

Analisis Semiotika Roland Barthes pada Poster Film 28 Years Later: Analisis Denotasi, Konotasi, dan Mitos pada Tanda Visual Media Komunikasi

Abdilla Arsyistawa^{1,a,*}, Widya Ayu Safitri², Aditya Rahman Yani³

¹ Universitas Pembangunan nasional "Veteran" Jawa Timur

² Universitas Pembangunan nasional "Veteran" Jawa Timur

³ Universitas Pembangunan nasional "Veteran" Jawa Timur

^a 25052010040@student.upnjatim.ac.id *

* Corresponding Author

Abstrak

Analisis karya visual bertujuan untuk mengungkap makna yang dikonstruksi melalui berbagai tanda visual dalam media komunikasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terdapat pada poster film *28 Years Later* menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif dengan objek berupa poster resmi film *28 Years Later*. Data diperoleh melalui pengamatan dan dokumentasi terhadap elemen-elemen visual pada poster, kemudian dianalisis berdasarkan tiga tingkat pemaknaan Roland Barthes, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil analisis menunjukkan bahwa figur manusia berbaju merah, menara tengkorak, dominasi warna abu-abu dan hitam, warna merah, tagline, simbol biohazard, langit gelap, dan komposisi vertikal membentuk rangkaian tanda yang merepresentasikan kematian massal, ancaman biologis, kehancuran, trauma, serta upaya manusia untuk bertahan dalam kondisi pasca-apokaliptik. Pada tingkat mitos, tanda-tanda tersebut mengonstruksi gagasan mengenai kehancuran peradaban, permanensi trauma, dan perjuangan individu di tengah situasi yang penuh ancaman. Dengan demikian, penerapan semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa poster *28 Years Later* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga mengonstruksi representasi dan atmosfer film melalui hubungan antarelemen visual yang membentuk makna secara berlapis.

Progress Artikel

Dikirim 2026-07-01

Revisi 2026-08-26

Diterima 2026-08-30

Kata Kunci

Semiotika
Roland Barthes
Poster Film
28 Years Later

1. Pendahuluan

Komunikasi merupakan satu sarana utama dalam berinteraksi. Komunikasi juga memiliki banyak sekali jenis, salah satunya adalah komunikasi visual yang memanfaatkan gambar serta elemen grafis sebagai media penyampaian pesan. Komunikasi visual disampaikan oleh komunikator kepada audiens dalam bentuk elemen visual yang memengaruhi psikologi manusia. Menurut Darmawati dan Nursyidah (2020), komunikasi visual adalah proses komunikasi yang menggunakan lambang visual yang hanya dapat ditangkap komunikasi melalui indra penglihatan. Contoh media komunikasi dalam ranah visual adalah poster. Poster dibuat untuk menarik publik lewat susunan gambar dan teks; contohnya adalah poster film. Efendi, Mawadah, dan Umami (2024) menyatakan bahwa poster film memiliki fungsi sebagai media promosi, di dalamnya berisi teks dan gambar yang bertujuan untuk membagikan informasi kepada publik. Melalui poster film dengan elemen elemen visual didalamnya, audiens dapat mengerti mengenai gambaran umum tentang film tersebut. Menurut Farikhin dan Mediva (2025), selain sebagai sarana promosi, poster film juga menyampaikan pesan-pesan yang menggambarkan atmosfer dan isi film yang ada di dalamnya. Melalui interpretasi budaya atau tanda yang sudah dipahami maknanya secara luas sebagai satu arti yang ditentukan, komunikator dalam poster-nya meletakkan warna-warna untuk menstimulasi psikologi manusia. Sehingga, kombinasi dari warna tersebut membentuk persepsi bahwa film tersebut sesuai dengan genrenya, sehingga dapat disampaikan oleh komunikator, bahkan sebelum audiens menyaksikan filmnya.

Dalam membuat poster film, unsur-unsur visual seperti warna, tulisan, dan susunan gambar saling bekerja sama untuk membangun kesan dan harapan penonton terhadap sebuah film. Di antara unsur-unsur tersebut, warna menjadi salah satu yang paling berpengaruh karena setiap warna memiliki makna psikologis tersendiri yang sudah melekat dalam pikiran manusia melalui kebiasaan budaya dan lingkungan sosial. Menurut Zharandont (2015), psikologi seseorang dapat terpengaruh oleh berbagai warna. Warna bahkan mampu menimbulkan reaksi emosional secara langsung, bahkan sebelum penonton sempat membaca tulisan yang ada pada poster tersebut. Dalam dunia perfilman, pemilihan warna pada poster bukan hanya soal keindahan tampilan saja, tetapi juga merupakan cara untuk mengarahkan penonton agar memahami genre dan suasana dari film yang ditampilkan. Sebagai contoh, poster film horor yang biasanya banyak menggunakan warna gelap seperti hitam dan merah yang identik dengan rasa takut dan bahaya, sedangkan poster film romance lebih banyak menggunakan warna hangat seperti merah muda dan kuning keemasan yang memberikan kesan cinta dan kehangatan. Dengan demikian, memahami penggunaan warna dalam poster film menjadi hal yang penting untuk mengetahui bagaimana komunikasi visual dapat menyampaikan identitas genre sebuah film kepada masyarakat luas.

Berdasarkan hal itu, dapat dilihat bahwa banyak elemen visual lain yang tentunya memiliki makna tersirat yang berusaha disampaikan oleh komunikator lewat poster tersebut. Namun, terkadang banyak pesan terlewat yang luput disadari atau dipahami maknanya oleh audiens, terutama oleh audiens awam. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman dan penerapan teori semiotika dalam hal ini. Penelitian ini hadir untuk mengupas penemuan makna berdasarkan tahapan denotasi, konotasi, serta mitos budaya, teori milik Roland Barthes, yang diharapkan dapat membuka pandangan secara luas terhadap pesan emosional yang tersembunyi di balik poster film *28 Years Later*.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan tanda-tanda visual yang terdapat pada poster film *28 Years Later* melalui tiga tingkat pemaknaan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Semiotika merupakan kajian yang digunakan untuk memahami makna yang terdapat dalam tanda atau simbol (Sobur, 2020). Sementara itu, semiotika Roland Barthes mengembangkan konsep pemaknaan tanda ke dalam dua tingkat signifikasi yang menghasilkan makna denotatif dan konotatif, yang selanjutnya berkaitan dengan pembentukan mitos dalam konteks budaya.

Objek penelitian adalah poster resmi film *28 Years Later* yang dirilis secara digital. Poster dipilih sebagai objek penelitian karena memuat berbagai tanda visual, baik berupa figur manusia, objek, warna, tipografi, simbol, maupun komposisi visual yang dapat dianalisis menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes. Data penelitian berupa elemen-elemen visual yang terdapat pada poster tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi visual dan dokumentasi terhadap poster. Setiap elemen visual yang relevan diidentifikasi, dicatat, dan dikelompokkan berdasarkan karakteristiknya. Elemen yang dianalisis meliputi figur manusia, menara tengkorak, warna dominan, warna merah, tagline, simbol biohazard, langit dan awan gelap, serta komposisi visual poster.

Tahap analisis dilakukan secara sistematis melalui tiga tingkat pemaknaan Roland Barthes. Pertama, denotasi, yaitu mengidentifikasi dan mendeskripsikan objek atau tanda sebagaimana tampak secara langsung pada poster tanpa memberikan interpretasi tambahan. Kedua, konotasi, yaitu menginterpretasikan makna yang muncul dari hubungan tanda dengan pengalaman, nilai, dan konteks budaya yang melingkupinya. Ketiga, mitos, yaitu menganalisis bagaimana makna konotatif tersebut berkaitan dengan nilai, keyakinan, atau ideologi budaya tertentu yang kemudian dipahami sebagai sesuatu yang alamiah atau umum dalam masyarakat. Hasil analisis kemudian disajikan secara deskriptif dalam bentuk uraian dan tabel identifikasi tanda yang memuat elemen visual, denotasi, konotasi, dan mitos. Analisis dilakukan dengan menghubungkan setiap tanda individual dengan keseluruhan komposisi poster sehingga dapat diketahui bagaimana hubungan antarelemen visual membangun representasi, atmosfer, dan pesan yang disampaikan oleh poster film *28 Years Later*.

3. Hasil dan Diskusi



Gambar 1. Poster Film 28 Years Later
(Sumber: theartsshelf.com)

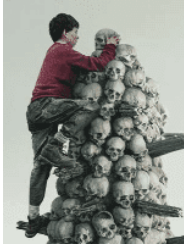
3.1 Deskripsi Umum Poster Film 28 Years Later

Poster film *28 Years Later* menampilkan seorang figur manusia berbaju merah yang berada di puncak konstruksi berbentuk menara yang tersusun dari tengkorak manusia dan kayu berwarna hitam. Figur tersebut tampak sedang memanjat atau berpegangan pada bagian atas menara. Latar belakang poster didominasi langit berwarna abu-abu gelap dengan awan tebal. Pada bagian tengah poster terdapat tagline “*TIME DIDN'T HEAL ANYTHING*” berwarna putih, sedangkan pada bagian bawah terdapat judul film “*28 YEARS LATER*” berwarna merah yang disertai simbol biohazard. Nama sutradara Danny Boyle dan penulis Alex Garland tercantum pada bagian atas poster.

Secara visual, poster menggunakan dominasi warna abu-abu, hitam, dan putih pucat dengan aksen merah pada figur manusia dan judul film. Kontras tersebut menghasilkan hierarki visual yang mengarahkan perhatian audiens dari struktur menara menuju figur manusia di bagian atas. Komposisi vertikal juga memperkuat kesan ketinggian, ketegangan, dan keterasingan figur manusia di tengah lingkungan yang didominasi simbol kematian.

3.2 Tabel Identifikasi Tanda Visual Poster Film 28 Years Later

Tabel 1. hasil Temuan Penelitian

Elemen visual	Gambar	Denotasi	Konotasi	Mitos
Figur Manusia (Anak/ Remaja Berbaju Merah)		Seorang figur berbaju merah berada di puncak menara tengkorak, tampak memanjat dan memegang tengkorak teratas.	Jaket merah menjadi satu-satunya warna hangat di tengah latar yang dingin dan mati. Figur ini mempresentasikan harapan, kehidupan, atau keberanian yang tersisa di dunia yang hancur. Posisinya di puncak memberi kesan ketangguhan sekaligus kerentanan.	Sosok manusia yang bertahan sendirian di atas puing-puing kematian adalah mitos pahlawan pasca-apokaliptik, yaitu individu tunggal yang melawan arus kematian massal. Menurut Moejiono (2011), harapan, kebahagiaan, dan keberuntungan sering dilambangkan dengan warna merah. Merah sebagai warna harapan di tengah keputusan merupakan konvensi visual yang terkenal dalam budaya horror dan fiksi ilmiah.
Menara Tengkorak dan kayu hitam		Sebuah menara berbentuk kerucut menjulang tinggi yang tersusun sepenuhnya dari tengkorak manusia dan pasak hitam di sela-sela tengkorak.	Menara tengkorak mempresentasikan akumulasi kematian yang masif dan terstruktur. Kayu hitam yang menancap sebagai tumpuan memberikan kesan kekerasan dan penderitaan. Keseluruhan struktur ini menyimbolkan peradaban yang runtuh dan hanya menyisakan sisa-sisa manusia	Menara atau piramida tengkorak adalah simbol yang mengakar kuat dalam sejarah manusia hingga tradisi peringatan korban perang seperti di Kalimantan Barat. Ingatan kolektif tidak hanya berperan sebagai wadah penyimpan jejak tragedi masa lalu, tetapi juga berfungsi dalam membentuk kesadaran historis dan nilai-nilai kemanusiaan di tengah masyarakat (Rahmah et al.,2025). Dalam sisi budaya, ia menjadi visual tentang wabah, apokaliptik, dan

				kegagalan peradaban manusia untuk mempertahankan kemanusiaannya.
Warna Dominan: Abu-Abu dan Hitam		Latar belakang poster didominasi oleh warna abu-abu gelap dari awan dan langit mendung. Menara tengkorak juga terlihat dalam suasana kelabu dan putih pucat.	Warna monokrom yang dingin menggambarkan atmosfer kesuraman, kekosongan, dan juga keputusan. Warna abu-abu secara psikologis diartikan sebagai kehampaan, kematian yang menjadi keseharian.	Dalam film horor dan pasca apokaliptik, palet warna abu-abu kusam telah menjadi pandangan umum yang dianggap menarik. Dunia yang kehilangan warna adalah dunia yang kehilangan kehidupan. Mitos yang menghubungkan ketiadaan warna dengan ketiadaan harapan.
Warna Merah Pada Baju dan Judul		Dua elemen merah yang kontras: baju figur manusia di atas menara dan logo biohazard di bawah teks judul "28 YEARS LATER" di bagian bawah poster.	Merah berfungsi sebagai titik fokus visual yang memecah kesuraman warna monokrom di sekitarnya. Warna ini secara konotatif bermakna ganda: bahaya dan darah di satu sisi, serta semangat dan keberanian di sisi lain.	Penggunaan merah sebagai penanda bahaya darah adalah mitos universal. Menurut Anisa & Atman (2025), wilayah bahaya ditandai dengan warna merah. Dalam genre horor, merah menjadi kode warna yang langsung dibaca sebagai sebuah ancaman.
Tagline: "TIME DIDN'T HEAL ANYTHING"		Teks berwarna putih yang berada di tengah poster menyatakan bahwa waktu tidak menyembuhkan apa pun.	Tagline ini secara langsung membahas kepercayaan umum bahwa waktu adalah obat bagi segala luka. Menggambarkan trauma yang terus membara meski sudah 28 tahun berlalu sejak wabah. Kalimat ini menciptakan ketegangan emosional antara harapan dan kenyataan	Mitos "waktu menyembuhkan luka" adalah keyakinan budaya yang ada di berbagai tradisi dan ajaran moral. Dengan membaliknya, poster ini membangun narasi kontra-mitos: bahwa trauma manusia bisa bersifat permanen, sebuah pesan kuat dalam konteks genre horor dan bencana.

			kehancuran yang abadi.	
Simbol Biohazard pada Logo Judul		Simbol biohazard berwarna merah yang berada di belakang desain angka “28” pada judul film.	Simbol biohazard secara langsung mengartikan ancaman biologis, wabah, dan kontaminasi. Kehadirannya dalam logo menegaskan bahwa ancaman dalam film ini bersifat ilmiah dan mengartikan bahwa virus yang ada di film ini tidak hanya mematikan secara fisik, tetapi juga merusak tatanan sosial.	Simbol biohazard secara langsung mengartikan ancaman biologis, wabah, dan kontaminasi. Kehadirannya dalam logo menegaskan bahwa ancaman dalam film ini bersifat ilmiah dan mengartikan bahwa virus yang ada di film ini tidak hanya mematikan secara fisik, tetapi juga merusak tatanan sosial.
Langit dan Awan Gelap sebagai Latar		Bagian atas poster berisi langit mendung dengan awan-awan kelabu dan tanpa celah cahaya yang terlihat.	Langit yang tertutup awan gelap mempresentasikan ancaman yang menggantung tanpa kepastian, atau bisa juga diartikan sebagai simbol duka atau kesedihan. Langit yang tertutup cahaya seperti tidak adanya jalan keluar, tidak ada langit biru, tidak ada masa depan yang cerah.	Langit mendung sebagai penanda malapetaka adalah penggambaran visual paling tua dalam budaya manusia, dari film-film horor modern. Mitos ini menggambarkan cuaca sebagai kondisi batin dan moral.
Komposisi Vertikal		Menara tengkorak berdiri di pusat poster dengan komposisi vertikal dari bawah ke atas. Figur manusia	Komposisi vertikal menciptakan komposisi menyerupai pemandangan monumen atau pilar kemenangan. Namun dalam	Mitos komposisi vertikal adalah anggapan bahwa susunan gambar dari bawah ke atas memiliki makna perjuangan, kekuasaan, harapan,

		ditempatkan di puncak, judul di tengah bawah, dan langit mengisi bagian atas.	konteks ini, 'monumen' tersebut adalah kematian. Mata audiens dipaksa menelusuri kematian dari bawah ke atas untuk menemukan suatu tanda kehidupan di puncaknya.	atau perjalanan menuju sesuatu yang lebih tinggi. Seolah-olah figur tersebut sedang berusaha keluar dari keadaan sulit atau mencapai tujuan tertentu.
--	--	---	--	---

3.3 Analisis Denotasi

Pada analisis ini, poster film *28 Years Later* menampilkan komposisi visual yang sangat terbaca. Terdapat seorang figur manusia yang tampak seperti anak atau remaja yang mengenakan baju atau sweater merah yang berada di puncak sebuah konstruksi yang menjulang tinggi yang terbuat dari tengkorak dan kayu hitam horizontal sebagai tumpuan untuk berpijak ke atas. Figur manusia yang terlihat dalam posisi memanjat atau berpegangan pada tengkorak di puncak menara.

Latar belakang poster diisi oleh langit berwarna abu-abu gelap dengan awan tebal. Tidak ada sumber cahaya yang jelas. Di bagian tengah poster, di atas logo judul, tercetak kalimat "*TIME DIDN'T HEAL ANYTHING*" dalam huruf kapital berwarna putih tebal. Di bagian bawah terdapat logo judul film dengan tipografi besar pada angka 28, disertai simbol biohazard yang ada di belakang tulisan "*28 YEARS LATER*". Nama sutradara Danny Boyle dan penulis Alex Garland tercantum di sudut kanan atas dan kiri atas secara simetris.

Secara denotatif, tidak ada unsur yang ambigu. Tengkorak adalah tengkorak, manusia adalah manusia, teks adalah informasi. Pada tahap ini, poster berfungsi sebagai identitas film, memperkenalkan judul, nama kreator, tanggal rilis, dan sebuah gambaran visual yang mewakili dunia yang ada di film itu.

3.4 Analisis Konotasi

Selanjutnya, pada tahapan konotasi, sesuai dengan pengertiannya, adalah makna kiasan atau makna yang tidak sebenarnya. Adapun makna konotasi adalah makna lain yang ditambahkan pada makna denotasi yang berhubungan dengan nilai rasa yang menggunakan kata tersebut (Antika, Ningsih, & Sastika, 2020). Konotasi merupakan sifat alami dari tanda dan perlu partisipasi aktif dari pembaca agar dapat berfungsi. Para ahli semiotik yang menganut aliran konotasi, ketika menganalisis sistem tanda, tidak hanya berpegang pada makna primer, melainkan juga berusaha untuk memahami makna konotatif yang terkandung dalam tanda tersebut (Pratiwi et al., 2015; Tamara, 2020). Banyak elemen visual, salah satunya tumpukan kepala tengkorak, bukan lagi berarti sebuah menara tengkorak, melainkan gambaran dari virus yang sudah merajalela sehingga terjadi kematian yang masif selama 28 tahun. Keberadaan pasak kayu hitam dan seorang anak yang sedang memanjat juga mengartikan bahwa hal tersebut adalah usaha manusia untuk merangkak memperjuangkan kehidupan mereka sendiri. Makna konotasi selain terdapat pada elemen grafis tertentu, juga berasal dari warna yang digunakan oleh desainer. Warna memiliki beberapa fungsi, salah satunya adalah fungsi psikologis, yaitu memberikan kesan pada yang melihat (Monica & Luzar, 2011). Warna merah pada lambang biohazard menandakan bahaya yang sangat mengancam yang bersumber dari bahan kimia itu sendiri, serta awan mendung yang melapisi langit merupakan simbol duka karena kesedihan yang terjadi dalam film. Secara keseluruhan, poster tersebut menampilkan satu scene dalam film di mana adegan seorang anak yang sedang memanjat ke puncak menara tengkorak untuk meletakkan sesuatu yang berharga.

3.5 Analisis Mitos

Pada tahapan mitos, seorang komunikator menggunakan kultur atau benda yang maknanya telah dipahami sebagai satu arti yang sama oleh masyarakat. Dalam jurnal *Cultural Studies: Teori dan Praktik* (2009), budaya dipandang bukan sekadar realitas sosial yang netral, melainkan sebuah tempat ideologi bekerja. Melalui adopsi teori semiotika Roland Barthes, Barker menegaskan bahwa doktrin atau kekuatan terbesar dari suatu budaya dominan terletak pada kemampuannya memproduksi mitos. Poster ini memanfaatkan simbol budaya yang sudah melekat di masyarakat, seperti tengkorak sebagai lambang universal kematian, warna merah sebagai tanda bahaya sekaligus harapan, serta figur tunggal yang bertahan di tengah kehancuran sebagai simbol sosok pahlawan terakhir. Selain itu, tagline "*TIME DIDN'T HEAL ANYTHING*" juga menolak mitos umum bahwa waktu dapat menyembuhkan semua luka, sehingga poster ini menegaskan bahwa trauma dan kehancuran bisa bersifat permanen serta menimbulkan rasa pesimis terhadap masa depan.

4. Penutup

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang didapatkan oleh penulis dari analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan yang kami ambil merupakan inti dari hasil analisis elemen visual, proses analisis, dan tanggapan dari peneliti. Pada bab ini pula, akan diberikan rekomendasi yang dapat dipergunakan untuk penelitian selanjutnya yang akan menggunakan topik maupun penelitian yang relevan.

Poster *28 Years Later* membawakan kesan emosional yang cukup kuat. Elemen-elemen grafis yang digunakan oleh komunikator berhasil mentransmisikan elemen visual menjadi sebuah pesan yang mengandung makna konotatif dan dapat memicu respons psikologis audiens. Mulai dari pembawaan warna dan elemen grafis seperti kepala tengkorak yang sengaja dibuat menumpuk menjadi seperti menara, awan gelap yang menutup langit, serta anak remaja di ujung menara, semuanya mengandung maksud tertentu dan merepresentasikan film *28 Years Later*, seperti yang sudah dijelaskan pada bab pembahasan.

Selain itu, teori Roland Barthes dalam membedah sebuah karya visual terbukti dapat menjadi jembatan analisis yang memudahkan untuk memahami maksud secara lebih luas tanpa harus menjelaskannya dalam sebuah teks. Sehingga, audiens bisa menangkap garis besar dan genre sebuah film dengan hanya melihat poster-nya sekilas. Kemudian, diharapkan penelitian dengan pendekatan semiotika milik Roland Barthes ini dapat dijadikan acuan untuk pengembangan penelitian lainnya, serta pertimbangan bagi desainer grafis terutama di industri perfilman karena terbukti dapat membangun keterikatan emosional audiens dibandingkan dengan hanya promosi yang bersifat literal.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur yang telah menjadi fasilitator dalam penelitian ini. Berkat dukungan yang diberikan, kami berhasil menyelesaikan sebuah artikel yang kami buat dengan baik.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya juga kami sampaikan, kepada para dosen kami dan staf akademik yang begitu kami hargai bimbingan serta dukungannya, baik waktu dan tenaga, yang telah berkontribusi selama proses penelitian. Semoga hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan komunitas akademik baik di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur dan luar Universitas.

Daftar Pustaka

- Anisa, A.P., dan Atma, W. (2025). Estetika Sekuritisasi: Peran Narasi Visual dalam Membangun Persepsi Ancaman Global, *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 02 (3), 165.
- Antika, T. R., Ningsih, N., & Sastika, I. (2020). Analisis makna denotasi, konotasi, mitos pada lagu “Lathi” Karya Weird Genius. *Asas: Jurnal Sastra*, 9(2), 61-71.
- Darmawati dan Nursyaيدا. (2020). Media Komunikasi Visual Terhadap Hasil Belajar Keterampilan Berbicara Pada Mata Pembelajaran Aqidah dan Akhlak Di Madrasah Makassaryah Negeri 2 Makassar, *Jurnal Riset Pendidikan Dasar*, 03 (1), 65.
- Efendi, E., Mawaddah, H.D., dan Umami, S. (2024) Semiotika Rolland Barthes Dalam Poster Film Space Between, *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 06 (3), 463-471.
- Farikhin, M., dan Mediva, A.R. (2025). Analisis Elemen Visual pada Poster Film “Jatuh Cinta Seperti Di Film-Film”, *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan*, 08 (1), 51-63.
- Kevinia, C., Aulia, S., & Astari, T. (2022). 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. Kevinia, C., Aulia, S., & Astari, T. (2022). 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.
- Krismanto, P. B. (2009). Cultural Studies; Teori dan Praktik. *Jurnal Imaji Maranatha*, 4(2), 218276.
- Moejiono. (2011). Ragam Hias dan Warna sebagai Simbol dalam Arsitektur Cina, *Jurnal Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Undip*, 11 (1), 22.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek warna dalam dunia desain dan periklanan. *Humaniora: Journal of Indonesia Culture and Society*, 2(2), 1084-1096.
- Pratiwi, L.N. et al. (2025). Makna Estetika dan Naratif Simbol Warna Merah dalam Pembentukan Identitas Tokoh Si Cepot, *HANA: Humanities and Academic Narratives in Education*, 01(1), 20-25.
- Rahmah, K. N., et al. (2025). Memori Kolektif: Peristiwa Mandor Berdarah bagi Masyarakat Kalimantan Barat, *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Indonesia*, 10 (2), 229-243.
- Riwu, A., dan Pujiati, T. (2018). Analisis semiotika Roland Barthes pada film 3 Dara, *Jurnal Deiksis*, 10 (3), 212-223.
- Rahmawati, C. D., Busri, H., & Badrih, M. (2024). Makna denotasi dan konotasi meme dalam media sosial twitter: Kajian semiotika roland barthes. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(2), 1244-1256.
- Sobur, A. (2020). *Semiotika Visual*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Zharandont, P. (2015). Pengaruh Warna bagi Suatu Produk dan Psikologis Manusia, *Universitas Telkom 7*

Submission Address : <https://ardvis.upnjatim.ac.id/index.php/ardvis/about/submissions>

Halaman ini sengaja dikosongkan