

ABSTRAK

Film, sebagai suatu media penyampai pesan sekaligus sebagai sebuah produk budaya, film juga tak lepas dari kekuasaan yang dimiliki oleh pembuat film untuk memasukkan berbagai nilai maupun elemen yang mendasari hal yang tampak dalam film tersebut. Begitu pula dengan film *The Last Samurai* yang menjadi objek dari penelitian ini. Budaya Jepang, dalam konteks ini yaitu *Bushido*, sebagai pedoman moral yang menjadi tuntunan dalam menjalankan prinsip hidup seorang samurai yang ingin direpresentasikan melalui kacamata budaya barat, yaitu Hollywood.

Bushido, sebagai sebuah elemen dari budaya Jepang tentunya dengan berbagai macam nilai di dalamnya dianggap sebagai suatu realitas kemudian diangkat menjadi sebuah representasi identitas kultural dalam film *The Last Samurai*. Dimana, dalam representasi tersebut sudah tentu termuat kandungan makna dari suatu budaya timur yang coba diangkat ke dalam sebuah media oleh budaya barat, dalam konteks ini adalah Hollywood.

Fokus permasalahan dari penelitian ini, yaitu tentang bagaimana nilai-nilai *Bushido* direpresentasikan dalam film produksi Hollywood, yakni *The Last Samurai*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana suatu realitas ditampilkan kembali dalam sebuah film yakni *The Last Samurai*.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk menggali data yang berkaitan dengan permasalahan yang diajukan, yakni representasi dalam film produksi Hollywood dalam film *The Last Samurai*. Melalui pendekatan kualitatif dan menggunakan metode semiotik, maka informasi yang diperoleh akan diatur ke dalam pola-pola tertentu, yang kemudian diinterpretasi dan ditarik kesimpulan mengenai representasi *Bushido* dalam film produksi Hollywood, yakni *The Last Samurai*.

Dari hasil analisis dan interpretasi peneliti melalui data yang diambil dari VCD film *The Last Samurai*, serta mengacu pada beberapa literatur yang membahas mengenai sejarah budaya Jepang, peneliti menginterpretasi bahwa dalam film ini enam prinsip nilai yang terkandung dalam *Bushido* direpresentasikan melalui tiga level semiotik. Keenam nilai tersebut, yakni *honour* (kehormatan), *loyalty* (kesetiaan), *bravery* (keberanian), *discipline* (kedisiplinan), *sincerity* (kejujuran), serta *politeness* (kesopansantunan). Masing-masing dari keenam nilai tersebut direpresentasikan pada tiga level dalam semiotik yang digunakan untuk menganalisis data, yakni level realitas, level representasi, dan level ideologi.