

Analisis Semiotika Pesan Moral dalam Film Pendek Animasi *Wake Up Call*

Arief Ramadhan^{*}, Yenni Yuniati

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

^{*}email.arieframadhan@gmail.com, yenni.yuniati@unisba.ac.id

Abstract. Film is a form of mass media that is considered capable of providing entertainment to the public. Films tell stories through scenes and events. Film is a channel for various kinds of ideas, ideas, concepts and has an impact from its broadcast. *Wake Up Call* is a short film brainchild of The Gaia Foundation that explores the true price of today's much-loved electronic gadgets, by joining the dots between the stages of extraction, production, consumption and disposal. This research is included in the type of descriptive-qualitative research which aims to find out the meaning of denotation, connotation, and myth in the animated short *Wake Up Call* film and the moral message contained therein. The method used in this study is a qualitative method with Roland Barthes's Semiotics approach through observation and documentation techniques. The results of this study indicate that the resulting denotation and connotation mean that human behavior in buying electronic goods is excessively influenced by emotional aspects. While the resulting myth shows that the behavior shown in the film is consumptive behavior or consumerism. Then the moral message conveyed is an illustration of the impact produced by consumptive behavior that should be avoided.

Keywords: *Wake Up Call Animated Short Film, Roland Barthes Semiotics, Consumptive or Consumerism.*

Abstrak. Film adalah salah satu bentuk media massa yang dianggap mampu memberikan hiburan kepada masyarakat. Film menyampaikan cerita melalui adegan-adegan dan peristiwa demi peristiwa. Film merupakan saluran berbagai macam gagasan, ide, konsep serta mempunyai dampak dari penayangannya. *Wake Up Call* adalah film pendek gagasan The Gaia Foundation yang mengeksplorasi harga sebenarnya dari gadget elektronik yang sangat digandrungi saat ini, dengan menggabungkan titik-titik di antara tahap ekstraksi, produksi, konsumsi, dan pembuangan. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif-kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam film pendek animasi *Wake Up Call* serta pesan moral yang terkandung didalamnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan Semiotika Roland Barthes melalui teknik observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa makna denotasi dan konotasi yang dihasilkan adalah perilaku manusia membeli barang elektronik secara berlebihan dipengaruhi oleh aspek-aspek emosional. Sedangkan mitos yang dihasilkan menunjukkan bahwa perilaku yang ditampilkan pada film tersebut merupakan perilaku konsumtif atau konsumerisme. Kemudian pesan moral yang disampaikan merupakan gambaran dari dampak yang dihasilkan oleh perilaku konsumtif yang seharusnya bisa dihindari.

Kata Kunci: *Film Pendek Animasi Wake Up Call, Semiotika Roland Barthes, Konsumtif atau Konsumerisme.*

A. Pendahuluan

Film merupakan salah satu tatanan komunikasi yang juga termasuk dalam komunikasi massa. Menurut Effendy (1993:209), film adalah medium komunikasi massa yang ampuh, bukan saja untuk hiburan, tetapi juga untuk penerangan dan pendidikan.. Sedangkan menurut Wibowo (2006:196), film adalah alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak melalui sebuah media cerita. Film juga merupakan medium ekspresi artistik sebagai suatu alat bagi para pekerja seniman dan insan perfilman dalam rangka mengutarakan gagasan-gagasan dan ide cerita

Orang menyampaikan pesan melalui simbol, yang kemudian disampaikan pada komunikan atau orang lain untuk dimaknai. Menurut Barthes (Sobur, 2004: 15), memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda

Wake Up Call adalah sebuah film pendek animasi karya ilustrator dan animator asal London yaitu Steve Cutts. Film ini diunggah oleh The Gaia Foundation di *channel* Youtube-nya pada tahun 2014. The Gaia Foundation adalah sebuah organisasi internasional yang bergerak untuk menghidupkan kembali dan melindungi keanekaragaman hayati. Film ini menceritakan sebuah dunia dengan siklus hidup elektronik, sistem yang mendorongnya, dan dampak kecanduan modern yang serius terhadap bumi dengan menggabungkan titik-titik di antara tahap ekstraksi, produksi, konsumsi, dan pembuangan.

Dalam film pendek animasi *Wake Up Call* ini terdapat suatu adegan atau *scene* seorang laki-laki selalu membeli barang elektronik baru yaitu ponsel setiap kali laki-laki tersebut melihat iklan di televisi. Kemudian, setiap laki-laki itu membeli ponsel baru maka ia pun membuang ponsel lamanya. Perilaku yang dilakukan oleh laki-laki ini terbilang berlebihan karena jumlah pembeliannya digambarkan sudah tidak terhitung. Hal tersebut menyebabkan ponsel yang dibuang menjadi sampah elektronik yang sangat banyak.

Berangkat dari latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: adalah “Bagaimana analisis semiotika pesan moral dalam film pendek animasi *Wake Up Call* ?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui makna denotasi dalam film pendek animasi *Wake Up Call*
2. Untuk mengetahui makna konotasi dalam film pendek animasi *Wake Up Call*
3. Untuk mengetahui makna mitos dalam film pendek animasi *Wake Up Call*
4. Untuk mengetahui pesan moral dalam film pendek animasi *Wake Up Call*

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Jane Richie (Moleong, 2016:6) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif melihat dunia dari perspektif subjek penelitian. Ini dapat membantu peneliti melihat dunia dari perspektif yang berbeda dan membantu peneliti memahami masalah dan masalah dunia.

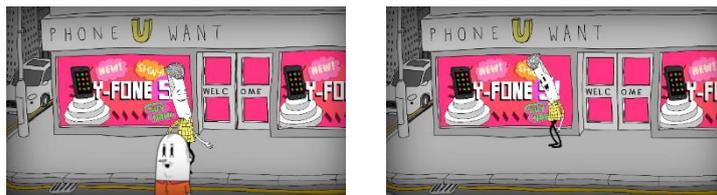
Penelitian ini menganalisis pesan moral yang terkandung dalam film pendek animasi *Wake Up Call*. Dalam penelitian ini tidak semua *scene* diteliti. Peneliti memilih beberapa *scene* yang terdapat perilaku konsumtif sebagai unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini yaitu delapan *scene* yang dipilih oleh peneliti dalam film pendek animasi *Wake Up Call*.

Teknik pengumpulan data yang relevan dalam penelitian ini yaitu teknik observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan teknik observasi melalui analisis semiotika Roland Barthes melalui denotasi, konotasi dan mitos.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Denotasi dan Konotasi

Scene pilihan 1 (02.10 – 02.15) : seorang laki-laki berjalan di trotoar jalan. Kemudian ia terhenti ketika melihat sebuah iklan di salah toko.



Gambar 1. *Scene Pilihan 1*

Sumber : Youtube

1. Denotasi: seorang laki-laki berambut pendek mengenakan pakaian kotak-kotak berwarna kuning berjalan di trotoar jalan. Laki-laki itu melihat iklan ponsel terbaru di salah satu toko yang bertuliskan “New!Y-Phone 5, Buy Now!” dan menghampiri toko tersebut. Kemudian laki-laki itu menunjukkan ekspresi tersenyum disertai mulut terbuka lebar dan mengacungkan jari jempol ke atas.
2. Konotasi: Ekspresi tersenyum disertai mulut terbuka dan jari jempol ke atas menunjukkan laki-laki itu tertarik dan cocok dengan ponsel yang ia lihat di iklan.

Scene pilihan 2 (02.18 – 02.26) : seorang laki-laki masuk ke toko ponsel untuk membeli ponsel terbaru. Lalu laki-laki itu pun keluar dari toko dan melanjutkan perjalanannya.



Gambar 2. *Scene Pilihan 2*

Sumber : Youtube

1. Denotasi: Laki-laki itu masuk ke dalam toko ponsel untuk membeli ponsel terbaru. Setelah itu laki-laki itu keluar dari toko sembari memegang dan mengangkatnya ponsel tersebut ke atas, kemudian ponsel tersebut mengeluarkan cahaya. Tak lama setelah itu laki-laki tersebut berjalan kembali melanjutkan perjalanan dengan ekspresi tersenyum dengan garis mata melengkung yang tertutup
2. Konotasi: Laki-laki tersebut merasa senang dan bahagia setelah membeli dan memiliki ponsel terbarunya diperlihatkan dengan ekspresi senyuman pada gambar. Kemudian laki-laki tersebut meninggalkan toko dan melanjutkan perjalanan dengan berjalan sambil memegang ponsel dengan bangga.

Scene pilihan 3 (02.28 – 02.34) : seorang laki-laki berjalan di melewati kota setelah membeli ponsel.



Gambar 3. *Scene Pilihan 3*

Sumber : Youtube

1. Denotasi : Laki-laki itu berjalan melewati kota melihat banyak iklan-iklan ponsel terbaru lainnya bermunculan di sepanjang jalan. Ekspresi laki-laki itu berubah dari awalnya tersenyum menjadi cemberut, mengerutkan dahi dan menundukkan kepalanya.

Dia berpapasan dengan laki-laki lain yang mengenakan baju biru sambil memegang ponsel terbaru dengan ekspresi tersenyum. Ponsel yang digenggam olehnya pun lambat laun menjadi redup dan akhirnya ponsel yang ia pegang di buang ke tempat sampah.

2. Konotasi : laki-laki itu terkejut melihat iklan ponsel terbaru yang begitu banyak bermunculan. Dia sedih karena ponsel yang ia beli ternyata sudah tertinggal serinya, dan membuang ponsel miliknya ke tempat sampah.

Scene pilihan 4 (02.40 – 03.01) : seorang laki-laki telah sampai di rumahnya. Kemudian ia duduk di sofa sambil menonton tv.



Gambar 4. *Scene* Pilihan 4

Sumber : Youtube

1. Denotasi : Laki-laki itu duduk di sofa berwarna merah muda dengan ekspresi mengerutkan dahi dan bibir cemberut. Laki-laki itu menyalakan televisi dan melihat iklan ponsel terbaru yang bertuliskan “New!Y-Phone 16, Buy Now!”. Ia pun memesan ponsel terbaru yang dilihat di iklan televisi. Saat ponselnya sudah datang, raut wajahnya berubah menjadi tersenyum kembali. Namun pada saat ia duduk menonton televisi kembali, muncul iklan ponsel terbaru lagi yang bertuliskan “New!Y-Phone 17, Buy Now!”. Ekpresi laki-laki itu pun berubah menjadi cemberut lagi dan laki-laki itu pun memesan kembali ponsel terbaru lainnya yang ia lihat di televisi dan membuang ponsel yang ia pesan sebelumnya. Kejadian serupa selalu terulang dimana saat ia memesan ponsel terbaru selalu muncul lagi iklan ponsel seri terbaru lainnya. Laki-laki itu pun melakukan kegiatan yang sama yaitu memesan atau membeli ponsel terbaru dan membuang ponsel yang telah ia beli hingga tak terhitung jumlahnya.
2. Konotasi : Laki-laki itu melakukan perilaku yang sama berulang kali dimana selalu membeli ponsel baru setiap ia melihat iklan di televisi hingga tidak terhitung jumlah ponsel yang sudah laki-laki itu beli. Kegiatan berulang yang dilakukan laki-laki tersebut menyebabkan perilaku konsumtif atau konsumerisme.

Scene pilihan 5 (03.02 – 03.08) : seorang laki-laki keluar dari rumah dan berjalan ke halaman belakang rumahnya.



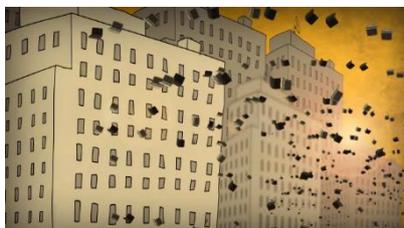
Gambar 5. *Scene* Pilihan 5

Sumber : Youtube

1. Denotasi : seorang laki-laki berbaju kotak-kotak kuning keluar dan pergi ke belakang rumah. Laki-laki itu melihat gunung ponsel yang hampir setinggi rumahnya akibat laki-laki itu selalu membuang ponsel yang telah dibeli dengan ekspresi mengerutkan dahi sembari mengigit bibirnya. Tak lama kemudian tanah di rumahnya mengalami keretakan dan jatuh ke jurang.

2. Konotasi : laki-laki berbaju kotak-kotak kuning itu terkejut setelah melihat sampah ponsel yang selalu ia buang setelah membeli ponsel baru sudah berjumlah begitu banyak sampai menggunung di belakang rumahnya. Laki-laki itu merasa cemas dengan gunungan ponsel tersebut karena tidak tahu akan akibatnya.

Scene pilihan 6 (03.12– 03.15) : barang-barang elektronik yang keluar dari gedung-gedung dan berterbangan di udara.



Gambar 6. *Scene* Pilihan 6

Sumber : Youtube

1. Denotasi : barang-barang elektronik seperti laptop dan ponsel keluar dari setiap jendela gedung-gedung dan berterbangan di udara.
2. Konotasi : barang-barang elektronik yang berterbangan di udara itu menunjukkan bahwa barang-barang elektronik tersebut adalah barang-barang yang dianggap sudah usang atau tidak baru lagi dan dibuang karena sudah tidak terpakai. Hal ini menunjukkan akibat dari perilaku konsumtif yang berlebihan terhadap barang elektronik akan menyebabkan barang tersebut menjadi sampah.

Scene pilihan 7 (03.18 – 03.20) : seorang laki-laki paruh baya sedang duduk di sofa sembari menonton televisi.



Gambar 7. *Scene* Pilihan 7

Sumber : Youtube

1. Denotasi : laki-laki paruh baya memakai baju berwarna biru sedang duduk di sofa berwarna merah sambil menonton televisi. Laki-laki itu menonton televisi dengan tersenyum yang berisi iklan bertuliskan “New!!Even Bigger TV!!Buy Now!!!”, kemudian layar televisi yang ditonton laki-laki tersebut pun selalu berubah menjadi lebih besar dari waktu ke waktu dengan cepat.
2. Konotasi : laki paruh baya itu selalu membeli televisi dengan layar yang lebih besar setiap melihat iklan televisi terbaru yang ia lihat. Laki-laki tersebut bahagia ketika menonton televisi dengan layar televisi yang selalu berubah menjadi lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki paruh baya tersebut berperilaku konsumtif dan merasa puas dengan apa yang ia lakukan.

Scene pilihan 7 (04.01 – 04.15) : seorang laki-laki berbaju kotak-kotak berwarna kuning tersapu oleh badai hingga terjatuh di tumpukan sampah elektronik.



Gambar 8. *Scene* Pilihan 8

Sumber : Youtube

1. Denotasi : seorang laki-laki berbaju kotak-kotak berwarna kuning tersapu oleh badai hingga pakaian yang dikenakan olehnya terlepas dan yang tersisa laki-laki hanya memakai celana dalam. Kemudian, laki-laki tersebut jatuh dan mendarat di satu tempat yang dikelilingi oleh sampah elektronik dengan ekspresi mata terbuka lebar disertai alis melengkung dan mulut terbuka dengan nafas yang terengah-engah.
2. Konotasi : laki-laki tersebut terkejut dan ketakutan saat terbawa badai hingga terjatuh di tumpukan sampah. Laki-laki itu terkejut tidak menyangka akibat dari perilaku konsumtif terhadap barang elektronik itu menyebabkan limbah barang elektronik yang sangat banyak dan berdampak buruk pada bumi.

Mitos

Makna mitos dalam film pendek animasi *Wake Up Call* adalah perilaku konsumtif atau konsumerisme saat membeli barang elektronik. Perilaku tersebut ditunjukkan pada film ini ketika seseorang membeli ponsel secara berlebihan didasari karena keinginan sesaat yang bersifat emosional tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan. Hal tersebut dipicu karena seseorang terlihat senang dan merasa bangga ketika membeli suatu barang yaitu ponsel. Namun di saat tertentu diperlihatkan juga emosi sedih dan kecewa ketika seseorang merasa ponsel yang dimilikinya sudah tertinggal serinya.

Seperti yang dikemukakan oleh Sumartono (dalam Haryani & Herwanto, 2015) dimana konsumerisme adalah perilaku konsumtif yang merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. Hal ini tentunya akan menyebabkan pengeluaran individu lebih banyak. Perilaku konsumtif ini melekat pada suatu individu yang membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa berdasarkan pada keinginan dan bukan kepada kebutuhan. Hal ini juga sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Ancok (dalam Haryani & Herwanto, 2015) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia mementingkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan.

Pesan Moral

Ali dan Asrori dalam bukunya Psikologi Remaja (2009: 136) mengatakan, moral pada dasarnya merupakan rangkaian nilai tentang berbagai macam perilaku yang harus dipatuhi, dan moral merupakan kaidah norma dan pranata yang mengatur perilaku individu dalam hubungannya dalam keluarga sosial masyarakat. Moral juga merupakan standar baik buruk yang ditentukan bagi individu oleh nilai-nilai sosial budaya dimana individu sebagai anggota sosial.

Pesan moral yang terkandung dalam film animasi pendek *Wake Up Call* yaitu perilaku konsumtif adalah hal yang tidak baik yang akan berdampak negative diantaranya : 1) kerugian ekonomi bagi pelakunya, sebab perilaku konsumtif akan membuat pelakunya mempunyai gaya hidup yang boros yang tidak memikirkan nilai guna atau kebutuhan barang yang ia beli. 2) menjadikan seseorang bersikap pamer dan menimbulkan perilaku sombong. Hal ini terjadi karena perilaku konsumtif juga didasari karena alasan simbolis seperti status, kehormatan dan *prestige*. 3) perilaku konsumtif juga berdampak negatif pada lingkungan. Hal ini terjadi karena semakin seseorang berperilaku konsumtif maka akan semakin banyak barang yang buat dan dibuang yang akhirnya menjadi sampah.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan film pendek animasi *Wake Up Call*, dapat disimpulkan bahwa :

1. Makna Denotasi dalam film pendek animasi *Wake Up Call* tersebut menceritakan tentang perilaku manusia yang membeli barang elektronik secara berlebihan. Film tersebut menampilkan ekspresi karakter dengan raut wajah tersenyum setiap kali membeli ponsel terbaru dan raut wajah cemberut setiap kali melihat iklan ponsel lainnya. Dalam film tersebut memperlihatkan dampak dari perilaku yang dilakukannya yaitu sampah elektronik yang sangat banyak.
2. Makna Konotasi dalam film pendek animasi *Wake Up Call* tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan laki-laki pada film ini dipengaruhi oleh emosi atau perasaan. Hal tersebut ditunjukkan ketika laki-laki itu tertarik pada iklan ponsel terbaru dan membelinya, diperlihatkan perasaan senang atau bahagia. Sedangkan perasaan sedih dan kecewa diperlihatkan ketika melihat iklan ponsel terbaru lainnya dan menyadari bahwa ponselnya sudah tertinggal serinya.
3. Mitos dalam film pendek animasi *Wake Up Call* menunjukkan bahwa perilaku konsumtif atau konsumerisme yang dilakukan ketika membeli barang elektronik dipengaruhi oleh keinginan atau hasrat sesaat untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu.
4. Pesan Moral yang ingin disampaikan yaitu perilaku konsumtif merupakan hal yang tidak baik dan akan memberikan dampak negatif atau kerugian, diantaranya : 1) perilaku konsumtif akan membuat pelaku konsumtif mempunyai gaya hidup yang boros, 2) menjadikan seseorang bersikap pamer dan menimbulkan perilaku sombong didasari karena alasan simbolis seperti status, kehormatan dan prestige, dan 3) kerusakan lingkungan karena barang yang tidak terpakai akan dibuang dan bertebaran menjadi gunung sampah yang akan merusak ekosistem bumi.

Daftar Pustaka

- [1] Effendy, Onong Uchjana. 1993. Ilmu Komunikasi: Teori dan praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [2] Wibowo, dkk. 2006. Teknik Program Televisi. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.
- [3] Sobur, Alex. 2004. Semiotika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [4] Moleong, Lexy J. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- [5] Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku. *Jurnal Psikologi*, Vol.11 No.1, 5-11.
- [6] Astuti, Santi Indra dan Juli R. Binu. 2022. Memberdayakan Komunitas Lokal dalam Gerakan Literasi Digital. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 2(2), 77-90.