

ABSTRAK

Dewasa ini *instan messaging* telah menjadi media komunikasi utama pilihan masyarakat sehari-harinya. Banyak sekali hal-hal aktual yang tak pernah terjadi sebelumnya, positif maupun negatif. Keadaan ini tergambar pada film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014”. Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Representasi Pola Komunikasi Masa Kini Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta? 2014”

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui realitas, representasi, ideologi dan pola komunikasi masa kini dalam film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” menggunakan paradigma subjektif, jenis kualitatif dan metode semiotika John Fiske. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumenter, penelusuran data *online* dan studi kepustakaan. Dengan teknik analisis data model interaktif Miles dan Huberman.

Hasil pengamatan yang diperoleh penulis dari penelitian ini bahwa sepanjang film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” tampak representasi penggunaan *instan messaging* sebagai media komunikasi masyarakat saat ini secara tersurat maupun tersirat.

Simpulan penelitian menunjukkan bahwa dalam film “Ada Apa Dengan Cinta? 2014” realitas pelaku pola komunikasi masa kini yaitu *fashionable*, dinamis, gemar *hang out*, menggenggam *smartphone*, terusik pesan instan dan hidup di kota metropolitan. Representasi memindahkan kenyataan pola komunikasi masa kini ke dalam film secara audio dan visual menciptakan situasi penonton terlibat dalam drama yang ada. Ideologi pola komunikasi masa kini muncul melalui *life style*, *fashion*, makanan, percakapan, benda, tempat, ekspresi dan lainnya dengan dominasi patriarki memposisikan wanita menunggu kontak, tertutup dan jaga *image* berinteraksi dengan pria. Pola komunikasi masa kini sangat kental dalam film, kehadiran teknologi baru merubah interaksi sosial lama secara positif dan negatif, segenap fitur *instan messaging* mempermudah komunikasi tanpa batas ruang dan waktu.

Kata Kunci : Pola Komunikasi Masa Kini, Instan Messaging, Line, Semiotika John Fiske, Ada Apa Dengan Cinta? 2014

ABSTRACT

Today instan messaging has become the main communication media society choices daily. Lots of actual things that had never happened before, positive or negative. This situation is depicted in "Ada Apa Dengan Cinta? 2014" movie. Thus the authors are interested in doing research with tittle "Representation Of Presents Communication Patterns In The Movie Ada Apa Dengan Cinta? 2014".

The purpose of this paper is to determine reality, representation, ideology and present communication patterns in "Ada Apa Dengan Cinta? 2014" movie. By using subjective paradigm, qualitative and John Fiske semiotics method. With data analysis techinque Miles and Huberman interactive model.

The result of observations from this research is that as long as "Ada Apa Dengan Cinta? 2014" movie be visible representation of using instan messaging as people communication media as written although implicit.

The conclusion of the research indicates that in "Ada Apa Dengan Cinta? 2014" movie subject of present communication patterns are fashionable, dynamic, delight to hang out, clutch on smartphone, be disturbed by instan message and life at metropolitan city. Representation recording the fact of present communication patterns into movie as audio and visual create audience situation mixed up with drama. Ideology present communication patterns turn up as life style, fashion, food, stuff, place, expression and others with patriarchy dominion to position woman waiting contact, reclusive and keep image interaction with man. Present communication patterns in "Ada Apa Dengan Cinta? 2014" movie was very thich, new technology attendance change old interaction in a positive and negative, instan messaging fitur make easier communication without space and time limits.

Keywords : Presents Communication Patterns, Instan Messaging, Line, John Fiske Semiotic, Ada Apa Dengan Cinta? 2014