

ANALISIS SEMIOTIKA PADA POSTER FILM “*INSIDE OUT*”

Nuramalia Fithri¹, Siti Indah Lestari², Noprita Elisabeth Sianturi³
Fakultas Seni dan Desain^{1,2,3}
Universitas Potensi Utama^{1,2,3}
nalafit07@gmail.com¹, indah.ayangjelek@gmail.com², novryelisa@gmail.com³

Abstrak

Film *Inside Out* merupakan film animasi yang dirilis pada tahun 2015, disutradarai oleh Pete Docter dan diproduksi oleh *Pixar Animation Studios*. Poster Film yang memberikan gambaran tentang situasi perjalanan emosi dalam diri seorang anak perempuan bernama *Riley* yang pindah ke kota baru. Dalam poster terdapat beberapa karakter emosi seperti *Joy, Sadness, Fear, Anger, dan Disgust*. Poster di desain unik dan semenarik mungkin untuk mendapat perhatian para penonton. Setiap karakter memiliki penampilan unik dan warna mencolok, mencerminkan sifat dan emosi yang mereka tampilkan. Poster ini juga menampilkan latar belakang yang beragam, dengan berbagai pemandangan yang mencerminkan petualangan emosi dalam cerita film, Perubahan warna, tekstur pada latar belakang merupakan perubahan suasana hati dan konflik yang terjadi di dalam film. Memaknai sebuah tanda semiotika dalam poster film *inside out* maka penulis melakukan penelitian pada poster film *inside out* dengan menggunakan teori *Charles Sanders Peirce*, tanda dalam semiotika akan selalu berkaitan dengan logika, *Peirce* membagi tanda atas tiga hal, yakni ikon, indeks, dan simbol. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perjalanan emosi yang ada pada film tersebut. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis tanda dalam teori semiotika *Charles Sanders Peirce* dalam Poster Film *Inside Out*. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan keadaan emosional seseorang lewat karakter yang ada di dalam Film *Inside Out*.

Kata Kunci : Semiotika, Poster film, *Inside Out*, *Charles Sanders Peirce*

Abstract

Inside Out is an animated film released in 2015, directed by Pete Docter and produced by *Pixar Animation Studios*. A movie poster that gives a picture of the emotional journey situation in a girl named *Riley* who moves to a new city. In the poster, there are several emotional characters such as *Joy, Sadness, Fear, Anger, and Disgust*. The poster is designed as unique and attractive as possible to get the attention of the audience. Each character has a unique appearance and striking color, reflecting the traits and emotions they display. This poster also features diverse backgrounds, with various scenes that reflect the emotional adventures in the film's story, Changes in color, texture in the background are mood swings and conflicts that occur in the film. Interpreting a semiotic sign in the *inside out* movie poster then, the author conducted research on the *inside out* movie poster using *Charles Sanders Peirce's* theory, signs in semiotics will always be related to logic, *Peirce* divided signs into three things, namely icons, indexes, and symbols. This study was conducted to analyze the emotional journey that exists in the film. The purpose of this study was to analyze the sign in *Charles Sanders Peirce's* semiotic theory in the *Inside Out* Movie Poster. The research method used is a qualitative approach that is descriptive. The results of this study show a person's emotional state through the characters in the film *Inside Out*.

Keywords : Semiotics, Movie poster, *inside out*, *Charles Sanders Peirce*

I. PENDAHULUAN

Poster film adalah representasi visual yang dirancang untuk mempromosikan sebuah film kepada penonton potensial. Poster tersebut juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang penting, dengan tujuan menarik perhatian, membangkitkan minat, dan mengkomunikasikan esensi film kepada audiens. Poster film biasanya mencakup elemen-elemen seperti, gambar utama yang mencolok, judul film yang jelas, tagline atau kutipan yang singkat, dan informasi lain seperti nama pemeran utama, tanggal rilis, dan kru produksi. Desain poster film dapat bervariasi tergantung pada genre, tema, dan gaya visual film itu sendiri. Tujuannya adalah untuk menciptakan daya tarik visual yang kuat dan memberikan gambaran singkat tentang film tersebut sehingga menarik minat penonton untuk menontonnya.

Film *Inside Out*, merupakan film animasi yang dirilis pada tahun 2015, disutradarai oleh *Pete Docter* dan diproduksi oleh *Pixar Animation Studios*. Film ini menggambarkan perjalanan emosi dalam diri seorang anak perempuan bernama *Riley* yang pindah ke kota baru. Dalam film ini, karakter-karakter emosi seperti *Joy, Sadness, Fear, Anger, dan Disgust* diperkenalkan sebagai wujud visual dari emosi manusia. Poster film *Inside Out* menggunakan desain yang menarik dan cerdas untuk menarik perhatian penonton. Poster tersebut menampilkan gambar utama dari lima karakter emosi yang menjadi fokus utama film ini. Setiap karakter memiliki penampilan yang unik dan warna yang mencolok, mencerminkan sifat dan emosi yang mereka tampilkan. Poster ini juga menampilkan latar belakang yang beragam, dengan berbagai pemandangan yang mencerminkan petualangan emosi dalam cerita film. Perubahan warna dan tekstur di latar belakang juga dapat memberikan petunjuk tentang perubahan suasana dan konflik yang terjadi dalam film. Selain itu, judul film "*Inside Out*" yang tercetak pada poster juga memiliki makna ganda yang menarik.

Poster film *inside out* mengajarkan bagaimana kita sebagai manusia mengenali emosi yang ada ditubuh kita, menurut *Schachter-Singer*, teori ini didasarkan pendapat bahwa emosi itu merupakan the *interpretation of bodily arousal*. Teori ini berpendapat bahwa emosi yang dialami seseorang merupakan hasil interpretasi dari *aroused* atau *stirred up* dari keadaan jasmani (*bodily states*). *Schachter* dan *Singer* berpendapat bahwa keadaan jasmani (*bodily states*) dari timbulnya emosi pada umumnya sama untuk sebagian terbesar dari emosi yang dialami, dan apabila ada perbedaan fisiologi dalam pola otonomik pada umumnya orang tidak dapat mempersepsi hal ini. Karena perubahan jasmani merupakan hal yang ambiguous, teori ini menyatakan bahwa tiap emosi dapat dirasakan dari *stirred up* kondisi jasmani dan individu akan memberikan interpretasinya. Menurut pendapat lain tentang emosi seperti pada teori kognitif mengenai emosi, teori ini dikemukakan oleh *Richard Lazarus* dan teman-teman sekerja (*co-workers*), yang mengemukakan teori tentang emosi yang menekankan pada penafsiran atau pengertian mengenai informasi yang datang dari beberapa sumber. Penafsiran ini mengandung *cognition* atau memproses informasi dari luar dan dari dalam (jasmani dan ingatan), maka teori tersebut disebut teori kognitif mengenai emosi. Tujuan dari menganalisis poster tersebut bertujuan untuk mengetahui makna-makna yang terkandung didalam poster menurut teori *Charles Sanders Peirce* yang terbagi dalam tiga hal, yakni ikon, indeks, dan simbol. Disini peneliti akan membatasi penerapan semiotika berdasarkan hubungan antara *sign* (tanda) dengan *interpretant* (makna) [1].

II. PENELITIAN TERKAIT

Penelitian ini adalah untuk menjelaskan penanda dalam film KKN Desa Penari, menjelaskan makna yang ditandakan (*signified*) dalam film KKN Desa Penari, menjelaskan mitos yang dihasilkan dari penanda dan petanda, dan menjelaskan konsekuensi dari penelitian ini terhadap pengajaran bahasa Indonesia di sekolah. Data kualitatif yang dikumpulkan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui pendekatan deskriptif, menggunakan teori *Roland Barthes* tentang penanda (*signifier*), petanda (*signified*), dan mitos. Sumber data kualitatif ini berasal dari cuplikan layar dan kutipan dialog dari film KKN Desa Penari [2].

Studi ini disebut sebagai Representasi Pencarian Makna Diri dalam Film *Soul* 2020. Studi ini menyelidiki bagaimana Tokoh *Joe Gardner* menyampaikan perjuangannya untuk mencapai cita-cita sebagai seorang musisi. karena film berfungsi sebagai media cerita untuk menyampaikan pesan kepada penonton. Film adalah sebuah peristiwa yang melibatkan orang banyak. Film juga dapat menyampaikan pesan melalui gambar-gambarnya. Suatu penelitian dilakukan untuk memahami pesan film secara menyeluruh. Teori semiotika *Charles Sanders Peirce* memfasilitasi penggunaan metode kualitatif deskriptif dan kuantitatif dalam penelitian ini. Peneliti akan memilih setiap bagian skenario yang menunjukkan makna diri individu. Selanjutnya, makna diri akan dianalisis melalui tanda (*sign*), objek, dan interpretant yang ditemukan dalam film *Soul* 2020. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuisioner yang diberikan kepada 14 peserta. Peneliti menemukan bahwa Tokoh *Joe Gardner* menggambarkan makna diri yang dia alami selama hidupnya melalui objek seperti arwah, kucing, pintu, lencana, dan gambar kehidupan. Selanjutnya, dari 14 responden, 92,2 persen mengatakan ada makna, dan 7,1 persen mengatakan tidak tahu [3].

Parasite (bahasa Korea: *Gisaengchung*) adalah film Korea Selatan yang disutradarai oleh *Bong Joon-Ho* yang dirilis pada tahun 2019. Ini adalah komedi gelap dengan adegan menegangkan dan drama. Film ini juga mengangkat tema kemiskinan, yang merupakan masalah sosial yang dihadapi masyarakat Korea Selatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kemiskinan yang ditemukan dalam film drama *thriller*. Dengan menggunakan model *Charles Sanders Peirce* dari segitiga makna, yang terdiri dari tanda, objek, dan interpretant, makna kemiskinan dapat diamati dari beberapa adegan melalui hubungan tanda dan makna semiotika. Dalam penelitian ini, analisis semiotika *Charles Sanders Peirce* digunakan sebagai metodologi penelitian kualitatif. Lima adegan dari film tersebut dipilih untuk menggambarkan kemiskinan. Dianalisis hubungan antara tanda, objek, dan interpretant yang digambarkan dalam kelima adegan. Dalam berbagai situasi, kemiskinan memiliki tanda dan makna yang berbeda, sesuai dengan jenis kemiskinan, yaitu kemiskinan relatif. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa beberapa situasi yang menunjukkan kemiskinan termasuk dalam kategori kemiskinan relatif ketika dilihat dari sudut pandang kesenjangan sosial. Ini karena ada beberapa individu yang dapat memenuhi kebutuhan pokok minimumnya, tetapi masih jauh lebih rendah daripada masyarakat umum [4].

III. ANALISA DAN PERANCANGAN

Desain dari poster film *Inside Out* memiliki beberapa elemen kunci yang mencerminkan konsep dan karakter film tersebut. Ada beberapa karakter yang ada pada film tersebut akan dijabarkan pada penelitian ini. Berikut adalah deskripsi tentang desain poster *Inside Out* :

1. Karakter Utama: Poster *Inside Out* menampilkan lima karakter utama dalam film, yaitu *Joy* (Kegembiraan), *Sadness* (Kesedihan), *Fear* (Ketakutan), *Anger* (Kemarahan), dan *Disgust* (Rasa Jijik). Masing-masing karakter memiliki desain yang khas dengan ciri khas nya masing-masing yang memperlihatkan ciri fisik yang mencolok, seperti warna, ekspresi wajah, dan pose, karakter-karakter ini merupakan poin penting dalam desain poster film *inside out*.
2. Kontras Warna: Poster ini menggunakan kontras warna yang kuat dan menarik perhatian bagi siapa saja yang melihatnya. Poster Film *Inside Out*, latar belakang yang dominan berwarna biru memberikan kesan ketenangan,

- kestabilan, dan keseriusan, serta warna pada setiap karakter yang membuat poster film ini sangat mencolok dan memberikan kesan menarik dimata penonton.
3. Pose dan Ekspresi: Setiap karakter dalam poster ditampilkan dalam pose dan ekspresi yang menggambarkan emosi yang mereka tampilkan pada film dengan pose yang mencerminkan gambaran ekspresi dari lima karakter tersebut yang menggambarkan ekspresi kemarahan, kesedihan, jijik, takut, dan kebahagiaan.
 4. Judul: Judul film "*Inside Out*" terletak di bagian atas poster dengan huruf yang jelas dan mencolok. Judul ini memberikan gambaran tentang premis film yang mengundang rasa penasaran para penonton.
 5. Latar Belakang: Latar belakang poster *Inside Out* yang menggambarkan kepala manusia yang didalamnya mencakup pemandangan yang beragam, mencerminkan perjalanan dan petualangan emosi dalam cerita. Perubahan warna dan tekstur di latar belakang juga dapat menggambarkan perubahan suasana dan konflik yang terjadi dalam film.

Desain poster *Inside Out* menciptakan kesan visual yang kuat dengan menggabungkan karakter-karakter utama, kontras warna, pose dan ekspresi yang ekspresif, serta judul dan tagline yang mencerminkan konsep film. Poster ini berhasil memperkenalkan karakter emosi dan menciptakan ketertarikan bagi penonton untuk menjelajahi dunia emosi yang unik dalam film *Inside Out*.

Menurut *Pierce*, tanda dalam semiotika akan selalu berkaitan dengan logika, terutama logika manusia untuk menalar adanya tanda-tanda yang muncul di sekitarnya. *Pierce* membagi tanda atas tiga hal, yakni ikon, indeks, dan simbol. Pada poster film "*Inside Out*" kita dapat memahami beberapa simbol yang dapat dianalisis menurut semiotika. Berikut adalah beberapa aspek semiotika yang terdapat pada poster film "*Inside Out*":

1. Tanda (*Signs*)

Gambar-gambar karakter emosi, seperti Joy yang tersenyum, Sadness yang sedih, Fear yang ketakutan, Anger yang marah, dan *Disgust* yang ekspresif. Gambar-gambar ini merupakan tanda visual yang merepresentasikan emosi dan karakter-karakter dalam film. Logo *Pixar Animation Studios* diatas yang merupakan tanda produsen film dan memberikan kredibilitas pada kualitas film.

2. Simbol (*Symbols*)

Gambar karakter-karakter emosi yang berbeda merepresentasikan konsep-konsep dan simbol-simbol psikologis tentang emosi manusia. Misalnya, Joy (Keriangannya) melambangkan kebahagiaan, sedangkan Sadness (Kesedihannya) melambangkan kesedihan. Warna yang digunakan dalam poster juga dapat menjadi simbol, dalam Poster film "*Inside Out*," warna dominan adalah warna-warna cerah dan mencolok, serta mencerminkan suasana ceria dan energik yang mendominasi film tersebut. Warna pada setiap elemen yang ada pada poster tersebut memperkuat setiap karakter maupun kondimen lain yang ada pada poster tersebut.

3. Makna (*Meanings*):

Poster ini menghadirkan perasaan ceria dan menyenangkan melalui pilihan warna-warna yang cerah dan karakter-karakter emosi yang tampak ramah dan menggemaskan. Hal ini mencerminkan bahwa film ini adalah film yang cocok untuk seluruh keluarga. Melalui gambar-gambar karakter emosi yang berbeda, poster ini juga mengkomunikasikan kepada penonton bahwa film tersebut akan menggambarkan perjalanan emosional dan petualangan yang menarik. Semiotika pada poster "*Inside Out*" tidak hanya terbatas pada tanda-tanda, simbol, dan makna yang disebutkan di atas, tetapi bisa juga melibatkan aspek lain seperti teks, *layout*, dan elemen-elemen visual lainnya dalam poster. Analisis semiotika dapat membantu kita memahami bagaimana poster tersebut dirancang untuk menarik perhatian dan memberikan pesan tentang film yang dipromosikan.

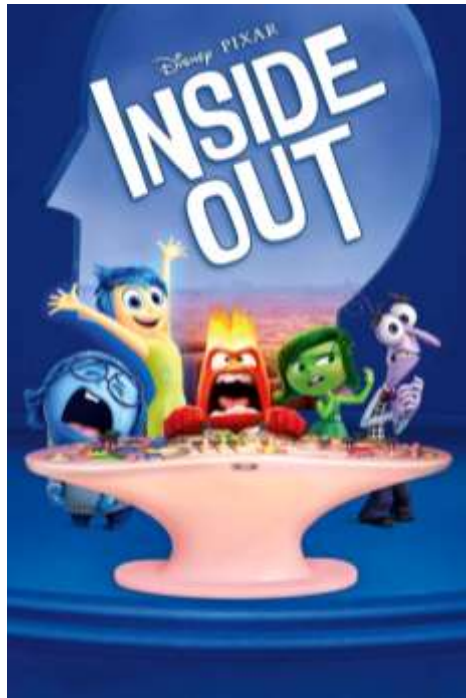
Poster adalah media grafis yang memuat unsur teks dan gambar atau ilustrasi yang dipasang atau ditempel pada dinding, poster merupakan bentuk seni publik yang kuat dan berpengaruh, dan poster bertujuan untuk menarik memperhatikan dan mendistribusikan informasi kepada masyarakat luas, beragam sebagai bentuk untuk mempromosikan informasi yang ada di dalamnya.

Penulis menggunakan metode penelitian Pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Alasan Penulis memilih metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dalam menganalisis poster film *Inside Out* karena untuk mempermudah penulis dalam melengkapi data-data yang sesuai dan sebenarnya yang kemudian data-data tersebut nantinya akan disusun dan diolah kembali yang nantinya akan memberikan gambaran terhadap permasalahan yang ada dalam cerita pada film tersebut, lewat sebuah poster film.

Metode analisis semiotika juga bisa digunakan dalam menganalisis tanda-tanda visual dalam Poster Film *Inside Out*, dalam metode analisis semiotika elemen-elemen seperti gambar, warna, karakter, bentuk huruf yang terlihat miring, dan simbol-simbol yang digunakan pada poster nantinya dapat dianalisis. Penulis juga akan menganalisis lebih mendalam terhadap bagian-bagian yang ada pada poster untuk mengetahui Jalan cerita dari film tersebut lewat dari sebuah warna, bentuk huruf yang miring yang ingin terjatuh, karakter, dan simbol-simbol lain yang terdapat didalam poster tersebut, dan penulis juga akan memberikan penjelasan kenapa simbol atau tanda yang ada di dalam poster tersebut dibuat miring seperti bentuk huruf pada tulisan *inside out*nya, serta unsur-unsur desain yang ada pada poster.

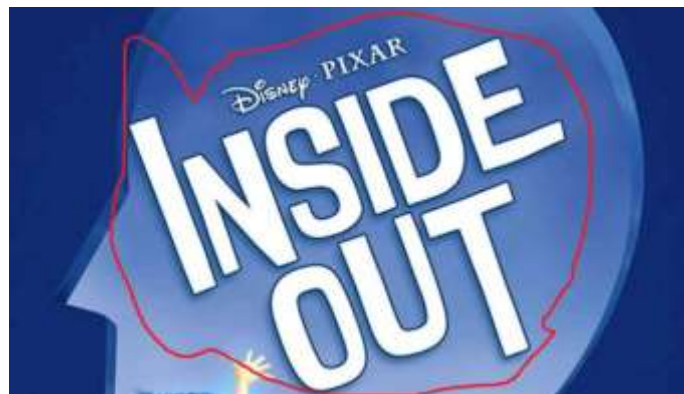
Menganalisis poster tersebut dapat membuka wawasan kita sebagai pembaca dalam memahami sebuah desain, terutama desain poster. Dengan, adanya tanda-tanda serta simbol yang terdapat dalam poster dapat membantu dalam memahami bagaimana tanda-tanda tersebut menyatu dalam membentuk makna dan pesan yang ingin disampaikan melalui elemen-elemen yang terdapat di dalam poster tersebut.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Gambar Poster Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

1. *Font* Poster Film “*Inside Out*”

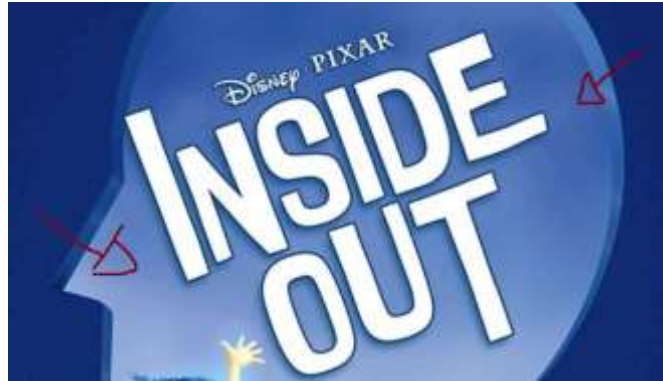


Gambar 2. Gambar *font* Poster *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

Analisis semiotika pada gambar 2 mengenai *font* poster film *inside out* menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, *font* ini memiliki huruf yang miring yang terlihat seperti ingin jatuh karena kemiringan huruf nya, *Font* ini juga mengacu pada jenis huruf yang dirancang secara khusus dengan tampilan yang tidak biasa, kreatif, dan unik. Huruf-hurufnya memiliki efek visual lainnya yang menarik perhatian, dimana beberapa hurufnya memiliki tarikan garis panjang dan tajam sehingga memberikan kesan dramatis yang sangat cocok. *Font "inside out"* juga dapat diartikan sebagai simbol kekacauan atau kehancuran, di mana huruf-huruf yang miring yang terlihat seperti ingin jatuh yang mencerminkan ketidakstabilan atau perubahan yang drastis pada emosi yang diceritakan didalam film tersebut. Tulisan Disney untuk memberitahu tentang informasi untuk menjelaskan bahwa disney merupakan perusahaan hiburan dan media yang terbesar. Didirikan pada 16 Oktober 1923, perusahaan ini

diawali oleh *Walt Disney* dan *Roy Oliver Disney* dengan nama *Disney Brothers Cartoon Studio*. Tulisan PIXAR menandakan bahwa animasi ini diproduksi oleh *Pixar Animation Studios*.

2. Gambar Visual Kepala Manusia Poster Film “*Inside Out*”



Gambar 3. Gambar visual tulisan Poster Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

Analisis Semiotika gambar 4 mengenai kepala manusia menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, menggambarkan isi pikiran yang ada didalam kepala manusia dengan ketidakstabilan emosi yang tergambarkan dari cerita pada film tersebut dari aspek-aspek kepribadian dari manusia lewat karakter-karakter yang ada di dalam film tersebut.

3. Gambar Pemandangan Pada Poster Film “*Inside Out*”



Gambar 4. Gambar visual pemandangan kepala manusia Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

Analisis semiotika gambar 4 menjelaskan pemandangan yang ada di didalam gambar visual kepala manusia, yang menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, menunjukkan keadaan yang terjadi didalam film tersebut, dengan pemandangan tanah tandus yang gersang serta tanah nya yang pecah-pecah yang menggambarkan keadaan didalam film tersebut menandakan sedang ada kekacauan pada cerita film tersebut. Keadaan hancur (*Disarray*) dalam film ini terjadi ketika *Joy* dan *Sadness* kehilangan jejak dalam pikiran kepala *Riley* dan keseluruhan sistem emosionalnya menjadi kacau. *Joy* yang merupakan emosi utama yang ingin menjaga *Riley* bahagia berusaha mengatasi situasi ini bersama *Sadness*. Namun, karena kesalahan dalam proses perjalanan mereka melalui wilayah emosi *Riley*, *Core Memory* (Memori Inti) yang mencerminkan kenangan bahagia *Riley* berubah menjadi sedih. Dalam usahanya untuk memperbaiki keadaan, *Joy* dan *Sadness* bertemu dengan *Bing Bong*, teman khayalan *Riley* dari masa kecilnya. Mereka bekerja sama untuk mencari cara kembali ke pusat pengendalian emosi (*Headquarters*) dengan menghadapi berbagai rintangan dan tantangan yang tak terduga demi mengembalikan memori *riley* kembali.

4. Gambar Meja Poster Film “*Inside Out*”



Gambar 5. Gambar meja Poster Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

Analisis semiotika gambar 5 yang terdapat pada poster ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, menunjukkan meja yang menjadi pusat kontrol kerja tempat untuk mengelola emosi yang ada di dalam pikiran *riley*, yang dikontrol oleh para tokoh seperti *joy*, *sadness*, *anger*, *fear*, dan *disgust*, mereka bekerja untuk mengelola emosi *riley* sesuai keadaan yang terjadi pada situasi tersebut. Terlihat di meja tersebut terdapat tombol-tombol dengan berbagai bentuk yang bekerja sesuai dengan fungsinya.

5. Gambar Karakter *Anger* Pada Poster Film “*Inside Out*”



Gambar 6. Gambar Karakter *Anger* Poster Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

Analisis semiotika gambar 6 mengenai karakter *anger* pada film *inside out* menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, menggambarkan karakter marah dan cepat panas, dengan ilustrasi wajah yang penuh emosi marah dengan gambar visual warna merah, warna merah yang dapat mencerminkan emosi marah menggambarkan emosi yang kuat dan mencolok, dengan api yang menyala-nyala yang memberikan keadaan emosi yang terbakar dan berapi-api yang memperkuat karakter *anger* sebagai karakter pemarah dan cepat memanas. Karakter *anger* juga bisa mewakili emosi manusia yang terjadi ketika sedang marah, menurut ahli *Daniel Goleman* menjelaskan, pengertian emosi adalah pergolakan perasaan, pikiran, nafsu, setiap keadaan mental yang hebat dan meluap-luap, yaitu sebuah perasaan dan pemikiran yang khas dimana keadaan biologis dan psikologis seseorang mengalami perubahan tertentu, pada saat manusia sedang mengalami emosi marah keadaan yang terjadi pada tubuhnya dapat terlihat dari wajah dan telinga yang memerah. Marah adalah emosi yang timbul saat sesuatu yang diharapkan tidak tercapai karena berbagai macam kondisi tertentu. Marah adalah awal dari reaksi negatif lainnya yang ditunjukkan seseorang dan biasanya akan memburuk ketika orang tersebut gagal menguasai dirinya, emosi semacam ini adalah yang jenis emosi negatif yang sebaiknya dikendalikan atau dihindari [5].

6. Gambar Karakter *Sadness* Pada Poster Film “*Inside Out*”



7. Gambar Karakter *Sadness* Poster Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

Analisis semiotika pada gambar 7 menjelaskan tentang karakter *sadness* pada film *Inside Out* menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, menggambarkan karakter sedih, dengan ilustrasi wajah yang penuh dengan kesedihan dengan gambar visual warna biru, Warna biru sering dihubungkan dengan air dan langit, serta warna biru yang bisa memberikan sifat menenangkan yang dapat membantu seseorang merenungkan perasaan yang mendalam dan tak terukur seperti kesedihan, dengan diperkuat tetesan air mata serta sudut mulut cenderung menunjuk ke bawah yang menunjukkan ekspresi kesedihan. Kesedihan menurut *Chaplin* dapat diartikan sebagai sifat alami manusia yang muncul ketika terjadi keadaan yang tidak sesuai dengan keinginan individu tersebut. Ekspresi kesedihan dapat dengan mudah kita kenali. Kesedihan bisa dilihat dari wajah misalnya ketika mata mengeluarkan air mata dan wajah pucat, aktivitas tubuh melambat, sulit mengucapkan kata-kata, menjadi pribadi yang pasif, hingga menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan jawaban singkat [6]. Emosi sedih yang terjadi pada manusia juga disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kehilangan, kekecewaan, kegelisahan, dan terluka, kesedihan juga bisa terjadi karena alasan yang tidak jelas penyebabnya. Emosi kesedihan selaras dengan darah, maka ketika seseorang merasa sedih maka dia akan berpeluang besar terkena *leukemia* dan *stroke* jenis pendarahan.

7. Gambar Karakter *Fear* Pada Poster Film “*Inside Out*”



Gambar 8. Gambar Karakter *Fear* Poster Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

Analisis Semiotika pada gambar 8 mengenai karakter *fear* pada film *Inside Out* menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, menggambarkan karakter ketakutan, dengan ilustrasi wajah yang penuh dengan ketakutan dengan gambar visual warna ungu, warna ungu yang terkadang digambarkan sebagai warna yang memunculkan rasa takut atau segan merupakan warna yang cocok untuk karakter *disgust* serta dengan ekspresi mata yang membesar dengan alis mengerut ketakutan serta badan yang menggigil dapat memperkuat karakter fear pada film tersebut. Menurut, Martin Seligman Psikolog ini memperkenalkan konsep "*learned helplessness*" (ketidakmampuan yang dipelajari) yang menyatakan bahwa ketakutan dapat muncul ketika individu merasa tidak mampu mengendalikan atau mengubah situasi yang mengancam. Takut yang muncul didasari oleh insting dari setiap

mahluk hidup, rasa takut bisa terjadi karena rasa kekhawatiran, kecemasan, dan stress. Jika seseorang mengalami emosi takut maka akan terjadi perubahan tingkah laku, biasanya takut akan diekspresikan dalam wujud raut muka yang pucat pasi, berteriak histeris (*scream*), loncat dan berlari, merunduk, menutup telinga, menghindar, dan lain sebagainya. Perubahan yang lebih drastis saat ketakutan bisa menyebabkan denyut nadi meningkat, jantung berdebar-debar, pandangan mata kabur, keluar keringat dingin, dan persendian terasa lemas. Jika rasa takut berlarut-larut maka dapat menjadi fobia [7].

8. Gambar Karakter *Disgust* Pada Poster Film “*Inside Out*”



Gambar 9. Gambar karakter *Disgust* Poster Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

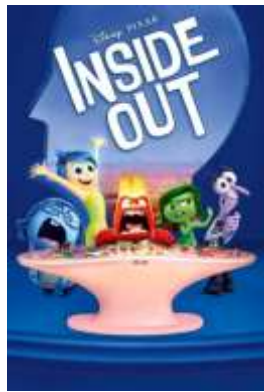
Analisis semiotika pada gambar 9 mengenai karakter *disgust* pada film *Inside Out* menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, menggambarkan karakter jijik, dengan ilustrasi wajah yang penuh kejijikan dengan gambar visual warna hijau, warna hijau yang biasanya bermakna tentang kesehatan atau warna alami justru berlawanan dibuat untuk menunjukkan rasa jijik, emosi jijik biasanya ditandai dengan warna coklat, hitam atau warna gelap, dengan membuat karakter *disgust* dengan pemilihan warna hijau menggambarkan untuk manusia hidup lebih bersih dan sehat serta warna hijau bermakna keselarasan atau keseimbangan. Tangan *Disgust* dengan posisi kesamping dengan tangan satunya menggenggam dan tangan yang satunya terbuka yang menandakan untuk menolak atau menghindari dari sesuatu serta ekspresi wajah yang menunjukkan rasa tidak suka atau menjijikkan. Menurut *Paul Ekman*, seorang psikolog emosi terkenal, menyatakan bahwa emosi jijik adalah salah satu dari enam emosi dasar manusia, emosi jijik berkaitan dengan reaksi terhadap benda, situasi, atau orang yang dianggap menjijikkan dan tidak menyenangkan. Adapun, rasa jijik yang dapat dirasakan oleh setiap manusia itu berasal dari zat yang keluar dari tubuh, makanan basi, makanan yang tidak disukai, jijik terhadap berbagai kotoran, dan berbagai macam bau yang dirasakan oleh setiap orang juga bisa membuat orang jijik, serta dengan sikap atau perilaku manusia bisa membuat seseorang menjadi jijik ketika melihat tingkah orang tersebut, dengan adanya rasa jijik pada manusia dapat membantu manusia dalam menghindari potensi bahaya atau dapat menjaga kesehatan dan kebersihan kita sebagai manusia ketika kita merasa jijik dengan makanan yang sudah basi atau makanan yang terkontaminasi dapat menghindari kita dari masalah penyakit [8].

9. Gambar Karakter *Joy* Pada Poster Film “*Inside Out*”



Gambar 10. Gambar Karakter *Joy* Poster Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

Analisis semiotika pada gambar 10 untuk karakter *joy* pada film *Inside Out* menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, menggambarkan karakter kebahagiaan, dengan ilustrasi wajah yang penuh dengan kebahagiaan dengan gambar visual warna kuning pada karakter *joy* bermakna keceriaan, kebahagiaan dan semangat, warna kuning juga dapat memberikan kehangatan, dengan tangan diangkat keatas yang sering diartikan sebagai rasa kebahagiaan atau rasa atas pencapaian yang diraih dengan ekspresi wajah yang tersenyum lebar dengan gigi yang terlihat. Menurut, Indriana kebahagiaan adalah istilah umum yang menunjukkan kenikmatan atau kepuasan yang menyenangkan dalam kesejahteraan, keamanan, atau pemenuhan keinginan, kebahagiaan adalah pencapaian cita-cita dan keberhasilan dalam apa yang diinginkan. Emosi ini sering sekali diperlihatkan oleh manusia kepada manusia lain sebagai bentuk penalaran atas rasa bahagia yang dirasakan untuk memancarkan emosi positif di sekelilingnya serta memberikan efek positif pada kualitas hidup seseorang, dalam kesehatan fisik maupun mental emosi bahagia dapat mengurangi tingkat stress, kecemasan, dan depresi, serta orang yang memiliki emosi bahagia cenderung memiliki sistem kekebalan tubuh yang lebih kuat dan lebih sedikit terkena resiko penyakit kronis [9].



Gambar 11. Gambar Poster Film *Inside Out*
(Sumber: Dokumen Disney Movies)

Penggunaan warna pada poster "*Inside Out*" menggunakan palet warna yang cerah dan menarik. Setiap karakter utama dalam film (*Joy*, *Sadness*, *Anger*, *Fear*, dan *Disgust*) memiliki warna dominan yang mencerminkan kepribadian dan emosi mereka, warna-warna yang hidup dan mencolok menciptakan daya tarik visual dan menarik perhatian penonton. Ilustrasi Karakter, Desain poster ini menampilkan ilustrasi karakter yang menarik dan terperinci. Setiap karakter memiliki ekspresi wajah yang khas dan menunjukkan emosi mereka dengan jelas. Ilustrasi karakter ini membantu menyoroti tema utama film, yaitu perjuangan dan pengelolaan emosi. Tata letak pada poster ini sangat terorganisir dan mudah dipahami, karakter-karakter utama ditempatkan dengan baik dan menyatu dengan latar belakang dan elemen desain lainnya. Ini membantu mengarahkan mata penonton ke arah yang diinginkan dan memberikan informasi yang relevan dengan jelas. Poster ini menggunakan kontras warna dan elemen desain untuk menekankan pesan utama dari film. Kontras antara karakter dan latar belakang serta penggunaan warna yang berbeda membantu membuat poster ini menonjol dan mencolok di antara poster lainnya.

Penggunaan teks pada poster ini terbatas dan hanya mencakup judul film dan informasi penting lainnya. Teks ditampilkan dengan jelas dan mudah dibaca, sehingga tidak mengganggu dari ilustrasi karakter dan desain keseluruhan. Secara keseluruhan, poster "*Inside Out*" berhasil menampilkan karakter-karakter utama dan tema film dengan desain yang menarik dan mencolok. Penggunaan warna, ilustrasi karakter, tata letak, kontras, dan teks yang bijaksana semuanya berkontribusi pada kesan visual yang kuat dan menarik bagi penonton.

V. KESIMPULAN

Maka dapat disimpulkan bahwa analisis semiotika terhadap poster file *Inside Out* terdapat beberapa karakter yang mencerminkan emosi atau karakter seseorang dalam kehidupan sehari – hari, pendekatan penelitian yang dilakukan pada penelitian ini secara kualitatif dapat menjelaskan dengan baik mengenai setiap karakter yang ada pada film *Inside Out* ini secara terperinci. Sehingga para pembaca dapat mengetahui makna – makna yang terkandung dalam film tersebut.

REFERENSI

- [1] Pertiwi CA. Teachers' Strategies in Handling Kindergarten Students' Psychological Emotions in English Lessons at Qurrota A'yun Kindergarten (Doctoral dissertation, Universitas Islam Malang).
- [2] Olimpia S, Nurachmana A, Perdana I, Asi YE, Ramadhan IY. Analisis Semiotik Dalam Film Kkn Desa Penari Karya Awi Suryadi Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. InPROSIDING SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN, BAHASA, SASTRA, SENI, DAN BUDAYA 2023 Apr 30 (Vol. 2, No. 1, pp. 186-193).
- [3] Maulana RR, Dilla IR, Fasha MA. Representasi Pencarian Makna Diri Pada Film Soul 2020 (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi. 2022 Jun 30;16(1):43-50.
- [4] Zain NA, Valdiani D, Puspanidra T. REPRESENTASI SISI KEMISKINAN DALAM FILM PARASITE (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE). Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi. 2021 Dec 22;5(2):83-90.
- [5] Rahayu T. Peran Guru Dalam Meningkatkan Kecerdasan Emosional Anak. Al-Misbah (Jurnal Prodi PGMI). 2020 Jun 28;6(1 Juni):1-20.

- [6] Yoshanti A. Pengalaman dan Ekspresi Kesedihan (Analisis Semiotik Terhadap Lagu-Lagu dan Video Klip Didi Kempot). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. 2010.
- [7] Bali SB. Pengertian Metaparadigma. Falsafah dan Teori Keperawatan. 2022 Dec 7:43.
- [8] Asyahida J, Wijayanti H, Wahid A. Seni Berdamai dengan Orang Lain: Karena, Kita Perlu Tahu Lebih dalam Tentang Seluk Beluk Karakter Orang Lain Demi Terjalannya Hubungan yang Baik. Anak Hebat Indonesia; 2022 Oct 25.
- [9] Cahyaningtyas H, Dale AA, Karimah FN, Caesaria I. Kebahagiaan pada guru sekolah luar biasa (SLB). Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi. 2020 May 22;5(1):93-102.
- [10] Mukhlis A. Perkembangan Sosio-Emosional Anak Usia Dini: Bag. Sanksi pelanggaran Pasal 113 Undang-undang Nomor 2014 tentang Hak Cipta.:87.
- [11] Saleh AA. Buku Pengantar Psikologi. Aksara Timur. 2018:107-20..
- [12] Prasetya AF, Gunawan IM. Mengelola emosi. Yogyakarta: K-Media. 2018.
- [13] Pengertian Emosi Adalah : Menurut Para Ahli, Ciri-Ciri dan Jenis-Jenis Emosi. Diakses pada tanggal 20 Juni 2023, pada laman : <https://www.saturadar.com/2019/10/Pengertian-Emosi.html>
- [14] Mila Ismiranda. (2022). Menurut Para Ahli, Mudah Merasa Jijik Ternyata Baik untuk Kesehatan lho!. Diakses pada tanggal 20 Juni 2023, dari <https://www.diadona.id/health/menurut-para-ahli-mudah-merasa-jijik-ternyata-baik-untuk-kesehatan-lho-220216b.html>