukku dalam mengerjakan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini dipersembahkan untuk:

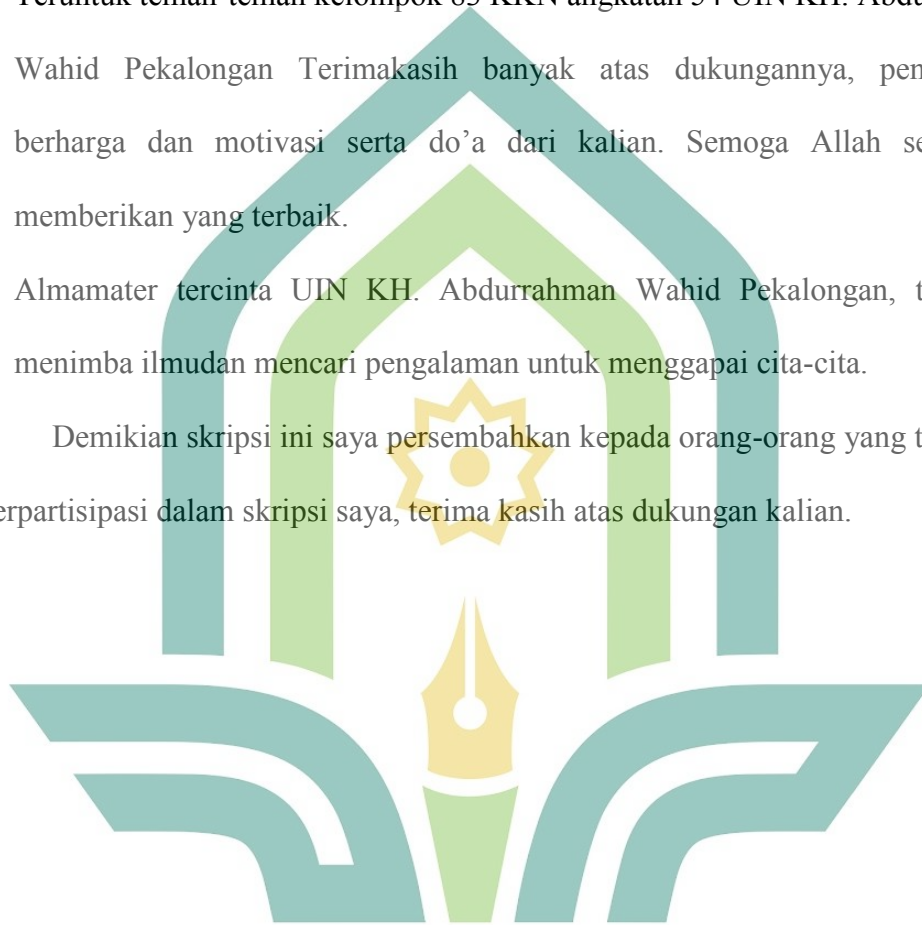
1. Kedua Orang Tua saya Bapak Tarsono dan Ibu Casmitun terimakasih untuk jimat dunia akhirat yang selalu ada dihati, yang senantiasa memberikan limpahan kasih sayang, yang senantiasa sabar membesarkan dan mendidik saya, serta semangat yang terus mengalir dan doa yang tiada henti sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Teruntuk kakak dan adikku yang aku sayangi Dedi Sugianto dan adekku tercinta Muhammad Rizki. Terimakasih atas doa'nya, bimbingan, serta dukungan yang selalu membantu, dan selalu memberi semangat dalam perjalanan skripsiku ini.
3. Seseorang yang selalu aku semogakan lewat doa-doa yang ku langitkan.
4. Teruntuk Dosen Pembimbing skripsi dan Dosen Wali Studi yakni Bapak Dimas Prasetya, M.A. dan Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A. Terimakasih untuk setiap masukan, saran dan kritiknya yang luar biasa dalam penyusunan dan penyajian skripsi tercinta ini dengan penuh kesabaran. Semoga Allah senantiasa memudahkan segala urusannya.
5. Terkhusus untuk sahabat-sahabat saya yang tersayang dan teman-teman PPL yang selalu membantu dan memberi support, semangat dan do'a yang tiada hentinya.

6. Teruntuk teman-teman Komunikasi dan Penyiaran Islam FUAD angkatan 2019. Terimakasih banyak atas dukungannya dan motivasi serta do'a dari kalian yang Alhamdulillah terijabah oleh Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.

7. Teruntuk teman-teman kelompok 83 KKN angkatan 54 UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan Terimakasih banyak atas dukungannya, pengalaman berharga dan motivasi serta do'a dari kalian. Semoga Allah senantiasa memberikan yang terbaik.

8. Almamater tercinta UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, tempatku menimba ilmudan mencari pengalaman untuk menggapai cita-cita.

Demikian skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang telah ikut berpartisipasi dalam skripsi saya, terima kasih atas dukungan kalian.



MOTTO

وَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ وَكِيلًا

Dan bertawakallah kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai pemelihara.

(Q.S. AL-Ahzab: 3)



ABSTRAK

Fitriyah. (3419070). 2023. Representasi Gaya Hidup Hedonisme pada Portal Media *Online* Dream.co.id. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Dimas Prasetya, M.A.

Kata Kunci: Representasi, Hedonisme, Media *Online*.

Media *online* merupakan sejenis media jurnalisme online di mana peristiwa dilaporkan berdasarkan informasi yang diperoleh yang kemudian atau disebarluaskan kepada khalayak umum secara *online*. Adanya kemudahan yang disediakan teknologi, masyarakat bisa dengan mudah mengakses informasi maupun berita lewat internet dengan mudah. Banyaknya pengguna internet ini menjadikan peluang menyebarkan informasi dengan mudah di era digital seperti saat ini. Adanya media *online* memudahkan masyarakat dalam mengakses media sosial ataupun lainnya hanya dengan menggunakan gawai, komputer, dan sebagainya.

Adanya kemudahan tersebut menjadikan masyarakat sering mengakses berita melalui situs *online* yang belum tentu baik dan benar adanya informasi yang disampaikan. Seperti pada website dream.co.id yang ternyata terdapat informasi yang tidak terlalu penting disampaikan yang dapat menimbulkan rasa iri dan dengki karena konten yang disampaikan mengandung sifat hedonisme. Penelitian bertujuan untuk mengetahui representasi gaya hidup hedonisme yang dimuat oleh portal *online* muslim dream.co.id. Bagaimana sebuah media merepresentasikan sebuah isi berita atau informasi yang baik yang seharusnya mengajak masyarakat untuk melakukan kebaikan sesuai ajaran islam. Bagaimana media yang mengklaim dirinya Islam menyebarkan dan memberikan informasi kepada khalayak. Tidak memberikan informasi seputar kehidupan artis yang justru akan berdampak buruk di kehidupan yang dijalani.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian pustaka (*library research*). Menggunakan teori semiotik Roland Barthes yang memuat model sistem dalam menganalisis sebuah makna, diantaranya makna denotasi, makna konotasi, dan makna mitos.

Berdasarkan hasil pengolahan data, penelitian ini menghasilkan representasi gaya hidup hedonisme para artis yang di muat di konten dream.co.id. dalam merepresentasikan tersebut memuat beragam makna yang dihasilkan. Representasi gaya hidup hedonisme yang ditampilkan dalam artikel terlihat bahwa seseorang yang gemar menghambur-hamburkan uang adalah mereka orang yang kaya raya. Mereka melakukan gaya hidup yang hedon guna mendapatkan kepuasan pribadi dan kesenangan yang dicari.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh,

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Representasi Gaya Hidup Hedonisme pada Portal Media *Online* Dream.co.id”. Skripsi ini berisi representasi yang ditampilkan oleh portal media *online* Dream.co.id yang dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang terdiri dari makna denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil dari analisis yang dilakukan yaitu terdapat unsur hedonisme yang dimuat oleh portal media *online* dream.co.id. selain itu, portal media *online* dream.co.id yang mengklaim dirinya media islam ternyata masih menyebarkan berita yang berisi gaya hidup hedonisme yang tidak sesuai dengan ajaran islam. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Andurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do'a, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kenikmatan hidup, kesehatan, kekuatan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. H. Sam'ani, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Teddy Dyatmika, M.I.Kom, selaku Sekretaris program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

6. Bapak Dimas Prasetya, M.A, selaku Pembimbing skripsi. Yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan dan meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi.
7. Bapak Muhandis Azzuhri, Lc.M.A,. selaku Wali Dosen penulis.
8. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
9. Orangtua, keluarga dan teman-teman yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi.
10. Semua pihak yang membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa temuan pada penelitian ini yang diperoleh belum seimbang karena keterbatasan kemampuan peneliti, Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini bermanfaat, dan Allah SWT, melipatgandakan pahala bagi kita.

Akhir kata, hanya Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan do'anya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, terlebih bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Aamiin, Allahuma Sholi'ala Sayyidina Muhammad.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekalongan, 27 Juni 2023

Penulis

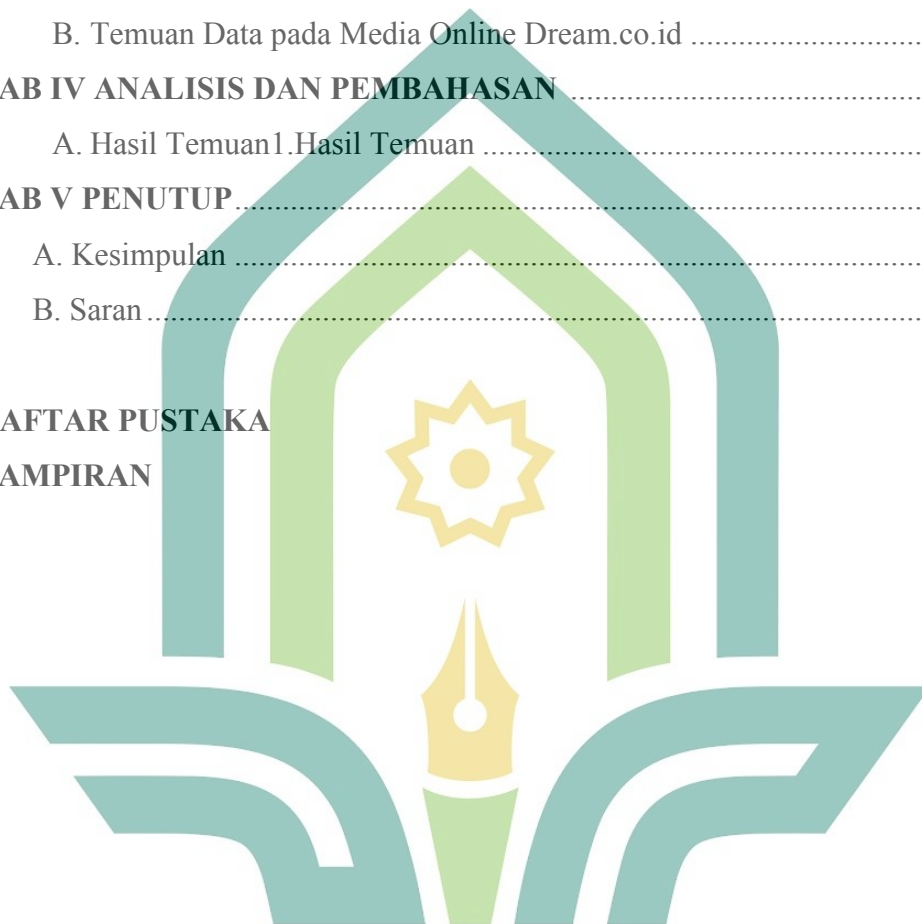


Fitriyah
NIM. 3419070

DAFTAR ISI

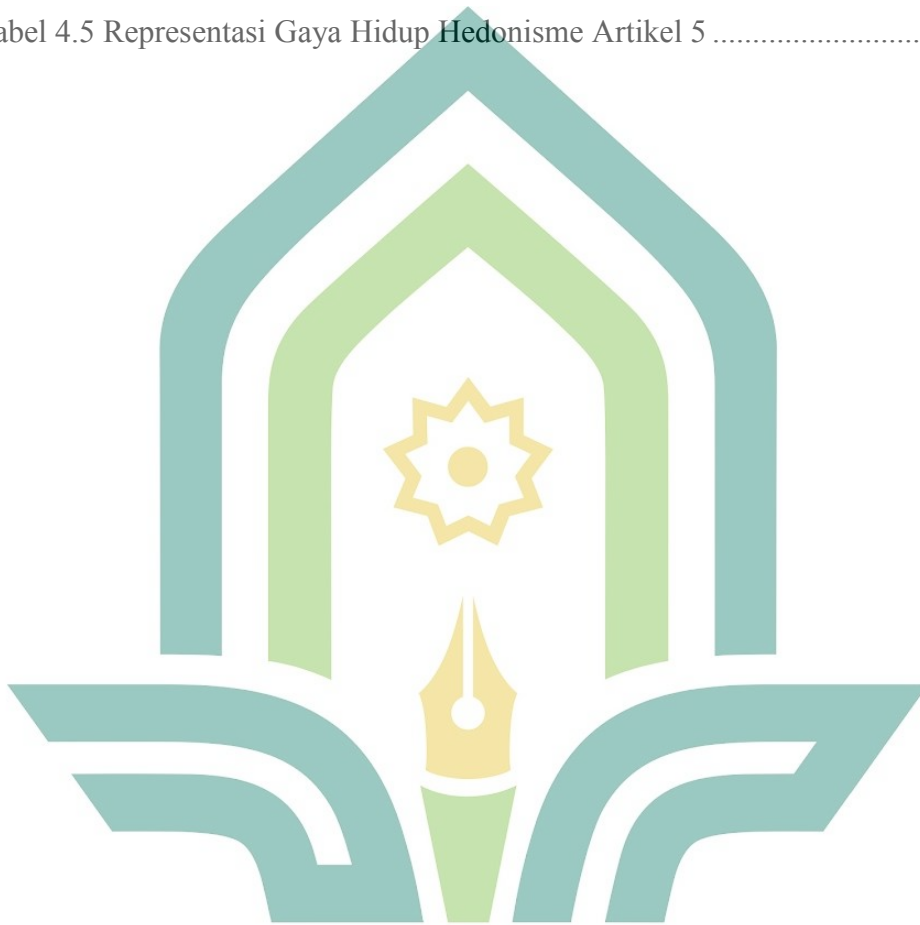
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Metodologi Penelitian	21
G. Sistematika Pembahasan	29
BAB II LANDASAN TEORI	31
A. Representasi	31
B. Teori Semiotika	33
C. Gaya Hidup Hedonisme	35
D. Pandangan Islam Mengenai Kehidupan Hedonisme	39
E. Media Online	44

BAB III GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN.....	47
A. Gambaran Umum Media Online Dream.co.id.....	47
1. Deskripsi Akun Website Dream.co.id.....	47
2. Struktur Redaksi Dream.co.id.....	49
3. Rubrik dalam Dream.co.id	50
4. Logo dan Tagline Dream.co.id.....	53
B. Temuan Data pada Media Online Dream.co.id	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	63
A. Hasil Temuan1. Hasil Temuan	63
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



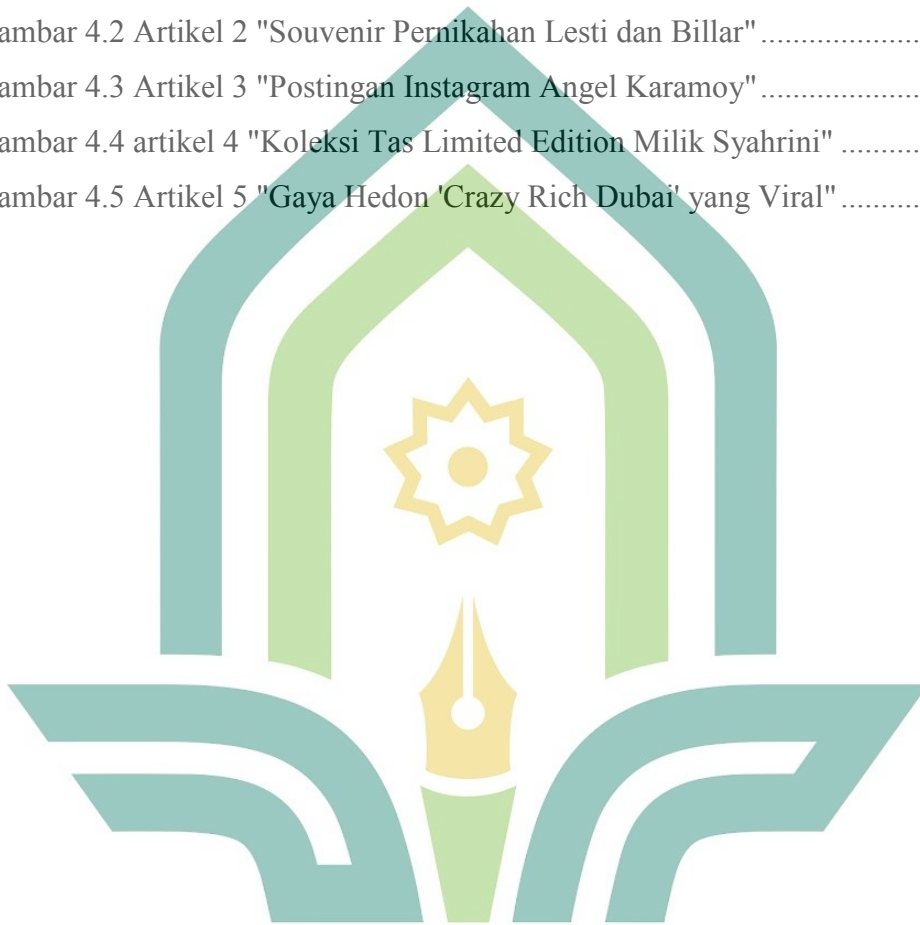
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Representasi Gaya Hidup Hedonisme Artikel 1	65
Tabel 4.2 Representasi Gaya Hidup Hedonisme Artikel 2	70
Tabel 4.3 Representasi Gaya Hidup Hedonisme Artikel 3	75
Tabel 4.4 Representasi Gaya Hidup Hedonisme Artikel 4	80
Tabel 4.5 Representasi Gaya Hidup Hedonisme Artikel 5	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir Penelitian	20
Gambar 3.1 Tampilan Beranda Website Dream.co.id	49
Gambar 3.2 Logo Website Dream.co.id.....	53
Gambar 4.1 Artikel 1 "Souvenir Emas Batangan"	64
Gambar 4.2 Artikel 2 "Souvenir Pernikahan Lesti dan Billar"	69
Gambar 4.3 Artikel 3 "Postingan Instagram Angel Karamoy"	75
Gambar 4.4 artikel 4 "Koleksi Tas Limited Edition Milik Syahrini"	79
Gambar 4.5 Artikel 5 "Gaya Hedon 'Crazy Rich Dubai' yang Viral"	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Profil Website Dream.co.id

Lampiran 2 Akun Instagram Dream.co.id

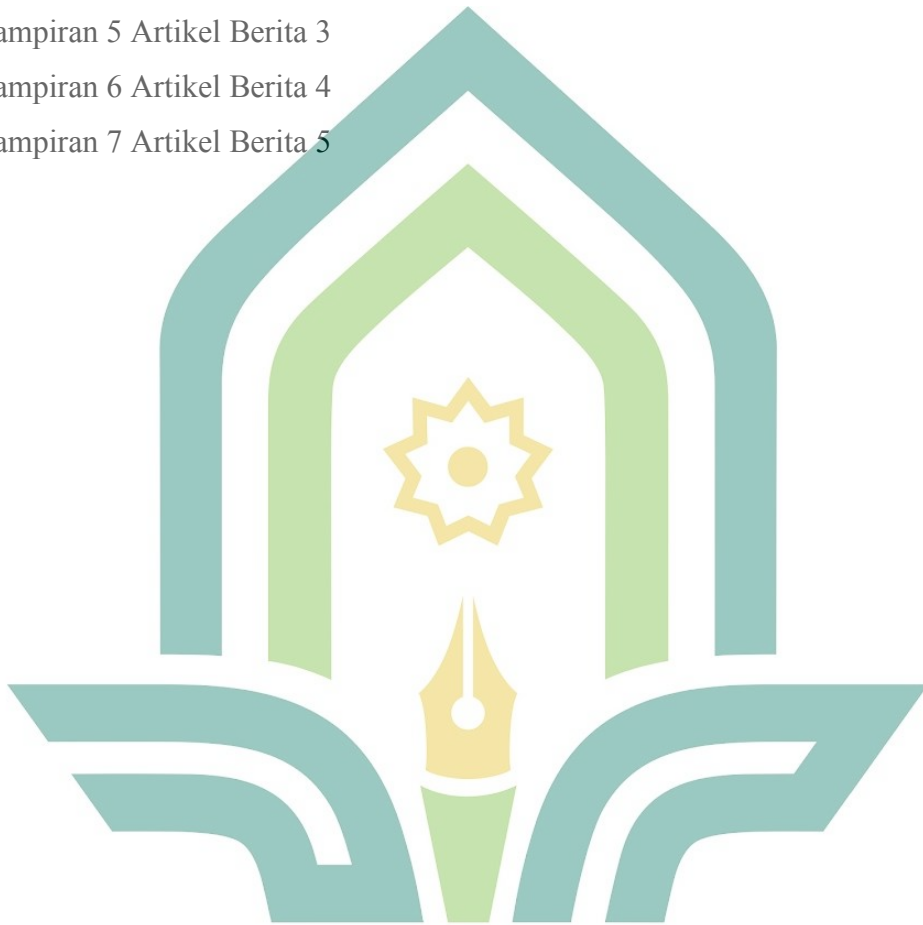
Lampiran 3 Artikel Berita 1

Lampiran 4 Artikel Berita 2

Lampiran 5 Artikel Berita 3

Lampiran 6 Artikel Berita 4

Lampiran 7 Artikel Berita 5



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada tahun 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa.¹ Banyaknya pengguna internet ini menjadikan peluang menyebarkan informasi dengan mudah di era digital seperti saat ini. Adanya media *online* memudahkan masyarakat dalam mengakses media sosial ataupun lainnya hanya dengan menggunakan gawai, komputer, dan sebagainya. Adanya kemudahan tersebut menjadikan masyarakat sering mengakses berita melalui situs *online* yang belum tentu baik dan benar adanya informasi yang disampaikan. Banyaknya media Islam yang juga menggunakan teknologi, memungkinkan masyarakat bisa dengan mudah mencari berbagai artikel di mana saja dan kapan saja. Banyaknya media Islam saat ini sudah menjadi suatu bentuk dakwah yang terlihat nyata dan berkembang untuk menyeru dan berdakwah guna memajukan nilai-nilai keislaman.

Namun demikian, banyaknya media Islam saat ini di salah satu sisi membawa kebanggaan bagi umat Islam karena telah memberikan kontribusi nyata

¹<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang> diakses pada tanggal 14 april 2023 pukul 10.55

kepada masyarakat dan sebagai bagian dari kegiatan dakwah.²Di sisi lain, kenyataannya masih terdapat kekhawatiran dan kegelisahan terhadap banyaknya berita dan informasi yang diberikan oleh media Islam yang dapat menimbulkan rasa kekhawatiran, rasa iri, dan perasaan tidak menyukai atau bahkan meniru hal-hal yang kurang baik dari informasi atau berita yang disajikan. Seperti media-media yang hanya memberikan informasi yang tidak terlalu penting mengenai kehidupan hedon para artis, mengekspose kehidupan artis *non muslim* dengan berbusana kurang baik, dan isi berita yang tidak sesuai dengan judulnya atau *clickbait*. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengakses dan penasaran dengan informasi atau berita yang ada sehingga akan menguntungkan untuk situs tersebut mendapatkan lebih banyak *viewers* dengan menampilkan berita hedonisme para artis.

Gaya hidup hedonisme adalah gaya hidup di mana seseorang yang menyukai kemudian membeli barang dan jasa secara berlebihan dengan menempatkan keinginannya di atas kebutuhannya, hal ini akan mengakibatkan pemborosan secara finansial.³ Perilaku belanja atau konsumtif tidak melihat prioritas kebutuhan yang dibutuhkan saja namun membeli barang yang diinginkan yang dapat diartikan sebagai gaya hidup mewah. Mereka akan berlomba-lomba mendapatkan apa yang mereka mau dengan uangnya sendiri demi menyenangkan perasaan dan melihat status sosialnya yang menengah ke

² A Karim, *Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan dan Peluang*, jurnal ilmiah (STAIN Kudus, 2016)

³<https://www.kompasiana.com/mawaddahharumannuryusuf4340/61b050e775ead61c4e37bb13/tren-gaya-hidup-selebri-masa-kini-hedonisme-yang-dibangun-dari-media-sosial> diakses pada tanggal 11 maret 2023 pada pukul 15.25

atas. Beberapa faktor yang menyebabkan seseorang melakukan gaya hidup konsumeris adalah berasal dari faktor budaya, kehidupan bersosial, lingkungan, pribadi dan psikologis dari dalam diri seseorang.

Secara umum, representasi gaya hidup hedonisme dapat ditemukan dalam berbagai media, termasuk portal media *online* seperti *dream.co.id*. Hedonisme adalah suatu pandangan hidup yang menurutnya tujuan hidup manusia di dunia ini adalah kesenangan menikmati segalanya.⁴ Dalam kalangan *public figure* seperti artis dan *influencer*, kondisi gaya hidup hedonisme banyak ditemukan dan merupakan sesuatu yang lumrah dilakukan. Gaya hidup hedonisme umumnya dihubungkan dengan kepuasan nafsu dan kenikmatan fisik, dan dapat ditunjukkan melalui gaya hidup yang berorientasi pada konsumsi dan pencarian kesenangan materi yang bersifat sesaat.

Dream.co.id merupakan situs berita *online* muslim di Indonesia maupun mancanegara yang di dalamnya membahas berbagai informasi dan berita seputar perempuan. Konten berita *online* *dream.co.id* ini terbagi menjadi berbagai jenis, di antaranya konten *news*, kecantikan, *fashion* hijab, kuliner, *showbiz*, *parenting*, *travel*, *dreamitie*, *dinar*, *lifestyle*, *trending*, dan jadwal sholat.⁵ Situs berita muslim ini banyak menyajikan berita dan informasi seputar kehidupan artis yang dimuat salah satunya dalam konten *lifestyle*. Seperti dilihat dari *taglinenya* yaitu muslim *lifestyle*, *dream.co.id* banyak memberikan informasi seputar gaya hidup artis baik di Indonesia maupun dari berbagai negara

⁴ Maryam Ismail, *Hedonisme dan pola hidup islam*, jurnal ilmiah Islamic resources (Makassar: Universitas Muslim Indonesia, 2020) hlm 195.

⁵ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 30 januari 2023 pukul 14.21

Dalam konteks media *online*, representasi gaya hidup hedonisme mungkin terlihat dalam artikel atau konten tentang gaya hidup mewah, perjalanan mewah, makanan dan minuman mahal, barang-barang, pakaian dan aksesoris yang mahal, dan kegiatan sosial yang mewah dan eksklusif.⁶ Seperti pada konten yang berjudul “Koleksi Tas Kotak *Limited Edition* Milik Syahrini, Penasaran Harganya?”.⁷ Dilihat dari judulnya sudah terlihat bahwa gaya hidup yang ditampilkan syahrini identik dengan *glamour* dengan barang-barang *branded* yang ada di kehidupan sehari-harinya. Namun, penting untuk diingat bahwa representasi ini hanyalah satu sisi dari kehidupan, dan ada banyak gaya hidup lain yang mungkin tidak muncul dalam media *online*. Oleh karena itu, penting untuk tetap bijak dan kritis dalam mengevaluasi informasi yang diperoleh dari media *online*, dan untuk memperhatikan nilai-nilai dan tujuan hidup yang penting bagi diri sendiri.

Ada berbagai media Islam yang hadir dan dibuat sebagai alat untuk menyebarkan informasi serta ilmu pengetahuan yang berpedoman kepada agama islam.⁸ Media massa khususnya media *online* yang berisi informasi dan berita sangat berpengaruh pada pembaca. Namun pada kenyataannya masih banyak media berita *online* islam namun tidak memperhatikan nilai-nilai keislaman. Beberapa media diantaranya cenderung menyajikan berita yang lebih mementingkan pembaca (*viewers*) tanpa memperhatikan informasi yang

⁶ Nuke farida, *Representasi Hedonisme di Media Massa*, UG Jurnal Vol.7 No. 09 (Depok: Universitas Gunadarma, 2013) hlm.1

⁷ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 21 februari 2023 pukul 14.11

⁸ Dini Maulina, *Dakwah sebagai Media Integrasi Agama dan Ilmu Pengetahuan*, Jurnal Ar-Raniry (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020)

disampaikan itu berisi tentang ajaran-ajaran islam yang baik agar pembaca mendapatkan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat untuk kehidupan umat muslim.

Selain itu, penggunaan bahasa oleh media jurnalistik harus sesuai dengan jurnalisme islam, tidak banyak menampilkan berita kehidupan *glamour* para artis yang akan membuat pembaca merasa ingin mengikuti *trend* kehidupan artis yang serba mewah. Sebab dalam islam juga menolak tegas kehidupan duniawi yang serba mewah atau hedonisme dalam bentuk larangan sifat boros. Seperti yang tercantum dalam alquran surat Al-Isra ayat 27 :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S Al-Isra ayat 27). Media islam seharusnya tidak memberikan informasi yang berisi tentang kehidupan para artis yang justru akan membuat masyarakat berghibah dan mendapatkan dosa. Seperti pada portal media *online* dream.co.id yang banyak memberikan informasi ataupun berita tentang kehidupan artis yang terlalu berlebihan dalam hidupnya, kehidupan serba mewah, dan pemborosan harta. Hal tersebut menjadi pemicu masyarakat untuk meniru hal yang tidak baik.⁹

Website berita *online* dream.co.id berada di peringkat 166 di Negara Indonesia dan menduduki peringkat ke 3 dengan kategori *lifestyle* menurut similarweb.com setelah female.com dan linktr.ee.¹⁰ Para pengguna atau pengakses situs berita ini kebanyakan para perempuan sesuai dengan isi konten yang ditampilkan yaitu berita dan informasi kekinian yang diminati oleh para

⁹ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 3 februari 2023 pukul 11.29

¹⁰ <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/> diakses pada tanggal 27 februari 2023 pukul 21.16

perempuan masa kini. Dalam media sosial instagramnya dream.co.id memiliki jumlah *followers* mencapai 138.000 dengan berjumlah 14.300 *postingan* yang membuktikan situs ini banyak diminati oleh para masyarakat dalam mengakses berita dan informasi.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian karena portal berita *online* dream.co.id ini masuk kedalam 10 besar di Indonesia yang sangat berpengaruh bagi pembacanya. Dream.co.id memberikan informasi seputar kehidupan artis yang bisa mempengaruhi pembaca dengan meniru hal-hal yang kurang baik. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui representasi gaya hidup hedonisme yang dimuat oleh portal *online* muslim dream.co.id. Bagaimana sebuah media merepresentasikan sebuah isi berita atau informasi yang baik yang seharusnya mengajak masyarakat untuk melakukan kebaikan sesuai ajaran islam. Bagaimana media yang mengklaim dirinya Islam menyebarkan dan memberikan informasi kepada khalayak. Tidak memberikan informasi seputar kehidupan artis yang justru akan berdampak buruk di kehidupan yang dijalani.

B. Rumusan Masalah

Melalui penjelasan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana representasi pemberitaan gaya hidup hedonisme pada portal media *online* dream.co.id?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana representasi pemberitaan gaya hidup hedonisme pada portal media *online* dream.co.id.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat menambah keilmuan khususnya di bidang jurnalistik. Bagaimana suatu media *online* islam mengemas isi berita yang sesuai dengan nilai keislaman dengan melihat representasi dari isi berita tersebut.
- b. Penelitian ini bisa digunakan sebagai rujukan atau referensi bagi mahasiswa atau mahasiswi UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan khususnya bagi mahasiswa atau mahasiswi yang memiliki ketertarikan dibidang jurnalistik.

2. Manfaat Praktis

- a. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan informasi sekaligus ilmu pengetahuan bagi khalayak umum mengenai representasi gaya hidup hedonisme yang dikemas dalam bentuk berita serta bagaimana media islam membingkai suatu informasi atau peristiwa menjadi sebuah berita.
- b. Meningkatkan daya pikir kritis terkait isi berita media *online* sehingga dapat menerima informasi yang baik yang akhirnya bisa disaring untuk mengetahui mana media yang benar-benar menerapkan nilai keislaman dan mana media yang tidak sesuai.
- c. Penelitian ini juga dapat berguna dan bisa memberikan gambaran bagi seorang jurnalis, yang harus memperhatikan penulisan dan penyampaian informasinya dengan baik dan benar khususnya jurnalis islam.

E. Tinjauan Pustaka

1. Deskripsi Teori

a. Representasi

Representasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *representation*, yang artinya perwakilan, gambaran, menggambarkan sesuatu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi merupakan suatu keadaan ataupun perbuatan yang mewakili hal lain untuk menghasilkan makna.¹¹ Representasi merupakan suatu hal yang mewakili sebuah tindakan yang ditampilkan dalam sebuah teks. Representasi adalah kata yang sering dipakai dalam berbagai konteks. Representasi berarti mengungkap informasi yang penting, secara tertulis maupun lisan, sehingga dapat membantu mereka yang terkena dampak mengambil tindakan yang tepat. John Fiske mendefinisikan representasi sebagai asumsi, yang berlaku dalam praktik, bahwa konten media bukanlah realitas murni, sehingga representasi lebih baik dilihat sebagai cara mereka membangun versi realitas dengan cara tertentu yang bergantung pada status sosial dan kepentingan mereka. Pandangan Fiske tentang representasi ini berlaku pada proses kerja media secara umum. Mengacu pada hubungan antara representasi dan realitas yang diciptakan oleh media.¹²

Sedangkan representasi menurut Stuart Hall yaitu suatu konsep berpikir yang menghasilkan makna melalui bahasa. Hal ini yaitu

¹¹ <https://kbbi.web.id/representasi.html> diakses pada tanggal 28 Maret 2023 pada pukul 11.24

¹² Jhon Fiske, *Cultural and Communication studies*, (Yogyakarta, 2004), hlm. 10

keterkaitan antara konsep dan bahasa yang diorientasikan dalam objek, orang atau tubuh. Stuart Hall mempercayai bahwa representasi merupakan "proses suatu budaya memakai bahasa untuk menciptakan sebuah makna".¹³ Hal ini tentang mengatur tanda-tanda yang kita gunakan untuk memahami dunia ke dalam nilai ideologis yang lebih luas. Makna ini tidak tetap atau "nyata", mereka dihasilkan dan didefinisikan oleh masyarakat.

Representasi merupakan bagaimana sebuah teks media menampilkan gender, umur, asal etnis, identitas nasional dan daerah, masalah dan peristiwa sosial dan menyajikannya kepada khalayak umum. Teks media memiliki kekuatan untuk menghasilkan ilmu dan pemahaman publik mengenai isu-isu penting tersebut. Hal ini menjadikan mereka lebih efektif dalam mempengaruhi kreativitas dan sikap. Representasi mengarahkan pada gagasan akan segala sesuatu yang dilihat atau didengar di media dikonstruksikan. Penyajiannya sendiri bisa bermacam-macam bentuknya, seperti siaran radio, siaran televisi, bentuk film, foto, dan artikel yang dimuat dalam surat kabar.

Dari teori representasi yang telah dipaparkan, dapat diambil kesimpulannya bahwa representasi adalah sebuah proses untuk menghasilkan makna yang sudah ada dibenak kita dan dicantumkan lewat sebuah teks atau bahasa. Proses pemaknaan tersebut dihadirkan melalui sebuah representasi dengan merujuk pada sebuah media termasuk media

¹³ Stuart Hall. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. (London: Sage Publications, 1997).

massa maupun media *online* tentang segala sesuatu yang dibangunnya dan bagaimana cara kita menafsirkannya. Dari uraian representasi tersebut maka bentuk representasi yang digunakan penulis disini adalah representasi yang dilihat melalui konten artikel atau berita yang dinarasikan dalam portal media *online* dream.co.id.

b. Semiotika

1) Pengertian Semiotika

Secara etimologis, kata "semiotika" berasal dari bahasa Yunani "simeon", artinya tanda. Kata "semiotika" juga dapat diturunkan dari kata bahasa Inggris, yaitu "semiotika". Nama lain dari semiotika adalah semiologi. Ditinjau secara terminologis, semiotika kemudian dapat didefinisikan sebagai studi tentang tanda. Menurut Tinarbuko (2008), semiotika yaitu suatu ilmu pengetahuan yang menelaah tanda-tanda dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana tanda-tanda tersebut bekerja dan menciptakan makna. Sementara itu, Christomy dan Yuwono (2004) berpendapat bahwa semiotika adalah kajian tentang tanda (*signs*), fungsi tanda, dan produksi tanda.

Tanda tersebut nantinya bisa mengungkap makna atau hal lain yang tersembunyi di balik tanda itu sendiri. Dengan kata lain, keberadaan tanda tersebut akan merepresentasikan sesuatu yang berhubungan dengan objek tertentu. Benda-benda ini dapat membawa informasi dan mengirimkannya dalam bentuk tanda-tanda. Misalnya,

ada catatan berupa pola asap pada bungkus atau di gedung perusahaan. Kebanyakan orang menafsirkan tanda-tanda ini.

Semiotika yaitu studi mengenai tanda-tanda dan makna yang terkandung di dalamnya.¹⁴ Dalam konteks representasi gaya hidup hedonisme pada portal media *online*, semiotika dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana tanda-tanda dan simbol-simbol yang digunakan pada portal tersebut merepresentasikan gaya hidup hedonisme.

2) Semiotika Roland Barthez

Menurut Roland Barthez yang merupakan salah satu tokoh terbesar dalam dunia semiotika, berpendapat bahwa semiotika adalah ilmu yang menafsirkan tanda-tanda, dimana bahasa juga merupakan gabungan dari tanda-tanda yang membawa pesan tertentu tentang masyarakat.¹⁵ Tanda juga bisa berupa lagu, dialog, catatan, logo, gambar, ekspresi wajah, dan gerak tubuh. Barthez menciptakan model analisis menjadi tiga, yaitu makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos. Sistem pemaknaan yang pertama yaitu Denotatif, dan system kedua yaitu Konotatif.

¹⁴ Bambang Mudjiyanto & Emilsyah Nur, *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication*, (Jakarta: Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, 2013)

¹⁵ <https://www.gramedia.com/literasi/semotika/> diakses pada tanggal 1 maret 2023 pada pukul 11.30

a) Makna Denotasi

Denotasi yaitu suatu makna yang mengungkapkan makna yang jelas dan nyata. Dapat diartikan, makna denotasi yakni makna yang sesungguhnya. Bagi Barthez, denotasi merupakan pemaknaan tataran pertama. Pada tahap denotasi ini baru melihat dan menelaah tanda dari sudut pandang bahasa yaitu makna harfiah dalam hal tersebut.

b) Makna Konotasi

Konotasi merupakan pemaknaan tataran kedua, konotasi menggambarkan hubungan ketika tanda tersebut bercampur dengan emosi atau perasaan. Konotasi yaitu istilah yang digunakan Barthez untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda ditahap tataran tanda.¹⁶ Pada tataran kedua ini, konotasi menggambarkan hubungan yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunanya.

c) Mitos

Makna mitos yaitu suatu hal atau bentuk bagaimana ideologi tercipta. Mitos mengandung penafsiran atau anggapan berdasarkan observasi. Mitos dalam semiotika yaitu suatu proses yang menghasilkan makna yang tidak mendalam. Mitos hanya mewakili makna dari sesuatu yang tampak.¹⁷

¹⁶ Hapsari Dwiningtyas, *Pengantar Ilmu Komunikasi/John Fiske Edisi ketiga* (Depok: Rajawali Pers, 2018)

¹⁷ Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan" *Jurnal Lontar* Vol.6, 2018.

Pada portal media *online* yang merepresentasikan gaya hidup hedonisme, terdapat beberapa tanda dan simbol yang dapat dianalisis menggunakan semiotika, seperti gambar-gambar yang menampilkan makanan dan minuman mahal dan mewah, memberi barang-barang *branded* yang dapat merepresentasikan kehidupan hedonistik. Kata-kata atau frasa yang digunakan, seperti "merayakan kehidupan", "menikmati hidup", dan "hidup adalah pesta". Frasa-frasa ini merepresentasikan nilai-nilai hedonistik yang dianggap penting dalam gaya hidup hedonisme. Penggunaan frasa atau kata juga dapat memengaruhi atau memperjelas makna dari pesan atau informasi yang disampaikan.

Dalam analisis semiotika, penting untuk mempertimbangkan konteks sosial dan budaya di mana representasi ini muncul. Representasi gaya hidup hedonisme pada portal media *online* dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang nilai-nilai hedonistik dan juga dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan dampak sosial dan budaya. Dalam portal media *online*, emoji sering digunakan untuk memperkuat atau mengekspresikan perasaan atau emosi pengguna. Penggunaan emoji juga dapat memengaruhi atau memperjelas makna dari pesan atau informasi yang disampaikan dari representasi tersebut.

c. Hedonisme

Hedonisme berasal dari bahasa Yunani, “hedone” yang berarti kesenangan. Hedonisme merupakan suatu jenis pandangan hidup atau ideologi yang menyatakan bahwa kebahagiaan hanyalah bisa didapat melalui pencarian kesenangan individu sebanyak mungkin demi terhindar dari perasaan yang membuatnya sakit hati.¹⁸ Gaya hidup hedonisme memberikan gambaran bahwa kesenangan atau kegembiraan adalah tujuan dan titik acuan kehidupan dalam perilaku di masyarakat.

Dalam paham hedonisme, kesenangan pribadi adalah paling utama, mereka tidak peduli dengan perasaan atau kesenangan orang lain tanpa memperdulikan bagaimana pandangan orang lain terhadap dirinya. Jadi, hedonisme adalah cara hidup mewah seseorang yang dilakukan berdasarkan keinginan yang berlebihan. Hedonis merupakan sebutan bagi pelaku kehidupan hedonisme. Perilaku ini sangat berkaitan dengan kekayaan, nafsu batin, nafsu seksual, kekuasaan dan kebebasan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hedonisme yaitu suatu pemikiran atau pandangan seseorang yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi adalah salah satu tujuan utama hidup di dunia.¹⁹ Hampir sama dengan definisi yang dikemukakan oleh Collins Gem(1993:97). Beliau mendefinisikan hedonisme sebagai doktrin bahwa kesenangan adalah hal terpenting dalam kehidupan ini. Hedonisme

¹⁸ Eka Sari Setianingsih, “Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak”, volume 8, (Semarang: MALIH PEDDAS, 2018) Hlm. 141.

¹⁹ <https://kbbi.web.id/hedonisme> diakses pada tanggal 14 maret 2023 pada pukul 11.13

merupakan pandangan hidup yang menganggap bahwa orang bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan menghindari emosi yang menyakitkan sebanyak mungkin. Hedonisme adalah ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan adalah tujuan hidup dalam aktivitas seseorang.

Hedonisme adalah filosofi hidup yang percaya bahwa orang menemukan kebahagiaan dengan berjuang untuk kekayaan sebanyak mungkin dan menghindari perasaan yang menyakitkan.²⁰ Sifat hedonisme adalah menghindari hal-hal yang menyakitkan atau sulit sekaligus memaksimalkan perasaan yang menyenangkan. Faktor yang mendorong seseorang dalam menikmati gaya hidup menurut Susanto dalam Nugroho J. Setiadi (2003: 24), adalah faktor yang berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal mempengaruhi gaya yaitu hidup: Sikap, pengalaman dan persepsi, kepribadian, citra diri dan motif.²¹

2. Penelitian Relevan

Supaya penelitian ini tidak dijumpai kesamaan maupun kekeliruan dari segi objek, subjek, maupun hasil penelitian, berikut ini merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan peneliti sebagai rujukan.

- a. Skripsi Septia Annur Rizkia pada tahun 2020 yang berjudul “Representasi Perempuan Islam dalam Konten *Website* Swararahma.com” dari

²⁰ <https://amp.kompas.com/money/read/2022/03/06/115413726/mengenal-hedonisme-definisi-ciri-contoh-dan-dampaknya> diakses pada tanggal 1 maret 2023 pada pukul 14.02

²¹ Fatia dan Endang, “Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro”, volume 4(4), (Semarang: Jurnal Empati, 2015), hlm. 158.

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari tahu sejauh mana kajian tentang perempuan islam ditafsirkan dan diberitakan oleh media.²² Dari hasil temuan yang ada, septia menemukan dalam satu konten yang dimuat di swararahma.com ada konflik antara perempuan muslim dan persepsi yang berlaku di masyarakat. Mayoritas penduduk di Indonesia hidup dalam budaya patriarki yang turun temurun dan mudah ditolak serta diprovokasi oleh agama apapun, khususnya Islam. Relasi yang dibangun dalam artikel pemberitaan tersebut adalah posisi masyarakat terhadap gerakan perempuan muslim karena sebagian dari mereka masih terbelenggu oleh sistem patriarki. Namun, cerita narasi yang dibangun dalam artikel tersebut menyatukan perspektif agama Islam yang dekat dengan prinsip kesetaraan di segala bidang kehidupan, termasuk perempuan. Penelitian yang dilakukan Septian yaitu penelitian kualitatif menggunakan analisis wacana. Berbeda dengan penelitian yang akan diteliti, dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada berita atau informasi seputar kehidupan artis yang hedon sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Septia adalah berfokus pada representasi perempuan islam.

- b. Jurnal penelitian karya Trinata Pardede pada tahun 2019 yang berjudul “Representasi Gaya Hidup Modern dalam Iklan Gojek Indonesia Versi Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih” dari Universitas Riau. Penelitian ini

²² Septia Annur Rizkia, “Representasi Perempuan Islam dalam Konten Website Swararahma.com”, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2020)

merupakan penelitian untuk mencari tahu bagaimana realitas, representasi, dan ideology gaya hidup modern yang digambarkan dalam iklan gojek Indonesia versi hidup tanpa batas itu apa sih?²³ Hasil penelitian ini level realitas gaya hidup masa kini, dalam iklan ini terdapat pada aspek penampilan dan lingkungan dan representasi yang ditemukan terdapat pada pengambilan gambar atau video. Penelitian yang dilakukan Trinata ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotika John Fiske. Berbeda dengan penelitian yang akan diteliti, peneliti akan mencari tahu representasi dari gaya hidup hedonisme para artis yang dimuat di portal media *online* dream.co.id dengan menggunakan teori analisis semiotik Roland Barthez.

- c. Skripsi Tania Laora Madani pada tahun 2021 yang berjudul “Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual dalam Akun Instagram @bramastavr1” dari Universitas Islam Riau Pekanbaru. Dalam penelitian ini Tania lebih memfokuskan pada representasi dari kehidupan artis laki-laki yang dilihat dari akun media sosial instagram.²⁴ Bagaimana representasi dari Verrel Bramasta dalam kehidupan sehari-harinya. Dalam penelitiannya Tania menemukan hasil temuannya bahwa ada banyak simbol yang merepresentasikan gaya hidup metroseksual itu diantaranya yaitu gaya hidup yang serba mewah, mengikuti perkembangan fashion, senang berbelanja barang mewah, dikelilingi banyak teman wanita, merawat diri,

²³ Trinata Pardede, “*Representasi Gaya Hidup Modern dalam Iklan Gojek Indonesia Versi Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih*”, (Universitas Riau, 2019)

²⁴ Tania Laora Madani, “*Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual dalam Akun Instagram @bramastavr1*”, (Universitas Islam Riau, Pekanbaru, 2021)

selalu melakukan pola hidup sehat yang identik sebagai pria metroseksual yang dilihat melalui akun instagramnya. Tania menggunakan analisis data dengan konsep Milles dan Huberman dengan metode kualitatif. Berbeda dengan penelitian ini, jika penelitian yang ditulis peneliti lebih berfokus pada representasi dari pemberitaan di situs berita *online* dream.co.id sedangkan penelitian Tania menggunakan instagram sebagai medianya. Penelitian ini juga menggunakan analisis semiotik milik Roland Barthes. Kesamaannya yaitu sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.

- d. Tesis Mochamad Rosy Ilhamsyah pada tahun 2019 yang berjudul “Representasi Muslimah dalam Film ‘Assalamualaikum Calon Imam’ (Tinjauan Teori Representasi Stuart Hall)”. Dalam penelitiannya Mochamad Rosy menggunakan pendekatan kritis untuk menganalisis isi film untuk mengetahui representasi muslimah yang ada. Hasil temuannya yaitu dalam film *Assalamualaikum Calon Imam* muslimah diidentik dengan berhijab dan akhlak seorang muslimah terlihat sangat memuliakan ibunya dan sebagai seorang istri yang patuh pada suaminya. Ideologi yang terdapat pada film ini yaitu ideologi patriarki, dimana perempuan atau wanita yang berperan menjadi bintang utama ini memiliki sifat emosional, tunduk, patuh, dan lemah dalam kehidupannya. Berbeda dengan penelitian ini, peneliti lebih memfokuskan melihat bagaimana representasi gaya hidup hedonisme para artis yang dimuat di portal media *online* dream.co.id. Peneliti menggunakan teori semiotik Roland Barthes untuk

mencari tahu isi dari berita gaya hidup yang dimuat di website portal media *online* dream.co.id.

- e. Jurnal penelitian karya Ersya Nur Oktavia dkk pada tahun 2020 yang berjudul “Representasi Perempuan Berhijab dan Budaya Konsumen dalam Iklan Wardah Exclusive Series in London” dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian Ersya ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma kritis dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes.²⁵ Hasil penelitiannya yaitu ditemukan bahwa representasi citra muslimah yang ada di iklan tersebut menggambarkan muslimah yang modern terlihat saat di London. Berbeda dengan penelitian ini, jika Ersya menggunakan objek penelitiannya yaitu sebuah iklan, penelitian ini menggunakan website sebuah portal berita *online* dalam melihat representasi pemberitaan gaya hidup hedonisme artis yang di muat di portal media *online* dream.co.id.

3. Kerangka Berpikir

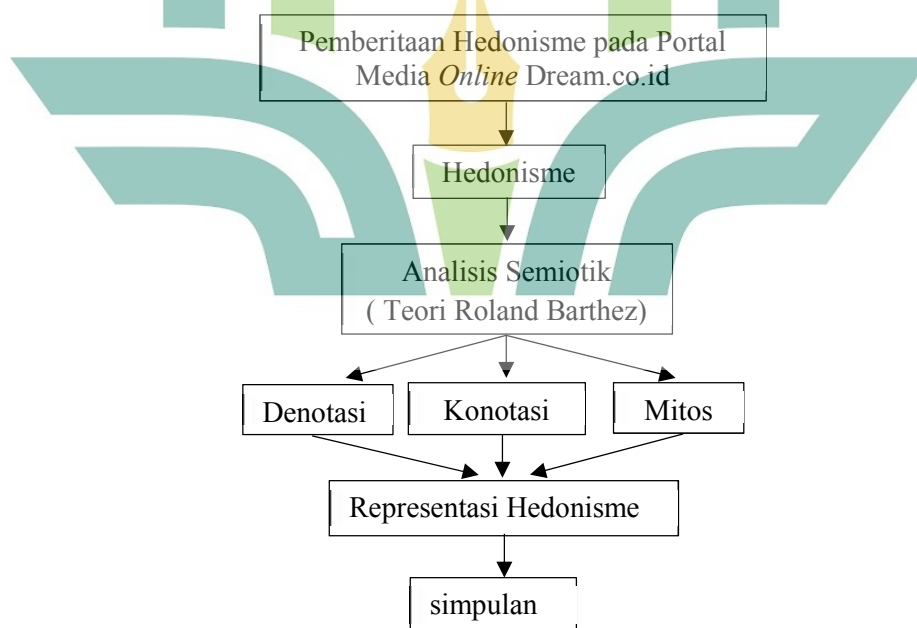
Untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan dalam memahami penelitian ini maka perlu adanya kerangka berpikir. Adanya kerangka berpikir yaitu untuk menggambarkan dari sudut mana penelitian ini diambil. Penelitian mengenai representasi gaya hidup hedonisme artis pada portal media *online* dream.co.id ini, peneliti akan mencoba menguraikan beberapa tahapan pemikiran yang akan dilakukan. Untuk sampainya pada titik

²⁵ Ersya Nur Oktavia dkk, “Representasi Perempuan Berhijab dan Budaya Konsumen dalam Iklan Wardah Exclusive Series in London” (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020)

permasalahan sehingga nantinya akan menemukan jawaban dari fokus masalah dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, peneliti akan mencari tahu bagaimana representasi gaya hidup hedonisme yang dimuat pada pemberitaan di portal media *online* dream.co.id. Kemudian peneliti akan melakukan representasi gaya hidup hedonisme yang tidak sesuai dengan ajaran islam yang dimuat dalam pemberitaan dream.co.id. peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthez yang terdiri dari makna denotasi, konotasi, dan mitos sehingga nantinya akan menghasilkan kesimpulan bagaimana representasi kehidupan hedonisme yang dimuat di portal media *online* dream.co.id.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka kerangka teori penelitian representasi pemberitaan gaya hidup hedonisme pada portal media *online* Dream.co.id dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka berpikir

F. Metodologi Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Penulis bermaksud melakukan penelitian dengan memakai paradigma kritis. Paradigma kritis pada dasarnya berasal dari pemikiran Karl Marx. Tujuan utama penelitian dengan paradigma kritis ialah untuk menjelaskan, mengungkapkan, dan memahami hubungan antara struktur kekuasaan seperti halnya keterkaitan media di masyarakat. Paradigma kritis melihat bahwa realitas sosial yang dibangun oleh media merupakan kesadaran palsu yang berbeda dengan realitas objektif. Realitas tidak dapat begitu saja dipandang sebab ada nilai-nilai yang mendasarinya.²⁶

2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pustaka (*library research*). Objek kajiannya menggunakan data yang diperoleh melalui telaah, membaca, dan dianalisis dengan berbagai literatur yang ada untuk menghasilkan masalah yang dicari. Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Sementara dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kalimat tertulis ataupun lisan dari suatu masalah yang diamati.

²⁶ Prof. Dr.Hj. Yoce Aliah Darma, M.Pd, *Analisis Wacana Kritis*, (Bandung: Yrama Widya, 2009)

3. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjek merupakan sumber utama atau pihak yang memahami, terlibat, atau bisa juga sebagai pelaku yang berhubungan langsung dengan objek.²⁷ Adapun subjek dalam penelitian ini adalah portal media *online* berita dan gaya hidup muslim dream.co.id.

Sedangkan objek merupakan hal yang menjadi fokus utama atau sesuatu yang menjadi fokus utama dalam penelitian.²⁸ Adapun objek dalam penelitian ini adalah berita-berita terkait kehidupan para artis di portal media *online* berita dan gaya hidup dream.co.id.

4. Sumber Data

Data merupakan sesuatu yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Tanpa adanya data yang diperoleh maka penelitian tidak akan bisa dilakukan. Ada beberapa jenis sumber data dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Sumber data primer adalah data pokok yang langsung dikumpulkan peneliti dari objek penelitian sumber data primer dalam penelitian ini adalah beberapa artikel berita yang memiliki tema tentang kehidupan hedonisme artis pada periode 2022-2023 dalam portal berita gaya hidup muslim dream.co.id (<https://www.dream.co.id/>). Adapun berita online yang ditetapkan untuk dianalisis yaitu pemberitaan pada periode 2022-

²⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm 76

²⁸ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm 76-77

2023. Mengambil 5 berita karena dari periode tersebut berita tentang hedonisme para artis terdapat kurang lebih 50 berita. Maka diambil 5 berita yang paling sesuai untuk dijadikan sampel karena 5 berita tersebut sesuai dengan isi yang ada didalamnya yaitu gaya hidup hedonism artis yang dimuat di dream.co.id yang kemudian akan dianalisis dengan teori semiotika. Selain itu, sumber data primer yang peneliti kaji yaitu pemberitaan-pemberitaan yang dimuat di media *online* dream.co.id yang sesuai dengan penelitian.

- 1) Gaya Hedon 'Crazy Rich Dubai' yang Viral, Beli Kado Rp 215 Juta untuk Diri Sendiri! <https://m.dream.co.id/photo/10-gaya-hedon-crazy-rich-dubai-yang-viral-beli-kado-rp-215-juta-untuk-diri-sendiri-220211i.html>
- 2) Wow! Perdana Belanja Bulanan Bareng Jess No Limit, Sisca Kohl Habiskan Rp22,6 Jutaan <https://www.dream.co.id/showbiz/wow-perdana-belanja-bulanan-sisca-kohl-bareng-jess-no-limit-habiskan-rp-226-jutaan-221205x.html>
- 3) Isi Suvenir Pernikahan Lesti-Rizky Billar, Unik dan Mewah <https://www.dream.co.id/photo/isi-suvenir-pernikahan-lesti-rizky-billar-unik-dan-mewah-2108205.html>
- 4) Pose Angel Karamoy di Tepi Pantai Bikin Riuh <https://www.dream.co.id/showbiz/pose-angel-karamoy-di-tepi-pantai-bikin-riuh-220729h.html>

- 5) Koleksi Tas Kotak Limited Edition Milik Syahrini, Penasaran Harganya? <https://www.dream.co.id/amp/lifestyle/pose-di-pinggir-rel-kereta-api-intip-gaya-syahrini-tentang-tas-rp679-juta-230201e.html>

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang terlibat atau dilibatkan. Dalam penelitian ini secara tidak langsung menggunakan sumber data sekunder berupa transkrip buku, media online, skripsi, tesis dan jurnal nasional maupun internasional.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi dari laporan-laporan yang ada di daring.

a. Metode Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui suatu objek yang diteliti untuk mendapatkan data yang diperlukan pada penelitian dengan disertai pencatatan masalah yang akan diteliti.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data dengan menggunakan data-data yang berkaitan dengan penelitian. Dalam metode dokumentasi, sumber data yang diperoleh berupa data-data yang sifatnya tertulis atau tercatat yang berhubungan dengan judul penelitian. Peneliti menghimpun data dari artikel-artikel berita di portal media *online* yaitu [dream.co.id](https://www.dream.co.id) untuk selanjutnya bisa dianalisis.

6. Teknik Keabsahan Data

Agar memperoleh data yang valid, penelitian kualitatif membutuhkan keabsahan data.²⁹ Untuk menguji fakta yang diperoleh serta dapat meyakinkan bahwa penelitian yang dilaksanakan benar-benar ilmiah, maka dilakukan teknik uji keabsahan data diantaranya sebagai berikut :

a. Uji *Credibility*

Uji kredibilitas adalah ukuran reliabilitas data dari penelitian kualitatif yang dihasilkan oleh peneliti dan menjamin penelitian yang dilakukan tidak diragukan untuk disebut sebagai penelitian ilmiah. Uji kredibilitas data dilakukan melalui berbagai cara seperti observasi, meningkatkan keberlanjutan penelitian, triangulasi, analisis kasus negatif. Melalui uji kredibilitas ini dapat meningkatkan kepercayaan data.

b. Uji *Transferability*

Uji *transferability* bertujuan untuk menguraikan gambaran penelitian secara rinci dan sistematis sehingga memudahkan orang lain untuk memahami apa yang diteliti. Jika pembaca laporan penelitian memiliki pemahaman yang jelas, maka laporan penelitian sudah melengkapi standar transferabilitas.

c. Uji *Dependability*

Uji dependability dilakukan dengan memeriksa seluruh kegiatan lapangan selama prosedur penelitian berlangsung. Mengaudit semua kegiatan penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik ini oleh

²⁹ Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M.A., Metodologi Penelitian Kualitatif, ..., hlm. 320

pembimbing yang independen seperti bagaimana peneliti mengidentifikasi masalah, identifikasi sumber data, menganalisis data, menguji kredibilitas data, hingga menarik kesimpulan, maka peneliti harus mampu menunjukkan hal tersebut.

d. Uji *Confirmability*

Objektivitas pemeriksaan data kualitatif dinamakan juga dengan uji *confirmability*. Uji *confirmability* yaitu menguji hasil temuan yang dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Penelitian dapat dikatakan sudah memenuhi standar *confirmability* jika hasil penelitian adalah bagian dari keseluruhan proses penelitian yang telah dilakukan.

Pada bagian teknik keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi guna mengecek keabsahan data temuan penelitian. Triangulasi adalah teknik uji keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu dari luar data untuk membandingkan dan mengecek data tersebut. Peneliti mengaplikasikan triangulasi dengan teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

7. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis analisis data model Miles and Huberman. Miles and Huberman menjelaskan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung berkelanjutan terus menerus sampai memenuhi data yang dihasilkan.

Aktivitas dalam data yang dimaksud itu merupakan reduksi data, penyajian data, dan data *conclusion drawing/verifivation*.³⁰

a. Reduksi Data

Reduksi data artinya memilih, menyimpulkan dan memfokuskan hal-hal yang pokok dan penting. Data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas kedepannya, dan mempermudah peneliti nantinya dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam melakukan reduksi data peneliti perlu melakukan pengamatan konten hedonisme yang ada di website *dream.co.id* nantinya, dengan cara melakukan pengujian data dengan fokus penelitian yang sama. Peneliti akan memilih data yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

b. Penyajian Data

Setelah data selesai direduksi, langkah selanjutnya adalah melakukan penyajian data. Pada penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain sebagainya. Melakukan penyajian data nantinya akan memudahkan peneliti dalam memahami apa yang terjadi, kemudian merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Penyajian data dilakukan setelah mendapatkan data dari website *dream.co.id* dan dipilih sesuai dengan fokus penelitian.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RAD* (Bandung, Alfabeta, 2009) hal. 246.

c. *Data Conclusion Drawing/Verification*

Penarikan kesimpulan dilakukan setelah proses reduksi data dan penyajian data selesai, dengan melakukan pemilihan dan membuang data yang tidak diperlukan, lalu kemudian menguraikan data secara singkat dalam bentuk naratif. Dan terakhir melakukan penarikan kesimpulan dari data reduksi dan penyajian data yang diperoleh nantinya akan menjadi tolak ukur tersendiri dari kesimpulan itu.

Suatu proses penyerderhanaan data agar lebih mudah dipahami disebut dengan analisis data. Analisis data dilakukan untuk mencari tahu fenomena dan mendapatkan gambaran akhir agar lebih jelas dalam menganalisis makna dalam informasi tersebut.³¹ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes sebagai teknik analisis data. Analisis semiotika yaitu sebuah metode dari penelitian kualitatif yang bisa digunakan untuk menganalisis suatu teks, bahasa, dan percakapan. Analisis semiotika adalah sebuah teknik analisis data kualitatif yang tujuannya untuk menghasikan temuan atau analisis simbol atau tanda dalam sebuah teks secara teratur atau sistematis.³²

Analisis semiotika model Roland Barthes yang digunakan peneliti ini untuk mengetahui representasi yang ada dalam pemberitaan hedonisme di portal media *online* dream.co.id. Komponen atau alat dalam analisis semiotik ini yaitu terdiri dari makna Denotasi, makna Konotasi, dan Mitos. Makna

³¹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada, 2010), hlm. 115.

³² Latifah Uswatun Khasanah, "*Analisis Semiotika: Teknik Analisis Data yang Menganalisis Simbol*", (Tangerang: Dqlab. 2022)

denotasi yaitu makna kata yang sesuai dengan makna sesungguhnya atau bisa disebut dengan makna harfiah. Kemudian pada tahapan kedua ada makna konotasi, yang merupakan makna kata kiasan atau makna kata yang tidak sesungguhnya. Mitos yaitu sebuah bentuk terciptanya ideologi. Mitos mengandung penafsiran atau anggapan berdasarkan observasi. Mitos dalam semiotika yaitu proses yang menghasilkan makna yang tidak mendalam.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yaitu susunan penulisan penelitian supaya mudah dipahami terutama oleh para pembaca. Penelitian ini memiliki 5 bab yaitu :

BAB I Pendahuluan : Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Teoritis : Bab ini berisi tentang landasan teori yang mendasari penulisan dalam menyusun penelitian ini, yaitu representasi, teori semiotika, gaya hidup hedonisme, pandangan islam mengenai kehidupan hedonisme, dan media *online*.

BAB III Gambaran Umum : Bab ini berisi deskripsi akun website dream.co.id dan juga artikel-artikel yang menyangkut pemberitaan kehidupan artis hedonisme yang dimuat di dream.co.id.

BAB IV Analisis Temuan : Bab ini berisi representasi gaya hidup hedonisme dengan menggunakan analisis semiotik yang dimuat di media *online* dream.co.id kesesuaian antara berita di dream.co.id, yang terdiri dari analisis dari hasil temuan.

BAB V Penutup : Bab ini berisi kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA KONSEP

A. Representasi

Representasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *representation*, yang artinya perwakilan, gambaran, menggambarkan sesuatu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi merupakan suatu keadaan ataupun perbuatan yang mewakili hal lain untuk menghasilkan makna.³³ Representasi merupakan suatu hal yang mewakili sebuah tindakan yang ditampilkan dalam sebuah teks. Representasi adalah kata yang sering dipakai dalam berbagai konteks. Representasi berarti mengungkap informasi yang penting, secara tertulis maupun lisan, sehingga dapat membantu mereka yang terkena dampak mengambil tindakan yang tepat. John Fiske mendefinisikan representasi sebagai asumsi, yang berlaku dalam praktik, bahwa konten media bukanlah realitas murni, sehingga representasi lebih baik dilihat sebagai cara mereka membangun versi realitas dengan cara tertentu yang bergantung pada status sosial dan kepentingan mereka. Pandangan Fiske tentang representasi ini berlaku pada proses kerja media secara umum. Mengacu pada hubungan antara representasi dan realitas yang diciptakan oleh media.³⁴

Sedangkan representasi menurut Stuart Hall yaitu suatu konsep berpikir yang menghasilkan makna melalui bahasa. Hal ini yaitu keterkaitan antara konsep dan bahasa yang diorientasikan dalam objek, orang atau tubuh. Menurut

³³ <https://kbbi.web.id/representasi.html> diakses pada tanggal 28 Maret 2023 pada pukul 11.24

³⁴ Jhon Fiske, *Cultural and Communication studies*, (Yogyakarta, 2004), hlm. 10

Stuart Hall representasi adalah sebuah produksi konsep makna dalam pikiran melalui bahasa. Ini adalah hubungan antara konsep dan bahasa yang menggambarkan objek, orang, atau bahkan peristiwa yang nyata ke dalam objek, orang, maupun peristiwa fiksi. Stuart Hall mempercayai bahwa representasi merupakan "proses suatu budaya memakai bahasa untuk menciptakan sebuah makna".³⁵ Hal ini tentang mengatur tanda-tanda yang kita gunakan untuk memahami dunia ke dalam nilai ideologis yang lebih luas. Makna ini tidak tetap atau "nyata", mereka dihasilkan dan didefinisikan oleh masyarakat.

Representasi merupakan bagaimana sebuah teks media menampilkan gender, umur, asal etnis, identitas nasional dan daerah, masalah dan peristiwa sosial dan menyajikannya kepada khalayak umum. Teks media memiliki kekuatan untuk menghasilkan ilmu dan pemahaman publik mengenai isu-isu penting tersebut. Hal ini menjadikan mereka lebih efektif dalam mempengaruhi kreativitas dan sikap. Representasi mengarahkan pada gagasan akan segala sesuatu yang dilihat atau didengar di media dikonstruksikan. Penyajiannya sendiri bisa bermacam-macam bentuknya, seperti siaran radio, siaran televisi, bentuk film, foto, dan artikel yang dimuat dalam surat kabar.

Dari teori representasi yang telah dipaparkan, dapat diambil kesimpulannya bahwa representasi adalah sebuah proses untuk menghasilkan makna yang sudah ada dibenak kita dan dicantumkan lewat sebuah teks atau bahasa. Proses pemaknaan tersebut dihadirkan melalui sebuah

³⁵ Stuart Hall. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. (London: Sage Publications, 1997).

representasi dengan merujuk pada sebuah media termasuk media massa maupun media *online* tentang segala sesuatu yang dibangunnya dan bagaimana cara kita menafsirkannya. Dari uraian representasi tersebut maka bentuk representasi yang digunakan penulis disini adalah representasi yang dilihat melalui konten artikel atau berita yang dinarasikan dalam portal media *online* dream.co.id.

B. Teori Semiotika

1. Semiotik Roland Barthez

Menurut Roland Barthez yang merupakan salah satu tokoh terbesar dalam dunia semiotika, berpendapat bahwa semiotika adalah ilmu yang menafsirkan tanda-tanda, dimana bahasa juga merupakan gabungan dari tanda-tanda yang membawa pesan tertentu tentang masyarakat.³⁶ Tanda juga bisa berupa lagu, dialog, catatan, logo, gambar, ekspresi wajah, dan gerak tubuh. Barthez menciptakan model analisis menjadi tiga, yaitu makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos. Sistem pemaknaan yang pertama yaitu Denotatif, dan system kedua yaitu Konotatif.

a. Makna Denotasi

Denotasi yaitu suatu makna yang mengungkapkan makna yang jelas dan nyata. Dapat diartikan, makna denotasi yakni makna yang sesungguhnya. Bagi Barthez, denotasi merupakan pemaknaan tataran pertama. Pada tahap denotasi ini baru melihat dan menelaah tanda dari sudut pandang bahasa yaitu makna harfiah dalam hal tersebut.

³⁶ <https://www.gramedia.com/literasi/semotika/> diakses pada tanggal 1 maret 2023 pada pukul 11.30

b. Makna Konotasi

Konotasi merupakan pemaknaan tataran kedua, konotasi menggambarkan hubungan ketika tanda tersebut bercampur dengan emosi atau perasaan. Konotasi yaitu istilah yang digunakan Barthez untuk menjelaskan salah satu dari tiga cara kerja tanda ditahap tataran tanda.³⁷ Pada tataran kedua ini, konotasi menggambarkan hubungan yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunanya.

c. Mitos

Makna mitos yaitu suatu hal atau bentuk bagaimana ideologi tercipta. Mitos mengandung penafsiran atau anggapan berdasarkan observasi. Mitos dalam semiotika yaitu suatu proses yang menghasilkan makna yang tidak mendalam. Mitos hanya mewakili makna dari sesuatu yang tampak.³⁸

Pada portal media *online* yang merepresentasikan gaya hidup hedonisme, terdapat beberapa tanda dan simbol yang dapat dianalisis menggunakan semiotika, seperti gambar-gambar yang menampilkan makanan dan minuman mahal dan mewah, memberi barang-barang *branded* yang dapat merepresentasikan kehidupan hedonistik. Kata-kata atau frasa yang digunakan, seperti "merayakan kehidupan", "menikmati hidup", dan "hidup adalah pesta". Frasa-frasa ini merepresentasikan nilai-nilai hedonistik yang dianggap penting dalam gaya hidup hedonisme. Penggunaan frasa atau

³⁷ Hapsari Dwiningtyas, *Pengantar Ilmu Komunikasi/John Fiske Edisi ketiga* (Depok: Rajawali Pers, 2018)

³⁸ Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan" *Jurnal Lontar* Vol.6, 2018.

kata juga dapat memengaruhi atau memperjelas makna dari pesan atau informasi yang disampaikan.

Dalam analisis semiotika, penting untuk mempertimbangkan konteks sosial dan budaya di mana representasi ini muncul. Representasi gaya hidup hedonisme pada portal media *online* dapat memengaruhi persepsi masyarakat tentang nilai-nilai hedonistik dan juga dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan dampak sosial dan budaya. Dalam portal media *online*, emoji sering digunakan untuk memperkuat atau mengekspresikan perasaan atau emosi pengguna. Penggunaan emoji juga dapat memengaruhi atau memperjelas makna dari pesan atau informasi yang disampaikan dari representasi tersebut.

C. Gaya Hidup Hedonisme

1. Gaya hidup

Gaya hidup memiliki banyak arti dan dimaknai sesuai dengan bidang ilmu masing-masing tokoh yang telah mendefinisikannya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), gaya hidup adalah pola tingkah laku seseorang dalam masyarakat dengan sehari-harinya.³⁹ Secara ekonomi, gaya hidup merupakan perilaku manusia dalam membeli suatu barang dan bagaimana seseorang tersebut membelanjakannya. Menurut psikolog Alfred Adler (1929), gaya hidup adalah perilaku yang sesuai dengan individu dan orang lain pada waktu tertentu di suatu tempat, termasuk hubungan sosial,

³⁹ <https://kbbi.lektur.id/gaya-hidup> diakses pada tanggal 25 juli 2023 pukul 11.03

konsumsi barang, hiburan dan pakaian. Perilaku gaya hidup adalah campuran dari kebiasaan, perilaku yang disepakati bersama, dan perilaku terencana.

Gaya hidup berkembang karena adanya kebutuhan, tuntutan dan penguatan. Ini adalah sekolah perilaku yang menurutnya perilaku akan diulangi jika perilaku tersebut menimbulkan kepuasan atau kesenangan dan tidak melibatkan hukuman. Menurut Kotler (2009), gaya hidup adalah cara hidup seseorang di dunia, yang diwujudkan dalam tindakan, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “diri seutuhnya”.

Sementara itu, gaya hidup menurut Minor dan Mowen (2000) menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana dia membelanjakan uangnya dan bagaimana waktu. Gaya hidup mencerminkan interaksi seluruh orang dengan lingkungan. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah gaya hidup seseorang, bagaimana mereka menghabiskan waktunya, apa yang mereka anggap paling penting dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana pandangan mereka tentang diri mereka sendiri atau dunia luar di sekitar mereka.

2. Hedonisme

Kata hedonisme sudah muncul sejak awal munculnya filsafat, atau saat manusia mulai berfilsafat pada tahun 433 Sebelum Masehi. Epikuros lahir tahun 342 SM di kota Samos, Yunani, dan meninggal di Atena tahun 270 SM (Albert E. Avey: 1954: 23).⁴⁰ Aristippus menggambarkan semua kesenangan manusia bersifat fisik, selanjutnya berbagai orang yang mendeskripsikan

⁴⁰ Lorens Bagus. 2000, Kamus Filsafat. Jakarta: Gramedia. Hlm. 282

pemikiran ini di masa-masa modern pada akhirnya memiliki pandangan dengan garis besar yang sama, bahwa hedonisme adalah pandangan seseorang yang berusaha hidup untuk mencari kesenangan sebagai tujuan paling penting, terutama untuk dirinya sendiri.⁴¹

Beberapa ahli memberikan pandangannya terhadap pemahaman fenomena hedonisme adalah antara lain sebagai berikut:

a. Frans Magnis Suseno

Definisi hedonisme menurut Frans, adalah pandangan hidup yang menganggap individu akan menjadi atau merasa bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin serta sebisa mungkin menghindari atau menekan perasaan-perasaan yang menyakitkan.

b. Sarwono

Hedonisme ialah konsep diri, di mana gaya hidup seseorang dilakukan sesuai dengan gambaran yang ada dipikirkannya.

c. Burhanuddin

Hedonisme, sesuatu yang mendatangkan kesenangan kalau hanya mendatangkan kesusahan, penderitaan, dan tidak menyenangkan adalah hal yang dinilai tidak baik.

d. Collins Gem

Dalam pandangan Gem, istilah hedonisme ini merupakan suatu doktrin yang menyatakan bahwa kesenangan adalah hal yang paling

⁴¹ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Hedonisme> diakses pada tanggal 11 juni 2023 pada pukul 09.35

penting dalam hidup. Oleh karena itu, paham ini dianut oleh orang-orang yang mencari kesenangan dalam hidup semata.

Konsep moral dari hedonisme menyamakan kebaikan dengan kesenangan. Jadi semua kesenangan dan kenikmatan secara fisik selalu membawa kebaikan. Pandangan hidup ini mengajarkan bahwa pemujaan terhadap kesenangan dan kenikmatan dunia harus dikejar, dan itulah tujuan hidup yang paling hakiki bagi manusia. Pandangan hidup seperti yang banyak dan hampir semua umat manusia menerima dan menjadikannya sebagai tolok ukur dalam gaya hidup.

Teori ini juga cenderung mengajarkan, bahwa untuk mendapat kesenangan dan kenikmatan serta kebahagiaan, tidak perlu menunggu di surga, karna manusia setelah mati tammatlah riwayatnya dan kalimat yang sering diucapkan oleh para hedonis:” kita tidak perlu pergi kesurga untuk mengalami kebahagiaan, karena di dunia , kenikmatan dan kebahagiaan serta kesenangan telah tersedia untuk dinikmati.

Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup.⁴² Bagi para penganut paham ini, bersenang-senang, pesta-pora, dan pelesiran merupakan tujuan utama hidup, entah itu menyenangkan bagi oranglain atau tidak. Karena mereka beranggapan hidup ini hanya sekali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup senikmat-nikmatnya. Kenyataan secara empiris kondisi kehidupan kepemudaan saat ini mengalami kemunduran, bahkan

⁴² Lorens Bagus. 2000, *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia. Hlm. 288

degradasi dibanding dengan sepak terjang generasi-generasi pendahulunya. Kepemudaan saat ini didominasi pengaruh budaya asing dan derasnya arus globalisasi melalui teknologi informasi dan perkembangan komunikasi antar bangsa yang membawa budaya baru bagi identitas kebangsaan seseorang (Sunatra: 2016, 128).

D. Pandangan Islam Mengenai **Kehidupan Hedonisme**

Islam melarang umatnya dalam hal kehidupan yang bermewah-mewah. Al-quran memperingatkan umat manusia agar senantiasa waspada terhadap gaya hidup yang menghambur-hamburkan harta dengan dengan ancaman siksaan yang amat pedih, baik ketika berada di alam barzakh maupun di alam akhirat kelak. Hal ini terlihat jelas ancaman terhadap orang-orang yang selama hidupnya hanya sibuk mengurus urusan-urusan duniawi sampai mereka masuk ke liang lahat sedang mereka tidak sempat bertaubat. Mereka pasti akan mengetahui akibat perbuatan tidak ada keraguan lagi bahwa di alam barzakh manusia dihidupkan lagi sebagaimana mereka hidup di dunia untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan Munkar, Nakir dan menjalani apa-apa yang telah dipersiapkan Allah baik berupa kemuliaan maupun siksa akibat perbuatan yang telah dilakukan selama hidup di dunia. Huzzli menjelaskan bahwa islam tidak melarang umatnya untuk mencapai kebahagiaan didalam hidupnya. Akan tetapi, mengejar kebahagiaan akan membuatnya lupa dalam beribadah kepada Allah.⁴³ Selain itu, kebahagiaan dunia bersifat sementara. Bermegah-megahan adalah

⁴³ Hussin, Huzzli. Menangani Penetrasi Budaya Hedonisme di Kalangan Mahasiswa: Satu Penyelesaian Menurut Perspektif Islam dan Kauselin. Jurnal JESKaPe, vol.4, No. 1. 2020.

salah satu jalan umat manusia untuk mengikuti hawa nafsunya. Qurtuby mengatakan bahwa hawa nafsu adalah perusak dan jikalau kita mengikutinya, akan membahayakan pribadi tersebut.

Dalam pandangan Islam tentang kehidupan hedon sangatlah penting, agar seseorang berhati-hati dalam menggunakan kekayaannya atau dalam membelanjakan sesuatu. Al-Qur'an dan hadist memberikan berbagai petunjuk yang jelas agar perilaku konsumsi manusia menjadi terarah dan dijaukan dari sifat hina karena perilaku konsumsinya. Di masa sekarang gaya hidup hedonisme semakin sering ditemui. Tujuan konsumsi dalam islam adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Pemenuhan kebutuhan (konsumsi) untuk pengabdian kepada Allah akan menjadikannya bernilai ibadah yang berpahala. Dalam kenyataannya, manusia dituntut untuk mencari rezeki, mengkonsumsi sesuatu yang halal dan tidak boleh berlebihan.

Kebutuhan manusia tidak terbatas, karena kebutuhan berhubungan erat dengan kepuasan yang pada dasarnya juga tak terbatas. Kebutuhan manusia berkaitan erat dengan pemenuhan barang dan jasa untuk kepuasan diri.⁴⁴ Selama hidupnya, manusia akan selalu berusaha memenuhi kebutuhan tersebut, semakin dipenuhi maka kebutuhan tersebut semakin bertambah. Seperti, berfoya-foya dan sebagainya.

Konsumsi dalam Islam adalah memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaan sebagai hamba

⁴⁴ <https://www.kompasiana.com/lisaermitri/5d995d8d097f367fba6ac404/hedonisme-dalam-perspektif-islam> diakses pada tanggal 29 Juli 2023 pada pukul 19.31

Prinsip kesederhanaan dalam konsumsi barang berarti seorang muslim haruslah mengambil membelanjakan barang sesuai dengan kebutuhannya dan tidak berlebihan. Membelanjakan sesuatu yang diinginkan dan tidak terlalu dibutuhkan dilarang Islam karena dapat membahayakan membuat seseorang tidak bersyukur atas apa yang telah dimiliki dan akan merasa selalu kurang. Islam begitu detail menyuruh manusia agar menghindari sifat boros dan hidup sederhana. Karena semua yang kita gunakan dan kita lakukan di dunia akan dipertanggung jawabkan kelak dihadapan sang Maha Kuasa. Oleh sebab itu, Muslim harus berperilaku tengah-tengah atau sederhana dalam berkehidupan baik belanja barang, konsumsi untuk kehidupan, dan kegiatan interaksi muamalah lainnya. Berperilaku tengah-tengah adalah kondisi di mana seseorang berada diantara dua kutub ekstrim, sifat kikir dan sifat boros.

Dalam Al-Qur'an, sikap boros terkadang diungkapkan dengan istilah israf dan terkadang dengan istilah tabdzir. Kata israf berasal dari bahasa Arab "Asrafa-Yusrifu-Israfan" yang berarti: memboroskan atau melampaui batas. Kata israf dan derivasinya yang disebutkan pada Al-Quran diartikan dengan berlebih-lebihan dan melampaui batas atau yang dengan bahasa mudah disebut boros. Larangan israf (boros) tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman yang bisa membahayakan akal dan badan, namun larangan tersebut juga berlaku pada berhias. Malah menurut al-Thabaridari riwayat Atha', larangan israf (boros) berlaku untuk semua urusan (Shabuni, 1996: 2/731). Selain kata israf, Alquran juga menyebutkan kata tabdzir (membazir) yang menjadi batasan konsumsi. Kata tabdzir berasal dari bahasa Arab Badzdzara- Yubadzdziru-

Tabdziran yang berarti memboroskan atau menghambur-hamburkan. Kata tabdzir dengan derivasinya disebut dalam Alquran sebanyak 2 kali di satu surat, yaitu; QS. al-Isra': 26 dan 27.⁴⁶

Allah SWT berfirman yang artinya: “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS Al-Isra' (17): 26-27). Al-Shabuni menafsirkan ayat di atas dengan, jangan belanjakan harta kalian pada keperluan yang tidak mendukung taat kepada Allah. Jika kalian membelanjakan untuk bermaksiat terhadap-Nya, maka kalian termasuk orang yang menghambur-hamburkan harta (membazir). Menurutnya, tabdzir adalah: membelanjakan harta atau kekayaan pada yang tidak benar walaupun yang dibelanjakan hanya sedikit. Jadi, tidak termasuk tabdzir (membazir) apabila seseorang membelanjakan seluruh harta atau kekayaan untuk keperluan yang benar (Shabuni, 1996).⁴⁷ Ayat di atas diakhiri dengan alasan larangan berperilaku tabdzir (membazir), orang yang berperilaku membazir merupakan saudara setan. Ini karena mereka menggunakan dan membelanjakan harta kekayaan untuk tujuan keburukan dan maksiat sehingga mereka berperilaku sebagaimana perilaku setan.

⁴⁶ Alifah, U. (2016). *Makna Tabdzir dan Israf dalam Al-Quran*. Yogyakarta.

⁴⁷ Ridwan Murtadho dan Irsyad Andriyanto, “*Sikap Boros: Dari Normatif Teks ke Praktik Keluarga Muslim*”, Jurnal Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Oerbankan Syariah Vol 11 (2): 273-284 (2019)

Alquran terkadang menggunakan istilah israf dan terkadang menggunakan istilah tabdzir dalam menjelaskan sikap boros. Rafiq Yunus al-Mashri berpendapat bahwa, boros (israf) merupakan membelanjakan harta yang banyak untuk tujuan yang remeh, atau melampaui batas kewajaran dalam berbelanja. Termasuk sikap boros adalah makan makanan yang tidak halal, makan melebihi batas kenyang, atau makan melebihi batas yang dibolehkan sehingga mencapai pada kondisi yang diharamkan (Mashri, 1993: 155).⁴⁸ Jadi, boros bisa diartikan dengan membelanjakan harta kekayaan pada barang halal, namun melebihi kadar.

E. Media *Online*

1. Pengertian Media *Online*

Media *online* dapat diartikan sebagai jenis komunikasi *online* dengan segala bentuk format media yang hanya dapat diakses melalui internet, seperti teks, foto, video dan suara. Media *online* didefinisikan sebagai media yang tersedia secara *online* dan dapat diakses melalui internet atau *website online*. Media online merupakan jenis jurnalisme *online* di mana peristiwa dilaporkan berdasarkan informasi terkini dan dibuat berdasarkan fakta yang ada kemudian dibagikan secara *online*. Salah satu saluran paling populer bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi dan berita mereka adalah media *online*.⁴⁹

⁴⁸ Ridwan Murtadho dan Irsyad Andriyanto, “*Sikap Boros: Dari Normatif Teks ke Praktik Keluarga Muslim*”, Jurnal Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Oerbankan Syariah Vol 11 (2): 273-284 (2019)

⁴⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), hlm 34.

2. Karakteristik Media *Online*

Menurut Asep Syamsul M. Romli, karakteristik dan kelebihan media *online* dibandingkan dengan konvensional diantaranya:

a. Multimedia

Media *online* tidak hanya terbatas pada teks tetapi juga dapat menyajikan informasi dalam bentuk audio videografi dan gambar secara bersamaan.

b. Aktualitas

Adanya kemudahan dan kecepatan informasi yang disajikan informasi yang diberikan mungkin cukup terkini.

c. Cepat

Setelah pemberitaan dimuat atau diunggah, semua orang dapat melihatnya.

d. Update

Informasi dapat diperbarui setiap saat sehingga jika mendapat kesalahan seperti materi maupun produksional dapat segera diperbaiki.

e. Kapasitas yang luas

Tidak seperti surat kabar yang membatasi ruang penulisan, media internet dapat menerima teks yang panjang.

e. Global

Informasi dapat menjangkau masyarakat di seluruh dunia karena media online berbasis internet terdokumentasi materi yang diarsipkan dan

terdokumentasi dapat diambil melalui tautan artikel terkait dan fungsi "pencarian" (*searching*).

f. Hyperlink

Suatu informasi yang terhubung dengan sumber lain tautan yang mencakup topik yang sama atau serupa.

Adapun karakteristik yang menjadi kelemahan media *online* yaitu diantaranya

- a. Ketergantungan pada koneksi internet dan perangkat komputer ataupun seluler karena media *online* tidak dapat diakses tanpa adanya hal-hal tersebut
- b. Dapat dimiliki dan dioperasikan oleh individu-individu yang kurang bertanggung jawab sehingga orang yang tidak mempunyai keterampilan menulis pun dapat menjadi pemilik media *online*
- c. Pada saat membaca informasi media *online* terdapat kecenderungan mata "mudah lelah" apalagi jika naskahnya panjang.⁵⁰

⁵⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), hlm 36-37

BAB III

GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Media *Online* Dream.co.id

1. Deskripsi Akun Website Dream.co.id

Media *online* Dream.co.id (www.dream.co.id) diterbitkan oleh PT Dream Bahagia Indonesia, perusahaan yang terafiliasi dalam kelompok usaha Kapanlagi.com didirikan para pelaku usaha dan praktisi media. PT. Dream Bahagia Indonesia atau Dream dan Diadona salah satu situs internet di Indonesia yang berfokus pada media daring. Dream dibentuk bertujuan untuk membangun perusahaan teknologi internet yang akan mengubah lanskap konsumsi konten. Berlokasi di Jl. Tebet Barat IV No.3, RT.16/RW.2, Tebet Barat., Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan.⁵¹

Dream.co.id merupakan situs berita *online* muslim di Indonesia maupun mancanegara yang di dalamnya membahas berbagai informasi dan berita seputar perempuan. Konten berita *online* dream.co.id ini terbagi menjadi berbagai jenis, di antaranya konten *news*, kecantikan, *fashion* hijab, kuliner, *showbiz*, *parenting*, *travel*, *dreamitie*, dinar, *lifestyle*, trending, dan jadwal sholat.⁵² Situs berita muslim ini banyak menyajikan berita dan informasi seputar kehidupan artis yang dimuat salah satunya dalam konten *lifestyle*. Seperti dilihat dari *taglinenya* yaitu muslim *lifestyle*, dream.co.id

⁵¹ <https://www.dream.co.id/kontak-kami/> diakses pada tanggal 21 juni 2023 pukul 10.09

⁵² <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 25 maret 2023 pukul 14.21

banyak memberikan informasi seputar gaya hidup artis baik di Indonesia maupun dari berbagai Negara.

Dream.co.id mulai beroperasi pada bulan April 2014. Menjadi situs muslim lifestyle pertama di Indonesia yang fokus pada selebritis, kuliner, gaya hidup, kecantikan, kesehatan, parenting, travel, ekonomi syariah, dan komunitas para hijaber. Juga menyajikan kisah-kisah inspiratif yang menggugah hati, sahabat bagi hijaber dan muslimah. Dream.co.id menyajikan berita-berita terbaru yang juga mengupas sisi positif para artis, peristiwa-peristiwa menarik baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Dream.co.id tumbuh pesat menjadi salah satu media muslim lifestyle terbesar dengan bahasan terluas.

Memiliki visi dan misi menjadi salah satu portal muslim lifestyle nomor satu di Indonesia yang menyajikan berita yang lengkap dan bertanggung jawab. Serta menjadi barometer info terlengkap muslim lifestyle Indonesia dan mancanegara, dream.co.id ini menerapkan nilai-nilai keislaman dalam menyebarkan informasi maupun berita kepada khalayak umum.

Dream.co.id merupakan sebuah situs web berita dan gaya hidup Muslim Indonesia yang mulai banyak menjadi pilihan pembaca di Indonesia. *Website* berita *online* dream.co.id berada di peringkat 166 di Negara Indonesia dan menduduki peringkat ke 3 dengan kategori *lifestyle* menurut similarweb.com setelah female.com dan linktr.ee.⁵³ Similarweb.com

⁵³ <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/> diakses pada tanggal 27 februari 2023 pukul 21.16

merupakan *platform market intelligence* yang menyediakan pengetahuan (*insight*) komprehensif mengenai situs web dan aplikasi ponsel untuk segala industri dan setiap wilayah.

Para pengguna atau pengakses situs berita ini kebanyakan para perempuan sesuai dengan isi konten yang ditampilkan yaitu berita dan informasi kekinian yang diminati oleh para perempuan masa kini. Dalam media sosial instagramnya dream.co.id memiliki jumlah *followers* mencapai 138.000 dengan berjumlah 14.300 *postingan* yang membuktikan situs ini banyak diminati oleh para masyarakat dalam mengakses berita dan informasi.



Gambar 3.1: Tampilan Beranda Website Dream.co.id

2. Struktur Redaksi Dream.co.id

Dream.co.id telah menjadi salah satu bagian dari media *online* islam di Indonesia guna menyebarkan nilai-nilai keislaman. Dalam lingkup kerjanya, dream.co.id memiliki struktur redaksi dalam menjalankan proses pemberitaan

yang akan dimuat. Adapun susunan redaksi Dream.co.id adalah sebagai berikut.

- a. Pemimpin Redaksi atau Penanggung Jawab: R.A. Syahid Latif
- b. Wakil Pemimpin Redaksi: Sandy Adam Mahaputra
- c. Redaktur Pelaksana: Eko Huda Setyawan
- d. Editor: Mutia Nugraheni, Amrikh Endah Palupi, Sugiono, Nabila Hanum
- e. Reporter (Jakarta): Nur Ulfa, Cynthia Amanda Male, Shania Suha Marwan, Ferdike Yunuri Nadya, Okti Alifia, Dinda P Wardani
- f. Komunitas: Dwi Ratih
- g. Reporter (Yogyakarta): Ulyaeni Maulida, Arini Saadah, Reni Novita Sari, Widya Resti Oktavian
- h. Sosial Media: Elsa Yuni Kartika dan Syafira D Prawita
- i. Multimedia
 - 1) Asisten Producer: Aldan Derian Muharram
 - 2) Fotografer: Deki Prayoga
 - 3) Design Grafis: Untung Immanuel.⁵⁴

3. Rubrik dalam Dream.co.id

a. News

News (berita) merupakan konten yang ada di dalam *website* dream.co.id yang membahas tentang berita terkini yang didalamnya mengandung nilai-nilai berita. Berita yang ditampilkan dalam konten news ini yaitu berita-berita hard news. Hard news merupakan berita yang harus

⁵⁴ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 22 juni 2023 pukul 14.21

segera disampaikan kepada khalayak karena keterbatasan waktu penyampaiannya tidak boleh lebih dari 24 jam.

b. Beauty

Seperti namanya *beauty* yang artinya yaitu kecantikan. Konten ini menyajikan informasi seputar kecantikan yang ditunjukkan untuk perempuan. Konten ini berisi tentang artikel yang membahas tentang tips dan trik menggunakan *make up*, tips mempercantik dari dalam, serta tips dan trik lainnya sesuai dengan konten tersebut.

c. Modest fashion

Rubrik ini berisi artikel dan informasi yang membahas mengenai pakaian para muslim, *trend* pakaian yang sedang berkembang dari tahun ke tahun, model *fashion* yang cocok dipakai di berbagai acara, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan penamplan.

d. Culinary

Tidak hanya informasi seputar perempuan saja, situs *website dream.co.id* juga memberikan informasi seputar kuliner atau makanan yang ada di Indonesia dan mancanegara yang dimuat di dalam konten *culinary*. Konten ini banyak memperkenalkan makanan tradisional, makanan unik, makanan yang bisa dibuat untuk referensi masakan, dan lain sebagainya.

e. Showbiz

Showbiz atau singkatan dari *show bussines* adalah konten yang berisi informasi industri hiburan yang disajikan dengan ringan.

f. Parenting

Rubrik ini menyajikan segala informasi maupun berita untuk memenuhi kebutuhan para ibu dan anak, parenting, kehamilan, dekorasi rumah, interior, furnitur, serta tutorial dan tips kebutuhan rumah tangga. Juga melayani pembaca dengan memberikan artikel-artikel parenting selebritis tanah air dan mancanegara. Misalnya informasi yang disampaikan mengenai bagaimana seorang ibu dalam menghadapi anak yang susah diatur, dan berbagai tips dan trik lainnya sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan dalam mendidik anak.

g. Travel

Artikel yang disajikan berisi tentang perjalanan seorang traveler muslim yang mengunjungi pelosok nusantara maupun luar negeri dengan melakukan perjalanan wisata, umrah, destinasi-destinasi wisata halal dan menarik, hotel-hotel syariah dan menggandeng komunitas travel tanah air dan mancanegara.

h. Dreamitie

Merupakan bagian rubrik yang membahas tentang kegiatan para muslimah yang mengikuti kegiatan yang diadakan oleh dream.co.id.

i. Dinar

Rubrik ini memberikan informasi seputar bisnis dan ekonomi muslim di Indonesia maupun mancanegara.

j. Lifestyle

Rubrik ini yang menjadi bagian paling banyak ditampilkan di *website* dream.co.id. karena berisi tentang kehidupan para muslimah di kehidupan sehari-hari.

k. Haji

Pada rubrik ini, berisi kumpulan berita seputar haji berita terkini tentang perkembangan haji Indonesia maupun mancanegara.

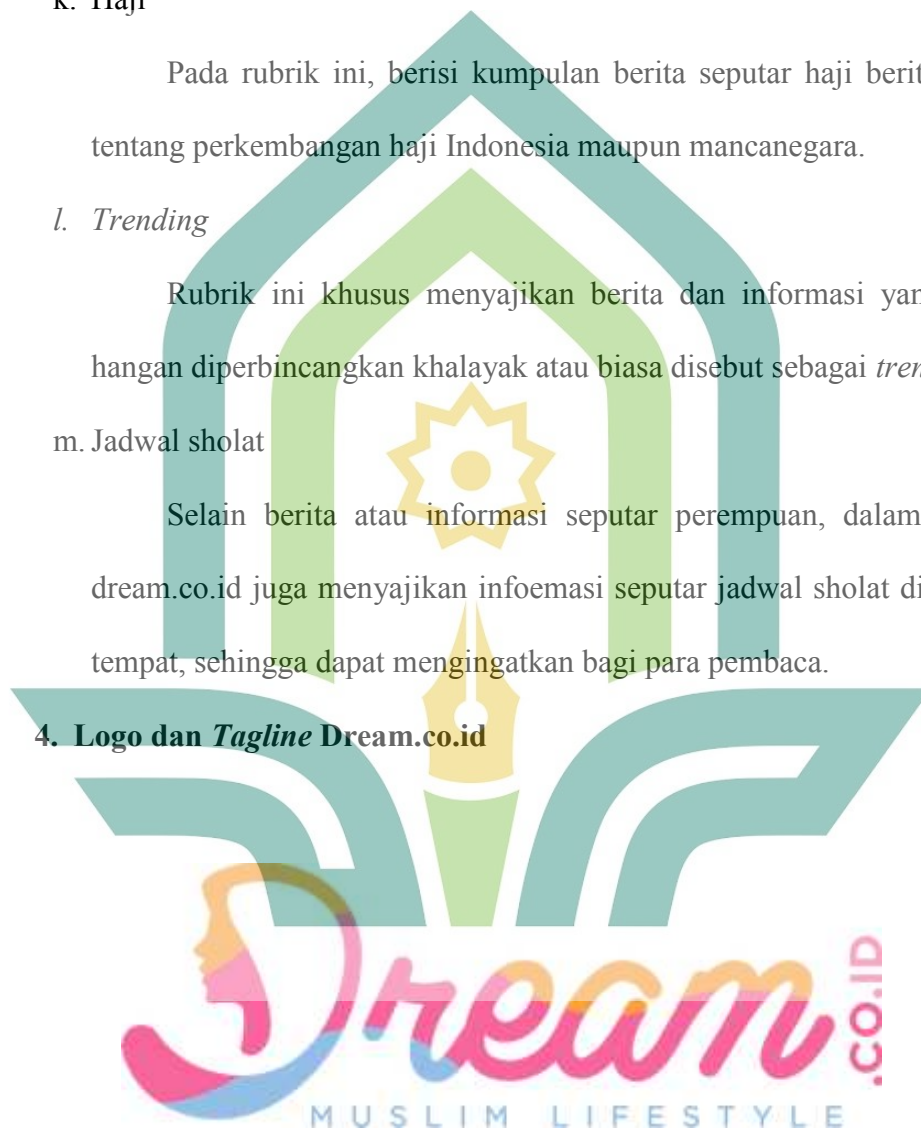
l. Trending

Rubrik ini khusus menyajikan berita dan informasi yang masih hangan diperbincangkan khalayak atau biasa disebut sebagai *trending*.

m. Jadwal sholat

Selain berita atau informasi seputar perempuan, dalam *website* dream.co.id juga menyajikan infoemasi seputar jadwal sholat diberbagai tempat, sehingga dapat mengingatkan bagi para pembaca.

4. Logo dan Tagline Dream.co.id



Gambar 3.2: Logo *Website* Dream.co.id

Media *online* Dream.co.id memiliki filosofi menarik dengan adanya perpaduan banyak warna pada logo Dream.co.id mengandung unsur keberagaman, keceriaan, penuh semangat, dan kesuksesan. Dalam arti lain, Dream.co.id berharap keceriaan, semangat, dan kesuksesan selalu menyertai perjalanan menjadi portal papan atas di Indonesia, dan bisa menjadi suatu kebanggaan tersendiri bagi semua pembacanya. menggunakan simbol gambar seorang perempuan yang disesuaikan dengan isi kontennya yang kebanyakan memberikan informasi seputar perempuan.

Selain itu, Pada logo ini menampilkan gambar seorang perempuan berhijab yang tercantumkan di huruf “D” atau diawal tulisan logo tersebut. Dalam logo tersebut terlihat seorang perempuan muslim yang diartikan sebagai *website online* yang memberikan informasi, inspirasi, serta motivasi untuk seluruh wanita muslim di Indonesia maupun di mancanegara. Sesuai dengan namanya “Dream” yang berarti mimpi, *website* ini banyak memberikan informasi dan inspirasi muslimah agar lebih baik dalam menjalani kehidupan dengan membaca konten-konten yang disajikan.

Dengan *tagline* “ Muslim Lifestyle”, Dream.co.id berupaya memberikan informasi maupun berita yang mengandung nilai-nilai keagamaan khususnya islam, memberikan pengaruh baik terhadap para pembaca dengan isi konten yang baik.⁵⁵ *Website* yang memfokuskan pada

⁵⁵ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 26 mei 2023 pukul 14.11

konten *lifestyle* perempuan muslim yang menambah wawasan serta ilmu pengetahuan seputar gaya hidup dan informasi penting lainnya seputar kehidupan perempuan. Menjasi sebuah cerminan untuk menyajikan berita gaya hidup muslim Indonesia yang *up to date* setiap saat dan setiap waktu.

B. Temuan Data pada Media *Online Dream.co.id*

Setelah melakukan pengamatan, ditemukan beberapa artikel atau berita yang dimuat oleh *website Dream.co.id* yang mengandung unsur hedonisme dalam kurun waktu dari 2022-2023.

1. Data I

Judul : Gaya Hedon ‘*Crazy Rich Dubai*’ yang Viral, Beli Kado Rp 215 Juta untuk Diri Sendiri!

Sumber : *Dream.co.id*

Isi Artikel : Dubai merupakan salah satu Kota di Uni Emirat Arab (UEA) yang begitu lekat dengan kemewahan. Kebanyakan dari mereka merupakan raja minyak. Kekayaan mereka yang melimpah biasanya terlihat dari mobil mewah, ATM emas dan harta yang seolah-olah tidak ada habisnya. Begitu pula wanita yang dijuluki *crazy rich Dubai* berikut ini.

Wanita tajir melintir itu bernama Lailli Mirza. Dimana Ia selalu menghabiskan uangnya untuk berfoya-foya. Bahkan, Ia selalu membelikan kado untuk dirinya sendiri saat hari ulang tahunnya tiba. Tak tanggung-tanggung, Lailli menyiapkan uang sebesar Rp200 Juta untuk membeli barang-barang yang Ia sukai.

Wanita tajir melintir itu bernama Lailli Mirza. Dimana Ia selalu menghabiskan uangnya untuk berfoya-foya. Melalui Instagram pribadinya, Lailli kerap memamerkan kehidupan mewahnya.

Mulai dari tas *branded*, baju *branded*, sepatu, hingga kendaraan pribadinya yang super mahal.

Bahkan, Ia selalu membelikan kado untuk dirinya sendiri saat hari ulang tahunnya tiba. Hal tersebut dilakukan karena Ia tak percaya dengan selera orang lain. Bahkan, keluarganya sekalipun. Ia bahkan, memilih menerima hadiah berubah uang tunai daripada barang dari orang lain. Tak tanggung-tanggung, Lailli menyiapkan uang sebesar Rp215 Juta untuk membeli barang-barang yang Ia sukai.

2. Data II

Judul : Wow! Perdana Belanja Bulanan Bareng Jess No Limit, Sisca Kohl

Habiskan Rp22,6 Jutaan

Sumber : Dream.co.id

Isi artikel : Dream - Sisca Kohl dan Jess No Limit memperlihatkan momen belanja bulanan ke supermarket untuk pertama kalinya setelah mereka menikah.

" Ini pertama kali kita belanja bulanan buat kayak keperluan kita sebagai suami istri ya, udah siap, *lets go*," kata Jess No Limit dikutip dari YouTubanya, Senin 5 Desember 2022.

Kemudian mereka berkeliling menyusuri lorong-lorong supermarket, memilih keperluan sehari-hari. Pria bernama lengkap Tobias Justin membantu istrinya membaca list belanjaan yang dicatat di ponsel sembari mendorong troli. Sedangkan Sisca Kohl mengambil belanjaan dan memasukkan ke dalam troli yang di dorong oleh suaminya. Sesekali Jess No

Limit juga mengambil barang atau memasukan ke troli. Akhirnya pasangan ini selesai belanja dan waktunya membayar ke kasir.

" Oke sekarang kita bayar saat bayar," kata Jes No Limit.

" Totalnya Rp22.646.065," kata petugas supermarket.

" Iya, terimakasih," kata Jess No Limit.

Selesai membayar mereka memasukkan semua belanjaan ke dalam mobil. Tampak belakang mobil pasangan muda ini penuh dengan barang-barang belanjaan.

" Oke guys ini sudah penuh banget. Saatnya kita pulang," kata Jess No Limit." Oke sekian belanja bulanan Sisca Kohl dan Jess No Limit sebagai pengantin baru," kata Sisca Kohl.

Sebelumnya, Jess No Limit dan Sisca Kohl bagi-bagi hadiah berupa emas ke netizen.

Pasangan konten kreator Sisca Kohl dan Jess No Limit resmi berstatus sebagai suami istri setelah menikah pada 10 Oktober 2022 lalu. Sisca Kohl dan Jess No Limit pun menyampaikan ucapan terima kasih kepada orang-orang yang sudah mendoakannya dalam Instagram." Terima kasih atas ucapan dan doa untuk pernikahan kami. Mohon maaf, kami tidak bisa balas satu persatu," kata Jess No Limit dan Sisca Kohl dalam unggahan Instagramnya.

Tidak hanya kata terima kasih, pasangan yang dikenal tajir melintir itu pun mengumumkan akan membagikan souvenir pernikahan mereka untuk orang yang beruntung mendapatkannya. Bukan main-main, *souvenir* itu berupa emas batangan. Emas batangan itu dikemas dengan frame keemasan

yang semakin menambah kesan mahal dan elegan. Puluhan souvenir emas tersebut terjejer rapi di sebuah meja.

Keduanya pun menginfokan syarat untuk mendapatkan souvenir spesial ini adalah mensubscribe channel YouTube Sisca Kohl maupun Jess No Limit. Wanita bernama lengkap Fransisca Fortunata bersama suaminya itu juga menuliskan nama masing-masing dan tanggal pernikahan dalam souvenir. Keasliannya juga tak diragukan lagi, sepaket souvenir emas ini dilengkapi dengan nomor seri. Postingan itu seketika dibanjiri komentar warganet yang menginginkan souvenir emas batangan itu.

3. Data III

Judul : Isi Suvenir Pernikahan Lesti-Rizky Billar, Unik dan Mewah

Sumber : Dream.co.id

Isi artikel : Dream – Hari bahagia yang ditunggu-tunggu oleh pasangan selebritis Lesti Kejora dan Rizky Billar pun tiba setelah sempat tertunda. Mereka telah meresmikannya dalam janji suci pernikahan pada Kamis, 19 Agustus 2021. Dan kini keduanya sudah resmi menjadi sepasang suami dan istri.

Pernikahan yang dilaksanakan di Hotel Intercontinental Pondok Indah, Jakarta Selatan itu pun berlangsung sangat mewah. Hal itu karena keduanya sudah mempersiapkan acara tersebut sejak jauh-jauh hari dan acara pun bisa berjalan dengan lancar.

Tak hanya keromantisan pasangan ini saja yang mencuri perhatian publik. Tetapi ada hal lainnya yang tak kalah menarik di acara pernikahan

Lesti dan Rizky Billar, yakni beragam souvenir yang sudah mereka persiapkan untuk menjadi buah tangan para tamu undangan.

Semuanya khusus dipersiapkan dan dikemas dalam sebuah *goodie bag* berwarna putih bertuliskan *The Wedding of LesLar*. Di dalamnya terdapat berbagai macam souvenir yang menarik dan unik. Kira-kira apa saja *souvenir* yang sudah Lesti dan Rizky Billar persiapkan untuk para tamu undangan?

Berbagai *souvenir* yang dipersiapkan Lesti dan Rizky Billar dikemas dalam sebuah *goodie bag* berwarna putih. Hal itu pun sempat ditunjukkan oleh MC dalam acara tersebut yang salah satunya adalah Irfan Hakim.

Berbagai *souvenir* yang dipersiapkan Lesti dan Rizky Billar dikemas dalam sebuah *goodie bag* berwarna putih. Lesti dan billar memberikan *souvenir* yang dikemas dalam *goodie bag* berwarna putih. Dalam bingkisan tersebut berisikan beberapa barang diantaranya ada parfum tentunya di dalam di depannya kembali dihiasi dengan stiker leslar.

Kemudian yang nggak kalah mewah yakni kalung kesehatan. Kalung berwarna perak ini tak kalah mencuri perhatian. Ada *blush on* dari brand Purnama seperti diketahui Purnama sendiri merupakan badan kosmetik milik Lesti serba bermanfaat. Dan ada logam mulia 0,025 gram serta para tamu hadir juga punya kenang-kenangan berupa foto box.

4. Data IV

Judul : Pose Angel Karamoy di Tepi Pantai Bikin Riu

Sumber : Dream.co.id

Isi Artikel : Bukan Angel Karamoy namanya kalao unggahannya tak menarik perhatian warganet. pasalnya Angel selalu mengunggah foto-foto menawannya di feed instagram. Seperti saat liburan ke pantai. Dalam foto unggahannya, janda dua anak ini tampak rebahan di atas bean bag di tepi pantai. Ia berpose menatap ke arah pantai dengan mengangkat sebelah tangan ke atas kepala. Wanita 35 tahun ini tampak menawan dengan makeup narural yang dia pakai.

" B.e.a.c.h," tulis Angel Karamoy dikutip Dream dari akun instagramnya, Sabtu 30 Juli 2022.

Unggahan mantan istri Steven McJames Rumangkang langsung riu dikomentari warganet. Banyak yang mengomentari penampilan Angel di foto tersebut.

" Cantikkkk amat sihhh," tulis akun @isdadahlia.

" The real angel," kata akun @taufik.ash22.

Tak sedikit pula yang menulis komentar nakal apda foto unggahan wanita pemilik nama lengkap Angelica Wilhelmina Karamoy.

" Yang nge zoom kumpul sini," tulis akun @zaminternazionale.

" Walah walah walah zoom dikit," tulis akun @gunawan_cuffe.

Tak hanya sekali, penampilan Angel Karamoy kerap mendapatkan sorotan dari warganet. Telah menjanda dan menjadi ibu tak membuat Angel

Karamoy kehilangan pesonanya. Menginjak usia 33 tahun, artis berdarah Manado ini justru semakin memikat.

Angel tak henti menyedot perhatian publik lewat setiap unggahan fotonya di Instagram. Selain berparas jelita, tubuhnya yang seksi dan ideal juga membuat banyak wanita iri. Belum lama ini Angel kembali menjadi sorotan usai mengunggah *pose* yang memikat. Ia tampil memesona dengan shirt dress bersiluet *body fit*. Tak hanya itu, *pose* Angel dengan *outfit* yang sama juga mencuri perhatian. Ia tampak menempel pada dinding sambil menampilkan ekspresi yang menawan.

Penampilan Angel dalam balutan dress bersiluet pas *body* langsung menuai banyak komentar dari netizen.

" Nempel gitu, neng," ucap @kimayagatha

" pengen jadi dindingnya," komentar @kecubungiler

" Bibir dan sorot matamu itu ngel lelaki klepek2," kata @edi.sahedi.33

" Ga ada obatnya," timpal @kickardi_

" iri bangettt punya ank 2 tapi body masih langsing kek abg... ga kek body akyuuhh," ujar @rintul19

5. Data V

Judul : Koleksi Tas *Limited Edition* Milik Syahrini, Penasaran Harganya?

Sumber : Dream.co.id

Isi Artikel : Syahrini tampak memangku tas putih berlogo C ciri khas dari brand Chanel.

Dream - Syahrini kerap terlihat menggunakan fashion item yang tergolong unik yang jarang dimiliki selebritas lainnya. Seperti tas dari rumah mode Chanel yang baru-baru ini dipakainya.

Istri Reino Barack ini tampil klasik dan berkelas kala menggunakan inner brokat hitam. Inner berlempang panjang ini dipadukan dengan blazer berwarna light grey yang berkelas. Syahrini tampak memanggku tas putih berlogo C ciri khas dari brand Chanel. Tas mini itu termasuk salah satu koleksi limited edition dengan bahan kulit dan sentuhan puff dengan garis-garis.

Tas putih dengan logo Chanel ini memiliki aksesoris zipper berwarna *gold* yang tampak cantik. Senada dengan logonya, chain strap tas mini ini pun berwarna emas dengan sentuhan strap putih yang senada. Penasaran harga tas kotak emas milik Syahrini ini? Berdasarkan ulasan Instagram @fashionsyahrini2, tas Small Vanity with Chain Case ini dibanderol Rp70 juta.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Temuan

Dalam melihat representasi gaya hidup hedonisme ini, peneliti berupaya untuk membaca dan mengamati tiap artikel berulang-ulang agar lebih rinci mengenai hasil temuan data berupa gaya hidup hedonisme yang diperlihatkan dalam sebuah artikel yang dimuat pada *website* dream.co.id. Gaya hidup hedonisme para artis yang ditunjukkan pada portal media *online* dream.co.id sebagian besar mengarah pada adanya perilaku konsumtif yaitu berupa membelanjakan atau konsumsi barang-barang secara berlebihan dan lebih memilih menuruti keinginannya agar terlihat berkelas daripada membeli barang yang dibutuhkan saja. Berdasarkan temuan hasil penelitian tersebut maka dapat diketahui bagaimana representasi yang dilakukan oleh Dream.co.id.

1. Analisis berita/artikel pertama

Judul : : Gaya Hedon ‘Crazy Rich Dubai’ yang Viral, Beli Kado Rp 215 Juta untuk Diri Sendiri!

Sumber : Dream.co.id

Isi artikel : Dubai merupakan salah satu Kota di Uni Emirat Arab (UEA) yang begitu lekat dengan kemewahan. Kebanyakan dari mereka merupakan raja minyak. Kekayaan mereka yang melimpah biasanya terlihat dari mobil mewah, ATM emas dan harta yang seolah-olah tidak ada habisnya. Begitu pula wanita yang dijuluki *crazy rich* Dubai berikut ini.



Gambar 4.1 : Gaya Hedon ‘*Crazy Rich Dubai*’ yang Viral

Wanita tajir melintir itu bernama Laili Mirza. Dimana Ia selalu menghabiskan uangnya untuk berfoya-foya. Bahkan, Ia selalu membelikan kado untuk dirinya sendiri saat hari ulang tahunnya tiba. Tak tanggung-tanggung, Laili menyiapkan uang sebesar Rp200 Juta untuk membeli barang-barang yang Ia sukai.

Wanita tajir melintir itu bernama Laili Mirza. Dimana Ia selalu menghabiskan uangnya untuk berfoya-foya. Melalui Instagram pribadinya, Laili kerap memamerkan kehidupan mewahnya.

Mulai dari tas branded, baju branded, sepatu, hingga kendaraan pribadinya yang super mahal.

Bahkan, Ia selalu membelikan kado untuk dirinya sendiri saat hari ulang tahunnya tiba. Hal tersebut dilakukan karena Ia tak percaya dengan selera orang lain. Bahkan, keluarganya sekalipun. Ia bahkan, memilih menerima

hadiah berubah uang tunai daripada barang dari orang lain. Tak tanggung-tanggung, Lailli menyiapkan uang sebesar Rp215 Juta untuk membeli barang-barang yang Ia sukai.

Analisis	
Makna Denotasi (Makna Sesungguhnya)	<p>Makna denotasi pada artikel di atas yang menunjukkan representasi gaya hidup hedonisme lewat kemewahan terdapat pada kalimat “ia selalu menghabiskan uangnya untuk berfoya-foya” hal tersebut menunjukkan bahwa wanita tersebut memiliki gaya hidup <i>glamour</i> yang senang dengan kemewahan. Baginya kesenangan adalah hal yang harus dilakukan demi mendapatkan kehidupan yang nyaman dan bahagia. Terlihat bahwa ia seseorang yang suka berfoya-foya menghabiskan uangnya untuk kehidupan pribadinya.</p> <p>“Kekayaan mereka yang melimpah biasanya terlihat dari mobil mewah, ATM emas dan harta yang seolah-olah tidak ada habisnya”. Kekayaan yang ia punya membuat kehidupan yang dijalani serba <i>glamour</i> dan berbeda dengan orang lain. Biasanya ATM berisi dengan uang yang ada di dalamnya, namun saking hedon kehidupannya, ia membuat sendiri ATM emas untuk penyimpanan kekayaannya.</p>
Makna Konotasi (Makna Kiasan)	<p>Dalam artikel di atas terdapat kalimat kiasan yang menunjukkan bahwa Lailli merupakan seseorang yang kaya raya yang ingin diakui seluruh dunia dengan mengupload gaya hidup yang dijalannya lewat media sosial pribadi. Terkenal dengan sebutan “tajir melintir” yang cocok disematkan kepadanya karena memiliki kekayaan yang tanpa habisnya. Kekayaan yang mungkin tidak akan habis sampai tujuh turunan. Ia juga sering disebut sebagai ‘<i>Crazy Rich</i>’ karena memiliki kekayaan yang tidak pada umumnya.</p>

Makna Mitos	Kekayaan memang membuat seseorang lupa dengan segalanya termasuk pedoman dalam islam yang melarang bersikap boros. Sehingga tak jarang seseorang yang memiliki kecukupan materi senang menghambur hamburkan uang demi mendapatkan kepuasan pribadi dan pengakuan dari orang lain. Seperti yang terlihat oleh sosok Laili yang senang memamerkan kekayaannya lewat barang-barang branded, menggunakan mobil mewah, dan gemar <i>flexing</i> agar diakui oleh publik. Kesenangan baginya adalah hal yang wajib dilakukan agar mencapai kebanggaan untuk dirinya dan merasa terpadang.
-------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle dream.co.id*, menampilkan kehidupan hedonisme seorang crazy rich Dubai yang terlihat senang membeli dan mengenakan barang-barang *branded*, kendaraan mewah, senang berfoya-foya dan kehidupan yang serba mewah dalam kesehariannya. Representasi yang ditampilkan dalam artikel tersebut sudah terlihat bahwa gaya hidup hedonisme dilakukan untuk menyenangkan dirinya dan merasa puas dengan apa yang digunakan yang merupakan salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme. Bahkan tokoh Laili rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit hanya untuk membeli kado untuk dirinya sendiri saat hari ulang tahunnya dan enggan diberikan kado dari orang lain karena tidak percaya dengan selera orang lain.

Islam telah melarang seseorang untuk menghamburkan uang dengan larangan sikap boros. Membeli dan menggunakan barang serta fasilitas yang

mewah hanya untuk kepentingan pribadi guna menyenangkan diri akan membuat seseorang mengejar dunia sehingga lupa akan ibadah. Islam telah melarang keras umatnya bersikap berlebih-lebihan. Seperti yang telah tercantum pada Al-Quran Surat Al-A'raf ayat 31

ذُوا زِينَتِكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا

يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.⁵⁶

Hal tersebut sebenarnya kurang baik diperlihatkan untuk pembaca khalayak umum, apalagi memperlihatkan gaya hidup yang terlalu hedon membuat munculnya opini publik akan kekayaannya tersebut. Tidak seharusnya media yang mengklaim dirinya sebuah media muslim menampilkan dan memberikan informasi tentang kehedonan seseorang yang tidak terlalu penting dan dapat menimbulkan keiri dengkian masyarakat yang kurang menyaring informasi.

2. Analisis Berita Kedua

Judul: Wow! Perdana Belanja Bulanan Bareng Jess No Limit, Sisca Kohl

Habiskan Rp22,6 Jutaan

Sumber : Dream.co.id

⁵⁶ <https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html> diakses pada tanggal 18 agustus 2023 pada pukul 21.23

Isi artikel : Dream - Sisca Kohl dan Jess No Limit memperlihatkan momen belanja bulanan ke supermarket untuk pertama kalinya setelah mereka menikah.

" Ini pertama kali kita belanja bulanan buat kayak keperluan kita sebagai suami istri ya, udah siap, lets go," kata Jess No Limit dikutip dari YouTubanya, Senin 5 Desember 2022.

Kemudian mereka berkeliling menyusuri lorong-lorong supermarket, memilih keperluan sehari-hari. Pria bernama lengkap Tobias Justin membantu istrinya membaca list belanjaan yang dicatat di ponsel sembari mendorong troli. Sedangkan Sisca Kohl mengambil belanjaan dan memasukkan ke dalam troli yang di dorong oleh suaminya. Sesekali Jess No Limit juga mengambil barang atau memasukan ke troli. Akhirnya pasangan ini selesai belanja dan waktunya membayar ke kasir.

" Oke sekarang kita bayar saat bayar," kata Jess No Limit.

" Totalnya Rp22.646.065," kata petugas supermarket.

" Iya, terimakasih," kata Jess No Limit.

Selesai membayar mereka memasukkan semua belanjaan ke dalam mobil. Tampak belakang mobil pasangan muda ini penuh dengan barang-barang belanjaan.

" Oke guys ini sudah penuh banget. Saatnya kita pulang," kata Jess No Limit." Oke sekian belanja bulanan Sisca Kohl dan Jess No Limit sebagai pengantin baru," kata Sisca Kohl.

Sebelumnya, Jess No Limit dan Sisca Kohl bagi-bagi hadiah berupa emas ke netizen.



Gambar 4.2 : *Souvenir* Emas Batangan

Pasangan konten kreator Sisca Kohl dan Jess No Limit resmi berstatus sebagai suami istri setelah menikah pada 10 Oktober 2022 lalu. Sisca Kohl dan Jess No Limit pun menyampaikan ucapan terima kasih kepada orang-orang yang sudah mendoakannya dalam Instagram." Terima kasih atas ucapan dan doa untuk pernikahan kami. Mohon maaf, kami tidak bisa balas satu persatu," kata Jess No Limit dan Sisca Kohl dalam unggahan Instagramnya.

Tidak hanya kata terima kasih, pasangan yang dikenal tajir melintir itu pun mengumumkan akan membagikan *souvenir* pernikahan mereka untuk orang yang beruntung mendapatkannya. Bukan main-main, *souvenir* itu berupa emas batangan. Emas batangan itu dikemas dengan frame keemasan yang semakin menambah kesan mahal dan elegan. Puluhan *souvenir* emas tersebut terjejer rapi di sebuah meja.

Keduanya pun menginfokan syarat untuk mendapatkan *souvenir* spesial ini adalah mensubscribe channel YouTube Sisca Kohl maupun Jess No Limit. Wanita bernama lengkap Fransisca Fortunata bersama suaminya itu juga

menuliskan nama masing-masing dan tanggal pernikahan dalam *souvenir*. Keasliannya juga tak diragukan lagi, sepaket *souvenir* emas ini dilengkapi dengan nomor seri. *Postingan* itu seketika dibanjiri komentar warganet yang menginginkan *souvenir* emas batangan itu.

Analisis	
Makna Denotasi (Makna Sesungguhnya)	Pada artikel di atas, pasangan Jess No Limit dan Sisca Kohl tersebut terlihat seperti pasangan muda yang kaya raya dan senang melakukan cara hedon untuk mendapatkan kesenangannya. Seperti gemar berbelanja bulanan di supermarket dengan menghabiskan puluhan juta dalam sekali belanja yang terlihat pada artikel tersebut. Selain itu, pasangan tersebut juga memberikan hadiah yang tidak biasa seperti memberikan emas batangan untuk <i>souvenir</i> pernikahan mereka. Apa yang dilakukan Jess No Limit dan Siska Kohl dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif karena salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme adalah membeli barang-barang tanpa mempertimbangkan kebutuhannya hanya untuk menuruti keinginannya. Seperti konsep hedonisme yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. ⁵⁷ Dari hal yang dilakukan tersebut terlihat bahwa pasangan ini merupakan pasangan yang suka dengan kehidupan hedon yang dijalannya karena banyak memiliki uang sehingga mudah sekali melakukan hal apapun yang mereka inginkan. Dalam hal ini yaitu demi memberi kepuasan kepada pasangannya. Padahal dalam islam telah melarang seseorang menghamburkan hartanya.
Makna Konotasi (Makna Kiasan)	Dalam artikel tersebut, penulis ingin menyampaikan kepada pembaca bahwa kehidupan yang dijalani pasangan tersebut sangatlah mewah karena banyaknya harta yang dimiliki. Sehingga penulis menyampaikan informasi tersebut kepada khalayak dengan mengandung makna konotasi atau makna kiasan. Hal ini ditunjukkan pada kalimat “Tajir Melintir”

⁵⁷ Lorens Bagus. 2000, Kamus Filsafat. Jakarta: Gramedia. Hlm. 288

	<p>yang dimana kata tersebut merupakan kata kiasan yang menunjukkan seseorang yang sangat kaya raya yang mampu membeli dan melakukan apapun yang mereka inginkan. Sehingga sesuai dengan konsep hedonisme disini yang menunjukkan bahwa kenikmatan dan kesenangan merupakan hal yang perlu dalam menjalani kehidupannya.</p> <p>Kesenangan yang dilakukan pasangan tersebut tidak diperlihatkan di dunia nyata saja namun mereka memperlihatkannya di dunia maya dengan <i>memposting</i> kehidupannya yang seba mewah itu melalui media sosialnya. Pada kalimat “<i>Postingan</i> itu seketika dibanjiri komentar warganet yang menginginkan <i>souvenir</i> emas batangan itu”, ada makna konotasi didalamnya yang ditunjukan pada kata “dibanjiri komentar warganet”. Dibanjiri disini berarti masyarakat atau warganet berbondong-bondong dan memberikan komentar pada postingan pasangan hedon tersebut untuk mendapatkan souvenir emas batangan yang dibagikannya.</p>
Makna Mitos	<p>Makna mitos yang terkandung dalam artikel di atas yaitu seseorang yang merasa dirinya kaya, maka pengeluarannya akan banyak pula. Dengan gaya hedon tersebut membuat masyarakat beranggapan bahwa orang yang banyak menghambur-hamburkan uang hanya untuk hal yang tidak terlalu penting menurut orang lain namun penting menurut dirinya. Dengan seperti itu mitos yang berkembang di masyarakat adalah orang yang melakukan hal-hal yang tidak umum dilakukan orang lain, berarti orang tersebut memiliki gaya hidup yang konsumtif dan hedon karena senang bermewah-mewah dalam hal apapun dengan uang yang mereka punya. Jadi dalam artikel tersebut menampilkan kehidupan hedonisme yang dilakukan pasangan artis.</p>

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle* dream.co.id, menampilkan kehidupan hedonisme artis *non* muslim yang terlihat berbelanja menghabiskan puluhan juta hanya untuk kebutuhan sehari-hari. Tidak hanya

menghabiskan uang untuk berbelanja saja, tapi untuk membelikan *souvenir* berupa emas batangan. Hal tersebut sebenarnya kurang baik diperlihatkan untuk pembaca khalayak umum, apalagi konten dalam dream.co.id merupakan konten yang memfokuskan pada berita muslimah sedangkan pasangan tersebut merupakan pasangan non islam yang mungkin senang dengan kehidupan yang *glamour* dan mewah karena melihat apa yang mereka miliki. Representasi yang ditampilkan dalam artikel tersebut sudah terlihat bahwa gaya hidup hedonisme tersebut dilakukan untuk menarik perhatian warganet yang melihatnya. Adanya hal tersebut akan menjadi trending dan banyak dibicarakan oleh publik dengan apa yang mereka lakukan. Apa yang dilakukan Jess No Limit dan Siska Kohl dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif karena salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme adalah membeli barang-barang tanpa mempertimbangkan kebutuhannya hanya untuk menuruti keinginannya.

Seperti konsep hedonisme yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup.⁵⁸ Islam melarang seseorang menghambur-hamburkan harta yang dimilikinya untuk kesenangan pribadi. Harta yang kita miliki sebagian merupakan harta orang lain yang lebih membutuhkan. Seperti yang tercantum pada Q.S Al-Isra Ayat 26

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْدِيرًا

Artinya : “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, juga kepada orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu

⁵⁸ Lorens Bagus. 2000, Kamus Filsafat. Jakarta: Gramedia. Hlm. 288

menghambur-hamburkan hartamu secara boros” (QS. Al-Isra (17):26).

Hedonisme dalam islam merupakan sikap yang mencari kesenangan dan kebahagiaan hanya pada Allah SWT saja, dengan berserah diri kepada Allah dan menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhirat dapat menciptakan kebahagiaan tersendiri pada diri seseorang. Islam tidak melarang umatnya untuk mencapai kebahagiaan didalam hidupnya. Akan tetapi, mengejar kebahagiaan akan membuatnya lupa dalam beribadah kepada Allah.

Selain representasi gaya hidup hedonisme yang didapat, dalam artikel yang dimuat oleh website dream.co.id tersebut juga kurang sesuai (*clickbait*) dari penulisan judulnya. Zaman dahulu, tujuan judul adalah untuk dibaca dan memberikan informasi kepada pembaca tentang isi berita yang disampaikan. Naman sekarang ini penggunaan judul bertujuan untuk diklik, yang dikenal dengan istilah *clickbait*. Penggunaan *clickbait* judul ini dilakukan agar para pembaca tertarik dan kemudian mengklik berita tautan atau untuk mengunjungi situs berita tersebut. Terlihat pada kalimat judul atau headline yang memuat kata “Wow!”, kata tersebut terlalu berlebihan. Selain itu, dalam judul tidak seharusnya menggunakan kata seru seperti kata pada awalan judul tersebut.

3. Analisis Berita Ketiga

Judul : **Isi Suvenir Pernikahan Lesti-Rizky Billar, Unik dan Mewah**

Sumber : Dream.co.id

Isi artikel : Dream – Hari bahagia yang ditunggu-tunggu oleh pasangan selebritis Lesti Kejora dan Rizky Billar pun tiba setelah sempat tertunda.

Mereka telah meresmikannya dalam janji suci pernikahan pada Kamis, 19 Agustus 2021. Dan kini keduanya sudah resmi menjadi sepasang suami dan istri.

Pernikahan yang dilaksanakan di Hotel Intercontinental Pondok Indah, Jakarta Selatan itu pun berlangsung sangat mewah. Hal itu karena keduanya sudah mempersiapkan acara tersebut sejak jauh-jauh hari dan acara pun bisa berjalan dengan lancar.

Tak hanya keromantisan pasangan ini saja yang mencuri perhatian publik. Tetapi ada hal lainnya yang tak kalah menarik di acara pernikahan Lesti dan Rizky Billar, yakni beragam souvenir yang sudah mereka persiapkan untuk menjadi buah tangan para tamu undangan.

Semuanya khusus dipersiapkan dan dikemas dalam sebuah goodie bag berwarna putih bertuliskan *The Wedding of LesLar*. Di dalamnya terdapat berbagai macam *souvenir* yang menarik dan unik. Kira-kira apa saja *souvenir* yang sudah Lesti dan Rizky Billar persiapkan untuk para tamu undangan?

Berbagai *souvenir* yang dipersiapkan Lesti dan Rizky Billar dikemas dalam sebuah *goodie bag* berwarna putih. Hal itu pun sempat ditunjukkan oleh MC dalam acara tersebut yang salah satunya adalah Irfan Hakim.

Berbagai souvenir yang dipersiapkan Lesti dan Rizky Billar dikemas dalam sebuah *goodie bag* berwarna putih. Lesti dan billar memberikan souvenir yang dikemas dalam *goodie bag* berwarna putih. Dalam bingkisan tersebut berisikan beberapa barang diantaranya ada parfum tentunya di dalam di depannya kembali dihiasi dengan stiker leslar.



Gambar 4.3 : Isi *Souvenir* Pernikahan Lesti-Rizky Billar, Unik dan Mewah

Kemudian yang nggak kalah mewah yakni kalung kesehatan. Kalung berwarna perak ini tak kalah mencuri perhatian. Ada *blush on* dari *brand* Purnama seperti diketahui Purnama sendiri merupakan badan kosmetik milik Lesti serba bermanfaat. Ada logam mulia 0,025 gram serta para tamu hadir juga punya kenang-kenangan berupa *foto box*.

Analisis	
Makna Denotasi (Makna Sesungguhnya)	<p>Representasi gaya hidup hedonisme yang ditampilkan dalam artikel diatas terlihat dari makna yang sebenarnya dari kalimat “Pernikahan yang dilaksanakan di Hotel Intercontinental Pondok Indah, Jakarta Selatan itu pun berlangsung sangat mewah”. Dalam kalimat tersebut terlihat bahwa pasangan artis Lesti Kejora dan Riski Billar merupakan orang yang kaya raya yang yang menggelar acara pernikahan di hotel mewah di Jakarta. Terlihat dari artikel pasangan tersebut merupakan pasangan yang gemar memamerkan kehidupannya. Apa yang dilakukan pasangan tersebut dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif dengan membeli barang-barang mewah dan mahal hanya demi menuruti gengsinya dan memenuhi keinginannya.</p> <p>Representasi kehidupan hedon tersebut juga tampak pada saat menggelar</p>

	<p>pernikahannya pasangan tersebut memberikan souvenir yang unik dan mewah kepada para tamu undangan. bingkisan tersebut berisikan beberapa barang diantaranya ada parfum tentunya di dalam juga ada berbagai macam make up dari <i>brand</i> sendiri, perhiasan seperti yang tertera di foto menunjukkan kalung putih dengan merk KK Liforce, sampai logam mulia. Selain itu hampers dan <i>souvenir</i> tersebut kembali dihiasi dengan stiker leslar.</p>
<p>Makna Konotasi (Makna Kiasan)</p>	<p>Melihat sikap hedon yang ditampilkan tersebut membuat warganet ramai membicarakan pasangan ini, sehingga membuat masyarakat banyak yang memberikan komentar dan perhatiannya. “Tak hanya keromantisan pasangan ini saja yang mencuri perhatian publik?”</p> <p>Makna konotasi yang ditemukan pada artikel di atas yaitu dalam kalimat tersebut menjelaskan bahwa mencuri perhatian publik. Artinya publik dibuat ramai oleh pemberitaan pernikahan mewah artis tersebut sehingga disebut menarik perhatian. Bagaimana tidak menarik perhatian publik, pernikahan Lesti dan Billar ini sangatlah tidak umum dengan memberikan banyak isi souvenir dan hampers yang biasanya hanya satu macam saja yang diberikan dan tempat yang mewah dengan dekorasi elegan. Kehidupan yang ditampilkan di artikel tersebut dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif yang hedonis.</p>
<p>Makna Mitos</p>	<p>Menurut sebagian orang, perayaan pernikahan tidak harus mewah. Menggelar pernikahan yang mewah merupakan hal yang sah-sah saja namun beberapa orang menganggap bahwa uang yang dikeluarkan untuk menggelar pesta nantinya bisa digunakan untuk menyicil rumah ataupun membeli peralatan rumah tangga. Hal tersebut ternyata tidak berlaku untuk kehidupan artis yang bergaya hidup yang mewah. Mereka tidak memikirkan</p>

	<p>uang yang ia habiskan karena merasa mereka punya segalanya. Hal ini yang mendorong para artis hidupnya serba mewah dengan menghambur-hamburkan uang yang tidak jelas hanya untuk pesta pernikahan. Padahal islam sudah jelas melarang gaya hidup konsumtif dan boros.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle* dream.co.id di atas, menampilkan kehidupan hedonisme artis yang terlihat melangsungkan resepsi pernikahan yang mewah di salah satu hotel ternama di Jakarta. Tidak hanya itu saja, pasangan artis tersebut juga memberikan *souvenir* dan hampers kepada tamu yang menghadiri acara tersebut. *Souvenir* yang dibagikan tidak seperti *souvenir* pernikahan pada umumnya yang hanya memberikan satu macam saja namun bermacam-macam isinya. Dari *make up*, perhiasan, sampai emas batangan yang harganya fantastis pastinya.

Hal tersebut sebenarnya kurang baik diperlihatkan untuk pembaca khalayak umum, masyarakat cenderung akan mengikuti gaya hidup yang ditampilkan para artis dengan keinginan membuat pesta pernikahan yang megah dan menghambur-hamburkan uang. Representasi yang ditampilkan dalam artikel tersebut sudah terlihat bahwa gaya hidup hedonisme tersebut dilakukan untuk menarik perhatian warganet yang melihatnya. Dengan begitu nantinya akan menjadi trending dan banyak dibicarakan oleh publik dengan apa yang mereka lakukan. Namun akan memberikan dampak pula bagi pembaca yang merasa iri dan dengki dari perilaku yang dilakukan pasangan ini.

Dalam pandangan islam, seseorang haruslah berhati-hati dalam menggunakan kekayaannya atau dalam membelanjakan sesuatu. Al-Quran dan hadist memberikan berbagai petunjuk yang jelas agar perilaku konsumsi manusia menjadi terarah dan dijauhkan dari sifat kikir dan hina serta tidak boros dalam membelanjakan kebutuhan.⁵⁹ Islam melarang seseorang menghambur-hamburkan harta yang dimilikinya untuk kesenangan pribadi. Harta yang kita miliki sebagian merupakan harta orang lain yang lebih membutuhkan. Seperti yang tercantum pada Q.S Al-Isra Ayat 26

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ أَمْوَالَكَ تَبْذِيرًا

Artinya : “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, juga kepada orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros” (QS. Al-Isra (17):26).⁶⁰

4. Analisis Berita Keempat

Judul : **Pose Angel Karamoy di Tepi Pantai Bikin Riu**

Sumber : Dream.co.id

Isi Artikel : Bukan Angel Karamoy namanya kalao unggahannya tak menarik perhatian warganet. pasalnya Angel selalu mengunggah foto-foto menawannya di feed instagram. Seperti saat liburan ke pantai. Dalam foto unggahannya, janda dua anak ini tampak rebahan di atas bean bag di tepi pantai. Ia berpose menatap ke arah pantai dengan mengangkat sebelah tangan

⁵⁹ Nadia Angelina (2022) *Hedonisme dalam Pandangan Islam dan Kristen*, Skripsi, Repository UIN Sumut

⁶⁰ <https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html> diakses pada tanggal 18 agustus 2023 pada pukul 21.23

ke atas kepala. Wanita 35 tahun ini tampak menawan dengan makeup narural yang dia pakai.

" B.e.a.c.h," tulis Angel Karamoy dikutip Dream dari akun instagramnya, Sabtu 30 Juli 2022.

Unggahan mantan istri Steven McJames Rumangkang langsung riuh dikomentari warganet. Banyak yang mengomentari penampilan Angel di foto tersebut.



Gambar 4.4 : Postingan Instagram Angel Karamoy

" Cantikkkk amat sih," tulis akun @isdadahlia.

" The real angel," kata akun @taufik.ash22.

Tak sedikit pula yang menulis komentar nakal apda foto unggahan wanita pemilik nama lengkap Angelica Wilhelmina Karamoy.

" Yang *nge zoom* kumpul sini," tulis akun @zaminternazionale.

" Walah walah walah *zoom* dikit," tulis akun @gunawan_cuffe.

Tak hanya sekali, penampilan Angel Karamoy kerap mendapatkan sorotan dari warganet. Telah menjanda dan menjadi ibu tak membuat Angel Karamoy kehilangan pesonanya. Menginjak usia 33 tahun, artis berdarah Manado ini justru semakin memikat.

Angel tak henti menyedot perhatian publik lewat setiap unggahan fotonya di Instagram. Selain berparas jelita, tubuhnya yang seksi dan ideal juga membuat banyak wanita iri. Belum lama ini Angel kembali menjadi sorotan usai mengunggah pose yang memikat. Ia tampil memesona dengan *shirt dress* bersiluet *body fit*. Tak hanya itu, pose Angel dengan *outfit* yang sama juga mencuri perhatian. Ia tampak menempel pada dinding sambil menampilkan ekspresi yang menawan.

Penampilan Angel dalam balutan dress bersiluet pas *body* langsung menuai banyak komentar dari netizen.

" Nempel gitu, neng," ucap @kimayagatha

" pengen jadi dindingnya," komentar @kecubungiler

" Bibir dan sorot matamu itu ngel lelaki klepek2," kata @edi.sahedi.33

" Ga ada obatnya," timpal @kickardi_

" iri bangettt punya ank 2 tapi body masih langsing kek abg... ga kek body akyuuhh," ujar @rintul19

Analisis	
Makna Denotasi (Makna Sebenarnya)	Makna denotasi merupakan makna sebenarnya, dalam artikel di atas seorang artis bernama Angel Karamoy sedang berlibur ke luar negeri tepatnya di pantai dengan memakai baju yang kurang baik yang membuat riuh warganet saat melihat unggahan di feed instagramnya. Gaya hedon yang ditampilkan artis tersebut

	<p>terlihat artis tersebut suka berlibur ke luar negeri demi mendapatkan kepuasan pribadi. Makna denotasi tersebut terdapat ada kalimat “seperti saat liburan ke pantai, ia berpose menatap ke arah pantai dengan mengangkat sebelah tangan ke atas kepala” terlihat bahwa kehidupan artis ini sangatlah hedon karena senang liburan ke luar negeri demi mendapatkan foto terbaiknya untuk di <i>upload</i> di media sosial pribadinya sehingga publik akan terkesan dengannya. Selain itu, terlihat pada foto Angel Karamoy memakai baju <i>branded</i> merk Fendi yang diketahui brand tersebut memiliki harga yang fantastis. Apa yang dilakukan Angel Karamoy dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif karena salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme adalah membeli dan menggunakan barang-barang <i>bermerk</i> dengan harga yang mahal tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan cenderung hanya untuk menuruti keinginannya.</p>
<p>Makna Konotasi (Makna Kiasan)</p>	<p>Dalam artikel di atas terdapat aspek hedonisme yang ingin disampaikan kepada para pembaca bahwa Angel Karamoy ini menjadi pusat perhatian publik karena dengan unggahan kehidupan hedonnya yang senang pergi ke luar negeri. Sehingga unggahannya menjadi pusat perhatian warganet. Menarik perhatian disini bukanlah makna yang sesungguhnya namun memiliki arti banyak masyarakat melihat gaya kehidupan Angel Karamoy sehingga menjadi pusat perhatian warganet.</p>
<p>Makna Mitos</p>	<p>Mitos yang terkandung pada artikel tersebut yaitu seperti yang berkembang di masyarakat, seorang yang senang dengan menghabiskan waktu dan menghamburkan uangnya demi mendapatkan kepuasan yang sifatnya sementara mereka butuh perhatian publik dan diakui publik bahwa ia seseorang yang kaya raya. Dengan menampilkan kehidupan yang hedon tersebut membuat dirinya merasa bangga</p>

dan bahagia. Kepuasan tersebut diperoleh lewat hal-hal yang menyenangkan seperti liburan. Selain itu, masyarakat melihat bahwa orang yang senang bepergian ke luar negeri baik liburan, urusan pekerjaan, maupun hal lainnya dianggap orang yang memiliki ekonomi menengah atas karena bisa liburan ke luar negeri jadi tidak heran jika seseorang tersebut sering melakukan perjalanan ke luar negeri dengan sifat hedon yang dimilikinya demi kesenangan pribadi yang diinginkannya. Tidak hanya pergi ke luar negeri untuk liburan dan pekerjaan saja, namun Angel Karamoy sangat sering pergi ke luar negeri jika dirinya merasa bosan ataupun gabut dan saat ada masalah maka ia akan pergi ke luar negeri untuk sekedar menenangkan pikirannya yang terlihat dari banyaknya unggahan di media sosialnya saat berkunjung ke luar negeri.

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle* dream.co.id, menampilkan kehidupan hedonisme artis non muslim yang terlihat senang berlibur ke luar negeri dan menggunakan barang-barang *branded* dalam kehidupannya. Berbelanja menghabiskan puluhan juta hanya untuk kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut sebenarnya kurang baik diperlihatkan untuk pembaca khalayak umum, apalagi konten dalam dream.co.id merupakan konten yang memfokuskan pada berita muslimah sedangkan artis tersebut merupakan seorang non islam berpose kurang baik yang mengundang banyak pikiran jahat dan nakal warganet. Seharusnya konten dream.co.id menampilkan berita atau artikel tentang *lifestyle* yang memiliki manfaat bagi para pembaca daripada konten artis yang berkehidupan hedonisme seperti konten di atas.

Islam telah melarang seseorang untuk menghamburkan uang dengan larangan sikap boros. Membeli dan menggunakan barang serta fasilitas yang mewah hanya untuk kepentingan pribadi guna menyenangkan diri akan membuat seseorang mengejar dunia sehingga lupa akan ibadah. Islam telah melarang keras umatnya bersikap boros seperti yang tercantum dalam QS Al-Isra ayat 27

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طَغَىٰ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S Al-Isra ayat 27).

5. Analisis Berita Kelima

Judul : **Koleksi Tas Limited Edition Milik Syahrini, Penasaran Harganya?**

Sumber : Dream.co.id

Isi Artikel : Syahrini tampak memangku tas putih berlogo C ciri khas dari brand Chanel



Gambar 4.5 : Koleksi Tas Limited Edition Milik Syahrini

Dream - Syahrini kerap terlihat menggunakan fashion item yang tergolong unik yang jarang dimiliki selebritas lainnya. Seperti tas dari rumah mode Chanel yang baru-baru ini dipakainya.

Istri Reino Barack ini tampil klasik dan berkelas kala menggunakan inner brokat hitam. Inner berlengan panjang ini dipadukan dengan blazer berwarna *light grey* yang berkelas. Syahrini tampak memangku tas putih berlogo C ciri khas dari *brand* Chanel. Tas mini itu termasuk salah satu koleksi *limited edition* dengan bahan kulit dan sentuhan puff dengan garis-garis.

Tas putih dengan logo Chanel ini memiliki aksesoris zipper berwarna *gold* yang tampak cantik. Senada dengan logonya, chain strap tas mini ini pun berwarna emas dengan sentuhan strap putih yang senada. Penasaran harga tas kotak gemas milik Syahrini ini? Berdasarkan ulasan Instagram @fashionsyahrini2, tas Small Vanity with Chain Case ini dibanderol Rp70 juta.

Analisis	
Makna Denotasi (Makna Sesungguhnya)	Pada kalimat “Syahrini tampak memangku tas putih berlogo C ciri khas dari brand Chanel” menunjukkan gaya hidup yang ditampilkan seorang Syahrini tidaknya seperti pada umumnya orang biasa yang memiliki tingkat ekonomi menengah kebawah. Terlihat dari tas yang dibawanya terlihat tas yang bermerk dan <i>limited edition</i> , hanya orang-orang tertentu saja yang bisa membelinya. Seperti yang diketahui, <i>brand</i> Chanel merupakan <i>brand</i> luar negeri yang memiliki harga fantastis. Syahrini kerap kali memperlihatkan gaya hidup hedon dan serba glamournya dengan barang-barang yang ia kenakan. Hal yang dilakukan Syahrini merupakan sebuah bentuk perilaku konsumtif sebab salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme adalah senang membeli dan menggunakan barang-barang bermerk dengan harga yang mahal tanpa melihat kebutuhan dan

	cenderung hanya untuk memenuhi keinginan dan kepuasan pribadi.
Makna Konotasi (Makna Kiasan)	Makna yang tidak sebenarnya yang direpresentasikan dari artikel diatas yaitu kalimat “Istri Reino Barack ini tampil klasik dan berkelas kala menggunakan inner brokat hitam”. Makna kiasan Klasik dan berkelas disini penampilannya mahal, elegan, glamour, dan membuat orang lain terkesan dengan penampilannya. Syahrini merasa puas dengan gaya hidup yang ia jalani. Dalam konsep hedonisme, kesenangan merupakan hal yang dicari dalam menjalani kehidupannya. Seseorang akan merasakan kepuasan tersendiri jika kebutuhan gaya hidupnya terpenuhi.
Makna Mitos	Saat semakin banyak uang yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula keinginan seseorang untuk membeli barang-barang mewah dan menghabiskan uang tersebut. Tidak sulit bagi orang-orang kaya untuk membeli berbagai barang-barang mewah, seperti tas <i>branded</i> , mobil baru yang <i>limited edition</i> , sampai koleksi barang-barang yang tidak terlalu penting pun dilakukan demi membuat dirinya merasa senang. Mereka melakukannya karena kesenangan mereka dapat diperoleh dari hal-hal tersebut.

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle dream.co.id*, menampilkan kehidupan hedonisme artis yang terlihat senang membeli dan mengenakan barang-barang *branded* dan kehidupan yang serba mewah dalam kesehariannya. Sedangkan dalam islam telah melarang hambanya bermewah-mewah dengan kehidupannya seperti yang tercantum pada Quran surat Al-Isra ayat 27 yang menolak tegas hidup hedonisme dalam bentuk larangan sifat boros.

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S Al-Isra ayat 27).

Representasi yang ditampilkan dalam artikel tersebut sudah terlihat bahwa gaya hidup hedonisme dilakukan untuk menyenangkan dirinya dan merasa puas dengan apa yang digunakan yang merupakan salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme. Selain itu, dalam artikel yang dimuat oleh website dream.co.id tersebut juga kurang sesuai (*clickbait*) dari penulisan judulnya. “Penasaran dengan Harganya?” kalimat tersebut kurang tepat jika dimasukkan dalam judul atau headline. Penggunaan tanda baca seperti tanda tanya tidak sebaiknya dipakai, hal tersebut dilakukan agar membuat penasaran sehingga para pembaca tertarik dan kemudian mengklik berita tautan atau untuk mengunjungi situs berita tersebut.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap artikel di dream.co.id, representasi gaya hedonisme yang para artis melalui pendekatan analisis semiotika Roland Barthes, maka kesimpulan yang terdapat pada artikel yang dimuat di portal media *online* Dream.co.id yaitu terdapat makna denotasi yang merepresentasikan gaya hidup pada artis yang dilihat dari kalimat-kalimat yang menunjukkan gaya hidupnya yang hedon. Kecenderungan gaya hidup hedonisme pada para tokoh yang ditampilkan pada artikel di website Dream.co.id ditunjukkan dengan adanya perilaku konsumtif seperti gemar membeli atau memakai tas dan baju branded, senang berlibur ke luar negeri, menggunakan mobil bermerk, menggelar pernikahan yang mewah dan memberikan berbagai macam souvenir pernikahan, gemar berfoya-foya mrenghamburkan uang, serta belanja secara berlebihan untuk memenuhi kepuasan pribadi.

Selain itu ditemukan juga makna konotasi dari setiap artikel yang menunjukkan gaya hidup yang dilakukan para artis. Mulai dari kata tajir melintir dan *crazy rich* yang menarik perhatian publik dari apa yang dilakukan para kaum hedonisme. Representasi yang ditampilkan dalam artikel terlihat bahwa gaya hidup hedonisme dilakukan untuk menyenangkan pribadi seseorang dan ia akan merasa puas dengan apa yang dilakukannya yang merupakan salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme. Makna mitos yang berkembang di masyarakat juga menunjukkan bahwa perilaku konsumtif biasanya dilakukan oleh orang yang

memiliki kecenderungan bergaya glamour dalam kehidupan sehari-harinya dan seseorang yang memiliki cukup banyak hartanya.

Islam telah melarang dan menolak tegas kehidupan duniawi yang serba mewah atau hedonisme dalam bentuk larangan sifat boros. Media islam seharusnya tidak memberikan informasi yang berisi tentang kehidupan para artis. Dream.co.id yang mengklaim dirinya merupakan sebuah website islami yang menyebarkan informasi seputar nilai-nilai keislaman nyatanya banyak menampilkan berita gaya hidup hedonisme pada artikel yang dimuat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian mengenai representasi gaya hidup hedonisme pada portal media online Dream.co.id pada periode 2022-2023, maka penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada khalayak umum agar lebih memperhatikan bacaan dan informasi ataupun berita yang memberikan manfaat kepada kita. Bacalah informasi atau berita yang sesuai dengan kebutuhan kita.
2. Kepada para pengikut atau followers Dream.co.id baik di instagram maupun di website, agar senantiasa menjadi smart people yang bisa berpikir kritis dan aktif dalam melihat permasalahan yang ada di masyarakat. Selain itu juga agar selalu aktif menyebarkan dakwah melalui media sosial.
3. Kepada website Dream.co.id, untuk terus mengembangkan informasi yang lebih berbobot dan memperhatikan nilai-nilai keislaman serta selalu menyebarkan dakwah melalui tulisan-tulisannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Purwanto. (2020). “*Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID*”. 2, 17.
- Al-Hafiizh, Naufal M. 2018. “*Jurnalisme islam pada Rubrik Khazanah Republika Online dalam Pandangan Dosen Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif pada Dosen Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung)*”. Skripsi. UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Alifah, U. (2016). *Makna Tabdzir dan Israf dalam Al-Quran*. Yogyakarta.
- Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), hlm 36-37
- Bungin, Burhan. 2010. “*Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publikdan Ilmu Sosial Lainnya*”. Jakarta: Kencana.
- Darma, Aliah Yoce. 2009. “*Analisis Wacana Kritis*”. Bandung: Yrama Widya.
- Dwiningtyas, Hapsari. 2018. “*Pengantar Ilmu Komunikasi/John Fiske Edisi ketiga*”, Depok: Rajawali Pers.
- Farida, Nuke. 2013. “*Representasi Hedonisme di Media Massa*”. UG Jurnal Vol.7 No. 09, Depok: Universitas Gunadarma, hlm.1.
- <https://amp.kompas.com/money/read/2022/03/06/115413726/mengenal-hedonisme-definisi-ciri-contoh-dan-dampaknya> diakses pada tanggal 1 maret 2023 pada pukul 14.02
- <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang> diakses pada tanggal 14 april 2023 pukul 10.55
- <https://kbbi.lektur.id/gaya-hidup> diakses pada tanggal 25 juli 2023 pada pukul 11.03
- <https://kbbi.web.id/representasi.html> diakses pada tanggal 28 Maret 2023 pada pukul 11.24
- <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 30 januari 2023 pukul 14.21
- <https://www.gramedia.com/literasi/semotika/> diakses pada tanggal 1 maret 2023 pada pukul 11.30

https://www.kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita_satker diakses pada 15 februari 2023 pukul 10.55

<https://www.kompasiana.com/mawaddahharumannuryusuf4340/61b050e775ead61c4e37bb13/tren-gaya-hidup-selebriiti-masa-kini-hedonisme-yang-dibangun-dari-media-sosial> diakses pada tanggal 11 maret 2023 pada pukul 15.25

<https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/> diakses pada tanggal 27 februari 2023 pukul 21.16

Juniawati. 2014. *“Dakwah Melalui Media Elektronik”*. Jurnal Dakwah, Yogyakarta: UIN SUKA.

Kasman, Suf. 2004. *“Jurnalisme Universal Menelusuri prinsip-prinsip Da’wah Bi Al-Qalam dalam Al-Qur’an”*. Jakarta Selatan: Teraju.

Khasanah, Uswatun Latifah. 2022. *“Analisis Semiotika: Teknik Analisis Data yang Menganalisis Simbol”*. Tangerang: Dqlab.

Madani, Tania Laora. 2021. *“Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual dalam Akun Instagram @bramastavrl”*. Skripsi. Universitas Islam Riau, Pekanbaru.

Malik, Djamaluddin Dedy. 1984. *“Peranan Pers Islam dan Era Informasi”*, Jakarta: Pustaka Panjimas.

Maulina, Dini. 2020. *“Dakwah sebagai Media Integrasi Agama dan Ilmu Pengetahuan”*. Jurnal Ar-Raniry. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Morissan. 2013. *“Teori Komunikasi Individu Hingga Massa”*. Jakarta: kencana.

Mudjiyanto, Bambang & Nur Emilsyah. 2013. *“Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication”*. Jakarta: Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatik

Muis. A. 1989. *“Media Massa Islam dan Era Informasi”*. Jakarta: Pustaka Panjimas.

Nadzir, Misbahun. (2015). Psychological Meaning of money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja Di Kota Malang. Disajikan dalam Psikologi Forum UMM Press

Oktavia, Nur Erska dkk. 2020. *“Representasi Perempuan Berhijab dan Budaya Konsumen dalam Iklan Wardah Exclusive Series in London”*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

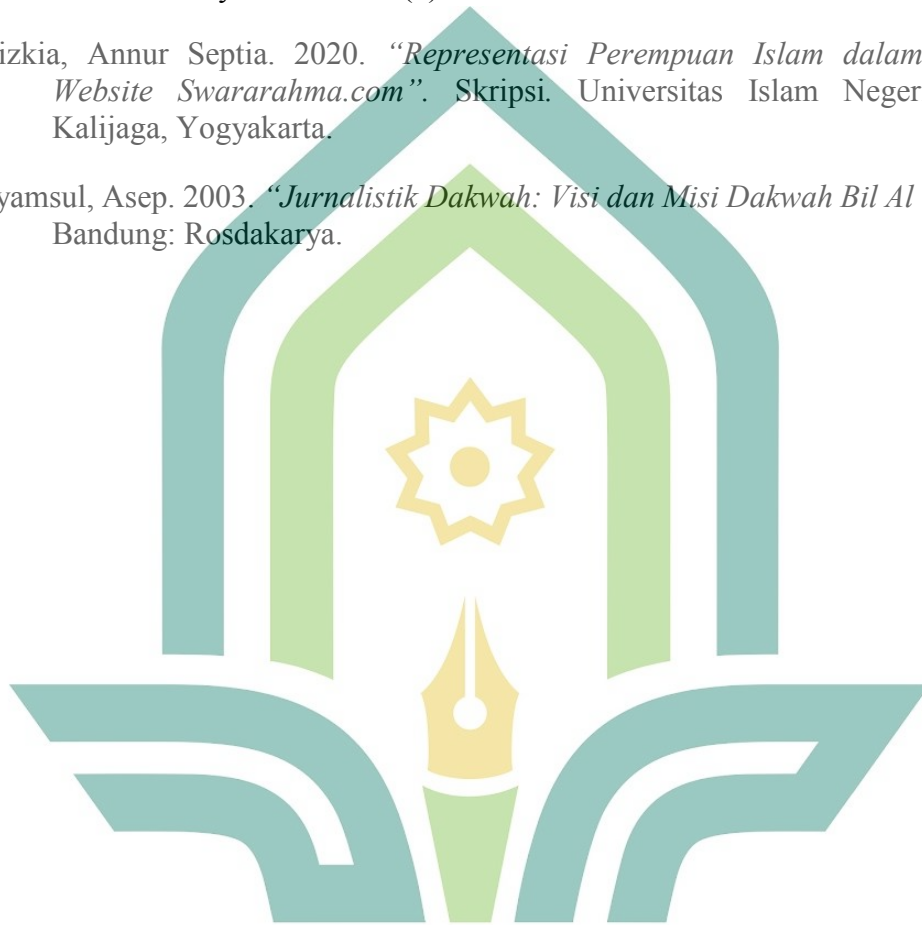
Qudratullah, “*Jurnalistik Islam di Media Massa*” (Makassar: UIN Alaudin, Makassar)

R, Ramli. 2015. “*Dakwah dan Jurnalistik Islam (Perspektif Dakwah Islamiyah)*”. Pare-Pare: STAIN Pare-Pare.

Ridwan Murtadho dan Irsyad Andriyanto, 2019. “*Sikap Boros: Dari Normatif Teks ke Praktik Keluarga Muslim*”, Jurnal Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Oerbankan Syariah Vol 11 (2): 273-284.

Rizkia, Annur Septia. 2020. “*Representasi Perempuan Islam dalam Konten Website Swararagma.com*”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Syamsul, Asep. 2003. “*Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah Bil Al Qolam*”, Bandung: Rosdakarya.



LAMPIRAN

1. Profil Website Dream.co.id



2. Akun Instagram Dream.co.id



3. Gambar Artikel atau Berita 1



4. Gambar Artikel atau Berita 2



5. Gambar Artikel atau Berita 3

Isi Suvenir Pernikahan Lesti-Rizky Billar, Unik dan Mewah

Reporter : Widya Resti Oktaviana
Jumat, 20 Agustus 2021 12:37



Dream – Hari bahagia yang ditunggu-tunggu oleh pasangan selebritis Lesti Kejora dan Rizky Billar pun tiba setelah sempat tertunda. Mereka telah meresmikannya dalam janji suci pernikahan pada Kamis, 19 Agustus 2021. Dan kini keduanya sudah resmi menjadi sepasang suami dan istri.

Pernikahan yang dilaksanakan di Hotel Intercontinental Pondok Indah, Jakarta Selatan itu pun berlangsung sangat mewah. Hal itu karena keduanya sudah mempersiapkan acara tersebut sejak jauh-jauh hari dan acara pun bisa berjalan dengan lancar.



6. Gambar Artikel atau Berita 4

STORIES BEAUTY MODEST FASHION CULINARY SHOWBIZ PARENTING

Pose Angel Karamoy di Tepi Pantai Bikin Riu

Reporter : Amrik Palupi
Sabtu, 30 Juli 2022 09:01

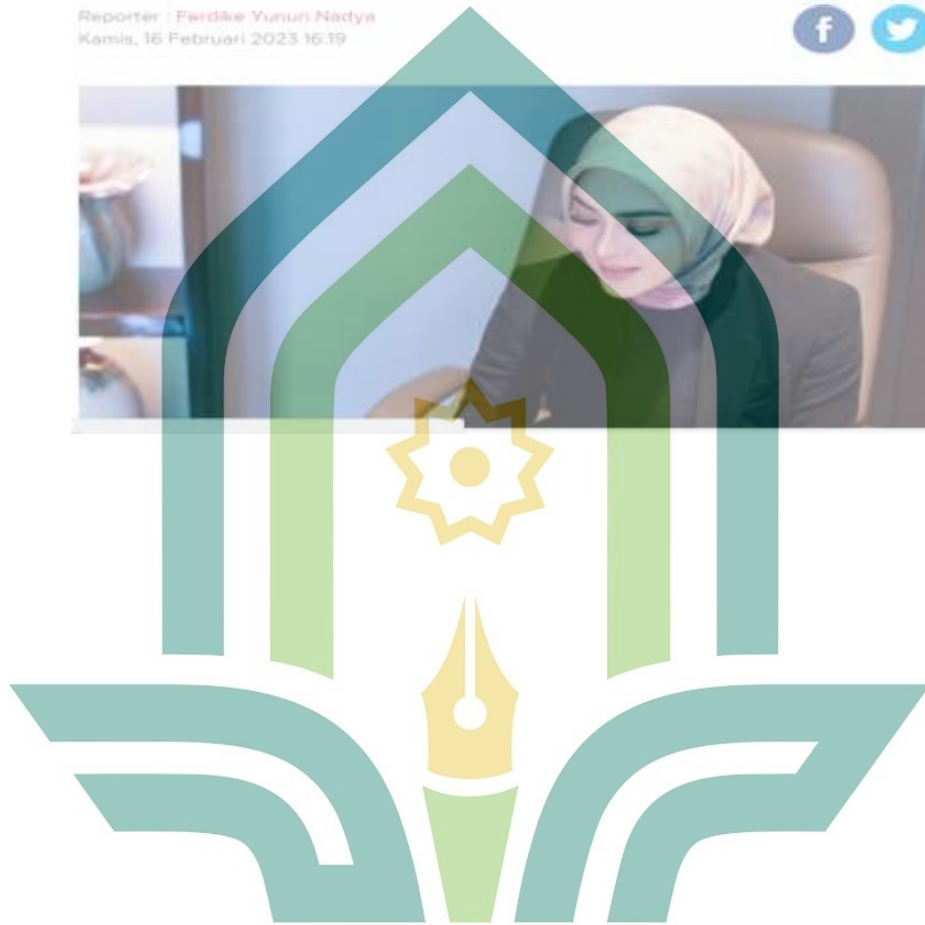


7. Gambar Artikel atau Berita 5

Dreams! STORIES BEAUTY MODEST FASHION CULINARY SHOWBIZ PARENTING

Koleksi Tas Kotak Limited Edition Milik Syahrini, Penasaran Harganya?

Reporter: Ferdike Yunani Nadya
Kamis, 16 Februari 2023 16:19





LEMBAR PEMERIKSAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Drs. H. S. Kohar
NIP : 196607152003021001
Pangkat, Golongan, Ruang : Penata TK.I (III/d)
Jabatan : JFT PIP / Sub Koordinator Akma FUAD

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Fitriyah
NIM : 3419070
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Telah selesai melaksanakan pemeriksaan Skripsi sesuai dengan aturan yang disahkan dan diterapkan di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Oleh karena itu, untuk selanjutnya skripsi saudara/i segera dijilid sesuai dengan warna fakultas dan kode warna yang ditetapkan oleh STATUTA UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Atas perhatian dan kerja sama saudara/i, kami ucapkan terima kasih.

Pekalongan, 22 Agustus 2023

Mengetahui,

a.n. Dekan

Sub. Koordinator AKMA FUAD



Drs. H. S. Kohar

NIP. 196607152003021001



SURAT KETERANGAN SIMILARITY CHECKING

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan menerangkan bahwa naskah skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : Fitriyah
Nim : 3419070
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Representasi Gaya Hidup Hedonisme pada Portal Media Online Dream.co.id

telah melalui tahap *plagiarism checking* menggunakan aplikasi Turnitin, dengan keterangan:

Waktu Submit : 11 Juli 2023
Hasil (Similarity) : 22%

Oleh karenanya naskah tersebut dinyatakan **LOLOS** dari plagiarisme. Surat Keterangan ini berlaku selama (satu) semester sejak diterbitkan untuk dijadikan sebagai syarat pendaftaran ujian munaqasyah skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 11 Juli 2023

Dean,

Secretary of Prodi Komunikasi dan
Penyiaran Islam



Teddy Dyatmika, M.I.Kom



**“REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME PADA PORTAL MEDIA
ONLINE DREAM.CO.ID”**

Fitriyah

3419070

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
E-mail: fitriyahzjm@gmail.com

Abstract

Web dream.co.id claims itself to be a Muslim news platform in Indonesia. However, upon further scrutinizing its contents, not all information uploaded is news with Islamic values. The website contains a lot of information that may lead to jealousy and envy by promoting hedonism. This research aims to determine the representation of the hedonistic lifestyle published by the Muslim online platform dream.co.id. This research also explores how media represents good news or information content that should invite people to do good according to Islamic teachings and how a media claiming to promote Islamic values disseminates and provides information to the public.

This research uses a qualitative method with library research using Roland Barthes's Semiotic Theory which contains a system model for analyzing a meaning, including denotative meaning (true meaning), connotative meaning (figurative meaning), and mythical meaning. Based on the results of data processing, this study shows that the contents of dream.co.id represent the public figure's hedonistic lifestyle. The hedonistic lifestyle represented in the article shows public figures who like to spend money, use branded products, and live extravagantly. Web dream.co.id indicates that those public figures' hedonistic lifestyle is a form of fulfilling personal satisfaction and pleasure, which indicates a hedonistic lifestyle.

Keywords: *Representation, Hedonism, and Islamic Media Platform*

Abstrak

Website dream.co.id yang mengklaim dirinya sebagai platform berita muslim di Indonesia. Namun jika ditelisik lebih jauh isinya, tidak semua informasi yang diunggah merupakan berita yang bernuansa Islami. Website tersebut banyak memuat informasi yang dapat menimbulkan kecemburuan dan iri hati karena mengedepankan hedonisme. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi gaya hidup hedonis yang dipublikasikan oleh platform online muslim dream.co.id. Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana media merepresentasikan konten berita atau informasi baik yang seharusnya mengajak masyarakat berbuat baik sesuai ajaran Islam dan bagaimana media yang mengaku mengedepankan nilai-nilai Islam menyebarkan dan memberikan informasi kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian pustaka (*library research*). Menggunakan teori semiotik Roland Barthes yang memuat model sistem dalam menganalisis sebuah makna, diantaranya makna denotasi (makna sebenarnya), makna konotasi (makna kiasan), dan makna mitos. Berdasarkan hasil pengolahan data, penelitian ini menghasilkan representasi gaya hidup hedonisme para artis yang di muat di konten dream.co.id. Representasi dalam artikel tersebut memuat beragam makna yang dihasilkan. Representasi gaya hidup hedonisme yang ditampilkan dalam artikel terlihat bahwa seseorang yang gemar menghambur-hamburkan uang dan gemar menggunakan barang-barang branded serta berfoya-foya adalah mereka orang yang kaya raya. Mereka melakukan gaya hidup yang hedon guna mendapatkan kepuasan pribadi dan kesenangan yang dicari yang merupakan salah satu indikasi gaya hidup hedonisme.

Kata kunci: *Representasi, Hedonisme, dan Media Online*

PENDAHULUAN

Menurut Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada tahun 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa.¹ Banyaknya pengguna internet ini menjadikan peluang menyebarkan informasi dengan mudah di era digital seperti saat ini. Adanya media *online* memudahkan masyarakat dalam mengakses media sosial ataupun lainnya hanya dengan menggunakan gawai, komputer, dan sebagainya. Adanya kemudahan tersebut menjadikan masyarakat sering mengakses berita melalui situs *online* yang belum tentu baik dan benar adanya informasi yang disampaikan. Banyaknya media Islam yang juga menggunakan teknologi, memungkinkan masyarakat bisa dengan mudah mencari berbagai artikel di mana saja dan kapan saja. Banyaknya media Islam saat ini sudah menjadi suatu bentuk dakwah yang terlihat nyata dan berkembang untuk menyeru dan berdakwah guna memajukan nilai-nilai keislaman.

Namun demikian, banyaknya media Islam saat ini di salah satu sisi membawa kebanggaan bagi umat Islam karena telah memberikan kontribusi nyata

¹<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang> diakses pada tanggal 14 april 2023 pukul 10.55

kepada masyarakat dan sebagai bagian dari kegiatan dakwah.² Di sisi lain, kenyataannya masih terdapat kekhawatiran dan kegelisahan terhadap banyaknya berita dan informasi yang diberikan oleh media Islam yang dapat menimbulkan rasa kekhawatiran, rasa iri, dan perasaan tidak menyukai atau bahkan meniru hal-hal yang kurang baik dari informasi atau berita yang disajikan. Seperti media-media yang hanya memberikan informasi yang tidak terlalu penting mengenai kehidupan hedon para artis, mengekspose kehidupan artis *non muslim* dengan berbusana kurang baik, dan isi berita yang tidak sesuai dengan judulnya atau *clickbait*. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengakses dan penasaran dengan informasi atau berita yang ada sehingga akan menguntungkan untuk situs tersebut mendapatkan lebih banyak *viewers* dengan menampilkan berita hedonisme para artis.

Gaya hidup hedonisme adalah gaya hidup di mana seseorang yang menyukai kemudian membeli barang dan jasa secara berlebihan dengan menempatkan keinginannya di atas kebutuhannya, hal ini akan mengakibatkan pemborosan secara finansial. Perilaku belanja atau konsumtif tidak melihat prioritas kebutuhan yang dibutuhkan saja namun membeli barang yang diinginkan yang dapat diartikan sebagai gaya hidup mewah. Mereka akan berlomba-lomba mendapatkan apa yang mereka mau dengan uangnya sendiri demi menyenangkan perasaan dan melihat status sosialnya yang menengah ke atas. Beberapa faktor yang menyebabkan seseorang melakukan gaya hidup konsumeris adalah berasal dari faktor budaya, kehidupan bersosial, lingkungan, pribadi dan psikologis dari dalam diri seseorang.

Dream.co.id merupakan situs berita *online* muslim di Indonesia maupun mancanegara yang di dalamnya membahas berbagai informasi dan berita seputar perempuan. Konten berita *online* dream.co.id ini terbagi menjadi berbagai jenis, di antaranya konten *news*, kecantikan, *fashion* hijab, kuliner, *showbiz*, *parenting*, *travel*, *dreamitie*, *dinar*, *lifestyle*, *trending*, dan jadwal sholat.³ Situs berita muslim ini banyak menyajikan berita dan informasi seputar kehidupan artis yang dimuat

² A Karim, *Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan dan Peluang*, jurnal ilmiah (STAIN Kudus, 2016)

³ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 30 januari 2023 pukul 14.21

salah satunya dalam konten *lifestyle*. Seperti dilihat dari *taglinenya* yaitu muslim *lifestyle*, dream.co.id banyak memberikan informasi seputar gaya hidup artis baik di Indonesia maupun dari berbagai negara

Dalam konteks media *online*, representasi gaya hidup hedonisme mungkin terlihat dalam artikel atau konten tentang gaya hidup mewah, perjalanan mewah, makanan dan minuman mahal, barang-barang, pakaian dan aksesoris yang mahal, dan kegiatan sosial yang mewah dan eksklusif.⁴ Seperti pada konten yang berjudul “Koleksi Tas Kotak *Limited Edition* Milik Syahrini, Penasaran Harganya?”⁵ Dilihat dari judulnya sudah terlihat bahwa gaya hidup yang ditampilkan syahrini identik dengan *glamour* dengan barang-barang *branded* yang ada di kehidupan sehari-harinya. Namun, penting untuk diingat bahwa representasi ini hanyalah satu sisi dari kehidupan, dan ada banyak gaya hidup lain yang mungkin tidak muncul dalam media *online*. Oleh karena itu, penting untuk tetap bijak dan kritis dalam mengevaluasi informasi yang diperoleh dari media *online*, dan untuk memperhatikan nilai-nilai dan tujuan hidup yang penting bagi diri sendiri.

Ada berbagai media Islam yang hadir dan dibuat sebagai alat untuk menyebarkan informasi serta ilmu pengetahuan yang berpedoman kepada agama Islam.⁶ Media massa khususnya media *online* yang berisi informasi dan berita sangat berpengaruh pada pembaca. Namun pada kenyataannya masih banyak media berita *online* Islam namun tidak memperhatikan nilai-nilai keislaman. Beberapa media diantaranya cenderung menyajikan berita yang lebih mementingkan pembaca (*viewers*) tanpa memperhatikan informasi yang disampaikan itu berisi tentang ajaran-ajaran Islam yang baik agar pembaca mendapatkan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat untuk kehidupan umat muslim.

Selain itu, penggunaan bahasa oleh media jurnalistik harus sesuai dengan jurnalisme Islam, tidak banyak menampilkan berita kehidupan *glamour* para artis yang akan membuat pembaca merasa ingin mengikuti *trend* kehidupan artis yang

⁴ Nuke Farida, *Representasi Hedonisme di Media Massa*, UG Jurnal Vol.7 No. 09 (Depok: Universitas Gunadarma, 2013) hlm.1

⁵ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 21 Februari 2023 pukul 14.11

⁶ Dini Maulina, *Dakwah sebagai Media Integrasi Agama dan Ilmu Pengetahuan*, Jurnal Ar-Raniry (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020)

serba mewah. Sebab dalam islam juga menolak tegas kehidupan duniawi yang serba mewah atau hedonisme dalam bentuk larangan sifat boros. Media islam seharusnya tidak memberikan informasi yang berisi tentang kehidupan para artis yang justru akan membuat masyarakat berghibah dan mendapatkan dosa. Seperti pada portal media *online* dream.co.id yang banyak memberikan informasi ataupun berita tentang kehidupan artis yang terlalu berlebihan dalam hidupnya, kehidupan serba mewah, dan pemborosan harta. Hal tersebut menjadi pemicu masyarakat untuk meniru hal yang tidak baik.⁷

Website berita *online* dream.co.id berada di peringkat 166 di Negara Indonesia dan menduduki peringkat ke 3 dengan kategori *lifestyle* menurut similarweb.com setelah fimale.com dan linktr.ee.⁸ Para pengguna atau pengakses situs berita ini kebanyakan para perempuan sesuai dengan isi konten yang ditampilkan yaitu berita dan informasi kekinian yang diminati oleh para perempuan masa kini. Dalam media sosial instagramnya dream.co.id memiliki jumlah *followers* mencapai 138.000 dengan berjumlah 14.300 *postingan* yang membuktikan situs ini banyak diminati oleh para masyarakat dalam mengakses berita dan informasi.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian karena portal berita *online* dream.co.id ini masuk kedalam 10 besar di Indonesia yang sangat berpengaruh bagi pembacanya. Dream.co.id memberikan informasi seputar kehidupan artis yang bisa mempengaruhi pembaca dengan meniru hal-hal yang kurang baik. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui representasi gaya hidup hedonisme yang dimuat oleh portal *online* muslim dream.co.id. Bagaimana sebuah media merepresentasikan sebuah isi berita atau informasi yang baik yang seharusnya mengajak masyarakat untuk melakukan kebaikan sesuai ajaran islam. Bagaimana media yang mengklaim dirinya Islam menyebarkan dan memberikan informasi kepada khalayak. Tidak memberikan informasi seputar kehidupan artis yang justru akan berdampak buruk di kehidupan yang dijalani.

⁷ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 3 februari 2023 pukul 11.29

⁸ <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/> diakses pada tanggal 27 februari 2023 pukul 21.16

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pustaka (*library research*). Objek kajiannya menggunakan data yang diperoleh melalui telaah, membaca, dan dianalisis dengan berbagai literatur yang ada untuk menghasilkan masalah yang dicari. Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Sementara dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kalimat tertulis ataupun lisan dari suatu masalah yang diamati.

Dalam penelitian ini, subjek merupakan sumber utama atau pihak yang memahami, terlibat, atau bisa juga sebagai pelaku yang berhubungan langsung dengan objek.⁹ Adapun subjek dalam penelitian ini adalah portal media *online* berita dan gaya hidup muslim *dream.co.id*. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah berita-berita terkait kehidupan para artis di portal media *online* berita dan gaya hidup *dream.co.id*.

Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah beberapa artikel berita yang memiliki tema tentang kehidupan hedonisme artis pada periode 2022-2023 dalam portal berita gaya hidup muslim *dream.co.id* (<https://www.dream.co.id/>). Adapun berita *online* yang ditetapkan untuk dianalisis yaitu pemberitaan pada periode 2022-2023. Mengambil 5 berita karena dari periode tersebut berita tentang hedonisme para artis terdapat kurang lebih 50 berita. Maka diambil 5 berita yang paling sesuai untuk dijadikan sampel karena 5 berita tersebut sesuai dengan isi yang ada didalamnya yaitu gaya hidup hedonisme artis yang dimuat di *dream.co.id* yang kemudian akan dianalisis dengan teori semiotika. Adapun dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder berupa transkrip buku, media *online*, skripsi, tesis dan jurnal nasional maupun internasional.

⁹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm 76

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi dari laporan-laporan yang ada di daring. Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui suatu objek yang diteliti untuk mendapatkan data yang diperlukan pada penelitian dengan disertai pencatatan masalah yang akan diteliti. Metode Dokumentasi diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data dengan menggunakan data-data yang berkaitan dengan penelitian. Dalam metode dokumentasi, sumber data yang diperoleh berupa data-data yang sifatnya tertulis atau tercatat yang berhubungan dengan judul penelitian. Peneliti menghimpun data dari artikel-artikel berita di portal media *online* yaitu *dream.co.id* untuk selanjutnya bisa dianalisis.

Suatu proses penyerderhanaan data agar lebih mudah dipahami disebut dengan analisis data. Analisis data dilakukan untuk mencari tahu fenomena dan mendapatkan gambaran akhir agar lebih jelas dalam menganalisis makna dalam informasi tersebut.¹⁰ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes sebagai teknik analisis data. Analisis semiotika yaitu sebuah metode dari penelitian kualitatif yang bisa digunakan untuk menganalisis suatu teks, bahasa, dan percakapan. Analisis semiotika adalah sebuah teknik analisis data kualitatif yang tujuannya untuk menghasikan temuan atau analisis simbol atau tanda dalam sebuah teks secara teratur atau sistematis.¹¹

Analisis semiotika model Roland Barthes yang digunakan peneliti ini untuk mengetahui representasi yang ada dalam pemberitaan hedonisme di portal media *online* *dream.co.id*. Komponen atau alat dalam analisis semiotik ini yaitu terdiri dari makna Denotasi, makna Konotasi, dan Mitos. Makna denotasi yaitu makna kata yang sesuai dengan makna sesungguhnya atau bisa disebut dengan makna harfiah. Kemudian pada tahapan kedua ada makna konotasi, yang merupakan makna kata kiasan atau makna kata yang tidak sesungguhnya. Mitos yaitu sebuah bentuk terciptanya ideologi. Mitos mengandung penafsiran atau

¹⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada,2010), hlm. 115.

¹¹ Latifah Uswatun Khasanah, "*Analisis Semiotika: Teknik Analisis Data yang Menganalisis Simbol*", (Tangerang: Dqlab. 2022)

anggapan berdasarkan observasi. Mitos dalam semiotika yaitu proses yang menghasilkan makna yang tidak mendalam.

REPRESENTASI

Representasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *representation*, yang artinya perwakilan, gambaran, menggambarkan sesuatu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi merupakan suatu keadaan ataupun perbuatan yang mewakili hal lain untuk menghasilkan makna.¹² Representasi merupakan suatu hal yang mewakili sebuah tindakan yang ditampilkan dalam sebuah teks. Representasi adalah kata yang sering dipakai dalam berbagai konteks. Representasi berarti mengungkap informasi yang penting, secara tertulis maupun lisan, sehingga dapat membantu mereka yang terkena dampak mengambil tindakan yang tepat. John Fiske mendefinisikan representasi sebagai asumsi, yang berlaku dalam praktik, bahwa konten media bukanlah realitas murni, sehingga representasi lebih baik dilihat sebagai cara mereka membangun versi realitas dengan cara tertentu yang bergantung pada status sosial dan kepentingan mereka. Pandangan Fiske tentang representasi ini berlaku pada proses kerja media secara umum. Mengacu pada hubungan antara representasi dan realitas yang diciptakan oleh media.¹³

Sedangkan representasi menurut Stuart Hall yaitu suatu konsep berpikir yang menghasilkan makna melalui bahasa. Hal ini yaitu keterkaitan antara konsep dan bahasa yang diorientasikan dalam objek, orang atau tubuh. Menurut Stuart Hall representasi adalah sebuah produksi konsep makna dalam pikiran melalui bahasa. Ini adalah hubungan antara konsep dan bahasa yang menggambarkan objek, orang, atau bahkan peristiwa yang nyata ke dalam objek, orang, maupun peristiwa fiksi. Stuart Hall mempercayai bahwa representasi merupakan "proses suatu budaya memakai bahasa untuk menciptakan sebuah makna".¹⁴ Hal ini tentang mengatur tanda-tanda yang kita gunakan untuk memahami dunia ke dalam nilai ideologis yang lebih

¹² <https://kbbi.web.id/representasi.html> diakses pada tanggal 28 Maret 2023 pada pukul 11.24

¹³ Jhon Fiske, *Cultural and Communication studies*, (Yogyakarta, 2004), hlm. 10

¹⁴ Stuart Hall. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. (London: Sage Publications, 1997).

luas. Makna ini tidak tetap atau "nyata", mereka dihasilkan dan didefinisikan oleh masyarakat.

Representasi merupakan bagaimana sebuah teks media menampilkan gender, umur, asal etnis, identitas nasional dan daerah, masalah dan peristiwa sosial dan menyajikannya kepada khalayak umum. Teks media memiliki kekuatan untuk menghasilkan ilmu dan pemahaman publik mengenai isu-isu penting tersebut. Hal ini menjadikan mereka lebih efektif dalam mempengaruhi kreativitas dan sikap. Representasi mengarahkan pada gagasan akan segala sesuatu yang dilihat atau didengar di media dikonstruksikan. Penyajiannya sendiri bisa bermacam-macam bentuknya, seperti siaran radio, siaran televisi, bentuk film, foto, dan artikel yang dimuat dalam surat kabar.

Dari teori representasi yang telah dipaparkan, dapat diambil kesimpulannya bahwa representasi adalah sebuah proses untuk menghasilkan makna yang sudah ada dibenak kita dan dicantumkan lewat sebuah teks atau bahasa. Proses pemaknaan tersebut dihadirkan melalui sebuah representasi dengan merujuk pada sebuah media termasuk media massa maupun media *online* tentang segala sesuatu yang dibangunnya dan bagaimana cara kita menafsirkannya. Dari uraian representasi tersebut maka bentuk representasi yang digunakan penulis disini adalah representasi yang dilihat melalui konten artikel atau berita yang dinarasikan dalam portal media *online* dream.co.id.

TEORI SEMIOTIKA

Menurut Roland Barthes yang merupakan salah satu tokoh terbesar dalam dunia semiotika, berpendapat bahwa semiotika adalah ilmu yang menafsirkan tanda-tanda, dimana bahasa juga merupakan gabungan dari tanda-tanda yang membawa pesan tertentu tentang masyarakat.¹⁵ Tanda juga bisa berupa lagu, dialog, catatan, logo, gambar, ekspresi wajah, dan gerak tubuh. Barthes menciptakan model analisis menjadi tiga, yaitu makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos. Denotasi yaitu suatu makna yang mengungkapkan makna yang jelas dan nyata. Dapat diartikan,

¹⁵ <https://www.gramedia.com/literasi/semotika/> diakses pada tanggal 1 maret 2023 pada pukul 11.30

makna denotasi yakni makna yang sesungguhnya. Makna konotasi merupakan pemaknaan tataran kedua, konotasi menggambarkan hubungan ketika tanda tersebut bercampur dengan emosi atau perasaan. Mitos yaitu suatu hal atau bentuk bagaimana ideologi tercipta. Mitos mengandung penafsiran atau anggapan berdasarkan observasi. Mitos dalam semiotika yaitu suatu proses yang menghasilkan makna yang tidak mendalam. Mitos hanya mewakili makna dari sesuatu yang tampak.¹⁶

GAYA HIDUP HEDONISME

Kata hedonisme sudah muncul sejak awal munculnya filsafat, atau saat manusia mulai berfilsafat pada tahun 433 Sebelum Masehi. Epikuros lahir tahun 342 SM di kota Samos, Yunani, dan meninggal di Atena tahun 270 SM (Albert E. Avey: 1954: 23).¹⁷ Paham ini muncul ketika Socrates, salah satu filsuf paling terkenal mempertanyakan tentang tujuan hidup manusia di dunia ini. Pertanyaan tersebut akhirnya melahirkan pandangan hedonisme sebagai jawaban dari muridnya. Pada masa itu hedonisme bukan untuk menggambarkan perilaku negatif, melainkan untuk mendeskripsikan esensi dari eksistensial manusia di muka bumi berbeda makhluk yang lain. Jawaban atas pertanyaan Socrates kemudian menjadi pandangan hedonisme yang berawal dari pemikiran beberapa filsuf lainnya, seperti Aristippus dan Epikuros. Kedua filsuf ini memiliki pandangan berbeda terhadap hedonisme. Aristippus menggambarkan semua kesenangan manusia bersifat fisik, selanjutnya berbagai orang yang mendeskripsikan pemikiran ini di masa-masa modern pada akhirnya memiliki pandangan dengan garis besar yang sama, bahwa hedonisme adalah pandangan seseorang yang berusaha hidup untuk mencari kesenangan sebagai tujuan paling penting, terutama untuk dirinya sendiri.¹⁸

¹⁶ Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan dalam Pencarian Informasi Kesehatan" Jurnal Lontar Vol.6, 2018.

¹⁷ Lorens Bagus. 2000, Kamus Filsafat. Jakarta: Gramedia. Hlm. 282

¹⁸ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Hedonisme> diakses pada tanggal 11 juni 2023 pada pukul 09.35

Dalam kamus Al-Munawwir disebutkan sebagai berikut: Hedonisme adalah sebuah aliran yang mengatakan bahwa sesungguhnya kelezatan dan kebahagiaan adalah tujuan utama dalam hidup. Kemudian dalam Ensiklopedia Bahasa Indonesia disebutkan bahwa hedonisme adalah paham yang berpendapat bahwa kepuasan merupakan satu-satunya alasan dalam tindak susila. Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan. (Franz Magnis-Suseno:1987:114).

Konsep moral dari hedonisme menyamakan kebaikan dengan kesenangan. Jadi semua kesenangan dan kenikmatan secara fisik selalu membawa kebaikan. Pandangan hidup ini mengajarkan bahwa pemujaan terhadap kesenangan dan kenikmatan dunia harus dikejar, dan itulah tujuan hidup yang paling hakiki bagi manusia. Pandangan hidup seperti yang banyak dan hampir semua umat manusia menerima dan menjadikannya sebagai tolok ukur dalam gaya hidup.

Teori ini juga cenderung mengajarkan, bahwa untuk mendapat kesenangan dan kenikmatan serta kebahagiaan, tidak perlu menunggu di surga, karna manusia setelah mati tammatlah riwayatnya dan kalimat yang sering diucapkan oleh para hedonis:” kita tidak perlu pergi kesurga untuk mengalami kebahagiaan, karena di dunia , kenikmatan dan kebahagiaan serta kesenangan telah tersedia untuk dinikmati.

Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup.¹⁹ Bagi para penganut paham ini, bersenang-senang, pesta-pora, dan pelesiran merupakan tujuan utama hidup, entah itu menyenangkan bagi oranglain atau tidak. Karena mereka beranggapan hidup ini hanya sekali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup senikmat-nikmatnya. Kenyataan secara empiris kondisi kehidupan kepemudaan saat ini mengalami kemunduran, bahkan degradasi dibanding dengan sepak terjang generasi-generasi pendahulunya. Kepemudaan saat ini didominasi pengaruh budaya asing dan derasnya arus globalisasi melalui teknologi informasi dan

¹⁹ Lorens Bagus. 2000, *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia. Hlm. 288

perkembangan komunikasi antar bangsa yang membawa budaya baru bagi identitas kebangsaan seseorang (Sunatra: 2016, 128).

PANDANGAN ISLAM MENGENAI KEHIDUPAN HEDONISME

Islam melarang umatnya dalam hal kehidupan yang bermewah-mewah. Al-quran memperingatkan umat manusia agar senantiasa waspada terhadap gaya hidup yang menghambur-hamburkan harta dengan dengan ancaman siksaan yang amat pedih, baik ketika berada di alam barzakh maupun di alam akhirat kelak. Hal ini terlihat jelas ancaman terhadap orang-orang yang selama hidupnya hanya sibuk mengurus urusan-urusan duniawi sampai mereka masuk ke liang lahat sedang mereka tidak sempat bertaubat. Mereka pasti akan mengetahui akibat perbuatan tidak ada keraguan lagi bahwa di alam barzakh manusia dihidupkan lagi sebagaimana mereka hidup di dunia untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan Munkar, Nakir dan menjalani apa-apa yang telah dipersiapkan Allah baik berupa kemuliaan maupun siksa akibat perbuatan yang telah dilakukan selama hidup di dunia. Huzzli menjelaskan bahwa islam tidak melarang umatnya untuk mencapai kebahagiaan didalam hidupnya. Akan tetapi, mengejar kebahagiaan akan membuatnya lupa dalam beribadah kepada Allah.²⁰ Selain itu, kebahagiaan dunia bersifat sementara. Bermegah-megahan adalah salah satu jalan umat manusia untuk mengikuti hawa nafsunya. Qurtuby mengatakan bahwa hawa nafsu adalah perusak dan jikalau kita mengikutinya, akan membahayakan pribadi tersebut.

Dalam pandangan Islam tentang kehidupan hedon sangatlah penting, agar seseorang berhati-hati dalam menggunakan kekayaannya atau dalam membelanjakan sesuatu. Al-Qur'an dan hadist memberikan berbagai petunjuk yang jelas agar perilaku konsumsi manusia menjadi terarah dan dijaukan dari sifat hina karena perilaku konsumsinya. Di masa sekarang gaya hidup hedonisme semakin sering ditemui. Tujuan konsumsi dalam islam adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Pemenuhan kebutuhan (konsumsi) untuk pengabdian kepada Allah akan menjadikannya bernilai ibadah yang berpahala.

²⁰ Hussin, Huzzli. Menangani Penetrasi Budaya Hedonisme di Kalangan Mahasiswa: Satu Penyelesaian Menurut Perspektif Islam dan Kauselin. Jurnal JESKaPe, vol.4, No. 1. 2020.

Dalam kenyataannya, manusia dituntut untuk mencari rezeki, mengkonsumsi sesuatu yang halal dan tidak boleh berlebihan.

Dalam Al-Qur'an, sikap boros terkadang diungkapkan dengan istilah israf dan terkadang dengan istilah tabdzir. Kata israf berasal dari bahasa Arab "Asrafa-Yusrifu-Israfan" yang berarti: memboroskan atau melampaui batas. Kata israf dan derivasinya yang disebutkan pada Al-Quran diartikan dengan berlebih-lebihan dan melampaui batas atau yang dengan bahasa mudah disebut boros. Larangan israf (boros) tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman yang bisa membahayakan akal dan badan, namun larangan tersebut juga berlaku pada berhias. Malah menurut al-Thabaridari riwayat Atha', larangan israf (boros) berlaku untuk semua urusan (Shabuni, 1996: 2/731). Selain kata israf, Alquran juga menyebutkan kata tabdzir (membazir) yang menjadi batasan konsumsi. Kata tabdzir berasal dari bahasa Arab Badzdzara- Yubadzdziru-Tabdziran yang berarti memboroskan atau menghambur-hamburkan. Kata tabdzir dengan derivasinya disebut dalam Alquran sebanyak 2 kali di satu surat, yaitu; QS. al-Isra': 26 dan 27.²¹

MEDIA ONLINE

Media *online* dapat diartikan sebagai jenis komunikasi *online* dengan segala bentuk format media yang hanya dapat diakses melalui internet, seperti teks, foto, video dan suara. Media *online* didefinisikan sebagai media yang tersedia secara *online* dan dapat diakses melalui internet atau *website online*. Media *online* merupakan jenis jurnalisme *online* di mana peristiwa dilaporkan berdasarkan informasi terkini dan dibuat berdasarkan fakta yang ada kemudian dibagikan secara *online*. Salah satu saluran paling populer bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi dan berita mereka adalah media *online*.²²

²¹ Alifah, U. (2016). *Makna Tabdzir dan Israf dalam Al-Quran*. Yogyakarta.

²² Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), hlm 34.

DREAM.CO.ID

Dream.co.id merupakan situs berita *online* muslim di Indonesia maupun mancanegara yang di dalamnya membahas berbagai informasi dan berita seputar perempuan. Konten berita *online* dream.co.id ini terbagi menjadi berbagai jenis, di antaranya konten *news*, kecantikan, *fashion* hijab, kuliner, *showbiz*, *parenting*, *travel*, *dreamtie*, *dinar*, *lifestyle*, *trending*, dan *jadwal sholat*.²³ Situs berita muslim ini banyak menyajikan berita dan informasi seputar kehidupan artis yang dimuat salah satunya dalam konten *lifestyle*. Seperti dilihat dari *taglinenya* yaitu muslim *lifestyle*, dream.co.id banyak memberikan informasi seputar gaya hidup artis baik di Indonesia maupun dari berbagai Negara.

Dream.co.id mulai beroperasi pada bulan April 2014. Menjadi situs muslim lifestyle pertama di Indonesia yang fokus pada selebritis, kuliner, gaya hidup, kecantikan, kesehatan, *parenting*, *travel*, ekonomi syariah, dan komunitas para hijaber. Juga menyajikan kisah-kisah inspiratif yang menggugah hati, sahabat bagi hijaber dan muslimah. Dream.co.id menyajikan berita-berita terbaru yang juga mengupas sisi positif para artis, peristiwa-peristiwa menarik baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Dream.co.id tumbuh pesat menjadi salah satu media muslim lifestyle terbesar dengan bahasan terluas.



Gambar 1.1: Logo Website Dream.co.id

Media *online* Dream.co.id memiliki filosofi menarik dengan adanya perpaduan banyak warna pada logo Dream.co.id mengandung unsur keberagaman, keceriaan, penuh semangat, dan kesuksesan. Dalam arti lain, Dream.co.id berharap keceriaan, semangat, dan kesuksesan selalu menyertai perjalanan menjadi portal papan atas di Indonesia, dan bisa menjadi suatu kebanggaan tersendiri bagi semua

²³ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 25 maret 2023 pukul 14.21

pembacanya. menggunakan simbol gambar seorang perempuan yang disesuaikan dengan isi kontennya yang kebanyakan memberikan informasi seputar perempuan.

Selain itu, Pada logo ini menampilkan gambar seorang perempuan berhijab yang tercantumkan di huruf “D” atau diawal tulisan logo tersebut. Dalam logo tersebut terlihat seorang perempuan muslim yang diartikan sebagai *website online* yang memberikan informasi, inspirasi, serta motivasi untuk seluruh wanita muslim di Indonesia maupun di mancanegara. Sesuai dengan namanya “Dream” yang berarti mimpi, *website* ini banyak memberikan informasi dan inspirasi muslimah agar lebih baik dalam menjalani kehidupan dengan membaca konten-konten yang disajikan.

Dengan *tagline* “ Muslim Lifestyle”, Dream.co.id berupaya memberikan informasi maupun berita yang mengandung nilai-nilai keagamaan khususnya islam, memberikan pengaruh baik terhadap para pembaca dengan isi konten yang baik.²⁴ *Website* yang memfokuskan pada konten *lifestyle* perempuan muslim yang menambah wawasan serta ilmu pengetahuan seputar gaya hidup dan informasi penting lainnya seputar kehidupan perempuan. Menjasi sebuah cerminan untuk menyajikan berita gaya hidup muslim Indonesia yang *up to date* setiap saat dan setiap waktu.

PEMBAHASAN

REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME PADA PORTAL MEDIA ONLINE DREAM.CO.ID

A. ANALISIS TEMUAN

Dalam melihat representasi gaya hidup hedonisme ini, peneliti berupaya untuk membaca dan mengamati tiap artikel berulang-ulang agar lebih rinci mengenai hasil temuan data berupa gaya hidup hedonisme yang diperlihatkan dalam sebuah artikel yang dimuat pada *website* dream.co.id. Gaya hidup

²⁴ <https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 26 mei 2023 pukul 14.11

hedonisme para artis yang ditunjukkan pada portal media *online* dream.co.id sebagian besar mengarah pada adanya perilaku konsumtif yaitu berupa membelanjakan atau konsumsi barang-barang secara berlebihan dan lebih memilih menuruti keinginannya agar terlihat berkelas daripada membeli barang yang dibutuhkan saja. Berdasarkan temuan hasil penelitian tersebut maka dapat diketahui bagaimana representasi yang dilakukan oleh Dream.co.id.



1. Analisis berita/artikel pertama

Judul : **Gaya Hedon ‘Crazy Rich Dubai’ yang Viral, Beli Kado Rp 215 Juta untuk Diri Sendiri!**

Sumber : Dream.co.id

Isi artikel : Dubai merupakan salah satu Kota di Uni Emirat Arab (UEA) yang begitu lekat dengan kemewahan. Kebanyakan dari mereka merupakan raja minyak. Kekayaan mereka yang melimpah biasanya terlihat dari mobil mewah, ATM emas dan harta yang seolah-olah tidak ada habisnya. Begitu pula wanita yang dijuluki *crazy rich* Dubai berikut ini.

Wanita tajir melintir itu bernama Lailli Mirza. Dimana Ia selalu menghabiskan uangnya untuk berfoya-foya. Bahkan, Ia selalu membelikan kado untuk dirinya sendiri saat hari ulang tahunnya tiba. Tak tanggung-tanggung, Lailli menyiapkan uang sebesar Rp200 Juta untuk membeli barang-barang yang Ia sukai.

Bahkan, Ia selalu membelikan kado untuk dirinya sendiri saat hari ulang tahunnya tiba. Hal tersebut dilakukan karena Ia tak percaya dengan selera orang lain. Bahkan, keluarganya sekalipun. Ia bahkan, memilih menerima hadiah berubah uang tunai daripada barang dari orang lain. Tak tanggung-tanggung, Lailli menyiapkan uang sebesar Rp215 Juta untuk membeli barang-barang yang Ia sukai.

Analisis	
	Makna denotasi pada artikel di atas yang menunjukkan representasi gaya hidup hedonisme lewat kemewahan terdapat pada kalimat “ia selalu menghabiskan uangnya untuk berfoya-foya” hal tersebut menunjukkan bahwa wanita tersebut memiliki gaya hidup <i>glamour</i>

<p>Makna Denotasi (Makna Sesungguhnya)</p>	<p>yang senang dengan kemewahan. Baginya kesenangan adalah hal yang harus dilakukan demi mendapatkan kehidupan yang nyaman dan bahagia. Terlihat bahwa ia seseorang yang suka berfoya-foya menghabiskan uangnya untuk kehidupan pribadinya.</p> <p>“Kekayaan mereka yang melimpah biasanya terlihat dari mobil mewah, ATM emas dan harta yang seolah-olah tidak ada habisnya”. Kekayaan yang ia punya membuat kehidupan yang dijalani serba glamour dan berbeda dengan orang lain. Biasanya ATM berisi dengan uang yang ada di dalamnya, namun saking hedon kehidupannya, ia membuat sendiri ATM emas untuk penyimpanan kekayaannya.</p>
<p>Makna Konotasi (Makna Kiasan)</p>	<p>Dalam artikel di atas terdapat kalimat kiasan yang menunjukkan bahwa Lailli merupakan seseorang yang kaya raya yang ingin diakui seluruh dunia dengan mengupload gaya hidup yang dijalannya lewat media sosial pribadi. Terkenal dengan sebutan “tajir melintir” yang cocok disematkan kepadanya karena memiliki kekayaan yang tanpa habisnya. Kekayaan yang mungkin tidak akan habis sampai tujuh turunan. Ia juga sering disebut sebagai ‘<i>Crazy Rich</i>’</p>

	karena memiliki kekayaan yang tidak pada umumnya.
Makna Mitos	Kekayaan memang membuat seseorang lupa dengan segalanya termasuk pedoman dalam islam yang melarang bersikap boros. Sehingga tak jarang seseorang yang memiliki kecukupan materi senang menghambur hamburkan uang demi mendapatkan kepuasan pribadi dan pengakuan dari orang lain. Seperti yang terlihat oleh sosok Lailli yang senang memamerkan kekayaannya lewat barang-barang branded, menggunakan mobil mewah, dan gemar <i>flexing</i> agar diakui oleh publik. Kesenangan baginya adalah hal yang wajib dilakukan agar mencapai kebanggaan untuk dirinya dan merasa terpandang.

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle* dream.co.id, menampilkan kehidupan hedonisme seorang *crazy rich* Dubai yang terlihat senang membeli dan mengenakan barang-barang *branded*, kendaraan mewah, senang berfoya-foya dan kehidupan yang serba mewah dalam kesehariannya. Representasi yang ditampilkan dalam artikel tersebut sudah terlihat bahwa gaya hidup hedonisme dilakukan untuk menyenangkan dirinya dan merasa puas dengan apa yang digunakan yang merupakan salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme. Bahkan tokoh Lailli rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit hanya untuk

membeli kado untuk dirinya sendiri saat hari ulang tahunnya dan enggan diberikan kado dari orang lain karena tidak percaya dengan selera orang lain.

Islam telah melarang seseorang untuk menghamburkan uang dengan larangan sikap boros. Membeli dan menggunakan barang serta fasilitas yang mewah hanya untuk kepentingan pribadi guna menyenangkan diri akan membuat seseorang mengejar dunia sehingga lupa akan ibadah. Islam telah melarang keras umatnya bersikap berlebih-lebihan. Seperti yang telah tercantum pada Al-Quran Surat Al-A'raf ayat 31

المُسْرِفِينَ يُحِبُّ لَا إِنَّهُ تُسْرِفُونَ وَلَا وَاشْرَبُوا وَكُلُوا مَسْجِدٍ كُلِّ عِنْدَ زِينَتِكُمْ خُدُوا اَدَمَ بَيْنِي

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.²⁵

Hal tersebut sebenarnya kurang baik diperlihatkan untuk pembaca khalayak umum, apalagi memperlihatkan gaya hidup yang terlalu hedon membuat munculnya opini publik akan kekayaannya tersebut. Tidak seharusnya media yang mengklaim dirinya sebuah media muslim menampilkan dan memberikan informasi tentang kehedonan seseorang yang tidak terlalu penting dan dapat menimbulkan keiri dengkan masyarakat yang kurang menyaring informasi.

2. Analisis Berita Kedua

Judul: **Wow! Perdana Belanja Bulanan Bareng Jess No Limit, Sisca Kohl Habiskan Rp22,6 Jutaan**

Sumber : Dream.co.id

Isi artikel : Dream - Sisca Kohl dan Jess No Limit memperlihatkan momen belanja bulanan ke supermarket untuk pertama kalinya setelah mereka menikah.

²⁵ <https://tafsirweb.com/2485-surat-al-araf-ayat-31.html> diakses pada tanggal 18 agustus 2023 pada pukul 21.23

" Ini pertama kali kita belanja bulanan buat kayak keperluan kita sebagai suami istri ya, udah siap, lets go," kata Jess No Limit dikutip dari YouTubanya, Senin 5 Desember 2022.

Kemudian mereka berkeliling menyusuri lorong-lorong supermarket, memilih keperluan sehari-hari. Pria bernama lengkap Tobias Justin membantu istrinya membaca list belanjaan yang dicatat di ponsel sembari mendorong troli. Sedangkan Sisca Kohl mengambil belanjaan dan memasukkan ke dalam troli yang di dorong oleh suaminya. Sese kali Jess No Limit juga mengambil barang atau memasukan ke troli. Akhirnya pasangan ini selesai belanja dan waktunya membayar ke kasir.

" Oke sekarang kita bayar saat bayar," kata Jess No Limit.

" Totalnya Rp22.646.065," kata petugas supermarket.

" Iya, terimakasih," kata Jess No Limit.

Selesai membayar mereka memasukkan semua belanjaan ke dalam mobil. Tampak belakang mobil pasangan muda ini penuh dengan barang-barang belanjaan.

" Oke guys ini sudah penuh banget. Saatnya kita pulang," kata Jess No Limit. " Oke sekian belanja bulanan Sisca Kohl dan Jess No Limit sebagai pengantin baru," kata Sisca Kohl.

Sebelumnya, Jess No Limit dan Sisca Kohl bagi-bagi hadiah berupa emas ke netizen.

Pasangan konten kreator Sisca Kohl dan Jess No Limit resmi berstatus sebagai suami istri setelah menikah pada 10 Oktober 2022 lalu. Sisca Kohl dan Jess No Limit pun menyampaikan ucapan terima kasih kepada orang-orang yang sudah mendoakannya dalam Instagram. " Terima kasih atas ucapan dan doa untuk pernikahan kami. Mohon maaf, kami tidak bisa balas satu persatu," kata Jess No Limit dan Sisca Kohl dalam unggahan Instagramnya.

Tidak hanya kata terima kasih, pasangan yang dikenal tajir melintir itu pun mengumumkan akan membagikan *souvenir* pernikahan mereka

untuk orang yang beruntung mendapatkannya. Bukan main-main, souvenir itu berupa emas batangan. Emas batangan itu dikemas dengan frame keemasan yang semakin menambah kesan mahal dan elegan. Puluhan souvenir emas tersebut terjejer rapi di sebuah meja.

Keduanya pun menginfokan syarat untuk mendapatkan *souvenir* spesial ini adalah *mensubscribe channel YouTube* Sisca Kohl maupun Jess No Limit. Wanita bernama lengkap Fransisca Fortunata bersama suaminya itu juga menuliskan nama masing-masing dan tanggal pernikahan dalam *souvenir*. Keasliannya juga tak diragukan lagi, sepaket souvenir emas ini dilengkapi dengan nomor seri. *Postingan* itu seketika dibanjiri komentar warganet yang menginginkan *souvenir* emas batangan itu.

Analisis	
Makna Denotasi (Makna Sesungguhnya)	Pada artikel di atas, pasangan Jess No Limit dan Sisca Kohl tersebut terlihat seperti pasangan muda yang kaya raya dan senang melakukan cara hedon untuk mendapatkan kesenangannya. Seperti gemar berbelanja bulanan di supermarket dengan menghabiskan puluhan juta dalam sekali belanja yang terlihat pada artikel tersebut. Selain itu, pasangan tersebut juga memberikan hadiah yang tidak biasa seperti memberikan emas batangan untuk souvenir pernikahan mereka. Apa yang dilakukan Jess No Limit dan Siska Kohl dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif karena salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme adalah membeli barang-barang tanpa mempertimbangkan kebutuhannya hanya untuk menuruti keinginannya. Seperti konsep hedonisme yang menganggap bahwa kesenangan

	<p>dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup.²⁶ Dari hal yang dilakukan tersebut terlihat bahwa pasangan ini merupakan pasangan yang suka dengan kehidupan hedon yang dijalannya karena banyak memiliki uang sehingga mudah sekali melakukan hal apapun yang mereka inginkan. Dalam hal ini yaitu demi memberi kepuasan kepada pasangannya. Padahal dalam islam telah melarang seseorang menghamburkan hartanya.</p>
<p>Makna Konotasi (Makna Kiasan)</p>	<p>Dalam artikel tersebut, penulis ingin menyampaikan kepada pembaca bahwa kehidupan yang dijalani pasangan tersebut sangatlah mewah karena banyaknya harta yang dimiliki. Sehingga penulis menyampaikan informasi tersebut kepada khalayak dengan mengandung makna konotasi atau makna kiasan. Hal ini ditunjukkan pada kalimat “Tajir Melintir” yang dimana kata tersebut merupakan kata kiasan yang menunjukkan seseorang yang sangat kaya raya yang mampu membeli dan melakukan apapun yang mereka inginkan. Sehingga sesuai dengan konsep hedonisme disini yang menunjukkan bahwa kenikmatan dan kesenangan merupakan hal yang perlu dalam menjalani kehidupannya.</p> <p>Kesenangan yang dilakukan pasangan tersebut tidak diperlihatkan di dunia nyata saja namun</p>

²⁶ Lorens Bagus. 2000, Kamus Filsafat. Jakarta: Gramedia. Hlm. 288

	<p>mereka memperlihatkannya di dunia maya dengan <i>memposting</i> kehidupannya yang seba mewah itu melalui media sosialnya. Pada kalimat "<i>Postingan</i> itu seketika dibanjiri komentar warganet yang menginginkan <i>souvenir</i> emas batangan itu", ada makna konotasi didalamnya yang ditunjukan pada kata "dibanjiri komentar warganet". Dibanjiri disini berarti masyarakat atau warganet berbondong-bondong dan memberikan komentar pada postingan pasangan hedon tersebut untuk mendapatkan souvenir emas batangan yang dibagikannya.</p>
Makna Mitos	<p>Makna mitos yang terkandung dalam artikel di atas yaitu seseorang yang merasa dirinya kaya, maka pengeluarannya akan banyak pula. Dengan gaya hedon tersebut membuat masyarakat beranggapan bahwa orang yang banyak menghambur-hamburkan uang hanya untuk hal yang tidak terlalu penting menurut orang lain namun penting menurut dirinya. Dengan seperti itu mitos yang berkembang di masyarakat adalah orang yang melakukan hal-hal yang tidak umum dilakukan orang lain, berarti orang tersebut memiliki gaya hidup yang konsumtif dan hedon karena senang bermewah-mewah dalam hal apapun dengan uang yang mereka punya. Jadi dalam artikel tersebut menampilkan kehidupan hedonisme yang dilakukan pasangan artis.</p>

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle* dream.co.id, menampilkan kehidupan hedonisme artis *non* muslim yang terlihat berbelanja menghabiskan puluhan juta hanya untuk kebutuhan sehari-hari. Tidak hanya menghabiskan uang untuk berbelanja saja, tapi untuk membelikan *souvenir* berupa emas batangan. Hal tersebut sebenarnya kurang baik diperlihatkan untuk pembaca khalayak umum, apalagi konten dalam dream.co.id merupakan konten yang memfokuskan pada berita muslimah sedangkan pasangan tersebut merupakan pasangan non islam yang mungkin senang dengan kehidupan yang *glamour* dan mewah karena melihat apa yang mereka miliki. Representasi yang ditampilkan dalam artikel tersebut sudah terlihat bahwa gaya hidup hedonisme tersebut dilakukan untuk menarik perhatian warganet yang melihatnya. Adanya hal tersebut akan menjadi trending dan banyak dibicarakan oleh publik dengan apa yang mereka lakukan. Apa yang dilakukan Jess No Limit dan Siska Kohl dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif karena salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme adalah membeli barang-barang tanpa mempertimbangkan kebutuhannya hanya untuk menuruti keinginannya.

Seperti konsep hedonisme yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup.²⁷ Islam melarang seseorang menghambur-hamburkan harta yang dimilikinya untuk kesenangan pribadi. Harta yang kita miliki sebagian merupakan harta orang lain yang lebih membutuhkan. Hedonisme dalam islam merupakan sikap yang mencari kesenangan dan kebahagiaan hanya pada Allah SWT saja, dengan berserah diri kepada Allah dan menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhirat dapat menciptakan kebahagiaan tersendiri pada diri seseorang. Islam tidak melarang umatnya untuk mencapai kebahagiaan didalam hidupnya. Akan tetapi, mengejar kebahagiaan akan membuatnya lupa dalam beribadah kepada Allah.

Selain representasi gaya hidup hedonisme yang didapat, dalam artikel yang dimuat oleh website dream.co.id tersebut juga kurang sesuai (*clickbait*) dari penulisan judulnya. Zaman dahulu, tujuan judul adalah untuk dibaca dan

²⁷ Lorens Bagus. 2000, Kamus Filsafat. Jakarta: Gramedia. Hlm. 288

memberikan informasi kepada pembaca tentang isi berita yang disampaikan. Naman sekarang ini penggunaan judul bertujuan untuk diklik, yang dikenal dengan istilah *clickbait*. Penggunaan *clickbait* judul ini dilakukan agar para pembaca tertarik dan kemudian mengklik berita tautan atau untuk mengunjungi situs berita tersebut. Terlihat pada kalimat judul atau headline yang memuat kata “Wow!”, kata tersebut terlalu berlebihan. Selain itu, dalam judul tidak seharusnya menggunakan kata seru seperti kata **pada** awalan judul tersebut.

3. Analisis Berita Ketiga

Judul : **Isi Suvenir Pernikahan Lesti-Rizky Billar, Unik dan Mewah**

Sumber : Dream.co.id

Isi artikel : Dream – Hari bahagia yang ditunggu-tunggu oleh pasangan selebritis Lesti Kejora dan Rizky Billar pun tiba setelah sempat tertunda. Mereka telah meresmikannya dalam janji suci pernikahan pada Kamis, 19 Agustus 2021. Dan kini keduanya sudah resmi menjadi sepasang suami dan istri.

Pernikahan yang dilaksanakan di Hotel Intercontinental Pondok Indah, Jakarta Selatan itu pun berlangsung sangat mewah. Hal itu karena keduanya sudah mempersiapkan acara tersebut sejak jauh-jauh hari dan acara pun bisa berjalan dengan lancar.

Tak hanya keromantisan pasangan ini saja yang mencuri perhatian publik. Tetapi ada hal lainnya yang tak kalah menarik di acara pernikahan Lesti dan Rizky Billar, yakni beragam suvenir yang sudah mereka persiapkan untuk menjadi buah tangan para tamu undangan.

Semuanya khusus dipersiapkan dan dikemas dalam sebuah goodie bag berwarna putih bertuliskan *The Wedding of LesLar*. Di dalamnya terdapat berbagai macam *souvenir* yang menarik dan unik. Kira-kira apa saja *souvenir* yang sudah Lesti dan Rizky Billar persiapkan untuk para tamu undangan?

Berbagai *souvenir* yang dipersiapkan Lesti dan Rizky Billar dikemas dalam sebuah *goodie bag* berwarna putih. Hal itu pun sempat ditunjukkan oleh MC dalam acara tersebut yang salah satunya adalah Irfan Hakim.

Berbagai suvenir yang dipersiapkan Lesti dan Rizky Billar dikemas dalam sebuah *goodie bag* berwarna putih. Lesti dan billar memberikan souvenir yang dikemas dalam *goodie bag* berwarna putih. Dalam bingkisan tersebut berisikan beberapa barang diantaranya ada parfum tentunya di dalam di depannya kembali dihiasi dengan stiker leslar.

Kemudian yang nggak kalah mewah yakni kalung kesehatan. Kalung berwarna perak ini tak kalah mencuri perhatian. Ada *blush on* dari *brand* Purnama seperti diketahui Purnama sendiri merupakan badan kosmetik milik Lesti serba bermanfaat. Ada logam mulia 0,025 gram serta para tamu hadir juga punya kenang-kenangan berupa *foto box*.

<p>Makna Denotasi (Makna Sesungguhnya)</p>	<p>Analisis</p> <p>Representasi gaya hidup hedonisme yang ditampilkan dalam artikel diatas terlihat dari makna yang sebenarnya dari kalimat “Pernikahan yang dilaksanakan di Hotel Intercontinental Pondok Indah, Jakarta Selatan itu pun berlangsung sangat mewah”. Dalam kalimat tersebut terlihat bahwa pasangan artis Lesti Kejora dan Riski Billar merupakan orang yang kaya raya yang yang menggelar acara pernikahan di hotal mewah di Jakarta. Terlihat dari artikel pasangan tersebut merupakan pasangan yang gemar memamerkan kehidupannya. Apa yang</p>
------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>dilakukan pasangan tersebut dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif dengan membeli barang-barang mewah dan mahal hanya demi menuruti gengsinya dan memenuhi keinginannya.</p> <p>Representasi kehidupan hedon tersebut juga tampak pada saat menggelar pernikahannya pasangan tersebut memberikan souvenir yang unik dan mewah kepada para tamu undangan. bingkisan tersebut berisikan beberapa barang diantaranya ada parfum tentunya di dalam juga ada berbagai macam make up dari <i>brand</i> sendiri, perhiasan seperti yang tertera di foto menunjukkan kalung putih dengan merk KK Liforce, sampai logam mulia. Selain itu hampers dan <i>souvenir</i> tersebut kembali dihiasi dengan stiker leslar.</p>
<p>Makna Konotasi (Makna Kiasan)</p>	<p>Melihat sikap hedon yang ditampilkan tersebut membuat warganet ramai membicarakan pasangan ini, sehingga membuat masyarakat banyak yang memberikan komentar dan perhatiannya. “Tak hanya keromantisan pasangan ini saja yang mencuri perhatian publik’</p> <p>Makna konotasi yang ditemukan pada artikel di atas yaitu dalam kalimat tersebut menjelaskan bahwa mencuri perhatian publik. Artinya publik dibuat</p>

	<p>ramai oleh pemberitaan pernikahan mewah artis tersebut sehingga disebut menarik perhatian. Bagaimana tidak menarik perhatian publik, pernikahan Lesti dan Billar ini sangatlah tidak umum dengan memberikan banyak isi souvenir dan hampers yang biasanya hanya satu macam saja yang diberikan dan tempat yang mewah dengan dekorasi elegan. Kehidupan yang ditampilkan di artikel tersebut dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif yang hedonis.</p>
<p>Makna Mitos</p>	<p>Menurut sebagian orang, perayaan pernikahan tidak harus mewah. Menggelar pernikahan yang mewah merupakan hal yang sah-sah saja namun beberapa orang menganggap bahwa uang yang dikeluarkan untuk menggelar pesta nantinya bisa digunakan untuk menyicil rumah ataupun membeli peralatan rumah tangga. Hal tersebut ternyata tidak berlaku untuk kehidupan artis yang bergaya hidup yang mewah. Mereka tidak memikirkan uang yang ia habiskan karena merasa mereka punya segalanya. Hal ini yang mendorong para artis hidupnya serba mewah dengan menghambur-hamburkan uang yang tidak jelas hanya untuk pesta pernikahan. Padahal islam sudah jelas melarang gaya hidup konsumtif dan boros.</p>

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle* dream.co.id di atas, menampilkan kehidupan hedonisme artis yang terlihat melangsungkan resepsi pernikahan yang mewah di salah satu hotel ternama di Jakarta. Tidak hanya itu saja, pasangan artis tersebut juga memberikan *souvenir* dan hampers kepada tamu yang menghadiri acara tersebut. *Souvenir* yang dibagikan tidak seperti *souvenir* pernikahan pada umumnya yang hanya memberikan satu macam saja namun bermacam-macam isinya. Dari *make up*, perhiasan, sampai emas batangan yang harganya fantastis pastinya.

Hal tersebut sebenarnya kurang baik diperlihatkan untuk pembaca khalayak umum, masyarakat cenderung akan mengikuti gaya hidup yang ditampilkan para artis dengan keinginan membuat pesta pernikahan yang megah dan menghambur-hamburkan uang. Representasi yang ditampilkan dalam artikel tersebut sudah terlihat bahwa gaya hidup hedonisme tersebut dilakukan untuk menarik perhatian warganet yang melihatnya. Dengan begitu nantinya akan menjadi trending dan banyak dibicarakan oleh publik dengan apa yang mereka lakukan. Namun akan memberikan dampak pula bagi pembaca yang merasa iri dan dengki dari perilaku yang dilakukan pasangan ini.

Dalam pandangan islam, seseorang haruslah berhati-hati dalam menggunakan kekayaannya atau dalam membelanjakan sesuatu. Al-Quran dan hadist memberikan berbagai petunjuk yang jelas agar perilaku konsumsi manusia menjadi terarah dan dijauhkan dari sifat kikir dan hina serta tidak boros dalam membelanjakan kebutuhan.²⁸ Islam melarang seseorang menghambur-hamburkan harta yang dimilikinya untuk kesenangan pribadi.

²⁸ Nadia Angelina (2022) *Hedonisme dalam Pandangan Islam dan Kristen*, Skripsi, Repository UIN Sumut

4. Analisis Berita Keempat

Judul : **Pose Angel Karamoy di Tepi Pantai Bikin Riu**

Sumber : Dream.co.id

Isi Artikel : Bukan Angel Karamoy namanya kalau unggahannya tak menarik perhatian warganet. Pasalnya Angel selalu mengunggah foto-foto menawan di feed Instagram. Seperti saat liburan ke pantai. Dalam foto unggahannya, janda dua anak ini tampak rebahan di atas bean bag di tepi pantai. Ia berpose menatap ke arah pantai dengan mengangkat sebelah tangan ke atas kepala. Wanita 35 tahun ini tampak menawan dengan makeup natural yang dia pakai.

" B.e.a.c.h," tulis Angel Karamoy dikutip Dream dari akun Instagramnya, Sabtu 30 Juli 2022.

Unggahan mantan istri Steven McJames Rumangkang langsung riuh dikomentari warganet. Banyak yang mengomentari penampilan Angel di foto tersebut.

" Cantikkkk amat sihhhh," tulis akun @isdadahlia.

" The real angel," kata akun @taufik.ash22.

Tak sedikit pula yang menulis komentar nakal pada foto unggahan wanita pemilik nama lengkap Angelica Wilhelmina Karamoy.

" Yang nge zoom kumpul sini," tulis akun @zaminternazionale.

" Walah walah walah zoom dikit," tulis akun @gunawan_cuffe.

Tak hanya sekali, penampilan Angel Karamoy kerap mendapatkan sorotan dari warganet. Telah menjanda dan menjadi ibu tak membuat Angel Karamoy kehilangan pesonanya. Menginjak usia 33 tahun, artis berdarah Manado ini justru semakin memikat.

Angel tak henti menyedot perhatian publik lewat setiap unggahan fotonya di Instagram. Selain berparas jelita, tubuhnya yang seksi dan ideal juga membuat banyak wanita iri. Belum lama ini Angel kembali menjadi sorotan usai mengunggah pose yang memikat. Ia tampil memesona dengan *shirt dress* bersiluet *body fit*. Tak hanya itu, pose

Angel dengan *outfit* yang sama juga mencuri perhatian. Ia tampak menempel pada dinding sambil menampilkan ekspresi yang menawan. Penampilan Angel dalam balutan dress bersiluet pas *body* langsung menuai banyak komentar dari netizen.

" Nempel gitu, neng," ucap @kimayagatha

" pengen jadi dindingnya," komentar @kecubungiler

" Bibir dan sorot matamu itu ngel lelaki klepek2," kata @edi.sahedi.33

" Ga ada obatnya," timpal @kickardi_

" iri bangettt punya ank 2 tapi body masih langsing kek abg... ga kek body akyuuhh," ujar @rintul19

Analisis	
Makna Denotasi (Makna Sebenarnya)	Makna denotasi merupakan makna sebenarnya, dalam artikel di atas seorang artis bernama Angel Karamoy sedang berlibur ke luar negeri tepatnya di pantai dengan memakai baju yang kurang baik yang membuat riuh warganet saat melihat unggahan di feed instagramnya. Gaya hedon yang ditampilkan artis tersebut terlihat artis tersebut suka berlibur ke luar negeri demi mendapatkan kepuasan pribadi. Makna denotasi tersebut terdapat ada kalimat “seperti saat liburan ke pantai, ia berpose menatap ke arah pantai dengan mengangkat sebelah tangan ke atas kepala” terlihat bahwa kehidupan artis ini sangatlah hedon karena senang liburan ke luar negeri demi mendapatkan foto terbaiknya untuk di <i>upload</i> di media sosial pribadinya sehingga publik akan terkesan

	<p>dengannya. Selain itu, terlihat pada foto Angel Karamoy memakai baju <i>branded</i> merk Fendi yang diketahui brand tersebut memiliki harga yang fantastis. Apa yang dilakukan Angel Karamoy dinilai sebagai bentuk perilaku konsumtif karena salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme adalah membeli dan menggunakan barang-barang <i>bermerk</i> dengan harga yang mahal tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan cenderung hanya untuk menuruti keinginannya.</p>
<p>Makna Konotasi (Makna Kiasan)</p>	<p>Dalam artikel di atas terdapat aspek hedonisme yang ingin disampaikan kepada para pembaca bahwa Angel Karamoy ini menjadi pusat perhatian publik karena dengan unggahan kehidupan hedonnya yang senang pergi ke luar negeri. Sehingga unggahannya menjadi pusat perhatian warganet. Menarik perhatian disini bukanlah makna yang sesungguhnya namun memiliki arti banyak masyarakat melihat gaya kehidupan Angel Karamoy sehingga menjadi pusat perhatian warganet.</p>
	<p>Mitos yang terkandung pada artikel tersebut yaitu seperti yang berkembang di masyarakat, seseorang yang senang dengan menghabiskan waktu dan menghamburkan uangnya demi</p>

<p>Makna Mitos</p>	<p>mendapatkan kepuasan yang sifatnya sementara mereka butuh perhatian publik dan diakui publik bahwa ia seseorang yang kaya raya. Dengan menampilkan kehidupan yang hedon tersebut membuat dirinya merasa bangga dan bahagia. Kepuasan tersebut diperoleh lewat hal-hal yang menyenangkan seperti liburan. Selain itu, masyarakat melihat bahwa orang yang senang bepergian ke luar negeri baik liburan, urusan pekerjaan, maupun hal lainnya dianggap orang yang memiliki ekonomi menengah atas karena bisa liburan ke luar negeri jadi tidak heran jika seseorang tersebut sering melakukan perjalanan ke luar negeri dengan sifat hedon yang dimilikinya demi kesenangan pribadi yang diinginkannya. Tidak hanya pergi ke luar negeri untuk liburan dan pekerjaan saja, namun Angel Karamoy sangat sering pergi ke luar negeri jika dirinya merasa bosan ataupun gabut dan saat ada masalah maka ia akan pergi ke luar negeri untuk sekedar menenangkan pikirannya yang terlihat dari banyaknya unggahan di media sosialnya saat berkunjung ke luar negeri.</p>
--------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle* dream.co.id, menampilkan kehidupan hedonisme artis non muslim yang terlihat senang berlibur ke luar

negeri dan menggunakan barang-barang *branded* dalam kehidupannya. berbelanja menghabiskan puluhan juta hanya untuk kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut sebenarnya kurang baik diperlihatkan untuk pembaca khalayak umum, apalagi konten dalam dream.co.id merupakan konten yang memfokuskan pada berita muslimah sedangkan artis tersebut merupakan seorang non islam berpose kurang baik yang mengundang banyak pikiran jahat dan nakal warganet. Seharusnya konten dream.co.id menampilkan berita atau artikel tentang *lifestyle* yang memiliki manfaat bagi para pembaca daripada konten artis yang berkehidupan hedonisme seperti konten di atas.

Islam telah melarang seseorang untuk menghamburkan uang dengan larangan sikap boros. Membeli dan menggunakan barang serta fasilitas yang mewah hanya untuk kepentingan pribadi guna menyenangkan diri akan membuat seseorang mengejar dunia sehingga lupa akan ibadah. Islam telah melarang keras umatnya bersikap boros seperti yang tercantum dalam QS Al-Isra ayat 27

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S Al-Isra ayat 27).

5. Analisis Berita Kelima

Judul : **Koleksi Tas Limited Edition Milik Syahrini, Penasaran Harganya?**

Sumber : Dream.co.id

Isi Artikel : Syahrini tampak memangku tas putih berlogo C ciri khas dari brand Chanel

Dream - Syahrini kerap terlihat menggunakan fashion item yang tergolong unik yang jarang dimiliki selebritas lainnya. Seperti tas dari rumah mode Chanel yang baru-baru ini dipakainya.

Istri Reino Barack ini tampil klasik dan berkelas kala menggunakan inner brokat hitam. Inner berlengan panjang ini dipadukan dengan blazer berwarna *light grey* yang berkelas. Syahrini

tampak memangku tas putih berlogo C ciri khas dari *brand* Chanel. Tas mini itu termasuk salah satu koleksi limited edition dengan bahan kulit dan sentuhan puff dengan garis-garis.

Tas putih dengan logo Chanel ini memiliki aksesoris zipper berwarna *gold* yang tampak cantik. Senada dengan logonya, chain strap tas mini ini pun berwarna emas dengan sentuhan strap putih yang senada. Penasaran harga tas kotak gemas milik Syahrini ini? Berdasarkan ulasan Instagram @fashionsyahrini2, tas Small Vanity with Chain Case ini dibanderol Rp70 juta.

	Analisis
Makna Denotasi (Makna Sesungguhnya)	Pada kalimat “Syahrini tampak memangku tas putih berlogo C ciri khas dari brand Chanel” menunjukkan gaya hidup yang ditampilkan seorang Syahrini tidaknya seperti pada umumnya orang biasa yang memiliki tingkat ekonomi menengah kebawah. Terlihat dari tas yang dibawanya terlihat tas yang bermerk dan <i>limited edition</i> , hanya orang-orang tertentu saja yang bisa membelinya. Seperti yang diketahui, <i>brand</i> Chanel merupakan <i>brand</i> luar negeri yang memiliki harga fantastis. Syahrini kerap kali memperlihatkan gaya hidup hedon dan serba glamournya dengan barang-barang yang ia kenakan. Hal yang dilakukan Syahrini merupakan sebuah bentuk perilaku konsumtif sebab salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme adalah senang membeli dan menggunakan barang-barang bermerk dengan harga yang mahal tanpa melihat kebutuhan dan cenderung hanya untuk memenuhi keinginan dan kepuasan pribadi.

<p>Makna Konotasi (Makna Kiasan)</p>	<p>Makna yang tidak sebenarnya yang direpresentasikan dari artikel diatas yaitu kalimat “Istri Reino Barack ini tampil klasik dan berkelas kala menggunakan inner brokat hitam”. Makna kiasan Klasik dan berkelas disini penampilannya mahal, elegan, glamour, dan membuat orang lain terkesan dengan penampilannya. Syahrini merasa puas dengan gaya hidup yang ia jalani. Dalam konsep hedonisme, kesenangan merupakan hal yang dicari dalam menjalani kehidupannya. Seseorang akan merasakan kepuasan tersendiri jika kebutuhan gaya hidupnya terpenuhi.</p>
<p>Makna Mitos</p>	<p>Saat semakin banyak uang yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula keinginan seseorang untuk membeli barang-barang mewah dan menghabiskan uang tersebut. Tidak sulit bagi orang-orang kaya untuk membeli berbagai barang-barang mewah, seperti tas <i>branded</i>, mobil baru yang <i>limited edition</i>, sampai koleksi barang-barang yang tidak terlalu penting pun dilakukan demi membuat dirinya merasa senang. Mereka melakukannya karena kesenangan mereka dapat diperoleh dari hal-hal tersebut.</p>

Dalam artikel yang disajikan konten *lifestyle dream.co.id*, menampilkan kehidupan hedonisme artis yang terlihat senang membeli dan mengenakan barang-barang *branded* dan kehidupan yang serba mewah dalam kesehariannya. Sedangkan dalam islam telah melarang hambanya bermewah-mewah dengan

kehidupannya seperti yang tercantum pada Quran surat Al-Isra ayat 27 yang menolak tegas hidup hedonisme dalam bentuk larangan sifat boros.

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

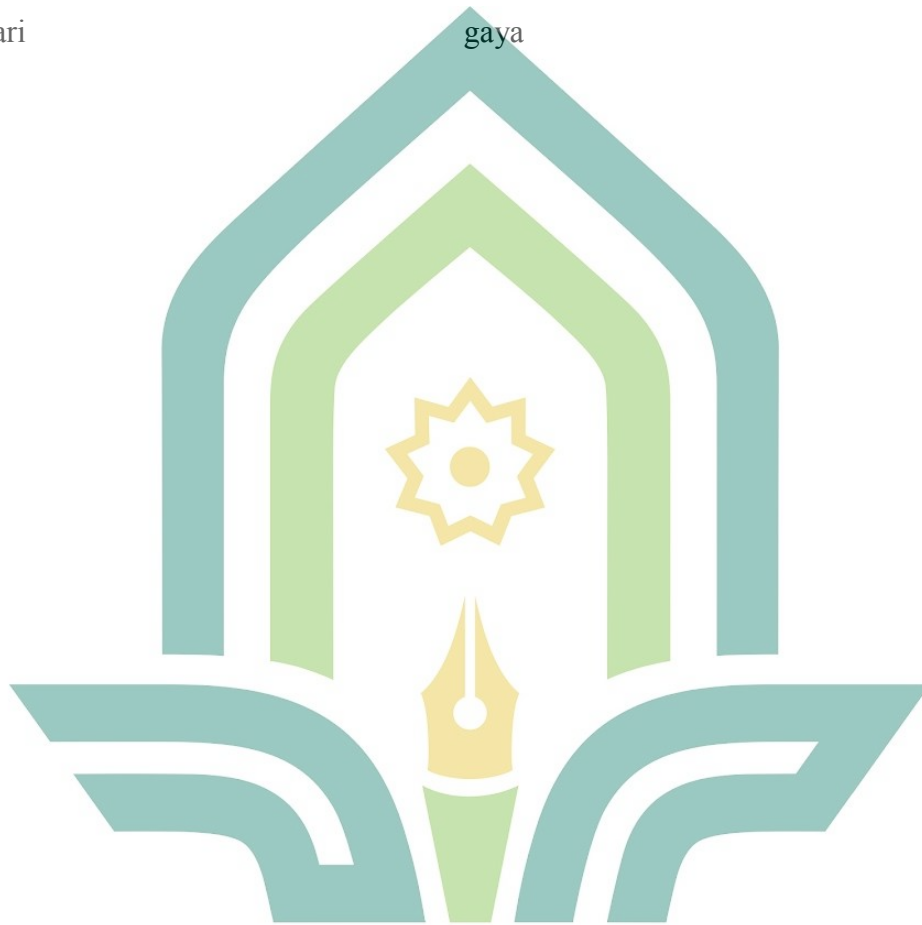
Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S Al-Isra ayat 27).

Representasi yang ditampilkan dalam artikel tersebut sudah terlihat bahwa gaya hidup hedonisme dilakukan untuk menyenangkan dirinya dan merasa puas dengan apa yang digunakan yang merupakan salah satu indikasi dari gaya hidup hedonisme. Selain itu, dalam artikel yang dimuat oleh website dream.co.id tersebut juga kurang sesuai (*clickbait*) dari penulisan judulnya. “Penasaran dengan Harganya?” kalimat tersebut kurang tepat jika dimasukkan dalam judul atau headline. Penggunaan tanda baca seperti tanda tanya tidak sebaiknya dipakai, hal tersebut dilakukan agar membuat penasaran sehingga para pembaca tertarik dan kemudian mengklik berita tautan atau untuk mengunjungi situs berita tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap artikel di dream.co.id, representasi gaya hedonisme yang para artis melalui pendekatan analisis semiotika Roland Barthes, maka kesimpulan yang terdapat pada artikel yang dimuat di portal media *online* Dream.co.id yaitu terdapat makna denotasi yang merepresentasikan gaya hidup pada artis yang dilihat dari kalimat-kalimat yang menunjukkan gaya hidupnya yang hedon. Kecenderungan gaya hidup hedonisme pada para tokoh yang ditampilkan pada artikel di website Dream.co id ditunjukkan dengan adanya perilaku konsumtif seperti gemar membeli atau memakai tas dan baju branded, senang berlibur ke luar negeri, menggunakan mobil bermerk, menggelar pernikahan yang mewah dan memberikan berbagai macam souvenir pernikahan, gemar berfoya-foya mrenghamburkan uang, serta belanja secara berlebihan untuk memenuhi kepuasan pribadi.

Selain itu ditemukan juga makna konotasi dari setiap artikel yang menunjukkan gaya hidup yang dilakukan para artis. Mulai dari kata tajir melintir dan *crazy rich* yang menarik perhatian publik dari apa yang dilakukan para kaum hedonisme. Representasi yang ditampilkan dalam artikel terlihat bahwa gaya hidup hedonisme dilakukan untuk menyenangkan pribadi seseorang dan ia akan merasa puas dengan apa yang dilakukannya yang merupakan salah satu indikasi dari gaya hidup



hedonisme. Makna mitos yang berkembang di masyarakat juga menunjukkan bahwa perilaku konsumtif biasanya dilakukan oleh orang yang memiliki kecenderungan bergaya glamour dalam kehidupan sehari-harinya dan seseorang yang memiliki cukup banyak hartanya.

Islam telah melarang dan menolak tegas kehidupan duniawi yang serba mewah atau hedonisme dalam bentuk larangan sifat boros. Media islam seharusnya tidak memberikan informasi yang berisi tentang kehidupan para artis. Dream.co.id yang mengklaim dirinya merupakan sebuah website islami yang menyebarkan informasi seputar nilai-nilai keislaman nyatanya banyak menampilkan berita gaya hidup hedonisme pada artikel yang dimuat.

SARAN

Berdasarkan penelitian mengenai representasi gaya hidup hedonisme pada portal media online Dream.co.id pada periode 2022-2023, maka penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada khalayak umum agar lebih memperhatikan bacaan dan informasi ataupun berita yang memberikan manfaat kepada kita. Bacalah informasi atau berita yang sesuai dengan kebutuhan kita.
2. Kepada para pengikut atau followers Dream.co.id baik di instagram maupun di website, agar senantiasa menjadi smart people yang bisa berpikir kritis dan aktif dalam melihat permasalahan yang ada di dalam masyarakat.
3. Kepada website Dream.co.id, untuk terus mengembangkan informasi yang lebih berbobot dan memperhatikan nilai-nilai keislaman serta selalu menyebarkan dakwah melalui tulisan-tulisannya.



DAFTAR PUSTAKA

Afif, M., & Purwanto. (2020). *“Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID”*. 2, 17.

Al-Hafiizh, Naufal M. 2018. *“Jurnalisme islam pada Rubrik Khazanah Republika Online dalam Pandangan Dosen Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif pada Dosen Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Bandung)”*. Skripsi. UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.

Alifah, U. (2016). *Makna Tabdzir dan Israf dalam Al-Quran*. Yogyakarta.

Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), hlm 36-37

Bungin, Burhan. 2010. *“Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya”*. Jakarta: Kencana.

Darma, Aliah Yoce. 2009. *“Analisis Wacana Kritis”*. Bandung: Yrama Widya.

Dwiningtyas, Hapsari. 2018. *“Pengantar Ilmu Komunikasi/John Fiske Edisi ketiga”*, Depok: Rajawali Pers.

Farida, Nuke. 2013. *“Representasi Hedonisme di Media Massa”*. UG Jurnal Vol.7 No. 09, Depok: Universitas Gunadarma, hlm.1.

<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang> diakses pada tanggal 14 april 2023 pukul 10.55

<https://kbbi.web.id/representasi.html> diakses pada tanggal 28 Maret 2023 pada pukul 11.24

<https://www.dream.co.id> diakses pada tanggal 30 januari 2023 pukul 14.21

Juniawati. 2014. *“Dakwah Melalui Media Elektronik”*. Jurnal Dakwah, Yogyakarta: UIN SUKA.

Kasman, Suf. 2004. *“Jurnalisme Universal Menelusuri prinsip-prinsip Da’wah Bi Al-Qalam dalam Al-Qur’an”*. Jakarta Selatan: Teraju.

Khasanah, Uswatun Latifah. 2022. *“Analisis Semiotika: Teknik Analisis Data yang Menganalisis Simbol”*. Tangerang: Dqlab.

Madani, Tania Laora. 2021. *“Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual dalam Akun Instagram @bramastavr1”*. Skripsi. Universitas Islam Riau, Pekanbaru.

Malik, Djamaluddin Dedy. 1984. *“Peranan Pers Islam dan Era Informasi”*, Jakarta: Pustaka Panjimas.

Maulina, Dini. 2020. *“Dakwah sebagai Media Integrasi Agama dan Ilmu Pengetahuan”*. Jurnal Ar-Raniry. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Morissan. 2013. *“Teori Komunikasi Individu Hingga Massa”*. Jakarta: kencana.

Mudjiyanto, Bambang & Nur Emilsyah. 2013. *“Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication”*. Jakarta: Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatik

Muis. A. 1989. *“Media Massa Islam dan Era Informasi”*. Jakarta: Pustaka Panjimas.

Ridwan Murtadho dan Irsyad Andriyanto, 2019. *“Sikap Boros: Dari Normatif Teks ke Praktik Keluarga Muslim”*, Jurnal Al-Amwal:Jurnal Ekonomi dan Oerbankan Syariah Vol 11 (2): 273-284.

Nadzir,Misbahun. (2015). Psychological Meaning of money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja Di Kota Malang. Disajikan dalam Psikologi Forum UMM Press

Oktavia, Nur Ers dkk. 2020. *“Reprsentasi Perempuan Berhijab dan Budaya Konsumen dalam Iklan Wardah Exclusive Series in London”*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Qudratullah, *“Jurnalistik Islam di Media Massa”* (Makassar: UIN Alaudin, Makassar)

R, Ramli. 2015. *“Dakwah dan Jurnalistik Islam (Perspektif Dakwah Islamiyah)”*. Pare-Pare: STAIN Pare-Pare.

Rizkia, Annur Septia. 2020. *“Representasi Perempuan Islam dalam Konten Website Swararahma.com”*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Syamsul, Asep. 2003. *“Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah Bil Al Qolam”*,Bandung: Rosdakarya



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.uingusdur.ac.id Email : perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FITRIYAH
NIM : 3419070
Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
E-mail address : fitriyahzjm@gmail.com
No. Hp : 0895606426796

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

REPRESENTASI GAYA HIDUP HEDONISME PADA PORTAL MEDIA *ONLINE* DREAM.CO.ID

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database, mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 25 September 2023



FITRIYAH
NIM. 3419070