

REPRESENTASI VISUAL NILAI MORAL DALAM FILM “JUMBO” : PENDEKATAN BARTHES SEBAGAI MEDIA EDUKASI ANAK- ANAK

Efraim Tustiano Eloi¹, Arina Muntazah²
tustianoefraim25@gmail.com¹, arina.rtz@bsi.ac.id²
Universitas Bina Sarana Informatika

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji representasi visual nilai-nilai moral dalam film animasi populer Indonesia “Jumbo” (2025) dan perannya sebagai media edukasi anak. Dengan menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini menganalisis bagaimana elemen visual seperti desain karakter, simbol, dan warna membentuk makna denotatif, konotatif, dan mitos. Analisis film didukung oleh data wawancara mendalam dengan animator, audiens dewasa, dan audiens anak-anak untuk membandingkan intensi kreator dengan pemahaman penonton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai moral fundamental seperti keberanian, persahabatan tulus, penerimaan diri, dan anti-perundungan berhasil disampaikan secara efektif melalui tanda-tanda visual. Beberapa diantaranya adalah desain karakter yang bulat mengonotasikan kebaikan hati, penggunaan simbol kalung bunga melati merepresentasikan ketulusan, dan perubahan grading warna dari suram menjadi cerah melambangkan harapan. Disimpulkan bahwa “Jumbo” merupakan media edukasi karakter yang intens dan efektif, yang mampu membungkus pesan-pesan mendalam secara tersirat maupun tersurat dalam kemasan hiburan yang menyentuh, sehingga terdapat keselarasan kuat antara pesan visual yang dirancang oleh kreator dengan interpretasi makna oleh audiens anak-anak maupun dewasa.

Kata Kunci: Representasi Visual, Nilai Moral, Film Animasi, Semiotika, Roland Barthes, Jumbo.

ABSTRACT

This research examines the visual representation of moral values in the popular Indonesian animated film “Jumbo” (2025) and is used as a medium for children's education. Using a qualitative method through Roland Barthes' semiotic approach, this study analyzes how visual elements such as character design, symbols, and colors form denotative, connotative, and mystical meanings. The film analysis is supported by in-depth interview data with animators, adult viewers, and child viewers to compare the intensity of the creator with the audience's understanding. The results of the study show that fundamental moral values such as courage, friendship, sincerity, self-acceptance, and anti-bullying are conveyed effectively through visual signs. Some of them are the round character design that contains the meaning of goodness, the use of the jasmine flower necklace symbol that contains the meaning of sincerity, and the change in color gradation from gloomy to bright which contains the meaning of hope. It can be concluded that “Jumbo” is an intense and effective character education medium, which is able to package profound messages implicitly and explicitly in a touching entertainment package, so that there is a strong harmony between the visual message designed by the creator and the understanding of its meaning by children and adult viewers.

Keywords: Visual Representation, Moral Values, Animated Film, Semiotics, Roland Barthes, Jumbo.

PENDAHULUAN

Di era yang semakin modern setiap harinya ini mengakibatkan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi sehingga mendorong munculnya berbagai bentuk media baru yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif dan kreatif. Salah satu bentuk media yang semakin berkembang dan memiliki pengaruh kuat dalam menyampaikan pesan adalah industri perfilman, perkembangan yang pesat dalam industri

perfilman di Indonesia kian berkembang setiap harinya, mulai dari segi cerita ataupun segi kualitas (Akbar, 2022).

Tidak hanya perfilman layar lebar, industri animasi di Indonesia juga kian berkembang sangat signifikan. Animasi, yang awalnya dianggap sebagai media hiburan semata, kini telah berkembang menjadi media komunikasi visual yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mendidik dan membentuk persepsi sosial masyarakat, terutama pada usia dini. Dengan demikian, industri animasi memiliki potensi besar dalam mempengaruhi cara pandang dan nilai-nilai yang dianut oleh generasi muda di Indonesia. (Denis Irwandi, 2023).

Industri film animasi di Indonesia yang semakin hari menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam penulisan cerita dan kualitas yang dihasilkan. Di tengah dominasi industri animasi global, kehadiran film animasi lokal menjadi penting sebagai upaya menjaga identitas budaya dan nilai-nilai bangsa, serta memiliki kebanggaan tersendiri saat karya anak bangsa mendapat perhatian dari beberapa kancah mancanegara, film animasi yang mendapat perhatian dari luar negeri beberapa diantaranya adalah si animasi “Si Juki” yang berkolaborasi dengan animasi

“Spongebob Squarepants” pada tahun 2019 silam. “Tahilalats” yang berkolaborasi dengan band “Coldplay” pada tahun 2021, berkolaborasi dengan “Crayon Sinchan” pada tahun 2022, berkolaborasi dengan serial animasi “One Piece” pada tahun 2024. Tidak hanya itu, beberapa film animasi karya anak bangsa lainnya juga sempat ditayangkan dilayar lebar beberapa negara. Contohnya seperti “Battle of Surabaya” (2015), “Si Juki The Movie (2017)”, “Nussa & Rara”(2021), “Si Juki The Movie: Harta Pulau Monyet” (2024), dan yang masih ramai dibicarakan sampai saat ini adalah “Jumbo” (2025). Kehadiran film-film ini menunjukkan potensi besar industri animasi Indonesia, meskipun tantangan seperti dominasi animasi asing masih perlu diatasi (Yasa, 2019).



Gambar 1. Poster Film Jumbo

Sumber: Visinema Pictures

Film ini tidak hanya hadir sebagai hiburan visual, tetapi juga membawa pesan-pesan moral yang dikemas dalam cerita petualangan karakter utamanya. Film “Jumbo” adalah bukti dari berkembangnya industri perfilman animasi di Indonesia (Ardiyansah, 2013). “Jumbo” tidak hanya hadir sebagai hiburan visual, tetapi juga membawa pesan-pesan edukatif yang dikemas dalam bentuk narasi dan simbol-simbol visual yang mudah diterima oleh beberapa kalangan, terutama anak-anak. Memberikan cerita yang dikemas menarik dan visual yang sangat ciamik sehingga bisa dinikmati juga oleh kalangan remaja, dewasa, sampai orang tua sekalipun.

Dilansir dari situs Kompas.com, film animasi “Jumbo” ini dikerjakan oleh lebih dari 400 kreator dalam negeri dan menggandeng banyak sekali rumah produksi industri animasi di Indonesia, tidak heran jika film ini mendapat predikat sebagai film animasi terlaris sepanjang masa yang menghasilkan 1 juta penonton dari berbagai daerah di Indonesia dalam satu pekan. Ryan Adriandhy, sebagai sutradara sekaligus otak dibalik suksesnya film animasi “Jumbo” ini mengaku bahwa film ini memulai produksinya di awal tahun 2020 tepatnya pada bulan April yang bertepatan juga dengan tragedi pandemi

virus Covid-19 dan mengakibatkan lockdown diseluruh penjuru dunia. Beberapa band atau pengisi original soundtrack musik dalam film ini yang sangat melekat ditelinga seperti Maliq & D'Essentials pun mereka tahan selama bertahun-tahun untuk segera rilis bersamaan dengan dirilis nya film animasi “Jumbo” ini. Ryan Adriandhy juga mengaku ia sangat menahan untuk menyanyikan beberapa original soundtrack ini dalam podcast Youtube bersama Raditya Dika diunggah videoanya yang berjudul “Rahasia Sukses Film Jumbo”.



Gambar 2 Thumbnail Podcast Radit dan Ryan

Sumber: YouTube Raditya Dika

Film ini dibagi menjadi 5 bagian berdasarkan beberapa konflik yang harus mereka selesaikan. Film animasi “Jumbo” ini mengangkat tema persahabatan dan kekeluargaan yang polos seputar lingkungan anak-anak, serta dihiasi dengan beberapa bumbu elemen fiksional seperti adanya sihir dan kekuatan tak kasat mata. Dengan premis yang menceritakan karakter bernama “Don” kehilangan kedua orang tuanya di usia yang sangat muda meninggalkan peninggalan sebuah buku cerita, Don seringkali dirundung oleh beberapa anak-anak dikawasan tersebut yang dipimpin oleh perundung bernama “Atta” karena Don memiliki postur badan yang cenderung gempal dan pergerakan yang lambat. Kemudian Don terinspirasi untuk mengikuti lomba pentas setelah dirinya melihat pengumuman lomba pentas seni di daerahnya sekaligus menjadi ajang pembuktian kepada teman-temannya. Namun dalam prosesnya mencapai tujuannya, Don mendapat beberapa konflik yang harus ia hadapai oleh beberapa teman-teman setianya seperti “Mae”, “Nurman”, “Meri”, dan beberapa kambing milik “Nurman”.

Film animasi “Jumbo” ini menggandeng beberapa tokoh-tokoh atau artis terkenal di Indonesia sebagai pengisi suaranya seperti contohnya Bunga Citra Lestari sebagai ibu dari karakter utama Don, Ariel Noah sebagai ayah dari karakter utama Don, Ratna Riantiarno sebagai nenek dari karakter utama Don, Angga Yunanda sebagai Acil kakak dari karakter pendukung Atta, serta Cinta Laura sebagai ibu dari karakter pendukung Meri. Bahkan beberapa karakter kambing yang perannya cukup membuat hiburan dalam film ini pun diisi suaranya oleh tokoh-tokoh terkenal seperti Angga Dwimas Sasongko, Chicco Jerikho, dan Ganindra Bimo. Terlepas dari gimmick marketing atau memang itu adalah bagian dari strategi marketing yang mereka berikan, film ini sukses menarik beberapa fans atau masyarakat yang mengikuti tokoh-tokoh atau artis tersebut untuk melihat penampilan atau hanya sekedar mendengar peran yang mereka isi.



Gambar 3 Angga Yunanda Dubber Acil

Sumber: YouTube Visinema Pictures

Dalam konteks ilmu komunikasi, media seperti film termasuk film animasi dipahami tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyampaian pesan-pesan ideologis yang berlapis dan dikemas secara sadar maupun tidak, yang dapat mempengaruhi reaksi audiens. Pesan-pesan tersebut seringkali disampaikan secara tidak langsung melalui dialog, simbol, warna, ekspresi karakter, dan berbagai bentuk tanda visual lainnya. Maka dari itu, pemahaman terhadap makna yang tersembunyi di balik elemen-elemen visual tersebut menjadi penting untuk dikaji, khususnya dari sudut pandang komunikasi visual.

Salah satu pendekatan yang relevan untuk menganalisis tanda dan makna dalam teks visual seperti film animasi adalah pendekatan semiotika. Dalam hal ini, teori semiotika Roland Barthes menjadi kerangka utama dalam mengupas lapisan-lapisan makna dari representasi visual yang ada. Barthes membagi makna menjadi tiga tingkat: denotasi (makna literal), konotasi (makna implisit/kultural), dan mitos (makna ideologis/kolektif). Melalui teori ini, dapat dianalisis bagaimana pesan-pesan moral tidak hanya hadir dalam dialog atau alur cerita, tetapi juga dibangun melalui rangkaian tanda visual yang mengandung makna dalam konteks budaya tertentu.

Film animasi “Jumbo”, dengan segala unsur visual yang dimilikinya, menjadi objek yang menarik untuk dianalisis secara semiotik. Karakter-karakter yang tampil, penggunaan warna dalam latar dan suasana, bentuk-bentuk lingkungan, serta gestur atau ekspresi karakter bukanlah elemen visual yang netral. Setiap elemen tersebut mengandung makna tertentu yang bisa saja membentuk atau mereproduksi nilai-nilai moral yang ingin disampaikan kepada audiens, terutama anak-anak yang merupakan target utama film ini. Anak-anak, sebagai kelompok audiens yang masih berada dalam tahap perkembangan moral, sangat mungkin terpengaruh oleh pesan-pesan yang disampaikan melalui media visual.



Gambar 4 Visual Tone Warna Kontras

Sumber: IMDB

Namun, tidak semua audiens atau penonton mampu menangkap pesan-pesan moral yang disampaikan secara tersirat. Banyak di antara mereka yang hanya menikmati film dari sisi hiburan tanpa memahami bahwa ada proses penyampaian pesan yang lebih dalam melalui konstruksi visual yang digunakan. Oleh karena itu, peran analisis semiotika menjadi penting untuk membuka ruang pemahaman terhadap bagaimana nilai-nilai moral dibentuk dan disampaikan melalui elemen visual dalam film animasi. Selain itu, penelitian ini juga terletak pada konteks lokalitas (Islam A, Incirkus B, 2022). Film animasi “Jumbo” merupakan produk kreatif anak bangsa yang tidak hanya membawa ciri khas dari segi bahasa dan karakter, tetapi juga nilai-nilai moral yang berakar dari budaya Indonesia. Dengan menganalisis film ini, kita tidak hanya melihat bagaimana komunikasi visual bekerja dalam menyampaikan pesan moral, tetapi juga bagaimana nilai-nilai kebudayaan lokal diartikulasikan melalui medium film animasi.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memperkuat kajian komunikasi visual, khususnya dalam konteks animasi lokal karya anak bangsa. Selain itu, melalui pendekatan semiotika Barthes, penelitian ini juga berupaya untuk memperluas pemahaman bahwa pesan moral tidak selalu disampaikan secara verbal, tetapi juga melalui

konstruksi visual yang memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi audiens secara halus namun signifikan.

Dengan demikian, latar belakang ini mempertegas pentingnya menganalisis film animasi “Jumbo” sebagai representasi komunikasi moral melalui simbol visual. Penelitian ini tidak hanya relevan bagi perkembangan akademik di bidang ilmu komunikasi, tetapi juga bagi para pelaku industri kreatif yang ingin memahami lebih dalam bagaimana membangun pesan moral dalam karya visual mereka.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan pendekatan teori kualitatif dengan metode analisis semiotika untuk meneliti penelitian ini, karena penelitian ini berupaya menggali makna dari representasi visual nilai-nilai moral yang terkandung dalam film animasi “Jumbo”. Desain penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai fenomena komunikasi visual dalam media animasi terhadap objek yang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana makna dibentuk dan dikomunikasikan melalui elemen-elemen visual dalam film tersebut, serta bagaimana makna tersebut dapat ditafsirkan dari sudut pandang teori semiotika.

Dalam kerangka penelitian ini, data utama berasal dari observasi mendalam terhadap visual film, termasuk penggunaan warna, ekspresi karakter, gerak tubuh, dan simbol-simbol lain yang muncul dalam narasi visual. Desain penelitian ini juga bersifat fleksibel dan reflektif, di mana peneliti sebagai instrumen utama dapat menyesuaikan teknik pengumpulan dan analisis data secara kontekstual sesuai temuan di lapangan (film). Dengan tidak berfokus pada pengukuran statistik, penelitian ini lebih mengedepankan eksplorasi makna yang bersifat interpretatif dan kualitatif (Danish & Batool, 2019).

Selain itu, metode analisis yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes, yang membagi tanda ke dalam tiga tingkatan makna: denotasi (makna literal), konotasi (makna kultural/emosional), dan mitos (makna ideologis). Pendekatan ini sangat relevan dengan tujuan penelitian yang ingin mengungkap nilai-nilai moral dalam film “Jumbo” yang dikonstruksikan secara visual. Desain ini mendukung upaya peneliti

Untuk menginterpretasikan makna yang tersembunyi atau tidak langsung tersampaikan melalui narasi verbal, tetapi lebih melalui representasi visual (Guzel, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis semiotika dan wawancara yang telah dipaparkan di atas menunjukkan bahwa film animasi “Jumbo” secara sadar dan sistematis menggunakan elemen-elemen komunikasi visual sebagai medium utama untuk merepresentasikan dan menanamkan nilai-nilai moral kepada berbagai audiens. Pembahasan ini sekaligus merangkum temuan-temuan simbolis yang telah dijabarkan dalam kerangka teoritis yang lebih luas, untuk menjelaskan bagaimana mekanisme representasi tersebut bekerja dan apa implikasinya dalam konteks media perfilman animasi sebagai media edukasi.

A. Makna Moral Melalui Tanda Visual

Film animasi “Jumbo” ini berkomunikasi dengan cara yang tidak menggurui, melainkan melalui bahasa gambar yang kuat. Untuk memahami bahasa ini, kita bisa menggunakan pendekatan semiotika dari Roland Barthes yang membagi makna menjadi beberapa lapisan.

1. Denotasi

Lapisan pertama adalah Denotasi, yaitu makna harfiah atau apa yang secara nyata kita lihat. Sebagai contoh secara denotatif kita melihat karakter utama Don digambarkan memiliki tubuh yang bulat dan gempal sehingga ia dijuluki sebagai “Jumbo”. Kemudian

dari karakter hantu bernama Mery yang mengenakan kalung terbuat dari bunga melati sepanjang film menggambarkan bahwa karakter tersebut bersifat tulus. Kita bisa melihat juga di scene awal film menggunakan tone warna yang cenderung lebih suram atau kelam seperti ke abu-abuan untuk menggambarkan karakter Don sebelum bertemu dengan karakter Mery.

2. Konotasi

Namun dibalik makna harfiah tersebut, ada lapisan kedua yang lebih dalam, yaitu Konotasi. Ini adalah makna tambahan, perasaan, atau gagasan yang muncul di benak kita ketika melihat sebuah tanda. Pilihan-pilihan visual dalam film animasi “Jumbo” ini sangat kaya akan makna Konotatif yang dapat dijabarkan sebagai berikut.

a. Bentuk karakter

Bentuk tubuh Don yang bulat tidak hanya menggambarkan fisiknya, tetapi juga memberikan konotasi atau perasaan bahwa ia adalah pribadi yang lembut, baik hati, dan tidak berbahaya. Sebaliknya, karakter perundung seperti Atta digambarkan dengan garis-garis yang lebih tajam, yang memberikan konotasi sifat agresif dan kasar. Ini adalah cara pembuat film membangun karakter secara visual tanpa perlu banyak dialog.

b. Simbol bunga

Kalung bunga Mery, seperti yang diungkapkan oleh animator Andre Purnomo, secara sengaja dirancang sebagai simbol. Makna konotatifnya adalah untuk menggambarkan sifat Mery yang penuh cinta yang lembut dan tulus. Penonton, terutama anak-anak, mungkin tidak memikirkannya secara sadar, tetapi mereka merasakan kehangatan dan ketulusan dari karakter Mery, yang sebagian dibangun dari simbol visual ini.

c. Bahasa warna

Palet warna yang suram di awal film, seperti yang dianalisis oleh audiens dewasa Ady Pratama, memberikan konotasi kesepian dan kesedihan yang dialami Don. Kemudian, ketika Mery muncul dan membawa keceriaan, dunia Don menjadi penuh warna. Perubahan warna ini adalah cara visual yang sangat efektif untuk menunjukkan perubahan emosional dari kesedihan menuju harapan dan kebahagiaan.

3. Mitos

Gabungan dari makna-makna konotatif diatas kemudian membentuk lapisan ketiga, yaitu mitos atau pesan ideologis yang lebih besar. Film animasi “Jumbo” ini membangun beberapa mitos seperti, mitos bahwa kebaikan hati dan keberanian dari dalam diri jauh lebih berharga daripada penampilan fisik, dan mitos bahwa persahabatan sejati adalah sumber kekuatan yang bisa membawa warna dan kebahagiaan ke dalam hidup yang sepi.

B. “Jumbo” Sebagai Media Pendidikan Karakter yang Efektif

Karena kemampuannya dalam menyampaikan pesan melalui visual yang emosional, “Jumbo” berhasil melampaui perannya sebagai hiburan dan menjadi media pendidikan karakter yang efektif untuk berbagai kalangan usia. Bagi target utamanya, yaitu anak-anak, film ini berfungsi sebagai panduan moral yang mudah dicerna. Hasil wawancara dengan Geby dan Hose menunjukkan bahwa pesan-pesan moral film diterima secara langsung sebagai berikut.

1. Pelajaran Keberanian

Geby secara spesifik menyebut adegan favoritnya adalah ketika Don berubah menjadi berani untuk menolong teman-temannya, dari “yang penakut, terus jadi pahlawan yang peduli”. Ini menunjukkan bahwa narasi perkembangan karakter berhasil menginspirasi.

2. Pelajaran Anti Perundungan

Hose menunjukkan pemahaman empati yang mendalam. Ia merasa “kasian gitu” saat Don

diejek, menunjukkan ia mengerti rasa sakit korban perundungan. Mereka juga memetik pelajaran untuk “Jangan gampang nyerah meskipun diejek. harus hargain perbedaan dan jangan nge-bully. Terus, berani belain yang bener. Tapi pede walaupun gak sempurna.”

3. Pelajaran Persahabatan

Pesan untuk menjadi “temen yang baik” juga berhasil mereka tangkap sebagai salah satu inti cerita dari kutipan wawancara “Iya Film nya ngajarin biar berani, jadi temen yang baik, percaya diri, sama sayang sama diri sendiri. Jumbo kan juga belajar nerima dirinya, terus dia berani lakuin yang bener, padahal awalnya diejek”

Bagi audiens dewasa, film ini bekerja dengan cara yang berbeda namun tidak kalah kuat. Film ini juga menjadi sebuah cermin untuk refleksi diri. Seperti yang diungkapkan Ady Pratama saat menonton “Jumbo” bisa menjadi “tamparan” atau momen penyadaran. Isu perundungan dan kesepian dalam film membuatnya berpikir tentang pengalaman masa lalu seperti yang beliau katakan “Dulu aku pernah nge-bully nggak ya?” dan perannya sebagai orang tua di masa kini “Anakku di sekolah gimana, ya? Aku udah cukup dengerin cerita dia belum sih?”. Ini membuktikan bahwa film animasi anak-anak yang berkualitas mampu menyajikan pesan berlapis yang relevan dan menggugah bagi penonton dewasa, menjadikan momen menonton bersama keluarga sebagai kesempatan untuk pendidikan karakter lintas generasi.

C. Perpaduan Intensi Kreator dengan Pemahaman Audiens

Keberhasilan “Jumbo” dalam mendidik dan menyampaikan pesan bukanlah suatu kebetulan. Hal ini terjadi karena adanya jalinan yang kuat antara niat yang dirancang oleh para kreator dengan pemahaman yang ditangkap oleh para audiens. Proses komunikasi visual dalam film ini berjalan dengan sangat baik.

Di satu sisi, kita melihat niat dan usaha para kreator. Andre Purnomo menjelaskan betapa detailnya proses pembuatan animasi. Setiap gerakan dan ekspresi tidak dibuat asal-asalan. Bahkan para animator harus membuat video referensi akting mereka sendiri dan menerima arahan spesifik dari sutradara untuk setiap detail kecil, seperti “alisnya kurang naik nih” atau “kepalanya kurang dongak nih”. Ini menunjukkan adanya kesengajaan dan perencanaan yang matang untuk menciptakan emosi dan makna tertentu melalui setiap gerakan karakter. Di sisi lain, kita melihat hasil dari usaha tersebut pada pemahaman audiens.

Usaha keras para animator untuk menciptakan akting karakter yang meyakinkan secara langsung membuahkan hasil. Ketika animator bekerja keras menampilkan perubahan Don, penonton anak-anak seperti Geby dan Hose benar-benar merasakannya, menganggapnya sebagai momen kepahlawanan yang paling seru.

Niat kreator untuk menyisipkan simbol ketulusan melalui kalung bunga Mery berhasil membuat penonton merasakan karakter Mery sebagai sosok yang hangat dan tulus, meskipun mereka tidak menganalisisnya secara sadar.

Keputusan artistik untuk menggunakan warna sebagai penanda emosi berhasil ditangkap dengan sempurna oleh audiens dewasa, dan dirasakan secara emosional oleh audiens anak-anak.

Dari hasil wawancara antara kreator dan para audiens ini membuktikan bahwa film animasi “Jumbo” ini adalah sebuah karya komunikasi visual yang dirancang dengan cerdas. Setiap pilihan visual memiliki tujuan yang jelas, yaitu untuk membangun cerita dan menyampaikan pesan moral secara efektif. Jalinan antara niat kreator yang terencana dengan baik dan resepsi audiens yang positif inilah yang menjadikan “Jumbo” sebuah contoh sukses bagaimana film animasi dapat menjadi media edukasi yang kuat dan menyentuh.

D. Observasi Scene yang Mengandung Makna Semiotik

Adapun analisa atau observasi mendalam penulis melalui beberapa scene atau adegan dari film Jumbo ini dalam proses menentukan makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos dalam teori yang disampaikan oleh Roland Barthes, sebagai berikut.

1. Nilai keberanian



Gambar 5 Ilustrasi ayah Don sebagai ksatria

Sumber: YouTube Visinema Pictures

Diawal film menit 02:36 bahkan sudah menampilkan sosok ayah dari Don ini yang memakai baju zirah dan digambarkan sebagai seorang ksatria yang berani melindungi keluarganya dari ancaman.

- Secara denotatif, citra ksatria menampilkan sosok pria berpakaian zirah lengkap, gagah, dan bersenjata yang siap melindungi. Ia diposisikan sebagai figur heroik yang menjadi pusat perhatian dalam visual, melambangkan keberanian dan kekuatan fisik.
- Pada konotatif, figur ksatria membawa makna yang lebih luas sebagai simbol keteguhan hati, keberanian menghadapi tantangan, dan keinginan untuk melindungi yang lemah. Visual ini menciptakan nuansa idealisme moral bahwa setiap individu memiliki tanggung jawab terhadap kebenaran dan keadilan.
- Pada tingkat mitos, ksatria dimaknai sebagai representasi moral masyarakat yang menjunjung nilai kepahlawanan dan tanggung jawab sosial. Ia menjadi lambang dari cita-cita luhur bangsa Indonesia yang mengagungkan keberanian dalam kebenaran, sejalan dengan nilai kemanusiaan dan keadilan dalam Pancasila. Dengan demikian, sosok ksatria bukan hanya tokoh fiktif, melainkan cermin dari moralitas sosial yang terus diidealkan dalam budaya nasional.

2. Nilai kepedulian sosial



Gambar 6 Nurman menenangkan Don

Sumber: YouTube Visinema Pictures



Gambar 7 adegan ikonik Sap! Sap! Sap!

Sumber: YouTube Visinema Pictures

Don memiliki sahabat-sahabat yang selalu ada di sisi nya seperti Mae dan Nurman yang kerap kali menghibur atau membantu menenangkan Don ketika ia sedang di fase terpuruknya, hingga tercipta adegan ikonik “Sap! Sap! Sap!” yang menjadi ciri khas dari Nurman, adapun kaitannya dengan makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos sebagai berikut.

- Denotatif, menampilkan adegan seorang teman sedang menenangkan Don yang sedang

bersedih.

- b. Konotatif, dari adegan ini menunjukkan kepedulian, empati, dan solidaritas emosional antar teman. Sikap Nurman menggambarkan bahwa dukungan sosial menjadi bentuk nyata kasih sayang non-verbal di antara sesama.
- c. Pada tingkat mitos, tindakan Nurman menegaskan nilai moral persaudaraan sejati dan kemanusiaan universal yang dijunjung tinggi dalam budaya Indonesia. Ia menolak ide bahwa kekuatan hanya dimiliki oleh yang dominan, tetapi justru hadir dalam kepekaan dan ketulusan hati. Nilai ini sejalan dengan sila kedua Pancasila yaitu; Kemanusiaan yang adil dan beradab.

3. Nilai gotong royong



Gambar 8 Kerjasama tim membangun dekor panggung

Sumber: YouTube Visinema Pictures



Gambar 9 Tim Bersiap melawan penjahat

Sumber: YouTube Visinema Pictures

Dalam film ini, kita dapat melihat banyak sekali adegan yang melambangkan kerjasama tim ataupun solidaritas antar sahabat untuk mencapai tujuan bersama, seperti saat mereka ingin merencanakan pentas seni, ataupun saat mereka ingin melawat sosok penjahat dalam film ini secara solidaritas satu sama lain. Dan oleh karena itu, beberapa adegan ini juga dapat dianalisa dengan makna Denotasi, Kontasi, dan Mitos sebagai berikut.

- a. Denotatif, menggambarkan sekelompok anak bekerja sama membantu Don dalam kegiatan tertentu seperti saat Don ingin mengambil kembali buku nya yang telah dicuri, mendekor panggung, dan melawan sosok penjahat.
- b. Secara konotatif, adegan ini menandakan solidaritas sosial dan saling membantu tanpa pamrih. Ia mencerminkan budaya kolektif Indonesia yang menolak individualisme ekstrem.
- c. Pada mitos, adegan gotong royong menjadi simbol moral bangsa Indonesia yang diwariskan turun-temurun. Barthes melihat mitos sebagai sistem nilai yang menaturalisasi budaya. Di sini, gotong royong bukan hanya kebiasaan sosial, melainkan ideologi moral bahwa kebersamaan adalah kekuatan utama masyarakat.

4. Nilai Kerendahan Hati



Gambar 9 Atta berdamai dengan Don

Sumber: YouTube Visinema Pictures



Gambar 10 Don dan Nurman berbaikan
Sumber: YouTube Visinema Pictures

Kita disajikan adegan mengharukan saat Don dan Atta akhirnya berteman meskipun Atta selalu merundung Don dibabak awal hingga pertengahan, begitu juga dengan Nurman yang sempat berseteru dengan Don karena ke-egoisan nya. Adapun penjabaran makna Denotatif, Konotatif, dan Mitos nya sebagai berikut.

- a. Denotatif, menggambarkan perubahan Atta yang sempat angkuh dan kerap kali merundung Don, lalu akhirnya meminta maaf dan berpelukan dengan teman-temannya, begitu juga dengan Don kepada Nurman.
- b. Konotatif, menunjukkan konflik batin manusia antara rasa bangga dan kesadaran diri.
- c. Dalam Mitos, adegan ini memperlihatkan moral klasik bahwa kesombongan adalah sumber kehancuran, sementara kerendahan hati membawa kedamaian. Rekonsiliasi menjadi simbol harmoni sosial yang sejalan dengan ajaran moral Indonesia bahwa memaafkan dan rendah hati merupakan bentuk kebijaksanaan sejati.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan mendalam yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya mengenai Representasi Visual Nilai Moral Dalam Film “Jumbo” : Pendekatan Semiotika Roland Barthes Sebagai Media Edukasi Anak-anak, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan utama yang menjawab rumusan masalah penelitian.

Film animasi “Jumbo” secara sistematis dan efektif merepresentasikan nilai-nilai moral utamanya melalui serangkaian elemen komunikasi visual, bukan hanya melalui dialog verbal. Representasi ini bekerja melalui tiga cara utama yaitu.

Saran

1. Saran untuk Pelaku Industri Animasi di Indonesia

Disarankan agar para kreator film animasi di Indonesia terus memperkuat aspek penceritaan visual (visual storytelling). Keberhasilan “Jumbo” menunjukkan bahwa investasi pada detail visual seperti desain karakter yang bermakna, simbolisme, dan penggunaan warna sangat efektif dalam menyampaikan pesan moral yang kuat tanpa harus bergantung pada dialog yang eksplisit.

Melihat bagaimana audiens merespons positif narasi yang relevan secara emosional dan kultural, para pelaku industri didorong untuk terus mengangkat cerita-cerita yang berakar pada isu-isu sosial dan konteks budaya Indonesia. Hal ini tidak hanya akan memperkaya industri, tetapi juga memperkuat ikatan dengan audiens lokal.

2. Saran untuk Orang Tua dan Pendidik

Penelitian ini menegaskan bahwa film animasi seperti “Jumbo” adalah alat bantu pendidikan yang sangat berharga. Orang tua dan pendidik disarankan untuk tidak hanya memandang film animasi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media untuk memulai diskusi dengan anak-anak mengenai topik-topik penting seperti perundungan, empati, keberanian, dan pentingnya menghargai perbedaan.

Dianjurkan bagi orang tua untuk mendampingi anak-anak saat menonton film. Momen ini dapat dimanfaatkan untuk berdialog, menanyakan perasaan anak tentang adegan tertentu, dan membantu mereka mengartikulasikan pelajaran moral yang mereka dapatkan, sebagaimana refleksi yang dilakukan oleh audiens dewasa dalam penelitian ini.

3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian di masa depan dapat mengeksplorasi film “Jumbo” atau film animasi lokal lainnya dengan menggunakan pendekatan teori atau metode yang berbeda, misalnya analisis resepsi yang lebih mendalam, analisis naratologi untuk membedah struktur cerita, atau analisis komparatif dengan film animasi dari negara lain untuk melihat perbedaan representasi nilai moral.

Disarankan juga untuk meneliti aspek lain dari film, seperti peran desain suara dan musik dalam membangun emosi, atau efektivitas penggunaan aktor pengisi suara terkenal dalam menyampaikan pesan moral, yang merupakan topik menarik namun berada di luar cakupan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Moh. R. (2022). Yowis Ben’s Agency Changing Structure of Hegemonic Language in Indonesia Cinemas Becomes a Critique of Jakarta’s Culture Industry. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 33. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i1.4782>.
- Akbar, Moh. R. (2022). Yowis Ben’s Agency Changing Structure of Hegemonic Language in Indonesia Cinemas Becomes a Critique of Jakarta’s Culture Industry. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 33. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i1.4782>.
- Al Bhuqori, M. J. (2022). PEMBUATAN FILM PENDEK ANIMASI 3D BERGENRE FIKSI ILMIAH DENGAN TEKNIK CEL-SHADING BERJUDUL “THE GIRL IN THE RED HOODIE” TUGAS AKHIR Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi Oleh.
- Ali, M., Negeri Surakarta Sebelas Maret, U., & Sunan Kalijaga, U. (n.d.). NILAI-NILAI MORAL ANAK USIA DINI DALAM BUKU DONGENG KARAKTER UTAMA ANAK USIA DINI SERI TAAT BERAGAMA.
- Amir Hasan, M. Z., & Fuady, Muhammad. E. (2023). Representasi Pesan Moral pada Film Inside out. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i1.5777>.
- Amir, A. S. (n.d.). KOMUNIKASI MASSA Literasi Langsung Terbit langsung terbit. <https://www.researchgate.net/publication/389989397>.
- Ardiyansah. (n.d.). PRODUKSI SERIAL ANIMASI 3D JAMBUL. In *Produksi Serial Animasi* (Ardiyansah).
- Danish, H. M., & Batool, A. (2019). Visual signification in thematic concerns: A semiotic analysis. *Journal of Communication and Cultural Trends*, 1(1), 61–76. <https://doi.org/10.32350/jcct>.
- Denis Irwandi, M., Akbar, R., Santa, R., Publik, I. A., & Bagasasi, S. (2023). Rahmat Santa 3 *Jurnal Sosio dan Humaniora*. In *Randika Akbar* (Vol. 2, Issue 1).
- Fadil vawais sholeh, F., Suarna, N., & Rinaldi Dikananda, A. (2022). Pendidikan karakter untuk anak-anak Berbasis game animasi 2D. *Kopertip : Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika Dan Komputer*, 6(3), 76–81. <https://doi.org/10.32485/kopertip.v6i3.198>.
- Fajriani, K., & Liana, H. (2024). Eksplorasi Media Edukasi untuk Peningkatan Kemampuan Bahasa Anak Usia Dini: Studi Kasus Kualitatif di Desa Dayak Pampang. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 5(9).
- GÜZEL, S. (2023). Semiotic analysis of Fresh movie poster. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 32, 1367–1373. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1252905>.
- Haghshenas, M. (2017). Determination of Media Attributes Through Fuzzy Analytical Hierarchy Process and Artificial Neural Network Model. *European Journal of Innovative Business Management*, 1, 1–6. <https://doi.org/10.20530/ejibm410>.
- Hall, S. (n.d.). THE WORK OF REPRESENTATION.
- Halla, N. (n.d.). ANALISIS PESAN MORAL DALAM CERITA FABEL DAN PERANANNYA DALAM PENDIDIKAN KARAKTER ANAK USIA DINI.
- ISLAM, A., & İNCİRKUŞ, B. (2022). Semiotic Analysis of the Animation Film Soul. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 7, 85–104. <https://doi.org/10.46372/arts.982060>.

- Jadou, S. H., & Ghabra, I. M. M. M. Al. (2021). Barthes' Semiotic Theory and Interpretation of Signs. *International Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 11(3). <https://doi.org/10.37648/ijrssh.v11i03.027>.
- James, C., & Walmsley, W. C. (2004). Social representations and the study of professional practice. In *International Journal of Qualitative Methods* (Vol. 3, Issue 4). http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3_4/pdf/walmsley.pdf.
- JMBK_ANDRIYANTO_113-121. (n.d.).
Jurnal+Nurulvidiyah. (n.d.).
- Khoirunnisaa, F., Hidayat, M. N., Komunikasi, J. I., Komputer, I., Dian, U., & Semarang, N. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA AKUN TIKTOK @DR.ZIEE. <http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI>.
- Latifah, D., Taja, N., Sobarna, A., Pendidikan, P., Islam, A., Tarbiyah, F., & Keguruan, D. (n.d.). Representasi Nilai Pendidikan Islam Film Animasi Nussa dan Rara. <https://doi.org/10.29313/v6i2.23928>.
- Massari, A. (n.d.). IMISCOE Research Series Visual Securitization Humanitarian Representations and Migration Governance.
- Nurjanah, N. E., & Mukarromah, T. T. (2021). Pembelajaran Berbasis Media Digital Pada Anak Usia Dini Di Era Revolusi Industri 4.0 : Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Potensia*, 6(1), 66–77. <https://doi.org/10.33369/jip.6.1>.
- Pasek Putra Adnyana Yasa Program Studi Desain Komunikasi Visual, G., Tinggi Desain Bali, S., & Tukad Batanghari No, J. (n.d.). Indonesian Animation Development Plan for the Screening of Local Animation on Television).
- Prasetya, L. T. (2022). Representasi Kelas Sosial Dalam Film Gundala (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Audiens*, 3(3), 91–105. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i3.12697>.
- Putu Andika Subagya Pura, I., Gede Mahendra Darmawiguna, I., & Made Putrama, I. (2017). FILM SERI ANIMASI 3D “BELAJAR BAHASA INDONESIA BERSAMA MADE” SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA UNTUK PENUTUR ASING DI UNDIKSHA (Vol. 6).
- Putu Anugerah Putra Utama, I., Alit Artawan, C., & Indira SSn, W. (n.d.). PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI SILVERHAND.ID CLOTHING COMPANY.
- Raggi, D., Stapleton, G., Jamnik, M., Stockdill, A., Garcia, G. G., & Cheng, P. C.-H. (2022). Representational Systems Theory: A Unified Approach to Encoding, Analysing and Transforming Representations. <http://arxiv.org/abs/2206.03172>
- SEMIOTIC COMMUNICATION: AN APPROACH OF UNDERSTANDING A MEANING IN COMMUNICATION. (n.d.).
- Suhadi, J., & Manugeren, M. (n.d.). MORAL VALUES IN ANDREA HIRATA'S NOVEL AYAH. In *Fakultas Sastra*.
- Sya, M., Farady Marta, R., & Hadi, I. P. (2020). REFLEKSI PLURALISME MELALUI FILM ANIMASI SI ENTONG SEBAGAI IDENTITAS BUDAYA INDONESIA.
- THE EDUCATIONAL VALUES OF “LEO” ANIMATION MOVIE THESIS ENGLISH LANGUAGE TEACHING DEPARTMENT FACULTY OF TARBIYAH AND TEACHER TRAINING STATE ISLAMIC INSTITUTE OF PONOROGO 2024. (n.d.).
- Titik Imaji, J., Pradipta Andiara, A., & Muhdaliha, B. (2022). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TERHADAP PESAN MORAL DALAM VISUAL FILM JOJO RABBIT The Roland Barthes Semiotic Analysis of Moral Messages in the Visual Jojo Rabbit Film. 5, 1–30. <http://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/>.
- Ulya, M., & Rezaian, M. A. (2022). The Representation of Multicultural Education in Film “Raya and The Last Dragon.” *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, 3, 59–62. <https://doi.org/10.30595/pspfs.v3i.265>.
- Wijaya, F., Dyah, ;, & Puspitasari, G. (n.d.). Perancangan Komunikasi Visual (Fenny Wijaya; Dyah Gayatri Puspitasari) PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL FILM ANIMASI PENDEK “SITIHA DAN SISITI.”