

Analisis Makna Visual dalam Poster Film *Everything Everywhere All At Once*

Muhammad Fawaz Mubarak *, Askurifa'i Baskin

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

mfawazha@gmail.com, askurifai@unisba.ac.id

Abstract. This study analyzes the visual meaning embedded in the film poster *Everything Everywhere All At Once* (2022) using Roland Barthes' semiotic approach. Film posters serve not only as promotional media but also as visual texts that carry layered meanings literal, symbolic, and ideological. By employing a qualitative descriptive method, this research explores how visual elements such as color, typography, symbolic objects, and the central character's portrayal contribute to the creation of meaning at three levels: denotation, connotation, and myth. The findings reveal that the poster reflects various aspects of contemporary life, including existential pressure, identity crisis, and the socio-cultural role of Asian women, especially in the diaspora context. Furthermore, the poster constructs cultural myths about modern multitasking individuals and conveys spiritual undertones through visual symbolism. This study emphasizes the importance of visual communication in shaping cultural narratives and offers insight into how popular media can be critically interpreted through semiotic analysis.

Keywords: *Visual Meaning, Semiotics, Film Poster.*

Abstrak. Poster film tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi visual, melainkan juga sebagai representasi simbolik dari nilai-nilai budaya, narasi sosial, dan ideologi yang terkandung dalam film. Penelitian ini menganalisis makna visual dalam poster film *Everything Everywhere All At Once* (2022) menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes yang menekankan pada tiga tingkat makna: denotatif, konotatif, dan mitos. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teknik analisis visual, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana elemen-elemen seperti warna, simbol, posisi karakter, dan objek-objek yang muncul dalam poster dapat memproduksi makna sosial dan membentuk mitos tentang realitas kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa poster tersebut menyampaikan representasi kompleks tentang tekanan hidup modern, posisi perempuan Asia dalam budaya diaspora, serta pencarian makna diri di tengah dunia yang kacau. Visual dalam poster ini mengandung narasi ideologis yang mencerminkan tantangan eksistensial manusia modern sekaligus memberikan ruang untuk interpretasi spiritual, budaya, dan personal.

Kata Kunci: *Komunikasi Visual, Semiotika, Poster Film.*

A. Pendahuluan

Di era digital saat ini, media visual telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern. Informasi, ideologi, nilai-nilai budaya, bahkan identitas sosial kini disampaikan tidak hanya melalui teks verbal, tetapi juga melalui gambar, simbol, dan komposisi visual yang tersebar luas dalam berbagai platform digital. Poster film merupakan salah satu bentuk media visual yang paling masif dikonsumsi publik, terutama dalam konteks promosi dan representasi identitas sebuah film. Namun, di balik fungsinya sebagai alat promosi, poster film juga mengandung makna simbolik yang kompleks dan berlapis, yang dapat membentuk persepsi, wacana, dan bahkan mitos budaya dalam masyarakat.

Film adalah bentuk komunikasi visual yang berkembang dari media hiburan menjadi media refleksi sosial, budaya, bahkan spiritual. Dalam proses produksinya, film tidak hanya berbicara melalui alur cerita atau dialog antartokoh, tetapi juga melalui simbol-simbol visual yang menyiratkan nilai dan ideologi tertentu. Visual dalam film dan turunannya seperti poster, menciptakan ruang tafsir yang tak terbatas, tergantung pada latar belakang, budaya, dan pengalaman audiens.

Di antara semua bentuk promosi film, poster menjadi salah satu media yang paling penting dan paling awal dilihat oleh calon penonton. Poster tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai teks visual yang dapat dibaca dan diinterpretasikan layaknya sebuah karya seni atau wacana budaya. Di dalam poster terdapat komunikasi kompleks antara desain grafis, simbolisme, warna, dan narasi singkat yang sering kali merepresentasikan keseluruhan makna film.

Film *Everything Everywhere All At Once* (2022), produksi A24, menjadi objek menarik karena secara naratif mengangkat isu identitas, diaspora, krisis eksistensial, dan *multiverse* tema-tema yang kompleks dan tidak konvensional. Poster utamanya yang didominasi warna merah dan elemen-elemen absurd menyiratkan kekacauan, kompleksitas, dan tekanan hidup yang dialami tokoh utama, Evelyn Wang, seorang perempuan Asia-Amerika paruh baya.



Gambar 1. Poster Film *Everything Everywhere All At Once*

Sumber: Internet Movie Database (IMBD), 2022

Poster film memiliki peran penting dalam membentuk ekspektasi dan persepsi audiens terhadap isi film. Ia berfungsi tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang dapat merepresentasikan nilai-nilai budaya, sosial, bahkan spiritual (Ahmadi, 2024). Sayangnya, dalam kajian akademik, poster film sering kali hanya dipahami sebatas karya desain grafis tanpa mengkaji secara mendalam makna simbolik yang dikandungnya. Padahal, dalam budaya visual modern, poster adalah teks yang menyimpan narasi, ideologi, dan mitos-mitos sosial.

Menurut Barthes (1972), makna visual dapat dianalisis dalam tiga level yaitu denotatif, konotatif, dan mitos. Level mitos merupakan tahap di mana pesan ideologis tersampaikan secara implisit dan dianggap ‘alami’ oleh masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan semiotika Barthes menjadi penting dalam membaca makna tersembunyi yang dibentuk oleh elemen visual dalam poster.

Identifikasi permasalahan dalam penelitian ini bermula dari kurangnya kajian mendalam mengenai bagaimana representasi visual dalam poster film dapat memproduksi makna sosial dan ideologis, terutama dalam konteks budaya Asia dan diaspora. Fenomena multitasking yang dialami oleh perempuan dalam masyarakat modern juga kerap dianggap hal yang wajar, padahal menyimpan tekanan psikologis dan tuntutan sosial yang berat. Visualisasi tekanan tersebut dihadirkan secara

simbolik dalam poster film *Everything Everywhere All At Once*, seperti karakter utama yang dikelilingi oleh objek-objek domestik, ekspresi wajah yang tegang, dan dominasi warna merah yang intens.

Menurut data dari Pew Research Center (2022), perempuan keturunan Asia-Amerika mengalami beban kerja ganda yang signifikan dalam kehidupan domestik dan pekerjaan profesional. Temuan ini mendukung konteks sosial yang direpresentasikan dalam visual poster film tersebut.

Dalam penelitian ini, teori dasar yang digunakan adalah teori semiotika visual Barthes yang dikembangkan dari karyanya *Mythologies* (Barthes, 1972). Selain itu, kajian komunikasi visual dari Sobur (2004) juga menjadi landasan teoritis penting. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa poster film merupakan bentuk komunikasi visual yang dapat mengandung ideologi tersembunyi (Nu'man, 2024). Landasan ini menguatkan pentingnya mengkaji lebih dalam makna di balik elemen visual dalam poster.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung dalam elemen visual poster film *Everything Everywhere All At Once* (2022)?
2. Bagaimana elemen-elemen visual tersebut membentuk representasi perempuan Asia dalam budaya diaspora?
3. Apa bentuk mitos budaya kontemporer yang tersampaikan melalui visual poster tersebut?

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengungkap dan menggambarkan makna-makna visual dalam poster film *Everything Everywhere All At Once* (2022) secara mendalam. Pendekatan kualitatif digunakan karena sesuai untuk memahami fenomena yang bersifat simbolik dan interpretatif, sedangkan pendekatan deskriptif memungkinkan peneliti menjelaskan hasil analisis secara sistematis dan terstruktur. Pendekatan kualitatif dipilih bukan hanya karena sifat objek kajian yang berupa visual, tetapi juga karena penelitian ini bertujuan memahami makna dan pesan tersirat yang tersembunyi di balik elemen desain poster. Kajian visual dalam perspektif kualitatif memungkinkan analisis terhadap konteks sosial, budaya, dan psikologis yang melatarbelakangi kemunculan simbol-simbol tertentu (Yuwono, 2022). Oleh karena itu, metode ini menjadi relevan ketika makna tidak bisa dijelaskan melalui angka, melainkan melalui interpretasi mendalam terhadap konteks dan representasi visual.

Salah satu aspek penting dari pendekatan ini adalah kepekaan peneliti terhadap struktur visual. Dalam konteks ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama yang melakukan observasi, interpretasi, dan analisis terhadap tanda-tanda visual yang ada. Oleh karena itu, proses reflektif dilakukan dalam setiap tahapan, untuk memastikan bahwa interpretasi yang dihasilkan tidak hanya bersumber dari asumsi subjektif semata, tetapi juga ditopang oleh literatur akademik dan hasil triangulasi. Penelitian visual seperti ini memerlukan pemahaman lintas disiplin, termasuk semiotika, desain grafis, psikologi visual, dan studi budaya.

Poster film dipilih sebagai objek karena fungsinya tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai teks visual yang mengandung makna budaya. Dalam industri film modern, poster memiliki peran penting dalam membentuk persepsi awal penonton terhadap isi dan pesan film. Oleh karena itu, analisis terhadap poster dapat menjadi pintu masuk yang efektif untuk memahami bagaimana sebuah film merepresentasikan nilai-nilai tertentu kepada publik. Dalam hal ini, poster *Everything Everywhere All At Once* tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga kompleks secara simbolik dan ideologis.

Penggunaan teori Roland Barthes sebagai kerangka analisis bertujuan untuk mengurai lapisan-lapisan makna dalam poster secara sistematis. Teori ini memungkinkan peneliti tidak hanya berhenti pada pemaknaan literal, tetapi juga menggali bagaimana visual dapat menyampaikan pesan budaya dan ideologi yang mungkin tidak disadari secara langsung oleh khalayak. Barthes menjelaskan bahwa mitos dalam media adalah bentuk komunikasi kedua yang membungkus tanda pertama (denotasi dan konotasi) menjadi sesuatu yang seolah-olah alami. Dalam konteks ini, poster film menjadi perangkat ideologis yang berperan membentuk cara pandang masyarakat.

Prosedur analisis dimulai dari observasi visual dengan teknik close reading visual, di mana setiap elemen desain seperti warna, posisi objek, tata letak karakter, dan tipografi dicatat dan dikaji secara mendalam. Langkah ini dilakukan secara berulang dengan menggunakan prinsip-prinsip desain visual sebagai dasar pengamatan. Setelah itu, dilakukan interpretasi tahap pertama yaitu denotatif,

untuk mengidentifikasi apa yang terlihat secara objektif. Kemudian, dilakukan penafsiran konotatif berdasarkan wawasan budaya dan pengalaman sosial yang melekat pada simbol tertentu. Tahap akhir adalah penafsiran mitos, di mana elemen visual dihubungkan dengan nilai, ideologi, atau kepercayaan kolektif yang berkembang di masyarakat.

Dalam tahap penguatan analisis, dilakukan wawancara semi-terstruktur untuk mengetahui interpretasi dan respons dari individu yang berasal dari dua kelompok: praktisi kreatif (desainer grafis) dan audiens aktif (penonton film). Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui sejauh mana simbol-simbol dalam poster diterima dan dimaknai oleh khalayak yang memiliki latar belakang berbeda. Data dari wawancara ini kemudian dikodekan dan disandingkan dengan hasil observasi peneliti untuk melihat kesesuaian makna atau adanya perbedaan tafsir.

Proses validasi dilakukan dengan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil interpretasi peneliti dengan pandangan narasumber dan pustaka ilmiah yang relevan. Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan observasi, dokumentasi visual, wawancara, serta studi pustaka sebagai pendekatan yang saling melengkapi. Teknik ini bertujuan untuk meningkatkan keabsahan hasil dan mencegah bias yang terlalu subjektif dalam proses analisis data (Ahmadi, 2024).

Secara keseluruhan, metode penelitian ini dirancang untuk menelusuri bagaimana media visual khususnya poster film berfungsi sebagai teks budaya yang mampu menyampaikan pesan kompleks melalui simbol, warna, bentuk, dan susunan visual. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya membahas desain dari sisi estetika, tetapi juga dari sisi sosiokultural dan ideologis, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh terhadap komunikasi visual dalam media populer kontemporer.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Poster film *Everything Everywhere All At Once* dianalisis secara visual dengan mengidentifikasi elemen-elemen penting di dalamnya dan kemudian ditafsirkan melalui tiga level makna: denotatif, konotatif, dan mitos. Penelitian ini tidak menggunakan perangkat statistik atau algoritma tertentu, tetapi mengandalkan observasi kualitatif, kajian pustaka, serta wawancara semi-struktur untuk menghasilkan data yang kaya secara interpretatif. Analisis dilakukan dengan mengkaji langsung elemen-elemen visual yang terdapat pada poster, seperti warna dominan, karakter utama, tata letak objek, dan tipografi.

Interpretasi data dilakukan secara bertahap. Pertama-tama, peneliti mengidentifikasi elemen visual yang mencolok. Poster ini memiliki latar merah yang kuat, menampilkan karakter Evelyn Wang (Michelle Yeoh) sebagai pusat visual, dengan berbagai objek yang melayang di sekelilingnya. Judul film ditulis dalam huruf kapital besar yang menyita perhatian dan dikelilingi elemen-elemen dekoratif yang tampak kacau. Tahapan interpretasi makna dilakukan dari makna literal (apa yang tampak secara visual), kemudian kontekstual (apa yang dimaknai secara budaya), hingga sampai ke tahap ideologis (mitos sosial apa yang tersembunyi di balik visual tersebut).

Makna Visual Judul Poster

Tipografi judul film dalam ukuran besar dan huruf kapital semua menyiratkan urgensi dan dominasi pesan. Letaknya yang terpusat, dikelilingi gambar dan karakter yang kacau, memperkuat kesan bahwa film (dan juga kehidupan tokoh utama) berada dalam kondisi meledak-ledak, tak terkontrol. Komposisi ini menggambarkan bahwa eksistensi individu dalam hal ini Evelyn seakan menjadi pusat dari semua realitas yang ada.

Hal ini juga mengandung pesan ideologis bahwa perempuan adalah pusat dari segala urusan kehidupan keluarga. Dalam mitos budaya Timur, ibu dipandang sebagai poros keluarga yang harus tangguh dalam kondisi apa pun. Pesan visual ini memperkuat mitos tersebut, bahkan di tengah tema absurd seperti multiverse.



Gambar 2. Teks Judul Besar Poster Film Everything Everywhere All At Once

Sumber: Internet Movie Database (IMBD), 2022

Representasi Tokoh Evelyn Wang

Karakter Evelyn ditampilkan berdiri tegak dengan ekspresi serius dan pose siap bertarung. Ini adalah representasi visual literal (denotatif) dari seorang perempuan tangguh. Secara konotatif, tokoh ini menggambarkan peran ibu, istri, sekaligus pelindung keluarga dalam satu sosok. Ini sesuai dengan narasi film yang menggambarkan Evelyn melintasi berbagai realitas sambil tetap memikirkan anak dan suaminya. Dalam konteks mitos, ini memperkuat ideologi “superwoman” perempuan ideal yang dapat menjalankan semua peran tanpa lelah, mitos yang banyak berakar pada budaya patriarki dan ekspektasi sosial terhadap perempuan Asia-Amerika.



Gambar 3. Tokoh utama Evelyn pada Poster Film Everything Everywhere All At Once

Sumber: Internet Movie Database (IMBD), 2022

Warna Merah dan Visual Chaos

Warna merah dominan pada latar memiliki makna konotatif yang kuat. Warna ini tidak hanya menandakan keberanian dan kekuatan, tetapi juga tekanan, konflik batin, dan semangat perjuangan. Poster ini secara keseluruhan menggambarkan visual chaos kekacauan yang terorganisir, yang menggambarkan realitas absurd yang dihadapi oleh Evelyn. Objek-objek yang melayang seperti *plunger* (alat penyedot), tropi, dan babi, tampak tidak berkaitan namun memiliki makna simbolis tentang peran domestik dan absurditas hidup.

Makna mitologis dari elemen visual ini menunjukkan bahwa dalam budaya modern, kehidupan sehari-hari yang penuh tekanan, multitugas, dan ketidakaturan dianggap sebagai hal wajar. Poster ini seakan mengamini bahwa kelelahan adalah bagian dari kehidupan manusia kontemporer, terutama perempuan yang memiliki banyak peran sosial dan emosional.



Gambar 4. Tokoh utama Evelyn pada Poster Film *Everything Everywhere All At Once*

Sumber: Internet Movie Database (IMBD), 2022

Temuan dari Wawancara

Wawancara semi-terstruktur yang dilakukan terhadap dua narasumber juga mendukung interpretasi ini. Narasumber pertama, seorang desainer grafis, menyatakan bahwa poster tersebut secara komposisional “tidak rapi” namun “sengaja dibuat kacau untuk mencerminkan semangat filmnya.” Narasumber kedua, penikmat film, mengaku bahwa dari melihat posternya saja sudah bisa merasakan bahwa film ini bukan sekadar tentang aksi, tapi tentang kehidupan yang penuh tekanan dan kebingungan eksistensial.

D. Kesimpulan

Penelitian ini telah berhasil mengungkap lapisan makna visual dalam poster film *Everything Everywhere All At Once* (2022) dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Hasil analisis menunjukkan bahwa poster bukan hanya berfungsi sebagai materi visual komersial, melainkan juga sebagai medium representasi kultural yang sarat makna. Elemen-elemen visual dalam poster seperti pose karakter, ekspresi wajah, pilihan warna, tata letak objek, dan tipografi mengandung pesan simbolik yang membentuk narasi ideologis tentang peran, identitas, dan realitas sosial yang dihadapi oleh tokoh perempuan Asia dalam konteks diaspora.

Makna denotatif dari poster ini mencerminkan keberadaan tokoh utama dalam posisi sentral yang kuat, lengkap dengan ekspresi serius, warna dominan merah, dan latar yang padat dengan simbol-simbol absurd. Pada tataran konotatif, elemen tersebut mewakili tekanan hidup, konflik batin, hingga beban multitugas yang dialami karakter sebagai refleksi pengalaman perempuan dalam budaya kontemporer. Lebih jauh, melalui pembacaan mitos, penelitian ini menemukan bahwa poster memperkuat narasi “perempuan serba bisa” sebuah mitos sosial yang tumbuh dalam masyarakat kapitalistik dan patriarkis yang menuntut perempuan untuk mampu bertahan di berbagai medan kehidupan tanpa boleh terlihat lemah.

Dalam konteks tersebut, poster film ini menjadi representasi dari ideologi budaya yang tersembunyi di balik estetika visual. Sejalan dengan teori Barthes (1972), representasi semacam ini memperlihatkan bagaimana media visual turut andil dalam membentuk pola pikir, mengarahkan opini publik, serta memperkuat atau menantang sistem nilai yang sudah mapan. Poster ini tidak hanya mencerminkan isi film, melainkan juga menjadi perpanjangan dari narasi ideologis yang beredar di masyarakat, khususnya tentang perempuan, multikulturalisme, identitas, dan eksistensi dalam dunia modern yang terpecah oleh realitas paralel baik secara literal maupun simbolik.

Kesimpulan ini mempertegas pentingnya literasi visual dan kesadaran kritis terhadap simbol-simbol budaya yang dihadirkan oleh media populer. Film, iklan, maupun desain grafis bukan sekadar hiburan atau hiasan visual, melainkan juga medan wacana di mana nilai-nilai sosial dikonstruksi, dinegosiasikan, atau bahkan dikritisi. Oleh karena itu, pendekatan semiotika seperti yang digunakan dalam penelitian ini menjadi sangat penting dalam menyingkap bagaimana visual dapat membentuk makna dan kesadaran kolektif.

Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan studi semiotika visual, terutama dalam konteks media populer modern. Penelitian ini juga membuka ruang diskusi baru dalam kajian representasi budaya Asia di kancah perfilman Barat, serta bagaimana budaya visual mencerminkan dan kadang memanipulasi realitas sosial yang dialami kelompok minoritas. Bagi kalangan desainer grafis dan praktisi kreatif, hasil penelitian ini menjadi pengingat bahwa setiap elemen desain mengandung beban makna yang perlu dipahami secara mendalam sebelum dituangkan ke dalam karya visual.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran terhadap pentingnya desain visual yang sadar makna (*meaning-aware*), agar media visual yang diciptakan tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga bertanggung jawab secara etis dan kultural. Hal ini penting untuk mencegah reproduksi stereotip yang merugikan, serta untuk memperluas ruang representasi kelompok-kelompok sosial yang selama ini termarginalkan dalam media arus utama.

Sebagai saran, penelitian ini dapat dijadikan pijakan awal untuk kajian-kajian lanjutan yang lebih komparatif. Analisis terhadap poster film lainnya yang mengangkat isu diaspora, identitas minoritas, atau relasi gender dapat memperluas pemahaman kita terhadap pola-pola representasi dalam budaya visual global. Selain itu, pendekatan interdisipliner dengan menggabungkan semiotika visual dan analisis wacana kritis juga dapat memperkuat hasil interpretasi agar mampu menggali relasi kuasa yang tersembunyi dalam simbol-simbol media. Penelitian ini juga membuka peluang untuk diterapkannya hasil analisis dalam pendidikan media di tingkat sekolah dan universitas. Dengan memberikan pemahaman tentang makna dan mitos di balik gambar, siswa dan mahasiswa diharapkan dapat menjadi konsumen media yang lebih kritis dan tidak mudah terbawa oleh narasi-narasi visual yang manipulatif. Dalam jangka panjang, hal ini berkontribusi pada terbentuknya masyarakat yang lebih reflektif, sadar budaya, dan peka terhadap representasi sosial dalam ruang-ruang visual yang mereka konsumsi setiap hari.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa gambar bukan sekadar gambar ia adalah teks, ia adalah wacana, dan ia adalah alat kuasa. Maka dari itu, setiap gambar, termasuk poster film, layak untuk dibaca secara kritis agar kita tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi pembaca aktif dari dunia visual yang semakin mendominasi kehidupan kita

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus atas segala doa, dukungan, dan semangat yang diberikan selama proses penyusunan penelitian ini. Penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak. Secara khusus, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada dosen pembimbing, Bapak Askurifa'i Baskin, S.Sos., M.Si. yang telah dengan sabar dan penuh perhatian memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penelitian berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada rekan-rekan yang senantiasa memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- A yudia, A. M., Barus, F. L., Tarigan, A. C., & Ramadhani, L. (2021). Analisis tanda dan makna visual dalam iklan Shopee “Sekotak Harapan dari Shopee”: Kajian semiotika. *Prosiding Seminar Nasional PBSI-IV Tahun 2021*. Tema: Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Berbasis Digital Guna Mendukung Implementasi Merdeka Belajar.
- Albar, M. W. (n.d.). (2021). Analisis semiotik Charles Sander Pierce tentang taktik kehidupan manusia: Dua karya kontemporer Putu Sutawijaya. Departemen Sejarah, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.
- Batubara, H., Rukiyah, S., & Utami, P. I. (2024). Analisis semiotika: Pemaknaan komunikasi visual pada poster iklan layanan masyarakat di media digital. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 6026-6042.
- Fahida, S. N. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film “Nanti Kita Cerita Hari Ini” (NKCTHI) Karya Angga Dwimas Sasongko. *Cinematology: Journal Anthology of*

Film and Television Studies, 1(2), 33. Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Makassar.

- Fauzan, M. F., & Wiksana, W. A. (2022). Pesan Tentang Sisi Gelap Media Sosial dalam Film *The Social Dilemma*. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 28–34. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i1.815>
- Lantowa, Jafar. Marahayu, Mila Mega. Khairussibyan, Muh. (2017). *Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra*. Cetakan ke-1. Sleman: CV. BUDI UTAMA
- Prima, D. A. M. (2022). Analisis Isi Film “The Platform”. *Journal of Digital Communication and Design (JDCODE)*, 1(2), 127–136.
- Putri, L. S., & Baksin, A. (2025). Efektivitas Manajemen Komunikasi Pada Proses Produksi Film Pendek di ABSURD Production. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 55–64. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v5i1.6332>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Rohmaniah, A. F. (2021). *Kajian Semiotika Roland Barthes*. Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, 2(2), 124. UIN Walisongo Semarang.
- Santana, Septiawan. 2007. *Menulis Ilmiah Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media: Sesuatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, Analisis Framin*. Cetakan ke-4. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Tao, Y. (2022). On the multi-dimensional relationship of visual symbols in film posters. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 634. *Proceedings of the 2021 International Conference on Culture, Design and Social Development (CDS2021)*, 379.
- Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam. *Journal on Education*, 5(3), 9523–9539.
- Vindriana, N. D., Mustamar, S., & Mariati, S. (2018). Politik Kebudayaan dalam Novel *Sinden Karya Purwadmad Admadipurwa: Kajian Semiotika Roland Barthes*. *Semiotika*, 19(2), 76–88.
- Wibowo, G. (2019). Representasi perempuan dalam film *Siti*. *Nyimak: Journal of Communication*, 3(1), 47–59.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *SEMIOTIKA KOMUNIKASI Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi (Vol. 2)*.