

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Terkait Konsep Dasar yang Diteliti

2.1.1 Film

Film pada dasarnya merupakan medium audio-visual yang memadukan gambar bergerak dengan suara untuk menyampaikan pesan, gagasan, maupun hiburan kepada penonton. Menurut Bordwell dan Thompson, film adalah sebuah bentuk seni sekaligus media komunikasi yang bekerja melalui kombinasi teknis sinematografi, narasi, dan estetika visual untuk menciptakan pengalaman tertentu bagi audiens (Bordwell & Thompson, 2013). Definisi ini menekankan bahwa film bukan sekadar hiburan, tetapi juga sebuah sistem tanda yang dapat merepresentasikan realitas sosial maupun imajinasi budaya. Andersson (1991) menambahkan bahwa film memiliki sifat unik karena dapat menghadirkan representasi kehidupan yang menyerupai kenyataan melalui teknik kamera, editing, dan *mise-en-scène*, sehingga mampu memengaruhi persepsi penonton secara mendalam (Andersson, 1991).

Dalam komunikasi massa, film dipahami sebagai salah satu bentuk media yang dapat menjangkau khalayak luas dengan pesan-pesan yang disusun secara visual dan naratif. Menurut teori komunikasi massa McQuail, film memiliki fungsi ganda: sebagai sarana hiburan sekaligus sebagai saluran penyampaian nilai, ideologi, dan informasi kepada masyarakat (McQuail, 2010). Artinya, film tidak hanya berfungsi menghibur, tetapi juga dapat menjadi alat untuk mendidik serta membentuk opini publik. Laugier (2021) bahkan menekankan bahwa film dapat menjadi ruang kontestasi budaya, di mana nilai-nilai dominan maupun alternatif dinegosiasikan dan dipertontonkan kepada audiens (Laugier, 2021). Dengan demikian, film sebagai media komunikasi massa memiliki peran strategis dalam pembentukan kesadaran sosial.

Fungsi utama film dapat dilihat dalam tiga dimensi besar: hiburan, edukasi, dan dokumentasi. Sebagai hiburan, film mampu memberikan pengalaman emosional melalui cerita, tokoh, dan konflik yang ditampilkan. Sebagai media edukasi, film sering digunakan untuk menyampaikan pesan moral, sejarah, maupun isu-isu sosial kepada masyarakat. Sedangkan dalam fungsi dokumentatif, film dapat berfungsi sebagai arsip visual yang merekam realitas sosial dan budaya pada zamannya (Nichols, 2017). Misalnya, film dokumenter tidak hanya menampilkan fakta, tetapi juga mengonstruksi makna tertentu yang memengaruhi cara masyarakat memahami realitas. Hal ini menunjukkan bahwa film merupakan media yang kaya fungsi dan fleksibel dalam berbagai hal sosial.

Selain fungsi, film juga memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari media komunikasi lainnya. Salah satunya adalah sifatnya yang audio-visual, di mana film menggabungkan kekuatan gambar bergerak dan suara untuk menciptakan efek yang lebih mendalam. Menurut Worth (1969), keunikan film terletak pada kemampuannya untuk menggandakan realitas melalui representasi visual yang dianggap alami oleh penonton (Worth, 1969). Karakteristik lain adalah sifat naratifnya: hampir semua film menyusun cerita melalui struktur awal, konflik, dan resolusi, sehingga penonton dapat mengikuti alur cerita dengan mudah. Hal ini membuat film menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan secara terstruktur.

Karakteristik penting lainnya adalah kemampuannya membangun identifikasi dan empati penonton terhadap tokoh yang ditampilkan. Dengan teknik close-up, mise-en-scène (penataan visual), maupun musik, film dapat memandu emosi penonton untuk bersimpati kepada tokoh tertentu atau menolak tokoh lain. Rieger (2018) menekankan bahwa pengalaman menonton film bersifat intersubjektif, karena penonton terhubung dengan cerita dan tokoh melalui emosi yang dibangkitkan oleh bahasa sinematik

(Rieger, 2018). Oleh sebab itu, film memiliki kekuatan afektif yang tinggi dalam membentuk cara pandang dan sikap penonton.

Sobur (2004) menjelaskan bahwa setiap elemen film, mulai dari dialog, setting, hingga kostum, dapat dipahami sebagai tanda yang membawa makna tertentu bagi audiens (Sobur, 2004). Perspektif ini menempatkan film bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sistem yang mencerminkan sekaligus membentuk pandangan tertentu tentang masyarakat. Dengan demikian, memahami pengertian film berarti juga memahami fungsinya sebagai media komunikasi massa yang rumit: menghibur, mendidik, merekam realitas, sekaligus membentuk kesadaran budaya masyarakat.

2.1.2 Pesan Moral

Pesan moral pada dasarnya merupakan gagasan atau nilai yang disampaikan melalui suatu teks, baik lisan, tulisan, maupun visual, yang bertujuan untuk memberikan pelajaran mengenai baik dan buruk. Menurut Dewi (2019), pesan moral dapat dipahami sebagai nilai yang terkandung dalam suatu karya yang mampu memberi arahan pada sikap dan perilaku manusia menuju kehidupan yang lebih baik (Dewi, 2019). Definisi ini menekankan fungsi normatif pesan moral sebagai pedoman hidup yang tidak hanya bersifat individual, tetapi juga kolektif dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam komunikasi, pesan moral sering kali hadir secara eksplisit melalui dialog maupun narasi, atau secara implisit melalui simbol dan representasi.

Konsep baik dan buruk menjadi fondasi utama dalam pesan moral. Dalam pandangan etika normatif, nilai baik diidentikkan dengan tindakan yang bermanfaat, adil, dan sesuai norma sosial, sementara nilai buruk merujuk pada perilaku yang merugikan atau menyimpang dari aturan moral (Beauchamp, 2001). Dengan demikian, pesan moral tidak berdiri sendiri,

melainkan selalu terkait dengan nilai, norma, dan struktur sosial yang berlaku dalam suatu komunitas.

Dalam dunia pendidikan, pesan moral sering dipahami sebagai bagian dari proses internalisasi nilai. Pendidikan moral bertujuan agar individu dapat membedakan mana yang pantas dan tidak pantas dilakukan. Feng (2013) menjelaskan bahwa pesan moral dalam media populer, seperti film dan televisi, berfungsi sebagai media pembelajaran tidak langsung yang memperkuat nilai-nilai sosial dan etika di masyarakat (Feng, 2013). Dengan kata lain, pesan moral bukan hanya konten naratif, melainkan juga sebagai alat yang di gunakan untuk mendidik dan mengajar yang mendukung pembentukan karakter.

Peran pesan moral juga sangat penting dalam kajian komunikasi. Pesan moral dapat dilihat sebagai salah satu wujud fungsi edukatif media massa, sebagaimana dijelaskan oleh McQuail (2010), di mana media tidak hanya berfungsi menghibur, tetapi juga mendidik masyarakat dengan menyebarkan nilai-nilai yang selaras (McQuail, 2010). Melalui penyampaian pesan moral, media berkontribusi membentuk opini publik, meneguhkan identitas sosial, dan memperkuat kohesi budaya. Hal ini menunjukkan bahwa pesan moral merupakan elemen integral dalam dinamika komunikasi massa.

Dalam film, pesan moral sering kali muncul melalui resolusi cerita atau transformasi karakter. Menurut Poedjosoedarmo (2001), film mampu membangun narasi etis yang mengarahkan penonton pada kesimpulan moral tertentu setelah mengikuti konflik dan penyelesaiannya (Poedjosoedarmo, 2001). Tokoh protagonis biasanya menjadi representasi nilai baik, sementara antagonis melambangkan nilai buruk yang akhirnya dikalahkan. Dengan pola naratif semacam ini, film tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga menanamkan pesan moral yang dapat memengaruhi sikap penonton.

Selain itu, pesan moral dalam film dapat berfungsi sebagai refleksi maupun kritik sosial. Sebagaimana dinyatakan oleh Allen & Lincoln (2004), film sering mendapatkan legitimasi budaya ketika dianggap mampu mewakili nilai-nilai sosial dan moral tertentu yang sesuai dengan masyarakatnya (Allen & Lincoln, 2004). Artinya, pesan moral dalam film bukan hanya sekadar pesan individual, melainkan juga bagian dari percakapan sosial yang lebih luas. Dengan demikian, memahami pesan moral berarti memahami bagaimana media, khususnya film, berperan dalam membentuk kesadaran moral kolektif.

2.2 Basic Teori

2.2.1 Analisis Isi

Analisis Isi adalah cara untuk memahami arti dari sebuah teks, dokumen, visual, dan audio. Secara terorganisir dan sistematis. Menurut (Krippendorff & Wajidi, 1980), analisis isi adalah cara untuk menarik kesimpulan yang biasa di ulang dan valid dari teks, dengan mempertimbangkan bagaimana teks digunakan. Dalam penelitian ini, analisis isi tidak hanya mengeksplorasi pesan yang muncul, namun juga menggali makna yang tersirat di dalamnya.

Krippendorff menekankan bahwa analisis isi harus dilakukan dengan cara yang sistematis, objektif dan dapat di lakukan kembali oleh orang lain. Artinya peneliti harus memperhatikan data dengan mengelompokkan temuan sesuai dengan kategori tertentu, kemudian dipahami dalam konteks yang di analisis.

2.2.2 Teori Klaus Krippendorff

Klaus Krippendorff adalah salah satu tokoh penting dalam studi analisis isi. Krippendorff meyakini bahwa bentuk media seperti visual, dialog, dan interaksi di dalamnya dapat di eksploriasi untuk menemukan

pola, tema, dan makna, dalam pandangan (Eriyanto, 2015) analisis isi tidak hanya focus pada teks namun juga memperhatikan budaya, social, dan komunikasi di dalamnya.

Menurut Krippendorff, tujuan utamana dari analisis isi adalah untuk menggambarkan pesan komunikasi, memahami konteks sosial dan budaya yang dapat di tarik kesimpulan yang valid dan dapat di uji ulang.

2.2.3 Teori Nilai Moral – Franz Magnis-Suseno

Teori moral Franz Magnis-Suseno berangkat dari studi etika yang menganggap moral sebagai acuan bagi manusia dalam memilih tindakan yang baik dan benar dalam kehidupan. Menurut (Wahyu Trisno Aji, 2024) moral merupakan tolak ukur yang di pakai untuk mengevaluasi perilaku manusia berdasarkan nilai-nilai yang diterima oleh masyarakat. Moral tidak hanya sebagai norma, namun juga kesadaran yang membantu individu dalam bertindak, bertanggung jawab terhadap diri sendiri dan orang lain. Menurut (Wahyu Trisno Aji, 2024) dalam bukunya yang berjudul, Moderasi Beragama Perspektif Etika ia menyatakan teori moral yang dikembangkan berfokus pada bagaimana manusia menggunakan kebebasan dan akal untuk bertindak secara bertanggung jawab sesuai nilai moral yang objektif, serta membahas mengenai persoalan mendasar filsafat moral yang mendasar seperti kebebasan, tanggung jawab, suara hati, prinsip-prinsip moral serta pembentukan keperibadian moral.

Dalam komunikasi atau media seringkali diilustrasikan melalui berbagai simbol, tingkah laku, dialog, serta pengembangan cerita dalam suatu film. Film sendiri menjadi alat komunikasi yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan nilai-nilai moral kepada audiens melalui visual yang emosional yang dibentuk sepanjang cerita. Dengan demikian, teori nilai moral Franz Magnis-Suseno dapat di manfaatkan untuk memahami serta menggali pesan moral yang terdapat dalam sebuah film.

2.3 Penelitian Terdahulu

Untuk memenuhi proposal tesis ini secara baik, penulis mengambil beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Untuk memperkuat dan mendukung pemahaman terhadap konsep teori dan fenomena yang diteliti, penulis menggunakan sejumlah rujukan-rujukan berikut ini

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Hana Cholifah Nurjanah, Widyastuti Purbani, & Else Liliani (2024)	Pesan Moral dalam Film <i>Love is Not Enough</i> : Analisis Semiotika Roland Barthes	Penelitian ini menemukan bahwa film <i>Love is Not Enough</i> merepresentasikan pesan moral mengenai kejujuran, cinta, dan konflik batin melalui tanda denotasi, konotasi, dan mitos.
Perbedaan: Fokus pada film bergenre drama romantis dengan kajian semiotika Barthes, sedangkan penelitian ini menelaah film animasi Indonesia (<i>Jumbo</i> 2025).		
Arief Yulianto, Febrianto Saptodewo, & Vickrie Ardy (2025)	Studi Visual Naratif terhadap Nilai Sosial dalam Film Animasi <i>Jumbo</i>	Menjelaskan bahwa film <i>Jumbo</i> menampilkan nilai sosial seperti solidaritas dan empati melalui konstruksi visual naratif yang dapat menjadi cerminan kehidupan masyarakat.
Perbedaan: Kajian lebih menekankan aspek naratif-visual dalam perspektif desain media, sedangkan penelitian ini berfokus pada pesan moral menggunakan Franz Magnis-Suseno.		
Yudha Aviatri & Nurmailis (2025)	Analisis Film Animasi <i>Jumbo</i> dalam Penanaman Nilai	Menunjukkan bahwa film <i>Jumbo</i> berperan dalam menanamkan nilai karakter seperti

	Karakter pada Anak Usia Dini	keberanian, tolong-menolong, dan kejujuran pada anak usia dini.
Perbedaan : Lebih membahas dampak pendidikan karakter bagi anak, sementara penelitian ini mengidentifikasi pesan moral yang muncul dalam film menggunakan teori Franz Magnis-Suseno.		
Zuniar Nadhiva Anggraini (2025)	Analysis of Character Dynamics and Educational Values in the 2025 Animated Film Jumbo	Menggunakan pendekatan psikoanalisis Freud (id, ego, superego) untuk melihat dampak psikologis film <i>Jumbo</i> pada anak, menemukan bahwa konten kekerasan dapat memengaruhi perkembangan moral.
Perbedaan : Berbasis psikologi sastra (Freud), sedangkan penelitian ini menggunakan analisis Franz Magnis-Suseno dengan mengidentifikasi pesan moral.		
Trinada Pamungkas, Silvania Mandaru, & Juan Ardiles Nafie (2023)	Representasi Pesan Moral dalam Film KKN Desa Penari (Analisis Semiotika Peirce)	Menemukan bahwa film <i>KKN Desa Penari</i> merepresentasikan pesan moral tentang larangan melanggar aturan, konsekuensi perbuatan, dan nilai religius dengan menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce.
Perbedaan : Menggunakan semiotika Peirce dan objek film horor, sedangkan penelitian ini memakai Analisis Franz Magnis-Suseno dengan objek film animasi keluarga.		
Bagus Fahmi Weisarkurnai (2017)	Representasi Pesan Moral dalam Film Rudy Habibie (Analisis Semiotika Roland Barthes)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa film <i>Rudy Habibie</i> mengandung pesan moral tentang nasionalisme, pengorbanan, dan

		perjuangan yang ditampilkan melalui simbol-simbol visual dan naratif.
Perbedaan : menggunakan pendekatan semiotika Barthes, dan objek kajian adalah film biopik, sedangkan penelitian ini mengkaji film animasi Indonesia.		

Tabel 2. 2 penelitian terdahulu

2.4 Fokus Penelitian

Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana makna pesan moral dalam film Jumbo (2025) karya Hanung Bramantyo melalui analisis Klaus Krippendorff dan menggunakan kategorisasi analisis Franz Magnis-Suseno melalui unsur nilai-nilai seperti kejujuran, kemandirian, tanggung jawab, sikap kritis dan keberanian, untuk memahami bagaimana simbol-simbol visual, karakter, alur narasi, serta setting dalam film tersebut menyampaikan nilai moral tertentu. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat pesan moral yang muncul secara eksplisit namun juga melihat makna yang tidak nampak dalam film. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyingkap bagaimana film Jumbo menghadirkan ajaran moral tentang keberanian, persahabatan, dan penerimaan diri melalui representasi yang dapat memengaruhi cara pandang penonton.

Selain itu, penelitian ini menelaah bagaimana Jumbo, sebagai karya animasi lokal yang berhasil menarik jutaan penonton, tidak hanya menyajikan hiburan tetapi juga berfungsi sebagai teks budaya yang menampilkan nilai moral masyarakat Indonesia. Fokus ini penting karena memberikan pemahaman bahwa film animasi juga dapat menjadi agen pendidikan moral melalui simbol-simbol kultural, sekaligus memperkaya literatur akademik tentang analisis pesan moral dalam perfilman Indonesia masa kini.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dibangun dari pemahaman bahwa film merupakan media komunikasi massa yang sangat kaya akan makna, bukan hanya untuk sekadar hiburan. Film *Jumbo* (2025) karya Hanung Bramantyo dipilih sebagai objek penelitian karena selain mencatat prestasi komersial yang signifikan, film ini juga menghadirkan narasi yang penuh dengan simbol pesan moral. Dalam analisis isi kerangka Franz Magnis-Suseno, setiap elemen film — mulai dari nilai moral hingga pesan moral — dipandang sebagai hubungan antar konsep etika yang akan muncul nilai-nilai yang mengandung makna kejujuran, keadilan, tanggung jawab, sikap kritis/kepedulian dan keberanian.

Dengan demikian, kerangka berpikir penelitian ini menegaskan bahwa pesan moral dalam film tidak hadir secara tunggal, melainkan dibentuk oleh interaksi antar tokoh, penelitian ini berfokus pada bagaimana mengidentifikasi makna pesan moral yang ditampilkan pada film *Jumbo* 2025. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memperlihatkan bahwa film animasi Indonesia memiliki peran strategis tidak hanya dalam industri hiburan, tetapi juga dalam membentuk kesadaran terhadap pesan moral masyarakat melalui budaya yang dinormalisasi dalam teks film.

2.6 Asumsi Dasar

Penelitian ini berangkat dari asumsi dasar bahwa film tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi yang kaya akan nilai, khususnya pesan moral. Setiap elemen dalam film, baik berupa narasi, karakter, dialog, maupun simbol visual, diyakini mengandung tanda yang dapat dianalisis untuk mengungkap makna tertentu. Dalam film *Jumbo* (2025) karya Hanung Bramantyo, asumsi dasarnya adalah bahwa film ini menyimpan pesan moral yang dapat diuraikan melalui pendekatan Franz Magnis-Suseno pada nilai-nilai moral yang disampaikan pada dialog, tindakan, dan konflik pada film. Dengan

kata lain, penelitian ini meyakini bahwa Jumbo tidak hanya menyampaikan kisah petualangan, tetapi juga membangun pesan moral yang dapat memengaruhi pemahaman penonton terhadap nilai kehidupan.

Asumsi lain yang mendasari penelitian ini adalah bahwa penelitian ini berasumsi bahwa pesan moral dalam Jumbo bukan hanya sekadar nilai universal seperti keberanian atau persahabatan. Dengan kerangka ini, penelitian diyakini dapat mengungkap bagaimana Jumbo berfungsi sebagai teks budaya yang menanamkan moral sekaligus merepresentasikan nilai-nilai sosial yang dinormalisasi dalam kehidupan sehari-hari.

