

REPRESENTASI PERAN *NEW MEDIA* DALAM MEMBANGUN REPUTASI PADA FILM CHEF

(ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)

MAYANG WULANDARI P.W

ABSTRAK

Film mempunyai fungsi sebagai medium komunikasi massa, yaitu mampu merepresentasikan sesuatu yang akan disampaikan kepada masyarakat. Salah satunya adalah film Chef yang menggambarkan tentang, bagaimana *new media* dalam membangun reputasi. reputasi merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan seseorang.

Oleh karena itu untuk menganalisa, representasi peran new media dalam membangun reputasi pada film Chef, peneliti menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teori semiotika dari John Fiske yang disebut kode-kode televisi.

John Fiske membagi kode-kode televisi dalam 3 level yaitu level realitas , representasi dan idiologi tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 pendekatan saja yaitu realitas dan representasi.

Berdasarkan penggambaran dari segi realitas yaitu terdapat ekspresi, perilaku dan lingkungan yang menunjukkan adanya peran *new media* dalam membangun reputasi. sedangkan dari segi representasi untuk pengambilan kamera menggunakan *medium shot*, dan untuk pencahayaan menggunakan *front light* dan *key light*.

Dalam penelitian ini diharapkan bagi seluruh masyarakat khususnya Indonesia, agar lebih bijak lagi dalam memanfaatkan *new media* karena sebuah tulisan negatif yang dimuat dalam *new media* bisa merugikan orang lain.

Keywords : *New Media*, Reputasi , Semiotika, Film

**THE REPRESENTATION OF NEW MEDIA ROLE IN BUILDING
REPUTATION ON CHEF FILM
(A SEMIOTHICS ANALYSIS OF JOHN FISKE)**

MAYANG WULANDARI P.W

ABSTRACT

Film functions as a medium of mass communication, which could represent something conveyed to public. One of them is Chef Film which describes how new media in building reputation. Reputation is a very important part in someone's life.

Therefore, in order to analyze the representation of new media role in building reputation on Chef film, descriptive qualitative method was employed in this study, by using John Fiske's theory on semiotics which is what-so called-the codes of television. He divides them into 3 levels namely reality, representation, and ideology. But, this study used was limited to use 2 levels only namely reality and representation.

Based on the description of reality level, it showed expression, behavior, and environment which showed the role of new media in building reputation. While seeing from the representation aspect, medium shot was used for capturing, while front and key lights were used for lighting.

It is expected in this study that people especially Indonesian are suggested to be wiser in utilizing new media, because negative statement published in new media could be harmful for others.

Keywords: New Media, Reputation, Semiotics, Film.