

## **Analisis Poster Film Inside Out 2 dalam Teori Semiotika Roland Barthes**

**Dito Anjasmoro Ningtyas<sup>1</sup>, Oki Priskila<sup>2</sup>, Haikal<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Bina Sarana Informatika  
Jl. Kayu Jati V No.2 Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia  
e-mail: [dito.djt@bsi.ac.id](mailto:dito.djt@bsi.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Indonesia  
Jl. Jalan Margonda Raya, Depok, Indonesia  
e-mail: [okki.priskila15@ui.edu](mailto:okki.priskila15@ui.edu)

<sup>3</sup>Universitas Paramadina  
Jl. Gatot Subroto Kav. 96-9 Mampang Prapatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia  
e-mail: [haikal@paramadina.ac.id](mailto:haikal@paramadina.ac.id)

### **ABSTRAKSI**

Penelitian ini menganalisis poster film *Inside Out 2* menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk memahami bagaimana elemen visual dalam poster tersebut mengkomunikasikan makna tentang emosi dan pengalaman manusia. Poster ini menampilkan karakter-karakter emosi seperti Joy dan Sadness, yang direpresentasikan melalui warna dan ekspresi wajah untuk menciptakan makna denotatif dan konotatif. Dengan warna kuning pada Joy dan biru pada Sadness, poster ini menggambarkan kebahagiaan dan kesedihan sebagai emosi yang saling melengkapi dalam keseimbangan emosional. Analisis konotatif menunjukkan bahwa kedekatan fisik antar karakter dan desain visual mereka membentuk mitos tentang pentingnya menerima seluruh spektrum emosi, baik positif maupun negatif, dalam mencapai kesejahteraan mental. Mitos ini mencerminkan nilai budaya modern tentang pentingnya kesehatan mental dan penerimaan diri. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa poster *Inside Out 2* bukan hanya alat promosi, tetapi juga menyampaikan pesan yang relevan terkait dengan identitas, hubungan emosional, dan kesehatan mental. Melalui pendekatan semiotika Barthes, penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana media visual dapat membangun mitos yang berdampak pada pemahaman masyarakat mengenai emosi.

Keyword: Animasi, Emosi, Semiotika, Visual

### **ABSTRACT**

*This research analyzes the Inside Out 2 movie poster using Roland Barthes' semiotic theory to understand how the visual elements in the poster communicate meanings about human emotions and experiences. The poster features emotional characters such as Joy and Sadness, which are represented through colors and facial expressions to create denotative and connotative meanings. With yellow for Joy and blue for Sadness, the poster depicts happiness and sadness as complementary emotions in emotional balance. The connotative analysis shows that the physical proximity between the characters and their visual design forms a myth about the importance of accepting the entire spectrum of emotions, both positive and negative, in achieving mental well-being. This myth reflects modern cultural values about the importance of mental health and self-acceptance. The findings of this study suggest that the Inside Out 2 poster is not only a promotional tool, but also conveys relevant messages related to identity, emotional connection and mental health. Through Barthes' semiotic approach, this research provides deep insights into how visual media can construct myths that impact people's understanding of emotions.*

Keyword: Animation, Emotion, Semiotics, Visual

### **PENDAHULUAN**

Poster merupakan salah satu media komunikasi yang dalam menyampaikan pesan kepada audiens, sebagai bentuk komunikasi visual, poster sering digunakan dalam berbagai konteks seperti kampanye sosial, pendidikan, dan pemasaran. Keberhasilan sebuah poster tidak hanya ditentukan oleh informasi yang disampaikan, tetapi juga oleh bagaimana informasi tersebut disajikan secara visual (Pedwel, Hardy, & Rowland, 2017). Desain yang menarik, penggunaan warna yang tepat, dan elemen-elemen grafis

lainnya memainkan peran penting dalam menarik perhatian dan memengaruhi persepsi audiens.

Menurut Shalekhah dan Martadi (2021), poster film merupakan media berbasis visual yang diharapkan dapat menyampaikan informasi kepada audiens tentang gambaran umum tentang film tersebut. Sebuah poster film sejatinya sebagai media promosi pasti memiliki pesan. Biasanya, pesan yang disampaikan didalamnya berupa verba maupun nonverba, yakni simbol yang bisa digambarkan berupa berbagai tanda yang ada pada poster

tersebut, contohnya; pemilihan warna, ekspresi, latar ataupun gambar tertentu yang disimbolkan sesuai maksud dan tujuan film tersebut.

Poster film merupakan bidang kajian yang sangat relevan untuk dianalisis dengan pendekatan semiotika karena film dibangun dengan berbagai tanda. (Riwu Asnat dan Tri Pujiati, 2018). Untuk itu, kajian semiotika untuk mengungkap atau memaparkan maksud dari pembuatan poster sebagai media promosi perlu untuk dilakukan.

Ada berbagai macam jenis poster yang digunakan sebagai media komunikasi, salah satunya poster film. Poster film memiliki peran penting dalam industri perfilman yakni sebagai bentuk promosi, pemasaran, menarik audiens, hingga dapat menggambarkan sinopsis dari sebuah film. Dalam poster sering kali kita menemukan petunjuk visual mengenai plot atau tema film, mengenai penggunaan gambar, tagline dan element visual lainnya salah satunya poster film “*Inside Out 2*”.

Poster dari film Animasi yang berjudul “*Inside Out 2*” merupakan poster yang dibuat oleh Pixar yang di directed langsung oleh Kelsey Mann. *Inside Out 2* merupakan film animasi lanjutan dari *Inside Out* yang melanjutkan kisah Riley yang sekarang menjadi remaja. Pusat pengendali emosi di dalam pikiran Riley mengalami perubahan besar saat muncul emosi-emosi baru yang belum pernah ada sebelumnya, emosi baru ini termasuk *Anxiety* (Kecemasan), *Embarrassment* (Malu), *Ennui* (Kebosanan), dan *Envy* (Iri).

Dalam analisis poster film *Inside Out 2*, Semiotika memainkan peran penting dalam menganalisis sebuah gambar atau poster visual yakni ilmu yang digunakan dalam menganalisis unsur unsur visual yang terdapat pada poster *Inside Out 2*. Secara terminologi, semiotika berasal dari kata Yunani "semeion" yang berarti "tanda". Semiotika adalah studi tentang tanda-tanda dan proses penandaan. Ini mencakup bagaimana tanda-tanda (baik itu kata, gambar, gestur, suara, atau objek) yang digunakan untuk mengkomunikasikan makna dan bagaimana makna tersebut dipahami atau diinterpretasikan oleh individu atau kelompok.

Semiotika sendiri merupakan ilmu tentang tanda yang mempelajari fenomena sosial budaya termasuk sastra sebagai sistem tanda (Preminger, 1974:980). Tanda ini memiliki dua aspek, yaitu penanda (signifier) dan pertanda (signified). Pada tulisan ini menggunakan teori dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Menurut Barthes, semiologi mempelajari bagaimana manusia memaknai sesuatu yang ada disekitarnya. Objek merupakan tanda yang membawa pesan secara tersirat. Perkembangan teori semiotika Barthes ini melihat tanda tidak hanya sebatas makna denotasi, tetapi juga melihat tanda lebih dalam untuk mengetahui makna konotasi yang nantinya mengarah pada keterciptaan mitos. Mitos ini muncul karena adanya persepsi dari Roland Barthes sendiri bahwa dibalik tanda-tanda tersebut terdapat makna yang misterius yang akhirnya dapat melahirkan sebuah mitos.

Semiotika ialah suatu metode analisis yang digunakan untuk menggali makna yang terdapat dalam sebuah tanda. Menurut Susanne Langer didalam buku (Morissan, 2013) “simbol atau tanda merupakan sesuatu yang penting, kehidupan, seekor hewan diperantarai

melalui perasaan (feeling), tetapi perasaan manusia diperantarai oleh sejumlah konsep, simbol, dan bahasa.” Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari cara untuk memberikan makna pada suatu tanda. Semiotika dapat diartikan juga sebagai konsep pengajaran pada manusia untuk memaknai tanda yang ada pada suatu objek tertentu.

Tanda juga menunjukkan pada suatu hal lainnya, sesuatu yang tersembunyi dibalik dari tanda itu sendiri. Seperti contohnya asap maka tanda dibaliknya merujuk pada api.

Teks berperan menuntun pembacanya agar bisa memahami pesan yang terdapat didalamnya. Pembaca ibarat pemburu harta karun yang membawa peta, untuk dapat memahami sandi yang terdapat dalam peta diharuskan memahami tanda – tanda yang menunjukkan makna sebenarnya. menurut barthes (1988) dalam kurniawan (2001) semiologi merupakan ilmu yang mempelajari cara kemanusiaan (humanity) dalam beragam hal. memaknai sendiri memiliki arti yang berbeda dari komunikasi, sehingga beragam objek dapat menyampaikan informasi serta bila objek tersebut ingin melakukan proses komunikasi maka sistem yang terkonstitusi dapat terstruktur berdasarkan tanda.

Pada penelitian ini penulis akan memakai teori semiotika dengan model Roland Barthes dikarenakan objek penelitian inidapat dianggap sepadan dari segi objek serta ilmu yang akan digunakan. Dalam model Roland Barthes, terdapat istilah denotatif, konotatif serta mitos. Menurut Arifin dan tasai (2010), denotatif merupakan makna yang tersampaikan secara konkret dan jelas dengan arti sebenarnya dengan apa adanya serta bersifat objektif. Berbeda dengan denotatif, konotatif memiliki arti impresi atau memiliki ciri khas tersendiri karena sifatnya yang lebih subjektif dan tidak konkret disamping pengertian utamanya. Sedangkan mitos merupakan cerita yang memiliki fungsi sebagai petunjuk/panduan dan arah pada sekelompok manusia. Oleh karena itu dikarenakan animasi anak- anak inimengangkat tema yang menarik yakni emosioanal, serta film ini sudah dirilis sehingga menimbulkan rasa penasaran. Maka penulis pun tertarik untuk menganalisis poster dari film animasi *Inside Out 2* untuk mengetahui makna- makna tersembunyi yang memiliki korelasi dengan perkiraan isi film

**METODOLOGI**

Metodologi pada penelitian ini adalah kualitatif analisis deskriptif dan berfokus pada analisis poster “*Inside Out 2 (2024)*”, dengan menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes”

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative sign (tanda denotatif)	
Connotative (konotatif)	Connotative signified (petanda konotatif)
Connotative sign (tanda konotatif)	


Gambar 1. Model Semiotika Roland Barthes  
Sumber : Sobur.2009

Pada model Barthes diatas menunjukkan bahwa tanda denotatif terdiri atas penanda dan pertanda. Namun, pada saat bersamaan dapat dilihat bahwa tanda denotatif juga merupakan tanda konotatif. Tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan, namun juga memiliki kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Dalam teori Barthes juga terdapat aspek lain, yaitu ‘mitos’. Mitos disini bukanlah definisi kata yang sering didengar selama ini, melainkan mitos dalam teori Barthes merupakan pesan. Barthes juga mengatakan bahwa mitos merupakan sistem semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang dimaknai manusia. Dalam konsepnya, tanda konotasi tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun mengandung kedua bagian tanda denotasi yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2006:69). Jadi dapat disimpulkan bahwa mitos disini merupakan pengembangan dari konotasi yang memiliki arti apabila konotasi tersebut telah lama terbentuk di masyarakat maka itu menjadi sebuah mitos.



**HASIL DAN PEMBAHASAN**




Gambar 2. Poster Inside Out 2  
Sumber : www.impawards.com



1	<b>Tanda</b>	
		“Make Room For New Emotion”
	<b>Jenis Tanda</b>	Simbol
	<b>Makna Denotasi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Make Room For New Emotion</li> <li>• Beri Ruang Untuk Emosi yang baru</li> </ul>
	<b>Makna Konotasi</b>	Memberi ruang untuk emosi yang baru, menunjukkan adanya perubahan transisi emosi dari anak anak menuju pendewasaan ( <i>Pubertas</i> ) hal ini dapat disebabkan karna semakin kita tumbuh dewasa, semakin banyak pula emosi yang kita rasakan. Kita perlu menempatkan emosi sesuai dengan situasi.
	<b>Mitos</b>	Perkembangan usia khususnya dari anak anak hingga remaja, hormon mulai aktif dan mulai merubah karakter kepribadian hingga fisik. kita


		akan menemukan berbagai macam bentuk emosi yang lebih kompleks, Emosi sebagai perasaan yang muncul dalam diri seorang manusia sebagai respon dari situasi tertentu, hal ini bisa memengaruhi pikiran, kecemasan, persepsi dan perilaku seseorang. Sehingga tidak sedikit dari remaja yang mengalami kesulitan dalam mengelola emosi pada
2	<b>Tanda</b>	
		Logo dan Judul dari film animasi “Disney Pixar - Inside Out 2”
	<b>Jenis Tanda</b>	Simbol
	<b>Makna Denotasi</b>	Tulisan Indiside out 2 berwarna putih dengan background karakter dari setiap emosi yang ada pada film inside out
	<b>Makna Konotasi</b>	Logo ini merupakan simbol dari film animasi yang berjudul <i>Inside Out 2</i> yang dibuat dan diproduksi oleh Disney dan Pixar
	<b>Mitos</b>	Latar belakang yang terdapat dibalik tulisan Inside Out 2. Merupakan karakter utama yang sekaligus bukti bahwa ini merupakan lanjutan dari film animasi Inside out, tulisan Inside Out 2 pun dapat memiliki dua makna yang berbeda yakni kelanjutan dari film animasi Inside Out atau pikiran yang mempengaruhi tingkah laku manusia, seperti yang disampaikan John Grinder dan Richard Bandler, bahasa mempengaruhi pikiran dan selanjutnya pikiran mempengaruhi tingkah laku manusia dan hal ini disebut konsep dari <i>Neuro-Linguistic Program</i> (NLP) dalam buku “NLP: The Art of Enjoying Life” karya Teddi Prasetya Yulianan menuliskan bahwa dalam NLP terdapat beberapa asumsi yang mendasari cara berpikir para NLP-er. Pertama asumsi yang berbunyi “ <i>the map is not the territory</i> ” dan yang kedua adalah “ <i>people respond the world according to their internal maps</i> ”



3	<b>Tanda</b>	
		Joy
	<b>Jenis Tanda</b>	Ikon
	<b>Makna Denotasi</b>	Tokoh Utama yang biasa dipanggil Joy yang terlihat merasa terhimpit karena berada diposisi tengah dengan kedua tangannya dan kondisi sekitarnya yang penuh dengan temannya namun mencoba untuk tersenyum.
	<b>Makna Konotasi</b>	Reaksi Joy terhimpit dan kedua lengan merapat memberi tanda rasa sesak, ketika mengetahui tempat mereka berada saai tni tidak cukup untuk emosi yaang baru.
	<b>Mitos</b>	Secara emosional, kebahagiaan merupakan emosi yang positif saat kita merasa bahagia ada hormon yang memiliki keterkaitan dengan rasa bahagia, yakni hormon dopamin dan serotonin. Kedua hormon ini akan dilepaskan menuju sistem saraf pusat ketika seseorang merasakan bahagia. tanpa kita sadari pada saat bahagia, jantung kita berdetak lebih kencang dan bagian pipi kita akan terlihat lebih merona. Hal ini terjadi karena rasa bahagia dapat mempengaruhi sistem sirkulasi tubuh seseorang. Kondisi emosi yang baik dapat dilihat dari bagaimana seseorang bisa mengendalikan berbagai macam respon yang terjadi di kehidupannya.
4	<b>Tanda</b>	
		Anger
	<b>Jenis Tanda</b>	Ikon
	<b>Makna Denotasi</b>	Karakter pria yang biasa disebut anger merupakan teman dari joy yang ditandai dengan warna mera, tangan yang terkepal, alis berkerut disertai rahang ddan gigi menegang dan rapat.

		Disertai tatapan mata yang tajam mengarah keatas.
	<b>Makna Konotasi</b>	Sifat amarah anger muncul ketika mengetahui ada emosi baru yang posisinya diatas mereka yang membuat anger harus berbagi tempat ruang emosi untuk mereka
	<b>Mitos</b>	Ditinjau dari IAIN Surakarta Repository, Perubahan fisik yang terjadi akan berpengaruh terhadap perubahan emosi secara drastis. Remaja akan menunjukkan emosi amarah yang berapi-api, sehingga tmuncul sikap tidak toleran, ingin menang sendiri, egois, memberontak, dan ingin membuktikan dirinya pada lingkungan serta orang dewasa bahwa mereka dapat melakukan sesuatu dengan kemampuannya sendiri
5	<b>Tanda</b>	
		Sadnes
	<b>Jenis Tanda</b>	Ikon
	<b>Makna Denotasi</b>	Karakter berwarna biru yang mengenakan kacamata , terlihat menangis posisi tersudut pojok sebelah kiri dengan pipi yg tersandar di sudut ruang dengan mata tertutup dan mulut terbuka
	<b>Makna Konotasi</b>	Reaksi dari karakter teman teman joy
	<b>Motos</b>	Dikutip dari psyence.id Menurut Paul Ekman, seorang peneliti terkemuka di bidang emosi, kesedihan digambarkan dengan perasaan sedih, bingung, kecewa, patah hati, haru biru, kecil hati, putus asa, bersedih hati, tidak berdaya, dan menyedihkan. Seseorang akan merasa sedih mengenai sesuatu yang spesifik, keadaan ini bisa menghilang setelah beberapa waktu atau setelah sesuatu yang baik menggantikan peristiwa menyakitkan yang memicu kesedihan.  Pada anak-anak, kesedihan akan lebih bersifat umum, seperti sedih ketika dilarang bermain oleh orang tua ataupun tidak diberi uang jajan. Setiap individu dengan rentang usia yang berbeda-beda, maka akan berbeda pula sumber kesedihannya.



6	<b>Tanda</b>	
		Disgust
	<b>Jenis Tanda</b>	Ikon
	<b>Makna Denotasi</b>	Karakter perempuan berwarna hijau dengan tatapan mata yang melirik ke sebelah kanan, dengan bibir melengkung membuat kerutan yang tajam, area hidung terangkat, pipi terangkat hingga kelopak mata bawah menyempit dan alis berkerut
	<b>Makna Konotasi</b>	Rasa tidak suka yang muncul sebagai respons terhadap sesuatu yang kotor, disgust bisa digunakan sebagai kata rasa tidak suka.
	<b>Mitos</b>	Ditinjau dari Doktor antropologi Indonesia dan kesehatan serta perilaku manusia dalam, rasa <i>disgust</i> ikut serta dalam mengatur hidup kita, mendikte apa yang kita makan, pakai, beli, dan bahkan hingga bagaimana kita memilih dan siapa yang kita inginkan
7	<b>Tanda</b>	
		Fear
	<b>Jenis Tanda</b>	Ikon
	<b>Makna Denotasi</b>	Karakter pria yang memiliki ukuran tipis, berwarna ungu ditandai dengan tubuh bergetar, jari tangan tidak terbuka dengan digambarkan ekspresi bola mata
	<b>Makna Konotasi</b>	Rasa ketakutan timbul sebagai kekhawatiran
	<b>Mitos</b>	Ketakutan atau fear merupakan suatu hal yang sedikit kompleks dan didalamnya terdapat perasaan emosional serta perasaan, menurut (Wijaya, 2017) rasa takut yang muncul karena adanya sebuah ancaman, sehingga individu akan

		menghindarinya. <i>fear</i> kondisi emosional yang bersifat sementara pada individu, yang muncul dengan perasaan yang tegang serta rasa khawatir yang bersifat sadar dan subjektif. Terkadang rasa takut ini muncul disebabkan oleh kondisi lingkungan tertentu seperti pada saat tes maupun ujian. Menurut Newbold (2006) rasa takut dapat digolongkan menjadi 4 berdasarkan penyebabnya diantaranya yaitu (a) rasa takut kehilangan, kehilangan disini mengarah pada kehilangan seseorang atau barang yang dimiliki oleh individu. (b) rasa takut akan kematian, rasa takut ini lebih cenderung pada takut akan adanya kritikan tajam, tindak kekerasan, dan hukuman yang bisa merenggut nyawa seseorang. (c) rasa takut terhadap hal supranatural atau hal-hal yang tidak biasa. (d) rasa takut pada orang lain yang mungkin dapat memicu adanya campur tangan terhadap urusan individu tersebut
8	<b>Tanda</b>	
		Envy
	<b>Jenis Tanda</b>	Ikon
	<b>Makna Denotasi</b>	Karakter berwarna biru kehijauan yang mencolok. Envy merupakan karakter yang mewakili perasaan iri hati, cemburu, dan hasrat
	<b>Makna Konotasi</b>	Melambungkan perasaan iri hati dan keinginan untuk memiliki apa yang dimiliki orang lain. Dalam konteks film Inside Out 2, Envy mungkin merepresentasikan perasaan iri Riley terhadap teman-temannya yang terlihat lebih populer, berbakat, atau bahagia.
	<b>Mitos</b>	Iri hati adalah emosi negatif yang merusak dan harus dihindari. Mitos ini seringkali dikaitkan dengan ajaran moral dan agama yang menekankan pentingnya bersyukur dan tidak membandingkan diri dengan orang lain.

9	<b>Tanda</b>	 Anxiety (Kecemasan)
	<b>Jenis Tanda</b>	Ikon
	<b>Makna Denotasi</b>	Karakter Anxiety di film Inside Out 2 berwarna oranye. Selain itu, Anxiety juga memiliki bentuk seperti kilat, rambut yang mencuat ke atas, dan mata yang selalu terlihat putih
	<b>Makna Konotasi</b>	Melambangkan perasaan cemas, khawatir, dan takut akan hal-hal yang belum terjadi. Dalam konteks film Inside Out 2, Anxiety mungkin merepresentasikan kecemasan Riley dalam menghadapi perubahan dan tantangan baru di masa remajanya, seperti tekanan sosial, percintaan, dan masa depan.
	<b>Mitos</b>	Kecemasan adalah tanda kelemahan dan harus diatasi dengan cara apa pun. Mitos ini seringkali membuat orang yang mengalami kecemasan merasa malu dan enggan mencari bantuan.
10	<b>Tanda</b>	 Ennui (Kejenuhan)
	<b>Jenis Tanda</b>	Ikon
	<b>Makna Denotasi</b>	Ennui, karakter emosi dalam film Inside Out 2, memiliki warna kulit periwinkle, mata lavender, dan rambut indigo panjang. Pakaianya terdiri dari kaus dan celana panjang indigo, serta kaus kaki abu-abu.
	<b>Makna Konotasi</b>	Melambangkan perasaan bosan, jenuh, dan tidak tertarik pada hal-hal di sekitarnya. Dalam konteks film Inside Out 2, Ennui mungkin merepresentasikan perasaan Riley saat menghadapi rutinitas yang monoton atau kegiatan yang tidak menantang.
	<b>Mitos</b>	Kejenuhan adalah tanda kemalasan dan kurangnya motivasi. Mitos ini seringkali membuat orang yang

		mengalami kejenuhan merasa bersalah dan tidak produktif.
11	<b>Tanda</b>	 Embarrassment
	<b>Jenis Tanda</b>	Ikon
	<b>Makna Denotasi</b>	Karakter Embarrassment dalam film Inside Out 2 berwarna merah muda. Embarrassment adalah karakter yang menggambarkan emosi malu dan canggung. Embarrassment memiliki tubuh yang besar dan selalu menarik hoodie-nya saat merasa malu.
	<b>Makna Konotasi</b>	Melambangkan perasaan malu, canggung, dan tidak nyaman di situasi sosial. Dalam konteks film Inside Out 2, Embarrassment mungkin merepresentasikan perasaan Riley saat melakukan kesalahan, menjadi pusat perhatian, atau merasa tidak percaya diri di depan teman-temannya.
	<b>Mitos</b>	Rasa malu adalah tanda kelemahan dan harus disembunyikan. Mitos ini seringkali membuat orang yang mengalami rasa malu merasa terisolasi dan kesulitan dalam berinteraksi sosial.

**4.1. Analisis Denotatif**

Analisis denotatif poster film Inside Out 2 menggunakan teori semiotika Roland Barthes bertujuan untuk memahami bagaimana elemen-elemen visual dan teks pada poster berfungsi sebagai tanda yang menyampaikan makna literal atau dasar. Dalam pandangan Barthes, semiotika melibatkan dua tingkatan makna: denotasi dan konotasi. Denotasi mengacu pada makna yang langsung, literal, dan sederhana dari tanda, sementara konotasi mengacu pada makna tambahan yang melibatkan aspek budaya, emosional, atau asosiasi yang lebih kompleks (Bailana, 2024).

Dengan menggunakan pendekatan denotatif Barthes, kita dapat menganalisis poster Inside Out 2 berdasarkan elemen-elemen visual seperti karakter, warna, dan komposisi. Misalnya, tokoh utama seperti Joy (dengan warna kuning cerah) dan Sadness (dengan warna biru) mudah dikenali melalui ciri fisik dan ekspresi wajah mereka. Barthes menyebutkan bahwa tanda-tanda ini memiliki makna yang sudah disepakati dalam konteks visual; warna kuning Joy, misalnya, langsung diartikan sebagai kebahagiaan atau keceriaan, sementara warna biru pada Sadness menunjukkan kesedihan (Rosida et al., 2021). Secara denotatif, warna-warna ini berfungsi sebagai representasi literal dari emosi karakter, tanpa

menambahkan interpretasi yang lebih dalam (Ubaidillah & Patriansah, 2024).

Judul "Inside Out 2" juga memberikan informasi denotatif bahwa film ini adalah sekuel dari film pertama, mengindikasikan bahwa tema dan karakter dari film sebelumnya kemungkinan akan dilanjutkan. Jika ada tagline, seperti pada banyak poster film, tagline tersebut akan menambah konteks denotatif mengenai konflik atau tema utama dalam film, memberikan panduan dasar mengenai pengalaman yang akan diperoleh penonton.

Analisis ini, berdasarkan teori semiotika Barthes, menunjukkan bahwa elemen-elemen visual di poster tersebut berfungsi sebagai tanda yang menyampaikan tidak hanya informasi dasar (Kurniawan, 2024). Misalnya, warna kuning Joy dan ekspresi wajah senyum lebar secara literal menunjukkan kegembiraan, sedangkan warna biru Sadness dan ekspresi muram menunjukkan kesedihan. Dalam konteks Barthes, hal ini mewakili tingkat denotatif dari tanda-tanda tersebut, yang tidak memerlukan interpretasi budaya atau emosi yang mendalam tetapi langsung dipahami oleh penonton melalui makna dasar dari gambar dan warna (Atmaja, 2024).

Dengan demikian, analisis denotatif ini memungkinkan penonton untuk menangkap pesan dasar dari poster Inside Out 2, yaitu keterlibatan karakter dalam perjalanan emosional yang beragam, serta potensi tema utama yang akan dikembangkan lebih lanjut dalam film. Melalui pemahaman ini, teori Barthes membantu kita melihat bagaimana elemen-elemen poster secara langsung menyampaikan informasi awal yang jelas tentang apa yang ditawarkan oleh film (Hajar et al., 2023; Nofia & Bustam, 2022; Weo et al., 2024).

#### 4.2. Analisis Konotatif

Dalam teori semiotika Roland Barthes, makna konotatif merujuk pada makna tambahan yang timbul dari pengalaman, budaya, atau asosiasi yang lebih dalam, melampaui makna literal atau denotatif (Lustyantie, 2012). Barthes menegaskan bahwa setiap elemen visual atau teks dapat memiliki makna konotatif yang kompleks, tergantung pada konteks budaya dan interpretasi individu (Dzulqornain, 2024). Analisis konotatif poster film Inside Out 2 mengungkap lapisan makna yang lebih dalam, menggali bagaimana elemen-elemen seperti warna, ekspresi, dan interaksi karakter dapat mencerminkan tema emosional dan budaya.

Poster Inside Out 2, dalam konteks konotatif Barthes, dapat dianalisis dengan memperhatikan elemen visual dan bagaimana mereka berperan sebagai tanda yang membawa makna budaya dan emosional. Warna kuning Joy dan biru Sadness bukan hanya menyampaikan emosi kegembiraan dan kesedihan secara literal; warna-warna ini juga mengundang penonton untuk merenungkan dinamika emosional yang lebih dalam. Joy dengan warna kuning cerah bisa dianggap merepresentasikan harapan dan optimisme, melambungkan kegembiraan sebagai tujuan yang diidealkan. Sementara itu, Sadness dengan warna biru mencerminkan kerentanan dan pentingnya kesedihan dalam pengalaman manusia, yang sejalan dengan tren budaya yang semakin menghargai kesehatan mental dan keberagaman emosi. Barthes menekankan bahwa konotasi

ini muncul dari pemahaman penonton akan makna yang terkait dengan warna dalam konteks emosional dan sosial mereka (Indra Wiguna Mahfud et al., 2024).

Ekspresi dan postur tubuh karakter juga mengandung makna konotatif. Menurut Barthes, ekspresi wajah dan gestur adalah tanda yang menyampaikan makna secara tidak langsung (Kevinia et al., 2024). Joy yang melindungi atau mendekati Sadness, misalnya, tidak hanya menunjukkan kegembiraan dan kesedihan secara denotatif, tetapi juga menyoroti hubungan emosional antara dua aspek penting dalam kehidupan manusia. Hal ini menandakan dukungan emosional dan konsep keseimbangan dalam menghadapi tantangan emosional, suatu tema yang diperkaya oleh pemahaman budaya tentang perlunya menerima dan menyeimbangkan semua emosi.

Judul "Inside Out 2" mengindikasikan eksplorasi emosi manusia yang lebih dalam dalam sekuel ini. Konotatifnya, judul ini mengisyaratkan bahwa film akan mengajak penonton untuk menelusuri emosi dengan cara yang lebih kompleks dan matang, mungkin menyentuh tema seperti penerimaan diri atau keseimbangan emosional, yang merupakan isu penting dalam masyarakat saat ini. Teks atau tagline pada poster juga dapat menambah makna konotatif dengan memperkenalkan nilai-nilai budaya tentang pentingnya kesejahteraan emosional, yang semakin dihargai di era kesadaran kesehatan mental.

Melalui pendekatan konotatif Barthes, analisis ini menunjukkan bahwa poster Inside Out 2 lebih dari sekadar gambar karakter dan warna. Poster ini membangun narasi tentang pengalaman manusia yang kompleks melalui emosi yang saling melengkapi dan mengingatkan kita akan pentingnya dukungan emosional (Irawan, 2022). Interaksi karakter di poster memperkuat pesan ini, menunjukkan bahwa emosi seperti kegembiraan dan kesedihan adalah bagian integral dari identitas individu. Teori Barthes membantu kita memahami bahwa makna konotatif dari poster ini tidak hanya terletak pada tanda-tanda visual tetapi juga pada hubungan emosional yang mereka representasikan, menciptakan pemahaman yang lebih kaya tentang tema film (Nofia & Bustam, 2022).

#### 4.3. Analisis Mitos

Dalam teori semiotika Roland Barthes, mitos merupakan cara budaya mengonstruksi dan menafsirkan tanda, sehingga tanda-tanda dalam budaya populer seperti poster film mengandung makna yang lebih dalam daripada makna literalnya (Sari, 2024). Mitos, menurut Barthes, adalah "sistem tanda kedua" yang membentuk ide-ide dan nilai-nilai budaya yang dominan. Analisis poster film Inside Out 2 dengan menggunakan teori Barthes mengungkap bagaimana poster ini membentuk mitos tentang emosi dan pengalaman manusia, menjadikannya bukan sekadar gambaran visual tetapi juga cerminan nilai budaya (Vindriana et al., 2018).

Poster film Inside Out 2 menggunakan karakter seperti Joy dan Sadness untuk membangun mitos tentang emosi dasar. Dalam konteks mitos Barthesian, Joy (dengan warna kuning cerah) melambungkan kebahagiaan ideal yang sering kali dicita-citakan dalam masyarakat. Mitos ini

mencerminkan keyakinan budaya bahwa kebahagiaan adalah emosi yang dominan dan diinginkan dalam hidup. Di sisi lain, Sadness (dengan warna biru) menghadirkan makna konotatif yang menggarisbawahi pentingnya kesedihan dalam memahami dan menghargai pengalaman manusia. Menurut Barthes, makna konotatif ini memperkuat ide bahwa setiap emosi, termasuk kesedihan, memiliki tempat dalam kehidupan manusia, dan bahwa keseimbangan antara emosi menjadi hal yang penting (Rodríguez, Velastequí, 2019).

Palet warna dalam poster juga memainkan peran penting dalam membentuk mitos-mitos ini. Barthes menyatakan bahwa warna dalam budaya membawa makna yang bersifat konotatif (Yaskur, 2024). Warna kuning untuk Joy memancarkan kegembiraan, optimisme, dan harapan, sedangkan warna biru untuk Sadness menandakan ketenangan, introspeksi, dan kerentanan. Kombinasi ini menciptakan mitos tentang dualitas emosi: kebahagiaan dan kesedihan sebagai dua sisi yang saling melengkapi dalam kehidupan. Dengan demikian, poster ini memperlihatkan mitos bahwa emosi-emosi beragam adalah hal yang alami dan penting untuk membangun keseimbangan emosional.

Barthes juga mengungkapkan bahwa mitos budaya sering kali mengandung pesan moral atau nilai-nilai yang relevan dengan kehidupan sosial (Nurjanah et al., 2024). Dalam poster *Inside Out 2*, interaksi antara Joy dan Sadness dapat dilihat sebagai gambaran dukungan emosional, di mana setiap emosi memiliki peran dalam menjaga kesejahteraan manusia. Kedekatan fisik dan ekspresi antar karakter menciptakan mitos tentang pentingnya dukungan dan pemahaman dalam hubungan antarmanusia. Jarak atau kedekatan antar karakter ini bukan hanya representasi literal tetapi memiliki makna konotatif sebagai simbol keterikatan emosional dan kebutuhan manusia untuk memahami berbagai aspek emosinya.

Selain itu, judul *Inside Out 2* dan potensi slogannya mengandung pesan mitos yang mengajak penonton untuk mengeksplorasi emosi manusia secara lebih mendalam. Barthes menjelaskan bahwa teks dalam mitos sering kali memberikan petunjuk eksplisit tentang nilai-nilai yang ingin disampaikan (Husni, 2007). Dalam konteks ini, judulnya menyiratkan bahwa perjalanan emosional melibatkan penerimaan semua perasaan, tidak hanya kebahagiaan. Hal ini memperlihatkan nilai budaya modern yang semakin menghargai kesehatan mental dan penerimaan diri. Mitos ini mencerminkan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya merangkul semua emosi, baik positif maupun negatif, dalam mencapai kebahagiaan dan keseimbangan.

Secara keseluruhan, poster *Inside Out 2* melalui elemen visual dan naratifnya menciptakan mitos tentang emosi yang mencerminkan pemahaman modern akan kesehatan mental. Poster ini menekankan bahwa kebahagiaan sejati memerlukan pemahaman dan penerimaan terhadap emosi-emosi seperti kesedihan, yang menantang pandangan tradisional bahwa hanya emosi positif yang bernilai. Dengan demikian, pendekatan semiotika Barthes memungkinkan kita untuk melihat bahwa *Inside Out 2* tidak hanya sebagai film hiburan tetapi

juga sebagai karya budaya yang merefleksikan dan memperkuat nilai-nilai sosial dan budaya yang mendalam terkait dengan emosi manusia dan hubungan antarmanusia (Zurlia, 2014).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian analisis semiotika poster film *Inside Out 2* menggunakan teori Roland Barthes, ditemukan bahwa elemen-elemen visual seperti warna, ekspresi karakter, dan interaksi antar karakter tidak hanya memiliki makna literal tetapi juga mengandung makna konotatif dan mitos yang mencerminkan nilai-nilai budaya tentang emosi manusia. Karakter Joy dan Sadness, dengan warna kuning cerah dan biru, membentuk dualitas emosi yang melambangkan kebahagiaan dan kesedihan sebagai bagian integral dari pengalaman manusia. Mitos yang muncul dari poster ini menunjukkan bahwa kebahagiaan sejati memerlukan pemahaman dan penerimaan terhadap beragam emosi, termasuk emosi negatif seperti kesedihan. Penelitian ini memiliki kontribusi penting dalam memahami representasi emosional dalam budaya populer, khususnya dalam kaitannya dengan kesadaran akan kesehatan mental. Hasil penelitian ini juga membuka peluang untuk analisis lebih lanjut tentang bagaimana representasi visual emosi dalam media populer dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap keseimbangan emosional dan penerimaan diri. Penelitian lanjutan diharapkan dapat mengeksplorasi respons audiens terhadap elemen-elemen mitos dalam media visual serta dampaknya terhadap persepsi mereka mengenai kesehatan mental.

## REFERENSI

- Atmaja, Vi. P. (2024). *Representasi Guna-gunaan dalam Film Sajian Versi Indonesia* [Universitas Satya Negara Indonesia].  
<http://repo.usni.ac.id/id/eprint/4018>
- Bailana, U. (2024). Analisis Kata “Nikmat” Perspektif Teori Semiotika Roland -Barthes dalam Surah Ar-Rahman. *KNM BSA (Konferensi Nasional Mahasiswa Bahasa Dan Sastra Arab)*, 01(01), 26–39. <https://proceedings.uinsa.ac.id/index.php/knm-bsa/article/view/2511>
- Dzulqornain, M. B. (2024). *Pesan Dakwah Dalam Video Opening Piala Dunia Qatar Pada Tahun 2022 (Analisis Semiotika Roland Barthes)* [Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember]. [http://digilib.uinkhas.ac.id/35505/1/MUKHAMMA D BARLY DZULQORNAIN\\_205103010002.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/35505/1/MUKHAMMA%20D%20BARLY%20DZULQORNAIN_205103010002.pdf)
- Hajar, I., Tajibu, K., & Astrid, A. F. (2023). Analisis semiotika Roland Barthes pada Film *Tarung Sarung* (Interpretasi budaya Laki-Laki Berani). *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 5(1), 22–29. <https://doi.org/10.55638/jcos.v5i1.353>
- Husni, M. (2007). *Mitologisasi Bahasa Agama : Analisis Kritis dari Semiotika Roland Barthes* [UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/8587/1/HUSNI MUBARAK-FUF.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/8587/1/HUSNI%20MUBARAK-FUF.pdf)
- Indra Wiguna Mahfud, Farida Hariyati, & Mustiawan



- Mustiawan. (2024). Representasi Makna pada Film Cinta Pertama, Kedua, dan Ketiga. *Inspirasi Dunia: Jurnal Riset Pendidikan Dan Bahasa*, 3(4), 01–11. <https://doi.org/10.58192/insdun.v3i4.2476>
- Irawan, A. S. (2022). Peran Gender dalam Film Ku Cumbu Tubuh Indahku (Analisis Semiotika Roland Barthes). *PENDIS : Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 1(3). <https://jurnal.insanciptamedan.or.id/index.php/pendis/article/view/72/45>
- Kevinia, C., Putri syahara, P. sayahara, Aulia, S., & Astari, T. (2024). Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Dalam Film Miracle in Cell No.7 Versi Indonesia. *COMMUSTY Journal of Communication Studies and Society*, 1(2), 38–43. <https://doi.org/10.38043/commusty.v1i2.4082>
- Kurniawan, B. (2024). Analisis Visual pada Poster Film Parasite (2019) menggunakan Pendekatan Semiotika Roland Barthes [Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau]. [http://repository.uin-suska.ac.id/81857/1/SKRIPSI\\_FUL\\_KECUALI\\_BAB\\_V\\_BAYU\\_KURNIAWAN.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/81857/1/SKRIPSI_FUL_KECUALI_BAB_V_BAYU_KURNIAWAN.pdf)
- Lustyantie, N. (2012). Pendekatan Semiotika Model Roland Barthes dalam Karya Sastra Prancis. *Seminar Nasional FIB UI*, 1–15.
- Nofia, V. S. S., & Bustam, M. R. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Sampul Buku Five Little Pigs Karya Agatha Christie. *MAHADAYA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 2(2), 143–156. <https://doi.org/10.34010/mhd.v2i2.7795>
- Nurjanah, H. C., Widyastuti Purbani, & Else Liliani. (2024). Pesan Moral dalam Film Love is Not Enough: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Audiens*, 5(3), 385–394. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i3.376>
- Rodríguez, Velastequí, M. (2019). Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos dalam Film Who Am I Kein System Ist Sicher (Suatu Analisis Semiotik). 1–23. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jefs/article/view/24151>
- Rosida, S., Susilo, E. F., & Hsb, M. H. F. (2021). Pelecehan Seksual Dalam Tiktok ‘Persalinan’: Analisis Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Bahasa Indonesia Prima (BIP)*, 3(2), 19–27. <https://doi.org/10.34012/bip.v3i2.1848>
- Sari, H. P. (2024). Semiotika Roland Barthes pada Poster Film Budi Pekerti. *MIMESIS*, 5(2), 78–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/mms.v5i2.9582Helga>
- Ubaidillah, M., & Patriansah, M. (2024). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film “Agak Laen” Produser Studio Imajinari. *VisART Jurnal Seni Rupa & Desain*, 2(1), 49–65. <https://doi.org/doi.org/10.61930/visart.v2i1.664>
- Vindriana, N. D., Mustamar, S., & Mariati, S. (2018). Politik Kebudayaan Dalam Novel Sinden Karya Purwadmadi Admadipurwa: Kajian Semiotika Roland Barthes. *SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik*, 19(2), 10. <https://doi.org/10.19184/semiotika.v19i2.10463>
- Weo, F. F., Sylvania S.E. Mandaru, & Abner P.R. Sanga. (2024). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film Pendek “Tema Kotaku Kebanggaanku.” *Deliberatio: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 4(1), 183–193. <https://doi.org/10.59895/deliberatio.v4i1.257>
- Yaskur, M. Y. (2024). Analisis Semiotika: Makna Denotatif dan Konotatif dalam Film Spongebob Squarepants Episode 9 “Uh, Bulu Babi” Season 9 (Dubbing Bahasa Arab). *Diwan: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 16(1), 13–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.15548/diwan.v16i1.1375>
- Zurlia, L. (2014). Dialog Antaragama Dan Peran Perempuan : Analisis Semiotika Pesan Film ‘Where Do We Go Now’ [UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. In *Applied Microbiology and Biotechnology* (Vol. 85, Issue 1). <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/27087%09>