

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Seperti yang dikutip oleh Ardianto dan Lukiati Komala, menurut Agee film (gambar bergerak) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual, lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, TV dan film laser setiap minggunya.¹² Elvinaro menyebutkan bahwa komunikasi dapat dijelaskan melalui beberapa karakteristik di antara nya komunikator dalam komunikasi massa terlembagakan. Komunikasi massa menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Komunikasi massa juga melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

1. Pengertian Komunikasi Massa

Secara etimologis komunikasi berasal dari bahasa latin, yaitu “*communicatio*” dan kata tersebut berasal dari kata “*comminis*” yang berarti menciptakan kesatuan atau membangun sebuah kesatuan antara dua orang atau lebih. Sebagai makhluk sosial dan juga makhluk komunikatif, manusia dalam hidupnya dikelilingi oleh berbagai jenis simbol, baik yang diciptakan oleh manusia sendiri maupun yang bersifat alamiah. Pada dasarnya bentuk komunikasi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal artinya menggunakan bahasa

¹² Ardianto dan Lukiati Komala. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017) hlm. 134

(lisan) sementara komunikasi tertulis dan nonverbal sering disebut bahasa isyarat atau bahasa diam (*silent language*).¹³

Komunikasi massa menurut Jay Back & Frederick¹⁴ adalah pesan yang disampaikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang (penyampaian melalui media massa) dan (komunikasi massa) lebih mengacu pada teori atau proses teoritis. Komunikasi massa adalah suatu proses dimana pesan yang dibuat dalam jumlah besar didistribusikan ke sejumlah besar penerima pesan yang anonim dan heterogeny.

a. Elemen-Elemen Komunikasi Massa

Elemen-elemen pokok dalam komunikasi massa dapat dikelompokkan menjadi sumber (komunikator), pesan (konten), khalayak (audience), saluran/media (channel), gatekeeper, dan efek.¹⁵

1) Sumber (Komunikator)

Sumber dalam konteks komunikasi massa merujuk pada badan, lembaga, atau organisasi seperti perusahaan media yang mengelola berbagai platform seperti surat kabar, majalah, stasiun televisi, dan radio.

2) Pesan (Isi)

¹³ Hafied Cangara. Pengantar Ilmu Komunikasi, Cetakan Kedua. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015) hlm 21

¹⁴ Nurudin. Pengantar Komunikasi Massa. (Depok : PT Raja Grafindo Persada, 2007) hlm. 43

¹⁵ *Ibid.*

Pesan komunikasi massa adalah materi yang disampaikan kepada masyarakat melalui media massa. Pesan-pesan media sering kali diproduksi dalam skala besar untuk mencapai khalayak yang luas.

3) Media atau Saluran

Media massa adalah alat atau medium yang digunakan untuk menyebarkan pesan komunikasi massa. Media tersebut harus mampu mencapai dan menarik perhatian masyarakat secara serentak. Saluran termasuk media cetak, media elektronik seperti radio dan televisi, serta media digital seperti platform media sosial.

4) Khalayak (Audience)

Khalayak media massa adalah target atau penerima pesan komunikasi massa yang disampaikan melalui media tersebut.

5) Gatekeeper

Gatekeeper memiliki peran dalam menyaring pesan-pesan yang dihasilkan oleh media. Mereka dapat berperan sebagai editor, wartawan, atau penyunting.

6) Efek

Efek komunikasi massa merujuk pada dampak atau hasil yang timbul dari konsumsi informasi melalui media massa. Ini termasuk perubahan yang terjadi dalam pemirsa sebagai tanggapan terhadap informasi atau pesan yang disampaikan melalui media massa.

Dalam proses komunikasi massa, pesan merupakan unsur yang sangat penting karena menjadi isi yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak. Pesan dapat berupa informasi, gagasan, nilai, simbol, maupun

makna yang dikonstruksikan melalui berbagai bentuk media. Keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh bagaimana pesan tersebut disusun dan disampaikan sehingga dapat dipahami oleh penerima pesan.¹⁶

b. Fungsi Media Massa

Menurut Alexis S. Tan (1981), fungsi media massa secara umum terdiri dari:¹⁷

1) Fungsi Informasi

Media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi kepada khalayak, memenuhi kebutuhan akan informasi masyarakat. Media massa mencakup beragam konten, mulai dari politik, ekonomi, hingga peristiwa-peristiwa lainnya, yang tidak hanya bersumber dari sekolah, tetapi juga dari media seperti buku sejarah dan dokumenter.

2) Fungsi Pendidikan

Media massa memberikan pendidikan melalui pengajaran etika, nilai, dan aturan, yang disampaikan melalui berbagai bentuk konten seperti drama, cerita, artikel, dan diskusi. Nilai-nilai pendidikan ini seringkali diungkapkan secara tidak langsung, tetapi divisualisasikan.

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 18.

¹⁷ *Ibid.*

3) Fungsi Mempengaruhi

Media massa mempengaruhi khalayaknya melalui berbagai macam konten seperti judul, fitur, iklan, dan artikel. Masyarakat umum dapat terpengaruh oleh dorongan, ajakan, atau diskusi yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu agar dapat menarik minat target audiens.

c. Ciri – Ciri Komunikasi Massa

Ciri-ciri komunikasi massa meliputi penggunaan media massa seperti radio, media visual, dan media cetak. Ada beberapa ciri yang dapat diidentifikasi :¹⁸

- 1) Pesan bersifat umum dan terbuka, tidak ditujukan kepada kelompok tertentu.
- 2) Komunikan dalam media massa memiliki beragam latar belakang dan karakteristik.
- 3) Komunikasi massa terjadi secara simultan/serentak dalam menyampaikan pesan.
- 4) Isi pesan menjadi prioritas utama daripada hubungan antar individu.
- 5) Komunikasi massa bersifat satu arah dan tidak memungkinkan interaksi langsung antara komunikator dan komunikan.
- 6) Terdapat keterbatasan dalam rangsangan indera karena ketergantungan pada jenis media massa yang digunakan.

¹⁸ *Ibid.*

- 7) Umpan balik terjadi dengan tertunda dan tidak langsung, sehingga komunikator tidak langsung mengetahui reaksi masyarakat terhadap pesan yang disampaikan.

2. Karakteristik Komunikasi Massa

Media Komunikasi massa memiliki berbagai karakteristik yaitu sebagai berikut:¹⁹

- a. Komunikator pada komunikasi massa terlembagakan. Komunikatornya bukan perorangan, namun bergerak di sebuah organisasi. Aktivitas komunikasi lebih terjadwal dan terencana.
- b. Pesan dalam komunikasi massa bersifat terbuka. Artinya pesan komunikasi massa ditujukan untuk semua khalayak. Melibatkan orang banyak dan terorganisasi dengan profesional dan rapi dalam produksi dan reproduksi pesan
- c. Komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen dan Anonim. Heterogen merujuk pada keberagaman masyarakat, sedangkan Anonim tidak saling mengenal antara pengirim dan penerima.
- d. Media massa memunculkan keserempakan. Pesan dari media massa dapat dikonsumsi masyarakat secara serentak.
- e. Penyampaian pesan pada komunikasi massa bersifat cepat tidak terbatas waktu.
- f. Pada komunikasi massa lebih memprioritaskan isi (apa yang dikatakan) dibandingkan hubungan (cara mengatakan).

¹⁹ *Ibid.*

- g. Stimulasi alat indera pada komunikasi massa terbatas. Stimulasi alat indera tergantung jenis media. Indera pendengaran digunakan untuk mendengar radio, indera penglihatan digunakan untuk media cetak, dan kedua alat indera digunakan jika menikmati tayangan televisi.
- h. Umpan balik pada komunikasi massa bersifat tidak langsung. Pengirim pesan (komunikator) tidak dapat segera mengetahui reaksi audiens terhadap pesan yang disampaikan

Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan komunikator kepada komunikan dalam suatu proses komunikasi. Dalam konteks komunikasi massa, pesan tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membawa nilai, ideologi, norma sosial, serta pandangan tertentu yang dapat memengaruhi cara berpikir dan perilaku khalayak. Oleh karena itu, pesan menjadi unsur sentral dalam penelitian komunikasi karena melalui pesanlah makna suatu media dapat dipahami oleh masyarakat.²⁰

Menurut Cangara, pesan komunikasi terdiri atas beberapa unsur yang saling berkaitan, yaitu isi pesan (content), simbol atau lambang, makna, nilai, dan tujuan komunikasi. Isi pesan merupakan informasi utama yang ingin disampaikan, sedangkan simbol merupakan bentuk penyampaian pesan yang dapat berupa bahasa, gambar, suara, maupun tindakan. Melalui simbol tersebut, khalayak membangun pemahaman terhadap makna dan nilai yang terkandung dalam pesan.²¹

²⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), hlm. 113.

²¹ *Ibid.* Hlm 115

B. Film Animasi Sebagai Media Penyampai Pesan

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan manusia. Menurut (Sandi,2010), industri merupakan usaha untuk memproduksi barang jadi dari bahan baku melalui proses produksi dalam jumlah besar, sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin namun dengan mutu setinggi-tingginya.

Film, termasuk film animasi, merupakan bagian dari industri kreatif dengan Ciri-Ciri sebagai berikut:

- a. Produksi: Melibatkan proses kreatif dan teknis, seperti pengembangan cerita, desain karakter, animasi, pengisian suara, dan penyuntingan.
- b. Pemasaran: Mencakup kampanye iklan, trailer, merchandise, dan strategi media sosial untuk menarik perhatian penonton.
- c. Keuangan dan Permodalan: Membutuhkan dana besar yang berasal dari investor, studio, atau pembiayaan eksternal lainnya.
- d. Distribusi: Didistribusikan melalui bioskop, platform streaming, penjualan DVD, atau bentuk digital lainnya.

Film animasi adalah salah satu sektor signifikan dalam industri film yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi. Sebagai produk budaya, film animasi memiliki keunikan dalam menyampaikan pesan dan membangun imajinasi penonton. Industri film animasi melibatkan berbagai pihak, termasuk animator, produser, sutradara, dan pemasar. Dengan

memanfaatkan teknologi seperti CGI (Computer-Generated Imagery), film animasi tidak hanya ditujukan untuk anak-anak tetapi juga untuk berbagai segmen usia. Sebagai contoh, film animasi seperti Jumbo menggambarkan bagaimana elemen produksi berkualitas tinggi, persatuan anak-anak, dan strategi distribusi multi-platform berkontribusi terhadap kesuksesan komersial dan artistiknya. Dengan kombinasi inovasi teknologi dan pengemasan cerita yang menarik, film animasi menjadi salah satu produk andalan industri kreatif global.

C. Pesan Makna Perjuangan dalam Film Animasi

Film animasi adalah karya sinematografi yang dibuat dengan menghasilkan rangkaian gambar yang diolah sehingga menimbulkan ilusi gerak. Tidak seperti film live-action yang merekam aktor dan objek nyata, film animasi memanfaatkan berbagai teknik gambar, model, atau grafis komputer untuk menciptakan dunia visual dan narasi.

Menurut Paul Wells (1998) Animasi adalah bentuk seni dan bahasa sinema yang mengekspresikan gerakan melalui teknik manipulasi gambar dan simbol visual. Animasi tidak hanya memindahkan gambar, tetapi menciptakan makna, gaya, dan dunia imajinatif sendiri, sedangkan menurut Giannalberto Bendazzi (2015) Animasi adalah bentuk film universal yang tidak bergantung pada realitas fisik. Ia merupakan seni global yang berkembang melalui berbagai teknik (gambar tangan, cut-out, komputer, sand animation, clay, dsb.). Sehingga dapat dikatakan bahwa Film animasi Film animasi adalah film yang gerakannya tercipta bukan dari perekaman kamera secara langsung, tetapi dari **gambar diam (frame)** yang

ditampilkan secara berurutan dengan kecepatan tertentu (biasanya 12–24 fps) sehingga tampak hidup. Animasi dapat berupa gambar manual, digital, 3D, boneka, hingga objek sehari-hari.

Film animasi yang juga memiliki keunikan dalam menyampaikan pesan perjuangan yang mendalam melalui cerita yang sederhana namun bermakna. Pesan-pesan ini umumnya juga mengajarkan tentang nilai-nilai seperti persahabatan, cinta, ketekunan, dan pencarian jati diri yang menjadi esensi kehidupan manusia. Menurut (Santoso,2019), film animasi yang sering menggambarkan persahabatan sebagai salah satu makna kehidupan yang penting. Hubungan antar karakter yang juga saling mendukung dan memahami satu sama lain dan juga menggambarkan pentingnya kebersamaan dan dukungan dalam menghadapi berbagai tantangan hidup. Sebagai contoh, banyak film animasi yang juga menampilkan karakter utama yang tumbuh dan berkembang melalui interaksi sosial dengan teman-teman di sekitarnya.

Perjuangan sebagai salah satu elemen penting dalam kehidupan manusia seringkali disampaikan dalam film animasi, baik dalam bentuk Perjuangan keluarga, Perjuangan terhadap teman, hingga bahkan Perjuangan terhadap diri sendiri. (Siregar,2020) menjelaskan bahwa film animasi yang juga memvisualisasikan Perjuangan sebagai kekuatan yang menggerakkan karakter untuk berubah menjadi lebih baik dan meraih tujuan hidup mereka. Nilai perjuangan dalam film animasi pun menjadi pelajaran penting bagi penonton tentang arti berjuang dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut (Rahmawati & Kusuma,2021), perjuangan dan persahabatan adalah sebuah aspek penting yang juga sering muncul dalam pesan di film animasi. Karakter dalam animasi pun biasanya dihadapkan pada tantangan besar yang juga mengharuskan mereka berjuang dan tidak menyerah, yang juga mengajarkan nilai pentingnya ketekunan dalam meraih tujuan hidup. Pesan ini juga menginspirasi penonton supaya bisa tetap teguh dalam menghadapi berbagai hambatan yang ada.

Persahabatan Interaksi peran terbatas persahabatan diawali dengan pengenalan. Kita mungkin bertemu orang baru ditempat kerja baru melalui anggota tim olahraga atau klub maupun difacebook atau *MySpace*. Pada saat awal pengenalan, kita mengandalkan aturan dan peran sosial standar kita cenderung sopan dan hati hati dengan apa yang kita ungkapkan dan kita menyadari penuh tanda tanda jika minat dalam hubungan itu tidak sama (Snapp & Larry, 2001). Sama pengecualian dari generalisasi ini adalah hubungan yang terjalin secara elektronik, dimana orang sering mengambil resiko dalam komunikasi personal yang lebih terbuka ditahap awal pengenalan. Keinginan risiko awal hubungan lebih besar ketika orang tidak berinteraksi tatap muka.

Hubungan akrab tahapan kedua persahabatan adalah hubungan akrab, dimana masing masing memeriksa satu sama lain untuk melihat apakah ada persamaan dasar dan minat komunikasi pada tingkatan ini memungkinkan orang untuk tidak hanya menemukan minat yang sama, tetapi juga apakah mereka memiliki perspektif hidup dan cara berinteraksi yang sama atau kompatibel. Riddick mengatakan kepada Jason bahwa dia

sangat menyukai film film petualangan. Jika Jason mengatakan dia juga maka mereka menemukan minat yang sama.

Pengusaha berbicara kepada rekannya seputar olahraga lari, untuk mencari tahu apakah rekannya itu juga seorang pelari dan mungkin ingin membuat janji lari bersama. Walaupun tidak dramatis pertukaran akrab itu penting bagi kita untuk mengeksplorasi potensi hubungan yang lebih dalam.²²

Clark and Graham (2005) menyebutkan Persahabatan merupakan salah bentuk hubungan yang tidak akan terlepas dari kehidupan manusia. Persahabatan menjadi salah bentuk kelompok sosial yang menyenangkan dan di dominasi dengan adanya perasaan hubungan timbal balik, Persahabatan memiliki peranan dalam membantu individu dalam menjalani proses kehidupan.²³

Memperkaya perkembangan diri dan memberikan kenyamanan secara personal, dukungan, serta bimbingan Persahabatan dibagi menjadi dua jenis yaitu persahabatan yang terdiri dari individu sesama jenis dan lawan jenis. Karakteristik yang dimiliki persahabatan sesama jenis dan lawan jenis berbeda. Persahabatan laki laki mengandalkan aktivitas bersama dan berbuat kebaikan. Berbeda dengan persahabatan pada wanita yang di tandai oleh saling berbagi pikiran dan perasaan. Selain persahabatan sesama jenis (*same sex friendship*). Terdapat persahabatan lawan jenis (*cross-sex friendship*). Persahabatan lawan jenis adalah

²² Wood, T. Julian. 2013. Komunikasi Teori Dan Praktik. EGC.

²³ Cavanaugh, John C., and Fredda Blanchard-Fields. 2006. "Adult Development and Aging, 5th Ed." Adult Development and Aging, 5th Ed.

hubungan non romantis yang di jalani oleh individu yang berlawanan jenis. Pria lebih cenderung lebih dekat kepada teman wanitanya dibandingkan dengan teman pria dan memandang seksualitas dalam hubungan mereka. Sebaliknya keakraban wanita didasarkan pada berbicara dan kasih sayang. Baik kepada teman maupun pria dan Wanita.²⁴

Film animasi yang juga sering kali memuat teman pencarian jati diri, yang dimana karakter utama melakukan perjalanan fisik maupun emosional untuk menemukan tujuan hidup mereka. Menurut (Nugroho,2022), pesan ini membantu penonton, terutama anak-anak dan remaja, untuk merenungkan dan mengidentifikasi nilai-nilai pribadi mereka. Pesan tentang pencarian jati diri dalam film animasi menjadi sebuah alat edukatif yang efektif, membantu individu menemukan identitas mereka sendiri di dunia yang juga terus berubah.

Pengorbanan untuk kebaikan bersama dan kebijaksanaan dalam membuat sebuah keputusan adalah tema yang sering muncul dalam film animasi. Melalui kisah karakter yang menghadapi pilihan sulit, pesan ini mengajarkan pentingnya berpikir bijaksana dan mengutamakan kepentingan orang lain. Menurut (Lestari,2023), nilai pengorbanan dalam animasi sering mengingatkan penonton bahwa hidup bukan cuman hanya tentang kepentingan pribadi, tetapi juga tentang memberi manfaat bagi orang lain dan dunia sekitar.

Film merupakan seni mutakhir yang muncul pada abad ke-20, film sendiri merupakan perkembangan dari fotografi yang ditemukan oleh

²⁴ *Ibid.*

Joseph Nicephore Niepce dari Prancis pada tahun 1826. Penyempurnaan dari fotografi yang berlanjut akhirnya mendorong rintisan penciptaan film itu sendiri.²⁵

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI film diartikan dalam dua pengertian. Pertama, film merupakan selaput tipis yang dibuat dari seluloid sebagai tempat gambar negative. Kedua, film diartikan sebagai cerita lakon atau gambar hidup. Dalam konteks khusus, film diartikan sebagai lakon hidup atau gambar gerak yang biasanya juga disimpan dalam media seluloid tipis dalam bentuk gambar negatif. Meskipun kini film bukan hanya dapat disimpan dalam media seluloid saja. Film ini dapat juga disimpan dan diputar kembali dalam media digital.²⁶

Film Dalam arti sempit adalah penyajian gambar lewat layar lebar, tetapi dalam pengertian lebih luas bisa juga termasuk yang disiarkan TV. Memang sejak TV menyajikan film film seperti yang diputar di gedung-gedung bioskop terdapat kecenderungan orang lebih senang menonton film di rumah karena selain lebih praktis juga tidak perlu membayar.²⁷

Film merupakan media komunikasi yang bersifat audio visual untuk menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Film juga dianggap sebagai media komunikasi massa yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual, film mampu bercerita banyak dalam

²⁵ Marselli Sumarno. *Dasar-Dasar Apresiasi Film Cet. 1*. Jakarta: Gramedia Widiasarana, 1966, hlm. 2

²⁶ Tamburaka, Apriyadi. 2013. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Vol. 5

²⁷ Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua)*.

waktu yang singkat. Ketika menonton film, penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi khalayak.²⁸

Film kartun adalah film yang menghidupkan gambar-gambar yang telah dilukis. Titik berat pembuatan film kartun adalah seni lukis. Rangkaian lukisan setiap detiknya diputar dalam proyektor film, maka lukisan-lukisan itu menjadi hidup.

Film merupakan media komunikasi audio visual yang mampu menyampaikan pesan secara efektif melalui kombinasi unsur gambar, suara, dialog, ekspresi tokoh, dan alur cerita. Sebagai media komunikasi massa, film tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan sosial, moral, budaya, dan pendidikan kepada masyarakat. Melalui film, penonton dapat memahami berbagai nilai kehidupan yang direpresentasikan melalui tindakan dan interaksi tokoh yang ditampilkan dalam cerita.²⁹

Film animasi memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan secara menarik melalui visualisasi yang kreatif dan mudah dipahami oleh berbagai kelompok usia. Melalui karakter, dialog, konflik, dan penyelesaian cerita, film animasi sering digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai pendidikan, perjuangan, kerja sama, serta persahabatan. Oleh karena itu,

²⁸ Asri, Rahman. *Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film 'Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI)*. Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial 1(2). doi: 10.36722/jaiss.v1i2.462. 2020

²⁹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 35.

film animasi dapat dijadikan objek penelitian untuk mengidentifikasi berbagai pesan yang terkandung di dalamnya.³⁰

D. Macam-macam Sifat Pesan Komunikasi dalam Film

Film animasi merupakan media komunikasi audiovisual yang menyampaikan pesan melalui kombinasi elemen visual dan suara. Dalam kajian ilmu komunikasi, pesan dalam film animasi dapat bersifat verbal, non-verbal, dan paralinguistik. Ketiga sifat pesan ini berperan dalam membentuk narasi yang mendalam, menggambarkan makna kehidupan, serta menyampaikan nilai-nilai universal seperti keberanian, harapan, dan persahabatan.

1. Pesan Verbal

Pesan verbal menggunakan kata-kata atau angka, baik dalam bentuk lisan maupun tertulis

- a. Kata-kata lisan: Dialog dan monolog yang diucapkan oleh karakter menyampaikan pesan eksplisit. Contohnya, dialog Don dan Nurman dalam Jumbo tentang Pentas yang menegaskan pentingnya harapan dan keberanian.
- b. Kata-kata tertulis: Elemen visual berupa teks seperti surat, papan tanda, atau buku ajaib dalam film sering menyampaikan pesan yang mendukung alur cerita
- c. Angka: Angka dalam film digunakan untuk memberikan konteks atau informasi penting, seperti waktu, tanggal, atau statistik. Misalnya, sisa

³⁰ Giannalberto Bendazzi, *Animation: A World History* (Boca Raton: CRC Press, 2015), hlm. 12.

kalung bunga Melati milik merri dan orang tuanya yang menggambarkan masa dan kekuatan merri sebagai makhluk astral.

2. Pesan Non-Verbal

Pesan non-verbal menyampaikan makna melalui elemen visual, gestural, dan simbolis tanpa menggunakan kata-kata.

- a. Pictorial (gambar): Desain latar, pencahayaan, dan penggunaan warna memberikan makna simbolis. Misalnya, cahaya bintang dalam Jumbo digunakan untuk memperkuat penyampaian pesan harapan dalam alur cerita..
- b. Gestural (gerakan tubuh): Ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan postur karakter menunjukkan emosi dan motivasi mereka. Contoh: ekspresi sedih Atta menggambarkan perjuangan batinnya.
- c. Musikal dan Suara: Elemen suara non-verbal seperti musik ilustrasi, efek suara (sound effect), dan latar suara alami seperti gemerisik suasana hutan atau suara terbang merri. Musik ilustrasi dalam Jumbo sering mengiringi perjalanan emosional karakter dan memperkuat atmosfer adegan tertentu.
- d. Kinestetik (Sentuhan) : Gerakan dinamis karakter dalam film, seperti tarian, aksi heroik, atau adegan berlari, menambahkan dimensi emosional dan dramatis pada narasi. Contohnya, tarian Jumbo dan kawan-kawan nya pada pentas festival kampung seruni menyimbolkan keyakinannya terhadap impian.

3. Pesan Paralinguistik

Pesan paralinguistik melibatkan elemen vokal dan musikal yang mendukung dialog serta suasana emosional

- a. Intonasi: Nada suara karakter yang bervariasi menunjukkan emosi, seperti keberanian atau ketakutan.
- b. Musikal (bunyi): Musik latar, lagu, dan suara instrumen menciptakan suasana emosional. Contoh: lagu tema dalam Jumbo memperkuat pesan harapan orang tua.
- c. Efek Suara (Sound Effect): Bunyi-bunyi seperti langkah kaki, suara angin, atau gemuruh menambah realisme dan makna adegan.

Melalui kombinasi pesan verbal, non-verbal, dan paralinguistik, film animasi seperti Jumbo mampu menyampaikan makna kehidupan secara mendalam kepada audiens.

E. Analisis Isi Kualitatif

Analisis isi merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan isi pesan yang terdapat dalam berbagai bentuk komunikasi, baik berupa teks, gambar, audio, video, maupun dokumen lainnya. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, mengkategorikan, serta menafsirkan makna yang terkandung dalam suatu pesan secara sistematis.

Menurut Klaus Krippendorff, analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang digunakan untuk membuat inferensi atau penarikan kesimpulan yang valid dan dapat direplikasi dari data berdasarkan

konteksnya. Analisis isi tidak hanya berfokus pada isi yang tampak (manifest content), tetapi juga berusaha memahami makna yang terkandung di balik pesan yang disampaikan. Dengan demikian, analisis isi memungkinkan peneliti untuk menafsirkan pesan komunikasi dalam konteks sosial dan budaya tertentu.³¹

Krippendorff menjelaskan bahwa analisis isi memandang data sebagai bentuk komunikasi yang diciptakan, disebarluaskan, dibaca, ditonton, dan ditafsirkan oleh masyarakat. Oleh karena itu, analisis isi tidak hanya bertujuan mendeskripsikan isi pesan, tetapi juga memahami makna yang terkandung di dalamnya berdasarkan konteks penggunaannya. Dalam penelitian ini, analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan pesan perjuangan dan persahabatan yang ditampilkan dalam Film Animasi Jumbo melalui adegan, dialog, perilaku tokoh, serta unsur visual yang muncul sepanjang film.³²

Sementara itu, Kimberly A. Neuendorf menyatakan bahwa analisis isi merupakan metode penelitian yang dilakukan secara sistematis, objektif, dan terorganisasi untuk mengidentifikasi karakteristik pesan yang terdapat dalam suatu media.³³ Analisis isi membantu peneliti memahami bagaimana suatu pesan dikonstruksikan dan disampaikan kepada khalayak melalui berbagai bentuk komunikasi.³⁴

³¹ Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Fourth Edition (California: SAGE Publications, 2018), hlm. 24

³² *Ibid.* Hlm 28-30

³³ Kimberly A. Neuendorf dan Anup Kumar, "Content Analysis," dalam *The International Encyclopedia of Political Communication*, ed. Gianpietro Mazzoleni (New Jersey: Wiley Blackwell, 2016).

³⁴ Kimberly A. Neuendorf, *The Content Analysis Guidebook*, Second Edition (California: SAGE Publications, 2017), hlm. 1–6.

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis isi kualitatif digunakan karena penelitian tidak berfokus pada penghitungan frekuensi kemunculan pesan, melainkan pada pemahaman dan interpretasi makna yang terkandung dalam pesan perjuangan dan persahabatan yang ditampilkan dalam Film Animasi Jumbo. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengungkap nilai-nilai, sikap, dan pesan moral yang direpresentasikan melalui karakter, dialog, tindakan, serta alur cerita yang ditampilkan dalam film.



F. Penelitian Terdahulu

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul Skripsi	Hasil Pembahasan	Perbedaan
1	Jefry Putra Hakimi & Gibbran Prathisara	2026	<i>Representasi Persahabatan dalam Film Jumbo (2025)</i>	Menemukan nilai persahabatan berupa empati, penerimaan, perhatian, dan dukungan emosional.	Penelitian terdahulu fokus pada representasi persahabatan dengan semiotika, sedangkan penelitian penulis menggunakan analisis isi kualitatif untuk mengkaji pesan perjuangan dan persahabatan.
2	Arvinna Ryandita Merly dkk.	2026	<i>Representasi Persahabatan dalam Film Animasi Jumbo Karya Ryan Adriandhy</i>	Menemukan bentuk persahabatan berupa kepercayaan, kerja sama, dukungan emosional, dan pengembangan diri..	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan sosiologi sastra dan hanya membahas persahabatan, sedangkan penelitian penulis mengkaji pesan perjuangan dan persahabatan melalui analisis isi kualitatif..
3	Valencia Eka Armanda	2025	<i>Analisis Unsur Intrinsik dan Nilai Moral</i>	Menemukan nilai moral berupa kerja	Penelitian terdahulu berfokus pada

	Putri, Syahrani Nazilatur Rahmah, dan Aisya Kurrotuain		<i>dalam Film Animasi Upin & Ipin Edisi Ketupat Aidilfitri</i>	sama, menghormati orang tua, kepedulian, dan kebersamaan yang disampaikan melalui tokoh, alur, dan dialog film animasi	nilai moral dalam film <i>Upin & Ipin</i> , sedangkan penelitian penulis mengkaji pesan perjuangan dan persahabatan dalam film <i>Jumbo</i> .
4	Putri Rachmah Dianti	2025	<i>Pesan Moral pada Tokoh Utama dalam Film Animasi The Good Dinosaur Karya Peter Sohn</i>	Menemukan pesan moral berupa keberanian, penerimaan diri, kesadaran diri, kerja sama, pertumbuhan pribadi, dan pertemanan yang ditampilkan melalui tokoh utama	Penelitian terdahulu berfokus pada tokoh utama dan pesan moral dalam film <i>The Good Dinosaur</i> , sedangkan penelitian penulis meneliti seluruh pesan perjuangan dan persahabatan dalam film <i>Jumbo</i> .
5	Reihani Fadilla Lbs, Abdul Khohar, dan Andhika Pamungkas	2024	<i>Analisis Isi Pesan Moral dalam Film Rumah Masa Depan Karya Ali Shahab Tahun 2023</i>	Menemukan berbagai pesan moral yang disampaikan melalui adegan dan dialog tokoh dalam film, seperti nilai tanggung jawab, kepedulian sosial, dan hubungan keluarga.	Penelitian terdahulu berfokus pada pesan moral dalam film <i>Rumah Masa Depan</i> , sedangkan penelitian penulis berfokus pada pesan perjuangan dan persahabatan dalam film

					animasi <i>Jumbo</i> .
--	--	--	--	--	---------------------------

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa film merupakan media komunikasi massa yang mengandung berbagai pesan yang dapat disampaikan kepada khalayak melalui dialog, tindakan tokoh, alur cerita, konflik, maupun visualisasi adegan. Film animasi *Jumbo* sebagai objek penelitian tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyampaian nilai-nilai sosial yang dapat memberikan pembelajaran kepada penontonnya.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kajian pada pesan perjuangan dan persahabatan yang ditampilkan dalam film animasi *Jumbo*. Pesan perjuangan dipahami sebagai nilai yang tercermin melalui sikap kerja keras, ketekunan, keberanian, pengorbanan, dan pantang menyerah dalam menghadapi berbagai tantangan. Sementara itu, pesan persahabatan dipahami sebagai nilai yang tercermin melalui kepercayaan, kepedulian, kerja sama, kesetiaan, dan dukungan antartokoh dalam cerita.

Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan pesan-pesan tersebut, penelitian ini menggunakan metode Analisis Isi Kualitatif. Melalui metode ini, peneliti menganalisis isi film berdasarkan adegan, dialog, tindakan tokoh, konflik, serta alur cerita yang mengandung pesan perjuangan dan persahabatan. Selanjutnya, data yang diperoleh dikategorikan dan diinterpretasikan untuk memperoleh pemahaman mengenai bagaimana

pesan perjuangan dan persahabatan direpresentasikan dalam film animasi *Jumbo*.

Hasil analisis diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai bentuk-bentuk pesan perjuangan dan persahabatan yang terkandung dalam film animasi *Jumbo* serta kontribusinya sebagai media edukasi dan penyampaian nilai sosial kepada masyarakat.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

