

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui media yang menjangkau khalayak luas, baik dalam bentuk media cetak maupun elektronik, yang biasanya dikelola oleh lembaga atau individu yang memiliki otoritas dalam penyebaran informasi. John Bittner, dalam (Praditya et al., 2023) mendefinisikan komunikasi massa sebagai sebuah proses di mana pesan-pesan disampaikan melalui media massa kepada banyak orang secara simultan. Definisi komunikasi massa, menurut Bittner, dapat dijelaskan sebagai "*messages communicated through a mass medium to a large number of people*," yang menunjukkan bahwa komunikasi ini melibatkan penyampaian informasi kepada khalayak luas melalui saluran media yang tersedia. Pengertian ini menunjukkan bahwa tujuan utama komunikasi massa adalah menjangkau audiens yang besar secara bersamaan, sehingga memungkinkan distribusi informasi yang efisien dan efektif. Proses ini ditujukan kepada masyarakat yang tersebar di berbagai wilayah, dengan latar belakang yang beragam dan tidak saling mengenal. Dalam hal ini komunikasi massa memiliki peran penting dalam membentuk dinamika sosial dan budaya, terutama dalam memengaruhi pola pikir serta perilaku masyarakat. Dalam konteks sosial dan budaya, komunikasi tidak hanya menjadi sarana pertukaran makna, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme untuk mempertahankan, mengubah, dan mewariskan nilai-nilai budaya. Melalui model komunikasi satu tahap (*one-step flow*), pengaruh media massa terjadi secara langsung, di mana khalayak dapat mengalami perubahan sikap dan pandangan setelah menerima pesan dari media tanpa melalui perantara (Praditya et al., 2023).

Dalam memahami konsep komunikasi massa, John Bitner tidak secara eksplisit membahas komunikasi massa dalam konteks media, melainkan lebih fokus pada manajemen pelayanan dan pengaruh "*servicescape*" terhadap pengalaman pelanggan. Menurut Bitner, komunikasi dalam konteks ini lebih berkaitan dengan bagaimana lingkungan fisik dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku pelanggan, bukan secara langsung tentang penyebaran informasi

melalui media massa. Namun, hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dan konteks turut berperan penting dalam mempengaruhi interaksi sosial. Salah satu bentuk media massa yang berperan signifikan adalah film. Film berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk mendidik dan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai isu-isu sosial dan budaya. Melalui narasi visual dan audio yang kuat, film mampu menyampaikan pesan-pesan yang kompleks dan menghubungkan emosi penonton dengan tema yang diangkat. Contohnya adalah film yang mengangkat isu ketidakadilan sosial, isu budaya, atau perubahan iklim, yang dapat mengajak penonton untuk memikirkan kembali perspektif mereka dan berkontribusi positif di masyarakat (Hasanah & Ismail, 2023).

Film sebagai media komunikasi massa memainkan peran yang signifikan dalam mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap berbagai isu sosial dan budaya. Sebagai media audiovisual, film mampu menyampaikan pesan dengan cara yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mendidik dan memotivasi perubahan sosial. Menurut Novianti & Choiriyati (2014), komunikasi massa mencakup segmen-segmen yang mempengaruhi dinamika sosial melalui alat komunikasi modern seperti internet dan film, di mana film sebagai media komunikasi massa memiliki potensi untuk mendemokratisasi informasi dan memperkuat suara publik dalam konteks yang lebih besar. Dalam konteks komunikasi massa, Mustofa (2022) juga menggarisbawahi bahwa "fungsi komunikasi massa dalam film" menjangkau berbagai aspek seperti hiburan, pendidikan, informasi, dan persuasi. Dengan demikian, film tidak hanya berfungsi untuk menghibur tetapi juga dapat menjadi sarana untuk mendidik dan memotivasi tindakan sosial dari audiensnya. Film yang dikemas dengan baik mampu membuat audiens merasa terlibat dan berkontribusi dalam isu-isu yang disoroti, menjadikan film mampu menjadi sarana perubahan sosial yang signifikan. Film biasanya dibedakan berdasarkan genre untuk mempermudah penonton dalam memilih jenis tayangan yang sesuai dengan preferensi mereka. Namun, seringkali genre yang tertera tidak sepenuhnya menggambarkan keseluruhan isi film, karena banyak film yang menggabungkan elemen-elemen dari genre berbeda. Sebuah film bisa

menggabungkan lebih dari satu genre, di mana satu genre berperan sebagai genre utama, sementara yang lainnya menjadi elemen pendukung yang memperkaya jalan cerita. Beberapa genre yang umumnya dikenal di dunia perfilman antara lain aksi, romansa, fantasi, thriller, horor, komedi, dan masih banyak lainnya. Jenis-jenis genre ini semakin bervariasi, seiring dengan perkembangan kreativitas para pembuat film yang terus berinovasi dalam menggabungkan berbagai unsur (Novenrodumetasa et al., 2023).

2.2 Representasi dan Konstruksi Makna

2.2.1 Representasi

Representasi dapat dipahami sebagai proses menampilkan ulang atau merepresentasikan sesuatu, yaitu upaya untuk menciptakan citra atau memberi makna pada benda atau teks yang digambarkan. Teks yang dimaksud bisa berupa tulisan, gambar, kejadian nyata, hingga bentuk audio-visual. Representasi memainkan peran krusial dalam proses di mana makna diproduksi dan dibagikan antar anggota suatu budaya. Proses ini melibatkan penggunaan bahasa, simbol, dan gambar untuk menggambarkan atau merepresentasikan sesuatu (Hall, 1997:15). Stuart Hall lebih lanjut menjelaskan bahwa representasi adalah cara untuk menghasilkan makna dalam bentuk konsep-konsep yang ada dalam pikiran, yang diwujudkan melalui bahasa. Melalui hubungan antara konsep dan bahasa, manusia dapat merujuk pada dunia nyata yang penuh dengan objek, orang, atau peristiwa, bahkan pada dunia khayalan yang berisi karakter fiksi. Dalam konteks ini, representasi memainkan peran vital dalam mempertahankan dan melestarikan hal-hal yang dianggap penting oleh sebagian orang. Selain itu, representasi yang tepat juga berpotensi untuk menanggulangi stereotip negatif serta bias budaya yang dapat merugikan individu atau kelompok budaya tertentu. Eduar (2024) menyebutkan bahwa teori representasi menurut Stuart Hall memberikan kerangka konseptual yang mendalam dalam memahami bagaimana media dan budaya menciptakan makna serta mengungkapkan realitas sosial (Alamsyah, 2020). Menurut Judy Giles dan Tim Middleton dalam Ayurisna, (2009) istilah "*represent*" memiliki tiga makna utama.

Pertama, "*to stand in for*" yang mengarah pada tindakan melambangkan atau menjadi simbol. Sebagai contoh, bendera merah-putih yang menjadi simbol kebangsaan Indonesia, yang mewakili identitas dan kedaulatan negara. Kedua, "*to represent*" berarti berbicara atau bertindak atas nama suatu entitas. Misalnya, seorang juru bicara perusahaan yang memberikan pernyataan resmi kepada media atas nama perusahaan tersebut. Terakhir, "*to re-present*" yang mengacu pada usaha untuk menghadirkan kembali kejadian atau peristiwa yang sudah berlalu. Sebagai contoh, dokumenter yang menyajikan kembali peristiwa-peristiwa bersejarah seperti kemerdekaan Indonesia, dengan tujuan untuk mengedukasi generasi muda mengenai pentingnya momen tersebut dalam perjalanan bangsa.

Proses representasi ini dilakukan melalui penggunaan bahasa. Namun selain bahasa, tanda-tanda juga memainkan peran penting dalam merepresentasikan makna dan memfasilitasi pertukaran makna tersebut. Dalam konsep representasi, terdapat tiga elemen kunci yang saling terhubung, yaitu *signifier* (penanda), *signified* (petanda), dan *mental concept* (konsep mental) yang membentuk sistem representasi itu sendiri. Sebagai contoh, fenomena "g.e.l.a.s" berfungsi sebagai penanda untuk suatu benda berbentuk tabung yang biasa digunakan untuk menaruh benda lain berbentuk cair. Benda fisik tersebut, yaitu gelas, berperan sebagai petanda, sementara konsep tentang gelas dalam pikiran setiap individu meskipun bisa berbeda-beda, seperti gelas sloki atau *tumbler* adalah apa yang disebut dengan *mental concept*. Meskipun gelas bisa pecah atau rusak, gambaran gelas dalam pikiran kita tetap utuh, tidak dapat mengalami kerusakan. Inilah yang dimaksud dengan sistem representasi, yang menghubungkan apa yang ada dalam pikiran kita dengan kenyataan yang ada melalui bahasa sebagai medium. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, representasi tidak hanya mencakup proses penciptaan makna, tetapi juga pertukaran makna itu sendiri. Agar proses ini berlangsung efektif, setiap individu perlu memiliki bahasa yang sama. Artinya, mereka harus dapat berbicara dalam bahasa yang dimengerti bersama. Hanya dengan cara ini, representasi akan menjadi bermakna dan dapat dipahami dengan tepat (Ayurisma, 2009).

2.2.2 Konstruksi

Dalam semiotika, konstruksi makna merujuk pada proses bagaimana makna dibentuk, diarahkan, dan dinaturalisasi, bukan sekadar bagaimana tanda ditampilkan. Konstruksi selalu berkaitan dengan hasil ideologis dari pemaknaan: nilai apa yang ditegaskan, pandangan dunia apa yang disahkan, dan cara berpikir apa yang didorong untuk dianggap wajar oleh audiens. Dengan demikian, konstruksi makna bukanlah deskripsi visual atau naratif semata, melainkan suatu proses produksi makna yang bersifat sosial dan kultural.

Dalam kerangka Roland Barthes, konstruksi makna bekerja terutama pada tataran konotasi dan mitos (Barthes et al., 2019). Pada tahap konotasi, tanda-tanda tidak lagi dibaca secara literal, melainkan dimaknai melalui kode budaya, emosi, dan pengalaman kolektif masyarakat. Konstruksi terjadi ketika konotasi tertentu dipilih, ditekankan, dan diulang sehingga membentuk arah pemaknaan yang relatif stabil. Makna yang lahir di tahap ini tidak netral, ia selalu berkaitan dengan kepentingan budaya dan struktur kekuasaan yang lebih luas.

Tahap berikutnya, yang menjadi inti pemikiran Barthes, adalah mitos. Mitos merupakan bentuk paling matang dari konstruksi makna, dan makna konotatif dipresentasikan seolah-olah sebagai kebenaran alamiah. Pada titik ini, konstruksi tidak lagi tampak sebagai hasil pemaknaan, melainkan sebagai "kenyataan". Dalam hal ini, ideologi tidak dipaksakan secara kasar, tetapi bekerja secara halus dengan menyamarkan dirinya sebagai hal yang normal, logis, dan tidak perlu dipertanyakan (Althusser, 2017).

Konstruksi makna, dalam arti ini, berfungsi sebagai mesin naturalisasi ideologi. Konstruksi makna juga selalu bersifat historis dan kontekstual. Artinya, makna yang dikonstruksi tidak muncul dari ruang hampa, melainkan dari kondisi sosial, politik, dan budaya tertentu. Apa yang pada satu masa dianggap wajar dan alamiah, pada masa lain dapat diartikan sebagai problematis atau bahkan ideologis. Antonio Gramsci (2010) Menekankan bahwa mitos selalu berbicara tentang zamannya sendiri. Oleh karena itu, analisis konstruksi makna tidak hanya membaca teks, melainkan juga

membaca relasi antara teks dan konteks sosial yang melahirkannya.

Dalam analisis semiotika, fokus pada konstruksi makna berarti menelusuri apa yang sedang dinormalisasi, nilai apa yang dijadikan standar, dan cara berpikir apa yang diarahkan kepada audiens. Konstruksi tidak hanya bekerja dengan mengatakan "ini benar", melainkan dengan membuat makna tertentu terasa begitu akrab sehingga tampak benar dengan sendirinya.

Dengan demikian, dalam semiotika Roland Barthes, konstruksi makna adalah titik akhir sekaligus titik kritis analisis. Menurut Barthes bukan tentang apa yang terlihat, tetapi tentang bagaimana makna bekerja di balik yang terlihat. Membaca konstruksi makna berarti membongkar mekanisme ideologis yang bersembunyi di balik tanda-tanda, dan menunjukkan bahwa apa yang tampak alamiah sesungguhnya adalah hasil dari proses pemaknaan yang sangat terstruktur.

2.3 Film Sebagai Representasi dari Realitas

Beberapa ahli berpendapat bahwa film merupakan gambaran atau representasi dari kenyataan sosial yang berkembang di masyarakat, yang kemudian ditayangkan melalui layar (Sobur, 2006). Film, pada dasarnya, berfungsi sebagai sebuah rekonstruksi dari realitas sosial yang ada di masyarakat. Film menggunakan berbagai simbol, aturan, dan nilai-nilai budaya, untuk menghidupkan kembali kenyataan yang ada di dunia nyata untuk kemudian disajikan kepada penonton dalam bentuk yang telah disaring dan disusun sedemikian rupa. Artinya, film merekam berbagai kehidupan yang terjadi, lalu juga mengolahnya dalam kemasan audiovisual. Setiap elemen dalam film, dari cerita hingga penggambaran karakter, berusaha menggambarkan kenyataan, namun dengan sentuhan ideologi dan pemikiran tertentu yang ingin disampaikan oleh pembuatnya. Film menjadi sebuah seni sinematik dan sebuah konstruksi sosial yang memadukan fakta dengan gagasan, menyajikan bukan hanya apa yang ada, tetapi juga apa yang seharusnya ada menurut perspektif tertentu (Ghaisani, 2020).

Film seringkali menyajikan gambaran dramatis tentang berbagai aspek kehidupan, seperti bagaimana seseorang seharusnya bersikap, bertindak, serta cara-cara untuk beradaptasi dengan dinamika sosial. Dalam banyak hal, film bukan

hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media untuk mendidik penonton mengenai nilai-nilai penting seperti toleransi, rasa hormat, dan penghargaan terhadap perbedaan. Namun, meskipun film berusaha merepresentasikan kehidupan nyata, seringkali ada perbedaan antara apa yang digambarkan dalam film dengan kenyataan yang sebenarnya. Salah satu contohnya adalah bagaimana film menggambarkan tema-tema kompleks seperti pencarian identitas diri, di mana karakter-karakter dalam film sering kali mengalami kebingungannya tentang siapa mereka dan tempat mereka di dunia ini, tetapi cara film tersebut menggambarkan perasaan-perasaan ini terkadang tidak sesuai dengan pengalaman nyata yang dihadapi oleh individu yang berjuang dengan masalah tersebut.

Proses pencarian ini bisa melibatkan pergulatan dengan norma sosial yang ketat, tradisi, atau bahkan ekspektasi yang dibebankan oleh keluarga dan masyarakat. Namun, dalam banyak kasus, film cenderung menyederhanakan atau bahkan mengidealkan proses ini, mengabaikan kompleksitas dan konflik internal yang sebenarnya terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Realitas yang dihadirkan dalam film sering kali berfungsi sebagai cerminan dari keadaan sosial dalam masyarakat, menggambarkan norma-norma, nilai-nilai, serta dinamika interaksi individu. Dalam proses pembuatannya, sineas menggunakan berbagai teknik sinematografi, seperti *mise en scene*, untuk menyampaikan pesan yang kuat dan mengekspresikan identitas yang relevan dengan konteks sosial. *Mise en scene*, sebagai salah satu elemen penting dalam sinematografi, memainkan peran signifikan dalam menampilkan tanda-tanda visual yang memperkuat narasi cerita dan representasi sosial yang coba disampaikan (Dite, 2023). Pandangan André Bazin dalam Wittusen (2019) mengenai realisme dalam film menyoroti pentingnya karya seni visual dalam merepresentasikan realitas secara objektif. Bazin berpendapat bahwa kekuatan film terletak pada kemampuan medium ini untuk mereplikasi realitas dengan akurat, mengandalkan berbagai teknik sinematografi dan montase untuk mengekspresikan pengalaman manusia yang kompleks. Dalam konteks ini film berfungsi sebagai hiburan sekaligus sebagai sarana edukasi yang menyampaikan pesan-pesan sosial yang mendalam.

2.4 Film Sebagai Alat Propaganda

Propaganda merupakan suatu bentuk komunikasi yang bertujuan mempengaruhi opini atau perilaku masyarakat terhadap suatu ideologi, produk, atau tindakan tertentu. Propaganda sering kali memanfaatkan teknik-teknik manipulatif yang mempengaruhi cara berpikir individu untuk mencapai tujuannya. Beberapa metode yang digunakan termasuk pengendalian terhadap informasi, pemakaian simbol yang kuat, serta eksploitasi emosi audiens, dan pengulangan pesan-pesan tertentu (Sutanto, 2015). Salah satu elemen kunci dalam propaganda adalah penyajian narasi yang sederhana, yang mudah dipahami dan diterima oleh audiens, sehingga dapat memengaruhi pandangan publik dengan cepat. Dalam dunia komunikasi massa, propaganda bisa ditemui dalam berbagai bentuk, seperti iklan, kampanye politik, atau berita yang memiliki kecenderungan bias (Albarracin & Shavitt, 2018). Terdapat berbagai cara dalam menyebarkan propaganda, baik melalui media massa maupun platform digital. Misalnya, media online seperti blog dan berita sering kali digunakan untuk membingkai narasi dengan cara tertentu (Suardana, 2023).

Propaganda memiliki sejarah panjang yang berawal dari penggunaan teknik komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi pandangan atau perilaku publik. Secara etimologis, istilah propaganda berasal dari bahasa Latin *propagare*, yang berarti “menyebarkan” atau “mengembangkan”. Pada awalnya, propaganda digunakan untuk menyebarkan ajaran atau ideologi tertentu, terutama dalam konteks agama. Namun, dalam perkembangan selanjutnya, propaganda mulai diterapkan dalam konteks politik, ekonomi, dan sosial, dengan tujuan untuk membentuk opini publik yang mendukung kekuasaan atau ideologi tertentu. Secara umum, propaganda dipahami sebagai usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh individu atau kelompok untuk

mempengaruhi, membentuk, atau mengubah sikap kelompok lain menggunakan media komunikasi (Kamaruddin, 2010).

Menurut Hannah Arendt (1995), dalam Haryanto (2015), propaganda pertama kali mendapatkan perhatian besar pada masa pemerintahan totaliter. Di bawah rezim seperti Nazi Jerman dan Uni Soviet, propaganda tidak hanya digunakan untuk memanipulasi informasi, tetapi juga untuk membentuk realitas

yang sesuai dengan kepentingan penguasa. Arendt menjelaskan bahwa dalam negara totaliter, propaganda memiliki peran yang sangat penting untuk memastikan kontrol penuh atas masyarakat, dengan cara menciptakan "kebenaran" yang dipaksakan kepada publik. Hal ini dilakukan melalui pengulangan pesan, pemanipulasian fakta, dan penyajian informasi secara selektif.

Lebih jauh lagi, propaganda juga dapat dilihat sebagai salah satu alat yang digunakan dalam pemasaran politik, dengan tujuan memengaruhi perilaku pemilih dan memperkuat ideologi dominan. Edward Bernays, seorang pakar humas terkenal menyebutkan dalam *Crystallizing Public Opinion* (1923), propaganda adalah bagian integral dari kehidupan modern yang digunakan untuk mengelola opini publik. Ia berargumen bahwa meskipun memiliki konotasi negatif, propaganda dapat digunakan untuk tujuan yang baik, seperti mengedukasi masyarakat tentang kesehatan atau hak-hak sosial, atau sebaliknya, untuk tujuan yang manipulatif dalam konteks politik atau ekonomi.

Dalam kajian komunikasi sosial, propaganda sering dilihat dalam perspektif yang lebih luas, termasuk bagaimana ia berinteraksi dengan budaya dan ideologi (Kurnia & S, 2025). Misalnya, riset menunjukkan bahwa representasi propaganda dalam film memiliki kompleksitas yang lebih tinggi, karena tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mempengaruhi makna dan nilai-nilai yang diterima oleh masyarakat (Wijaya, 2021a). Penelitian menunjukkan bahwa propaganda dalam konteks budaya sangat kuat, karena mampu membangun narasi yang dapat memengaruhi perilaku masyarakat secara kolektif (Jannah & Sumardijjati, 2024). Propaganda dapat memiliki dampak yang jauh lebih luas daripada sekadar penyampaian informasi. Ia membentuk realitas sosial dan budaya yang ada melalui manipulasi simbol, narasi, dan teknik komunikasi yang terencana. Karena itu, pemahaman terhadap propaganda sangat penting dalam konteks analisis media dan komunikasi politik, serta kegiatan sosial lainnya.

Film sebagai media propaganda telah menjadi topik yang relevan dalam kajian sejarah dan komunikasi. Dalam konteks ini, film tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan ideologi dan budaya tertentu. Menurut Budiarto (2021), film yang dirancang

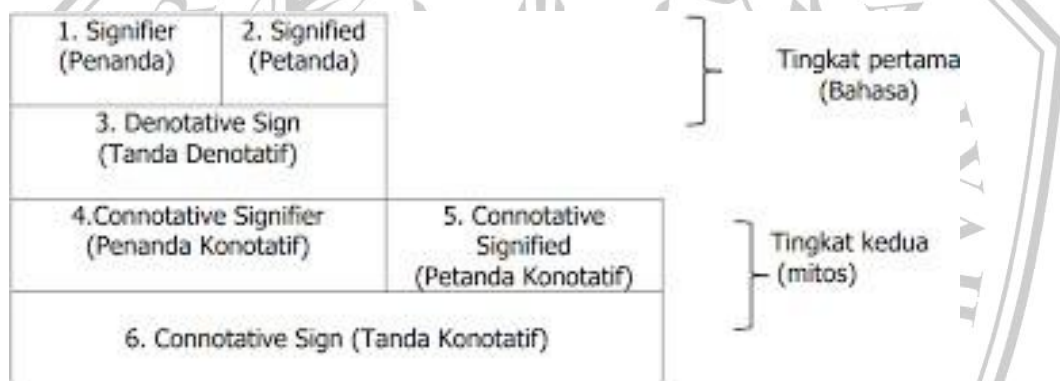
dengan baik dapat membangkitkan berbagai emosi penonton, yang menjadikannya sebagai alat yang kuat untuk propaganda, terutama dalam konteks politik dan militer, seperti yang terlihat pada propaganda militer Jepang di Indonesia pada tahun 1942-1945 (Budiarto, 2021). Melalui film, pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat dikemas sedemikian rupa sehingga lebih mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat luas. Representasi propaganda budaya dan ideologi melalui film memiliki konsekuensi yang signifikan terhadap cara pandang dan pemahaman masyarakat mengenai nilai-nilai tertentu (Wijaya, 2021). Oleh karena itu, film berpotensi menjadi medium yang mampu membentuk dan mengubah pola pikir dan persepsi masyarakat. Misalnya, analisis film *"Strange World"* oleh (Hamzah Tegar Ashari et al., 2024) menunjukkan bagaimana Disney secara strategis mengintegrasikan elemen LGBT dalam karyanya, yang tidak hanya mencerminkan perubahan sosial tetapi juga berkontribusi pada agenda propagandanya. Hal ini menunjukkan bahwa film dapat berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mengnormalisasi nilai-nilai baru dalam masyarakat. Pemerintah terkadang juga menjadikan film sebagai media propaganda yang kuat, walaupun informasi di dalamnya seringkali palsu hanya untuk memenuhi kepentingan politik semata. Terlepas dari itu semua, faktanya film memiliki pengaruh yang sangat kuat sebagai media massa, terutama dalam penyebaran propaganda tentang isu sosial dan budaya.

2.5 Semiotika Roland Barthes

Kata "semiotika" berasal dari bahasa Yunani, yaitu "semeion" yang berarti tanda. Dalam perkembangannya, semiotika menjadi istilah yang digunakan untuk menyebut ilmu yang mempelajari tanda dan proses penandaan dalam berbagai bentuk komunikasi, baik verbal maupun nonverbal (Akmalsyah, 2010). Ferdinand de Saussure, seorang linguis Swiss, adalah salah satu tokoh awal yang memperkenalkan istilah ini sebagai "semiologi", sedangkan di dunia Anglo-Saxon lebih dikenal dengan istilah "semiotics". Dalam bahasa Indonesia, semiotika sering diartikan sebagai ilmu tentang tanda, yang menelaah bagaimana tanda-tanda membentuk makna dalam kehidupan manusia (Ayu Famila Putri et al., 2023). Semiotika sendiri merupakan cabang ilmu yang mempelajari sistem tanda, proses

produksi makna, serta bagaimana tanda-tanda tersebut digunakan dalam komunikasi. Tanda dalam semiotika tidak hanya terbatas pada kata-kata, tetapi juga mencakup gambar, gestur, suara, dan objek lain yang dapat mewakili sesuatu di luar dirinya. Semiotika berperan penting dalam mengungkap makna tersembunyi di balik berbagai fenomena budaya, media, dan komunikasi sehari-hari. Dalam konteks ini, semiotika menjadi alat analisis yang sangat luas, mulai dari analisis teks sastra, film, iklan, hingga fenomena sosial (Ayu Famila Putri et al., 2023).

Roland Barthes dalam Aulia Antonia (2023) adalah salah satu tokoh penting dalam pengembangan teori semiotika modern. Barthes mengembangkan pemikiran semiotika dari Saussure dengan menambahkan dimensi baru dalam analisis tanda, yaitu melalui tiga tahapan utama: denotasi, konotasi, dan mitos (Ayu Famila Putri et al., 2023).



Gambar 2. 1 Peta Tanda Semiotika

Sumber: (Sobur, 2006) dalam Auliana (2024)

Denotasi adalah makna literal atau makna dasar dari suatu tanda, sedangkan konotasi adalah makna tambahan yang muncul akibat pengaruh budaya, pengalaman, dan emosi. Tahap ketiga, mitos, adalah makna yang lebih dalam dan bersifat ideologis, di mana tanda-tanda digunakan untuk membangun narasi atau kepercayaan tertentu dalam masyarakat. Peta tanda semiotika menurut Roland Barthes terdiri dari tiga lapisan utama. Pertama, denotasi, yaitu makna langsung yang dapat diamati secara objektif. Kedua, konotasi, yaitu makna yang muncul dari asosiasi subjektif, pengalaman, dan nilai-nilai budaya yang melekat pada tanda tersebut. Ketiga, mitos, yaitu makna yang sudah menjadi bagian dari sistem kepercayaan atau ideologi masyarakat, sehingga tanda tidak hanya sekadar

mewakili sesuatu, tetapi juga membangun dan mempertahankan struktur makna sosial. Barthes memperkenalkan ide tentang konotatur (pembawa makna konotatif) dan *meta-language* (metabahasa) yang memiliki peran kunci dalam menciptakan mitos. Metabahasa ini merupakan sistem tanda tingkat kedua yang memungkinkan terciptanya makna baru di luar makna literal, sehingga pesan dalam media atau budaya dapat "dimasukkan" dan "dianggap wajar" sebagai mitos yang diterima oleh banyak orang. Proses perubahan makna ini sangat penting dalam pembentukan makna baru, terutama dalam konteks media massa dan budaya populer. Dalam analisis semiotika Roland Barthes, pembacaan makna sebuah tanda pada tingkat konotasi (signifikasi kedua) dicapai melalui lima kode utama. Kelima kode ini berfungsi sebagai alat untuk mengurai dan menafsirkan makna-makna tersembunyi dalam teks, baik sastra, film, maupun media lainnya (Aulia Antonia, 2023).

1) Kode Hermeneutik (*Hermeneutic Code*)

Kode ini berkaitan dengan teka-teki atau misteri dalam teks yang membuat pembaca bertanya-tanya dan mendorong pencarian jawaban. Kode ini berfungsi untuk membangun suspense dan rasa ingin tahu

2) Kode Semik (*Semic Code*)

Kode semik mengacu pada tanda-tanda yang membawa makna konotatif, yaitu makna tambahan di luar makna literal. Kode ini sering muncul dalam bentuk metafora, asosiasi, atau karakteristik tertentu yang memperkaya makna.

3) Kode Proaeretik (*Proairetic/Action Code*)

Kode ini berkaitan dengan tindakan atau rangkaian peristiwa dalam teks. Kode proaeretik membantu membangun alur cerita melalui aksi-aksi yang dilakukan tokoh, sehingga pembaca dapat mengikuti perkembangan narasi.

4) Kode Simbolik (*Symbolic Code*)

Kode simbolik berhubungan dengan penggunaan simbol, oposisi biner, atau kontras dalam teks, seperti hitam-putih, siang-malam, laki-laki-perempuan. Kode ini memperdalam makna dengan menghadirkan pertentangan atau dualitas.

5) Kode Kultural (*Cultural/Referential Code*)

Kode ini merujuk pada pengetahuan, referensi budaya, atau latar belakang sosial yang digunakan dalam teks. Kode kultural memperkaya makna dengan mengaitkan

tanda pada konteks budaya tertentu.

Kode simbolik hadir untuk memperdalam makna melalui penggunaan simbol, oposisi biner, atau kontras yang memperkuat tema dan pesan dalam teks. Kode ini seringkali berhubungan erat dengan kode semik, karena keduanya sama-sama berperan dalam memperkaya makna melalui asosiasi dan simbolisasi. Terakhir, kode kultural memberikan konteks budaya, sosial, atau pengetahuan umum yang menjadi latar belakang makna suatu tanda, sehingga pembaca dapat memahami teks secara lebih komprehensif dan kontekstual (Aulia Antonia, 2023). Korelasi kelima kode ini terletak pada kemampuannya

untuk membangun jalinan makna yang kompleks dan multidimensional dalam sebuah teks. Setiap kode tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi dan mendukung satu sama lain dalam proses signifikasi. Misalnya, sebuah simbol (kode simbolik) dapat memunculkan pertanyaan (kode hermeneutik), yang kemudian dijelaskan melalui aksi tokoh (kode proaeretik), diperkaya dengan makna konotatif (kode semik), dan akhirnya dipahami dalam konteks budaya tertentu (kode kultural). Dengan demikian, kelima kode ini membentuk sebuah sistem analisis yang utuh dan saling terkait, sehingga pembacaan makna konotasi maupun makna-makna tersembunyi dalam teks dapat tercapai secara maksimal (Asni Asmawati & Isma Khoiriyah, 2023).

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul/Peneliti/Tahun	Teori Yang Digunakan	Metode	Hasil
1	Representasi Makna Rumah dan Pencarian Jati Diri dalam Film “Ku Kira Kau Rumah” Dessy Annisa Fitriani, Anisa Dwi Rohmatin, Aghata Prahista Pramuditya, Muh Fahrel Nu Ceha, Liliana Ameta Febrianti (2025)	Analisis Semiotika Roland Barthes	Kualitatif Deskriptif	Penelitian ini menunjukkan bahwa rumah dalam film ini tidak hanya dipahami sebagai ruang fisik, tetapi juga sebagai simbol emosional dan psikologis yang mempengaruhi identitas karakter-karakternya. Dengan menganalisis adegan-adegan dan dialog utama, penelitian ini mengungkapkan bagaimana karakter utama, Niskala, mengalami pergolakan emosional dan psikologis, terutama akibat gangguan bipolar yang dideritanya. Rumah yang, seharusnya menjadi tempat aman dan nyaman, justru menjadi ruang yang

				penuh dengan keterbatasan dan konflik emosional, mencerminkan pencarian niskala akan kebebasan dan identitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa makna rumah bersifat subjektif dan berkembang sesuai dengan pengalaman serta dinamika emosi individu, disertai memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk identitas diri dan kesejahteraan mental seseorang.
--	--	--	--	--

No	Judul/Peneliti/Tahun	Teori Yang Digunakan	Metode	Hasil
2	Representasi Konsep Diri Remaja Pada Film Lady Bird (Analisis Semiotika Roland Barthes) Ifti Anugrah (2019)	Analisis Semiotika Roland Barthes	Kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes	Film ini merepresentasikan konsep diri remaja dengan menggambarkan pencarian jati diri melalui berbagai elemen, seperti usia kematangan, penampilan diri, kepatuhan seks, nama dan julukan, hubungan keluarga, teman sebaya, kreativitas, dan cita-cita. Film ini menunjukkan bahwa konsep diri remaja cenderung positif apabila didukung oleh keluarga yang harmonis dan jika remaja mampu mengatasi

No	Judul/Peneliti/Tahun	Teori Yang Digunakan	Metode	Hasil
				pengalaman hidup serta tantangan dari lingkungan sosialnya. Pesan yang dapat diambil adalah pentingnya dukungan keluarga dan pengalaman sosial dalam membentuk konsep diri remaja yang sehat dan positif.
3	Analisis semiotika Roland Barthes terhadap representasi emerging adulthood dalam film Barbie 2023 Dayra Afraa Zahira Odyn, Kismiyati El Karimah, Frila Nurfadila (2024)	Semiotika Roland Barthes	Kualitatif deskriptif	Film Barbie (2023) merepresentasikan emerging adulthood melalui analisis semiotika Roland Barthes. Tanda denotasi dalam film mencakup perubahan fisik Barbie, simbol pilihan hidup, perilaku agresif, diskusi patriarki, ekspresi emosional, hingga perpindahan ke dunia nyata. Sementara itu, perjalanan Barbie

No	Judul/Peneliti/Tahun	Teori Yang Digunakan	Metode	Hasil
				dan Ken di kedua dunia menggambarkan konotasi eksplorasi identitas, optimisme, namun juga ketidakstabilan emosional khas emerging adult. Kehadiran Ruth Handler sebagai figur orang tua menunjukkan bahwa mereka masih membutuhkan bimbingan dalam proses menemukan jati diri.
4	Representasi Identitas Seksual Gay di YouTube Yuni Khoirul Fatimah, Poppy Febriana (2023)	Semiotika Roland Barthes	Deskriptif Kualitatif	Representasi YouTuber gay Dalam kanal YouTube Max & Yos menggambarkan cara pasangan gay berekspresi dan menampilkan identitas mereka di media sosial. Identitas gay

No	Judul/Peneliti/Tahun	Teori Yang Digunakan	Metode	Hasil
				Ditampilkan melalui video coming out, digital token berupa teks judul, kalimat, gestur, foto profil, adegan romantis, gambar, ikon, dan thumbnail video. Identitas juga muncul dalam bentuk taste performance melalui pemilihan warna di setiap video. Max & Yos bebas berekspresi dan menerima identitas seksual gay sebagai bagian dari diri mereka tanpa mempermasalahkan penolakan atau respon negatif yang diterima di media sosial
5	Representasi Identitas Perempuan Muslim dalam Film Assalamualaikum Calon Imam Khairul Syafuddin (2021)	Analisis Semiotika Roland Barthes	Kualitatif dengan pendekatan semiotika visual	Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter Fisya merepresentasikan perempuan muslim

No	Judul/Peneliti/Tahun	Teori Yang Digunakan	Metode	Hasil
				modern yang memiliki kebebasan dalam memilih fesyen dan aktivitas. Busana yang dikenakan Fisya selalu disesuaikan dengan kegiatannya, mulai dari pakaian santai di kampus, pakaian olahraga saat berlatih Taekwondo, hingga pakaian formal saat menghadiri pernikahan. Hal ini menunjukkan bahwa muslimat bisa fleksibel dalam berpakaian sambil tetap menutup aurat. Film juga menggambarkan Fisya sebagai sosok yang tidak kaku, mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitar, bahkan mahir dalam olahraga bela diri

No	Judul/Peneliti/Tahun	Teori Yang Digunakan	Metode	Hasil
				yang biasanya didominasi laki-laki.

2.7 Perbedaan dan Persamaan Penelitian

Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan

No	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Representasi Makna Rumah dan Pencarian Jati Diri dalam Film “Ku Kira Kau Rumah”	Perbedaannya terdapat pada judul film yang diteliti dan juga penelitian di atas menganalisis representasi makna rumah dan pencarian diri, sedangkan saya kebebasan dan pencarian identitas diri.	Penelitian saya dan penelitian terdahulu sama-sama menganalisis pencarian diri dan juga menggunakan metode penelitian yang sama yaitu analisis semiotika Roland Bathers dengan penelitian kualitatif deskriptif
2	Representasi Konsep Diri Remaja Pada Film Lady Bird (Analisis Semiotika Roland Barthes)	Perbedaannya terdapat pada judul film yang diteliti dan juga penelitian di atas menganalisis representasi konsep diri remaja, sedangkan penelitian saya menganalisis kebebasan dan pencarian identitas diri.	Penelitian saya dan penelitian terdahulu sama-sama menganalisis pencarian diri dan juga menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif dengan analisis semiotika Roland Bathers

No	Judul	Perbedaan	Persamaan
3	Analisis semiotika Roland Barthes terhadap representasi emerging adulthood dalam film Barbie 2023	Perbedaannya terletak pada fokus kajian dan status penelitian. Penelitian Film Barbie mengkaji emerging adulthood dengan validasi wawancara psikolog dan sudah dipublikasikan sebagai jurnal. Sementara penelitian Film <i>Tiga Hari Untuk Selamanya</i> fokus pada kebebasan dan pencarian identitas dengan paradigma kritis.	Sama-sama mengkaji pencarian identitas diri dalam film menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Teknik pengumpulan datanya juga serupa, yaitu observasi film dan studi literatur dengan tahapan analisis denotasi, konotasi, dan mitos.
4	Representasi Identitas Seksual Gay di YouTube	Perbedaannya terletak pada objek dan platform yang diteliti. Penelitian pertama menganalisis film "3 Hari untuk Selamanya" yang fokus pada kebebasan dan pencarian identitas diri secara umum, sedangkan penelitian terdahulu menganalisis kanal YouTube Max & Yos yang secara spesifik membahas	Kedua penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Teknik pengumpulan data keduanya juga serupa, yakni observasi video dan studi literatur. Keduanya menganalisis identitas diri melalui media audiovisual dengan tahapan denotasi, konotasi, dan mitos.

No	Judul	Perbedaan	Persamaan
		identitas seksual gay di era media baru.	Tema utama kedua penelitian juga berkaitan dengan pencarian dan pembentukan identitas diri.
5	Representasi Identitas Perempuan Muslim dalam Film Assalamualaikum Calon Imam	Perbedaannya terletak pada objek film yang diteliti dan fokus kajian. Penelitian terdahulu berfokus pada representasi identitas perempuan muslim melalui fashion dan busana, sedangkan penelitian saya menganalisis konstruksi makna kebebasan dan pencarian identitas diri secara lebih luas dalam konteks generasi muda urban.	Kedua penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes dan membahas tema kebebasan serta pencarian identitas diri dalam film Indonesia pascareformasi.