

BAB II

KAJIAN PUSTAKAN DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas mengenai representasi ageisme di dalam suatu film tertentu. Kajian-kajian tersebut umumnya berfokus pada bagaimana media membentuk makna, stereotip, dan ideologi terhadap kelompok tertentu melalui berbagai bentuk representasi visual maupun audio. Untuk mengetahui posisi penelitian ini sekaligus mengidentifikasi ruang pengembangan yang masih dapat dikaji, peneliti mengumpulkan sejumlah penelitian terdahulu yang relevan sebagai referensi dalam pelaksanaan penelitian.

Penelitian pertama dilakukan oleh Laksmiana, Hakim, dan Wibowo dengan judul *Representasi Ageisme dalam Film Sweet 20* (2021). Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes sebagai konsep utama penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, film *Sweet 20* merepresentasikan berbagai bentuk perilaku yang dapat dimaknai sebagai praktik ageisme, baik yang ditujukan kepada kelompok lanjut usia maupun generasi muda.

Penelitian kedua dilakukan oleh Sudiro, Bezaleel, dan Pratiwi dengan judul *Framing Ageisme pada Film An Old Lady* (2019). Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan teknik analisis framing milik Robert M. Entman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa film *An Old Lady* merepresentasikan diskriminasi terhadap perempuan lanjut usia melalui berbagai bentuk pengabaian yang dilakukan oleh masyarakat, sistem hukum, maupun institusi sosial. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa lansia kerap mengalami marginalisasi dan menghadapi hambatan dalam memperoleh keadilan akibat stereotip usia yang berkembang di masyarakat.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Amalia dan Arviani dengan judul *Perlawanan terhadap Ageism dalam Film Good Luck to You, Leo Grande* (2023). Penelitian ini memanfaatkan pendekatan analisis wacana kritis Teun A. van Dijk dalam menganalisis objek kajian. Sedangkan metode penelitiannya adalah

penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa film *Good Luck to You, Leo Grande* menampilkan berbagai bentuk perlawanan terhadap stereotip yang melekat pada kelompok lanjut usia, terutama terkait pandangan masyarakat mengenai kehidupan pribadi dan seksualitas lansia. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa media film dapat berperan sebagai sarana untuk menantang dan mendekonstruksi stereotip sosial yang telah lama berkembang di masyarakat.

Penelitian keempat dilakukan oleh Laily, Yanuarsih, dan Letreng dengan judul *Representasi l dalam Film Budi Pekerti (2023)*. Metode penelitian ini adalah kualitatif yang fokus terhadap representasi stereotip dalam bentuk simbol, ekspresi, serta perilaku tokoh dalam cerita. Sedangkan untuk teori yang dimanfaatkan pada penelitian ini adalah teori representasi milik Stuart Hall. Temuan penelitian ini yaitu, film *Budi Pekerti* merepresentasikan pelabelan sosial terhadap individu melalui berbagai bentuk komunikasi nonverbal yang kemudian berkontribusi dalam pembentukan stereotip di masyarakat.

Penelitian kelima dilakukan oleh Setyowati dan Sumardjijati dengan judul *Representasi Ageisme dalam Film Ziarah (2017)*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian pustaka. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis semiotika milik Roland Barthes. Dalam proses analisis, penelitian ini memanfaatkan konsep representasi serta filter realitas untuk mengkaji penggambaran lansia dalam film. Temuan penelitian ini menemukan bahwa adanya bentuk perlawanan terhadap ageisme dalam beberapa adegan yang ditampilkan pada film *Ziarah*.

Penelitian keenam yang berjudul *Analisis Resepsi Milenial terhadap Ageisme pada Film Senior Year* ditulis oleh Chumairo dan Indriastuti. Penelitian ini menggunakan teori *Encoding-Decoding* sebagai teori utama dan juga memanfaatkan analisis resepsi milik Stuart Hall sebagai teknik analisis. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa pemaknaan setiap individu mempunyai pemaknaan yang berbeda-beda terhadap perilaku ageisme, yang di mana hal tersebut dipengaruhi oleh latar belakang dan juga pengalaman pribadi yang dimiliki oleh masing-masing individu.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Sulatri dan Ni Luh Putu Ari dengan judul *Ageisme: Narasi Ubasute dalam Film Plan 75* (2023). Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif untuk mengkaji representasi narasi ageisme yang ditampilkan dalam film, dengan teori ageisme sebagai landasan analisis. Kemudian temuan yang dihasilkan dari penelitian ini yakni, *Film Plan 75* merepresentasikan lansia sebagai beban sosial dan ekonomi melalui narasi kebijakan ekstrem yang melegitimasi penghilangan kelompok lanjut usia. Temuan tersebut memperlihatkan bagaimana ageisme dapat dikonstruksikan dan dinormalisasi melalui narasi yang berkembang dalam media.

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Radja, Daga, dan Mandaru dengan judul *Konstruksi Makna Lansia pada Dunia Kerja dalam Film The Intern* (2018). Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika untuk mengkaji makna tanda yang ditampilkan dalam film, dengan teori semiotika John Fiske sebagai landasan analisis. Sedangkan untuk hasil temuan, film *The Intern* dinilai merepresentasikan lansia sebagai individu yang tetap produktif, memiliki pengalaman yang berharga, serta mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Representasi tersebut menunjukkan adanya upaya untuk menantang stereotip yang telah melekat di masyarakat mengenai lansia sebagai pribadi yang tidak lagi dapat bekerja dan diandalkan.

Penelitian kesembilan dilakukan oleh Jasmine, Raniya, dkk. dengan judul *Konstruksi Identitas Karakter Lansia dalam Film Sepi di Ujung Hari* (2025). Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif untuk mengkaji proses pembentukan identitas lansia yang direpresentasikan dalam film, dengan teori film sebagai landasan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film *Sepi di Ujung Hari* membangun empati terhadap lansia melalui penggambaran karakter yang kompleks serta didukung oleh penggunaan unsur visual dan naratif yang kuat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa representasi lansia dalam film dapat membentuk pemahaman audiens yang lebih positif terhadap kehidupan dan pengalaman kelompok lanjut usia.

Selain penelitian yang dilakukan di Indonesia, terdapat pula penelitian internasional yang membahas representasi kelompok usia dalam media. Salah satu

penelitian tersebut dilakukan oleh Zhao dan Xia dengan judul *Is Negative Representation More Engaging? The Influence of News Title Framing of Older Adults on Viewer Behavior* (2024). Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan teori framing media sebagai landasan analisis. Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa representasi negatif terkait lansia dalam media cenderung memperoleh perhatian audiens yang lebih tinggi dibandingkan representasi positif. Temuan ini menegaskan bahwa framing media memiliki pengaruh terhadap cara masyarakat memandang kelompok usia tertentu dan berpotensi memperkuat stereotip yang ditujukan kepada lansia.



2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6	Jurnal 7	Jurnal 8	Jurnal 9	Jurnal 10
1.	Judul Artikel Ilmiah	Representasi Ageisme dalam Film Sweet 20	Framing Ageisme pada Film An Old Lady (2019)	Perlawanan terhadap ageisme dalam Film Good Luck to You, Leo Grande	Representasi Stereotipe Komunikasi Non Verbal dalam Film Budi Pekerti Karya Wregas Bhanuteja	Representasi Ageisme dalam Film Ziarah (2017)	Analisis Resepsi Milenial Terhadap Ageisme Pada Film Senior Year	Ageisme: Narasi Ubasute dalam Film Plan 75	Konstruksi Makna Lansia pada Dunia Kerja dalam Film <i>The Intern</i>	Konstruksi Identitas Karakter Lansia dalam Penyutradaraan Film Pendek Sepi di Ujung Hari	<i>Is Negative Representation More Engaging? The Influence of News Title Framing of Older Adults on Viewer Behavior</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Laksmiana, Hakim, & Wibowo (2021), VISUAL HERITAGE	Sudiro, Bezaleel, & Pratiwi (2022), <i>Jurnal Kreasi Seni dan Budaya</i>	Amalia & Arviani (2023), <i>NUSANTARA Jurnal Ilmu pengetahuan Sosial</i>	Laily, Yanuarsih, & Letreng (2023), <i>Jurnal Sastra Indonesia (SASINDO)</i>	Setyowati & Sumardjijati, et.al., (2011), <i>Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi.</i>	Chumairo & Indriastuti (2022), <i>Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi,</i>	Sulatri, Ni Luh Putu Ari, (2023), <i>KIRYOKU: Jurnal Studi Kejepangan</i>	Radja, Daga, & Mandaru (2018), <i>Jurnal Communio: Jurnal</i>	Jasmine, Raniya, et.al., (2025), <i>CALACCITRA: Jurnal Film dan Televisi</i>	Zhao & Xia (2024), <i>Intelligent and Computational Communication Studies 2024</i>

		<i>Jurnal Ilmu Komunikasi</i>					<i>Sosial dan Kebudayaan</i>		<i>Jurusan Ilmu Komunikasi</i>		
3.	Fokus Penelitian	Representasi ageisme dalam film.	Penggambaran diskriminasi terhadap lansia.	Representasi dan perlawanan terhadap stereotip lansia.	Representasi stereotip sosial dalam film.	Representasi ageisme dalam film.	Pandangan millennials terhadap ageisme di dalam film Senior Year	Narasi ageisme dalam film	Representasi lansia dalam dunia kerja	Representasi identitas lansia	Representasi lansia dalam media.
4.	Teori	Semiotika Roland Barthes	Teori Framing (Entman)	Kualitatif, Analisis wacana kritis	Teori Representasi Stuart Hall	Semiotika Roland Barthes	Encoding-Decoding Stuart Hall	Konsep ageisme	Semiotika John Fiske	Teori Film (Plantinga)	Teori Representasi Media
5.	Metode Penelitian	Kualitatif, analisis semiotika	Kualitatif, Analisis framing	Kualitatif, Analisis wacana kritis	Kualitatif, Analisis representasi	Penelitian Pustaka	Analisis Resepsi Stuart hall	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Analisis media
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Memanfaatkan semiotika Roland Barthes dalam menganalisis representasi ageisme.	Membahas diskriminasi usia dalam media film.	Membahas ageisme dan representasi lansia dalam film.	Meneliti representasi sosial dalam film.	Meneliti representasi ageisme menggunakan analisis Semiotika	Membahas fenomena ageism yang diperlihatkan dalam media film.	Meneliti representasi ageisme dalam film	Membahas representasi lansia dalam film	Meneliti representasi lansia dalam film	Mempunyai kesamaan dalam membahas representasi lansia dalam media.

						Roland Barthes.					
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Penelitian ini menggunakan objek film A Man Called Otto.	Penelitian ini menggunakan semiotika Barthes.	Penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis wacana kritis dan bukan semiotika.	Penelitian ini secara spesifik membahas stereotip usia (ageisme).	Penelitian ini menggunakan objek film A Man Called Otto.	Penelitian ini membahas mengenai perspektif informan dan bukan menganalisis film dengan dalam.	Penelitian terdahulu tidak menggunakan semiotika Roland Barthes sebagai konsep.	Penelitian terdahulu menggunakan Teori John Fiske, bukan Roland Barthes	Penelitian terdahulu tidak fokus pada ageisme secara spesifik	Penelitian ini meneliti film dengan analisis semiotika Barthes.
8.	Hasil Penelitian	Film yang diteliti menampilkan stereotip dan perlakuan ageisme terhadap kelompok usia tertentu.	Film yang diteliti menunjukkan marginalisasi dan diskriminasi terhadap perempuan lansia	Film yang diteliti menggambarkan upaya tokoh lansia menantang stereotip sosial.	Film yang diteliti menampilkan stereotip melalui komunikasi nonverbal dan perilaku karakter.	Film yang diteliti menampilkan adegan-adegan yang menunjukkan perlawanan terhadap perbuatan ageisme.	Pemaknaan antar individu terhadap ageisme berbeda sesuai dengan referensi serta	Lansia direpresentasikan sebagai beban sosial melalui kebijakan ekstrem	Lansia digambarkan tetap produktif dan berpengalaman	Film membangun empati terhadap lansia melalui narasi dan visual	Representasi negatif lansia dapat meningkatkan perhatian audiens tetapi memperkuat stereotip usia.

							pengalaman masing- masing.				
--	--	--	--	--	--	--	----------------------------------	--	--	--	--



Secara umum, penelitian-penelitian terdahulu memiliki keterkaitan dengan penelitian ini karena sama-sama mengkaji representasi fenomena sosial dalam media, khususnya film. Sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami bagaimana media membangun dan menyampaikan makna mengenai kelompok sosial tertentu melalui narasi, simbol, karakter, maupun unsur visual lainnya. Selain itu, penelitian-penelitian tersebut juga membahas berbagai bentuk stereotip dan diskriminasi yang direpresentasikan dalam film. Beberapa penelitian bahkan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk menganalisis representasi ageisme dalam media. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu baik dari segi fokus kajian maupun upaya untuk memahami proses pembentukan makna sosial melalui representasi yang ditampilkan dalam film.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kajian mengenai ageisme dan representasi kelompok usia dalam media telah dilakukan melalui beragam pendekatan serta objek penelitian yang berbeda. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah perbedaan yang menunjukkan posisi dan kontribusi penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian terdahulu memang mengangkat isu ageisme dalam film, seperti pada *Good Luck to You*, *Leo Grande* dan *An Old Lady*. Namun, penelitian-penelitian tersebut menggunakan pendekatan yang berbeda, seperti analisis framing dan analisis wacana kritis, serta lebih berfokus pada konteks tertentu, seperti diskriminasi terhadap perempuan lansia maupun stereotip yang muncul dalam sistem sosial.

Penelitian lain juga lebih menyoroti stereotip komunikasi nonverbal atau representasi perempuan dalam film secara umum, bukan secara spesifik pada konstruksi makna ageisme melalui tanda dan simbol dalam teks film. Selain itu, penelitian internasional yang membahas representasi lansia dalam media lebih fokus terhadap representasi dalam judul berita dan menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan penelitian terdahulu, ditemukan bahwa representasi ageisme pada film *A Man called Otto* juga belum pernah diteliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan menganalisis representasi ageisme dalam film *A Man Called Otto*

melalui pendekatan semiotika Roland Barthes dengan paradigma konstruktivisme, sehingga dapat mengungkap makna yang membentuk konstruksi ageisme dalam film secara lebih mendalam.

2.2 Landasan Konsep

2.2.1 Representasi

Teori representasi menjelaskan proses pembentukan makna melalui penggunaan bahasa yang kemudian dipertukarkan di antara anggota dalam suatu kebudayaan. Konsep representasi berperan sebagai penghubung antara gagasan atau konsep yang terdapat dalam pikiran dengan bahasa sebagai media penyampaiannya, sehingga individu dapat memahami dan memberikan makna terhadap berbagai hal, baik yang bersifat nyata seperti objek, peristiwa, dan manusia, maupun yang bersifat imajinatif atau fiktif (Hall, 2003).

Representasi merupakan salah satu konsep utama dalam kajian ilmu komunikasi dan budaya yang digunakan untuk memahami bagaimana makna dibentuk dan dipertukarkan dalam kehidupan sosial. Konsep ini merujuk pada proses pembentukan, penyebaran, dan pertukaran makna melalui berbagai medium, seperti bahasa, simbol, maupun gambar. Dalam perspektif representasi, makna tidak secara otomatis melekat pada suatu objek atau peristiwa, melainkan dibangun melalui sistem tanda yang digunakan dan dimaknai oleh individu dalam suatu konteks sosial dan budaya (Pandrianto et al., 2023).

Dalam perspektif representasi, media berperan sebagai sarana yang membentuk pemahaman masyarakat mengenai realitas sosial. Proses representasi tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga berkontribusi dalam penyebaran nilai, norma, dan pandangan tertentu yang berkembang dalam masyarakat. Nilai-nilai tersebut disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media cetak, media elektronik, maupun media digital, yang kemudian memengaruhi cara masyarakat memahami dan memaknai suatu objek, peristiwa, atau fenomena sosial (Sukendro et al., 2024).

Cara suatu objek, peristiwa, maupun kelompok sosial direpresentasikan sangat dipengaruhi oleh norma, nilai, dan konvensi yang berkembang dalam masyarakat. Oleh karena itu, proses representasi selalu berkaitan erat dengan konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi pembentukan serta pemaknaan suatu representasi. Selain itu, representasi juga berkaitan erat dengan relasi kekuasaan dan ideologi, di mana representasi dapat memperkuat maupun menantang struktur sosial yang ada. Oleh karena itu, makna yang dihasilkan melalui representasi tidak bersifat tetap, melainkan terbuka terhadap berbagai penafsiran yang berbeda sesuai dengan latar belakang individu atau kelompok (Sukendro et al., 2024).

Dalam kajian ilmu komunikasi, representasi dipahami sebagai proses penggunaan tanda untuk menghadirkan kembali sesuatu yang telah diamati, dipersepsikan, atau dibayangkan ke dalam bentuk tertentu. Melalui representasi, suatu objek, peristiwa, maupun individu dapat ditampilkan kembali melalui berbagai simbol dan media. Representasi tidak hanya berkaitan dengan realitas yang bersifat nyata, tetapi juga mencakup gagasan, imajinasi, fantasi, serta konsep-konsep abstrak. Oleh karena itu, representasi dapat dipandang sebagai proses sosial yang membentuk makna melalui berbagai sistem penandaan, seperti bahasa lisan, bahasa tulis, film, video, maupun fotografi (Suarda, 2026).

Dalam konteks representasi kelompok minoritas, perhatian tidak hanya tertuju pada pihak yang menyampaikan representasi, tetapi juga pada cara kelompok tersebut digambarkan, simbol-simbol yang digunakan, serta posisi ideologis yang melatarbelakangi penggambaran tersebut. Sebagai salah satu sarana utama pembentukan representasi, media massa kerap mengonstruksi identitas kelompok minoritas melalui perspektif tertentu yang belum tentu mencerminkan pengalaman mereka secara utuh. Akibatnya, budaya dan identitas kelompok minoritas sering kali disederhanakan sesuai dengan sudut pandang kelompok dominan. Oleh sebab itu, kajian representasi memiliki peran penting dalam memahami proses pembentukan makna, relasi kuasa yang terlibat di dalamnya, serta pengaruhnya terhadap cara masyarakat memandang kelompok-kelompok tertentu (Nuria & Diva, 2025).

2.2.2 Film

Film adalah hasil dari proses sinematografi yang menggabungkan unsur cahaya dan rangkaian gambar untuk menghasilkan tampilan visual yang bergerak. Gerakan dalam film dihasilkan melalui teknologi kamera yang merekam sejumlah gambar dalam waktu sangat singkat. Rangkaian gambar tersebut kemudian diputar secara berurutan sehingga menciptakan ilusi gerak yang berkesinambungan. Fenomena ini dikenal sebagai *intermittent movement*, di mana mata dan otak manusia memersepsikan gambar-gambar statis sebagai gerakan yang hidup (Muhtar & Indrayanti, 2024).

Film memiliki karakteristik yang membedakannya dari media komunikasi massa lainnya, yaitu kemampuannya dalam memadukan unsur visual dan audio secara bersamaan. Kombinasi kedua unsur tersebut memungkinkan pesan disampaikan secara lebih efektif sehingga lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens. Selain itu, penggunaan alur cerita, gambar, dan suara dalam film mampu menciptakan pengalaman yang lebih mendalam serta membangun keterlibatan emosional penonton terhadap pesan yang disampaikan (Rodin, 2020).

Sebagai media komunikasi massa, film memiliki beragam fungsi dalam kehidupan masyarakat. Selain berperan sebagai sarana hiburan, film juga dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi, penyampaian informasi, persuasi, serta sebagai instrumen yang digunakan untuk kepentingan politik dan propaganda. Berbagai pesan yang terkandung dalam film memiliki kemampuan untuk memengaruhi cara pandang masyarakat, membentuk opini publik, serta mendorong munculnya sikap dan perilaku tertentu (Rodin, 2020).

Film memuat berbagai pesan yang ingin disampaikan oleh pembuatnya, yang dibangun melalui beragam tanda yang hadir di dalam film. Tanda-tanda tersebut dapat berupa unsur visual, audio, maupun naratif yang saling berkaitan dalam menghasilkan makna tertentu. Sebagai sebuah teks media, film juga dapat dipahami sebagai bentuk representasi yang menggambarkan berbagai aspek kehidupan sosial dan budaya yang berkembang dalam masyarakat. Isi yang ditampilkan dalam film sering kali merefleksikan sekaligus mempertahankan

struktur sosial yang telah ada, dengan cara memproduksi makna yang bersumber dari nilai, ideologi, serta kepentingan kelompok dominan dalam masyarakat (Rodin, 2020).

2.2.3 Ageisme

Ageisme dapat muncul dalam berbagai bentuk yang berbeda, antara lain ageisme institusional, sosial, *benevolent ageism*, dan *reverse ageism*. Setiap bentuk ageisme tersebut menunjukkan bagaimana diskriminasi berbasis usia dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan masyarakat, baik melalui kebijakan lembaga, interaksi sosial sehari-hari, maupun representasi budaya yang berkembang di masyarakat. Bentuk ageisme tersebut juga memperlihatkan bahwa fenomena ini tidak hanya dialami oleh kelompok lansia, tetapi juga dapat memengaruhi kelompok usia lain melalui stereotip dan perlakuan diskriminatif berdasarkan usia.

Ageisme institusional merujuk pada kebijakan atau praktik sistemik dalam suatu lembaga atau organisasi yang merugikan individu berdasarkan usia. Ageisme institusional juga dapat muncul melalui kebijakan yang membatasi peluang kelompok usia tertentu, termasuk dalam dunia kerja dan pelayanan publik. Dalam konteks ketenagakerjaan, ageisme institusional sering terlihat melalui stereotip bahwa pekerja muda dianggap lebih inovatif dan adaptif terhadap teknologi, sedangkan pekerja yang lebih tua dipersepsikan kurang fleksibel atau tidak produktif. Pandangan tersebut dapat memengaruhi keputusan perusahaan dalam proses perekrutan, promosi jabatan, maupun pemberian pelatihan kerja. Akibatnya, pekerja lansia berpeluang mengalami marginalisasi meskipun memiliki pengalaman dan kompetensi yang tinggi (World Health Organization, 2021).

Ageisme sosial adalah bentuk ageisme yang telah dinormalisasi dan mengakar dalam berbagai produk budaya seperti media, sastra, maupun humor. Dalam representasi tersebut, orang yang lebih tua sering digambarkan sebagai individu yang lemah, menjadi beban, atau tidak lagi produktif, sedangkan kelompok usia muda terkadang dipersepsikan sebagai tidak kompeten atau tidak bertanggung jawab. Pandangan tersebut juga turut memperkuat stereotip sosial yang memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap kelompok usia tertentu dan

berpotensi menghasilkan dampak yang negatif. Representasi ageisme dalam media juga berkontribusi terhadap terbentuknya persepsi bahwa nilai seseorang ditentukan oleh usia dan produktivitasnya (Lavenia, 2022).

Benevolent ageism merupakan bentuk ageisme yang tampak positif atau penuh perhatian, tetapi sebenarnya tetap mengandung stereotip dan membatasi kelompok usia tertentu. Bentuk ini biasanya muncul melalui perlakuan yang terlalu protektif terhadap lansia, seperti menganggap mereka selalu membutuhkan bantuan, tidak mampu mengambil keputusan sendiri. Meskipun terlihat sebagai bentuk kepedulian, perlakuan tersebut dapat mengurangi otonomi dan kemandirian individu lansia (Muniarti, 2026).

Reverse ageism adalah bentuk diskriminasi usia yang ditujukan kepada kelompok usia muda. Dalam bentuk ini, individu muda sering dianggap kurang berpengalaman, tidak kompeten, emosional, atau belum mampu mengambil keputusan penting. Fenomena ini menunjukkan bahwa ageisme tidak hanya dialami oleh lansia, tetapi dapat memengaruhi seluruh kelompok usia melalui stereotip berbasis usia (Muniarti, 2026).

2.2.4 Steriotip

Stereotip merupakan penilaian atau pandangan umum yang disederhanakan terhadap seseorang atau kelompok tertentu berdasarkan karakteristik tertentu, seperti ras, suku, agama, gender, maupun usia. Stereotip biasanya muncul dalam bentuk generalisasi yang berlebihan sehingga tidak mampu menggambarkan keunikan dan karakter individu secara utuh. Dalam kehidupan sosial, stereotip sering digunakan sebagai cara cepat untuk menilai orang lain, namun penilaian tersebut kerap bersifat tidak akurat dan dapat memunculkan kesalahpahaman.

Stereotip memiliki hubungan yang erat dengan prasangka dan diskriminasi. Prasangka merupakan sikap atau emosi negatif terhadap suatu kelompok sebelum mengenal individu dalam kelompok tersebut secara lebih mendalam. Sementara itu, diskriminasi adalah perlakuan tidak adil yang diberikan kepada seseorang berdasarkan label kelompok tertentu, bukan berdasarkan kemampuan atau karakter

pribadinya. Dengan demikian, stereotip dapat menjadi dasar munculnya prasangka yang kemudian berkembang menjadi tindakan diskriminatif yang merendahkan. Steriotip juga dapat menimbulkan hambatan komunikasi sosial maupun antarbudaya. Adanya penilaian yang telah terbentuk sebelumnya dapat menyebabkan seseorang memandang kelompok lain secara keliru sehingga menghambat kerja sama, interaksi sosial, dan hubungan yang harmonis (Manurung, 2025).

Dalam konteks media, stereotip sering direpresentasikan melalui karakter, dialog, maupun visual tertentu yang memperkuat pandangan masyarakat terhadap kelompok tertentu. Oleh karena itu, stereotip menjadi salah satu konsep penting dalam kajian komunikasi karena berkaitan dengan pembentukan persepsi sosial di masyarakat. Representasi stereotip yang terus-menerus ditampilkan media dapat memengaruhi cara audiens memahami, menilai, dan memperlakukan kelompok sosial tertentu dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.5 Analisis Semiotika Roland Barthes

Dalam perkembangan kajian semiotika, terdapat sejumlah tokoh yang memberikan kontribusi penting terhadap pembentukan teori ini, di antaranya Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce. Saussure menjelaskan bahwa tanda tersusun atas dua unsur utama, yaitu *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Penanda merujuk pada bentuk yang dapat ditangkap oleh indra, seperti kata, simbol, atau gambar, sedangkan petanda merupakan konsep atau makna yang diasosiasikan dengan bentuk tersebut. Menurut Saussure, hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer karena tidak terbentuk secara alami, melainkan ditentukan oleh konvensi atau kesepakatan yang berlaku dalam masyarakat. Di sisi lain, Peirce mengembangkan model semiotika yang terdiri atas tiga unsur, yaitu representamen sebagai tanda, objek sebagai sesuatu yang dirujuk oleh tanda, dan interpretan sebagai makna atau pemahaman yang muncul dalam benak individu ketika menafsirkan tanda tersebut (Lantowa et al., 2017).

Dengan demikian, semiotika dapat dipahami sebagai ilmu yang mengkaji tanda dan proses pemaknaan yang berlangsung dalam kehidupan manusia. Dalam kajian semiotika, berbagai fenomena yang hadir dalam kehidupan sehari-hari dapat dipandang sebagai tanda yang mengandung makna dan dapat ditafsirkan oleh individu. Tanda terbentuk melalui keterkaitan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Penanda merujuk pada bentuk yang dapat ditangkap oleh indra, seperti kata, bunyi, gambar, maupun simbol, sedangkan petanda mengacu pada konsep atau makna yang direpresentasikan oleh bentuk tersebut. Interaksi antara penanda dan petanda inilah yang menjadi dasar terbentuknya makna dalam suatu tanda.

Dalam penelitian media, khususnya film, semiotika dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana tanda-tanda visual membentuk makna. Setiap tanda dalam film seperti bahasa tubuh dan ekspresi tokoh dapat dipahami sebagai tanda yang saling berinteraksi. Melalui analisis semiotika, peneliti dapat mengungkap makna tersembunyi, ideologi, serta representasi yang dibangun dalam sebuah teks media.

Perkembangan kajian semiotika selanjutnya dipengaruhi oleh pemikiran Roland Barthes yang menekankan pentingnya analisis makna denotasi dan konotasi dalam proses pemaknaan tanda. Denotasi mengacu pada makna yang bersifat langsung atau literal, sedangkan konotasi merujuk pada makna yang muncul melalui pengaruh budaya, nilai sosial, maupun ideologi yang berkembang dalam masyarakat. Melalui perspektif ini, tanda tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga dapat merepresentasikan nilai, keyakinan, dan ideologi tertentu yang melatarbelakangi pembentukannya. Analisis semiotika Roland Barthes menempatkan proses pemaknaan dalam hubungan yang erat antara teks, konteks budaya, dan pengalaman audiens. Pandangan ini dikenal sebagai konsep *order of signification*, yaitu tingkatan-tingkatan makna yang muncul dalam proses penafsiran suatu tanda (HALIM, 2021).

Roland Barthes mengembangkan semiotika struktural dengan menekankan bahwa suatu tanda tidak hanya menghasilkan makna yang bersifat langsung, tetapi juga memuat dimensi budaya dan ideologis. Menurut Barthes, proses pemaknaan berlangsung melalui beberapa tingkatan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos.

Melalui kerangka tersebut, semiotika Barthes banyak diterapkan dalam penelitian media dan film untuk mengungkap bagaimana pesan, nilai, serta ideologi dikonstruksikan melalui berbagai unsur, seperti gambar, dialog, simbol, dan bentuk representasi visual lainnya (Rohmah, 2025).

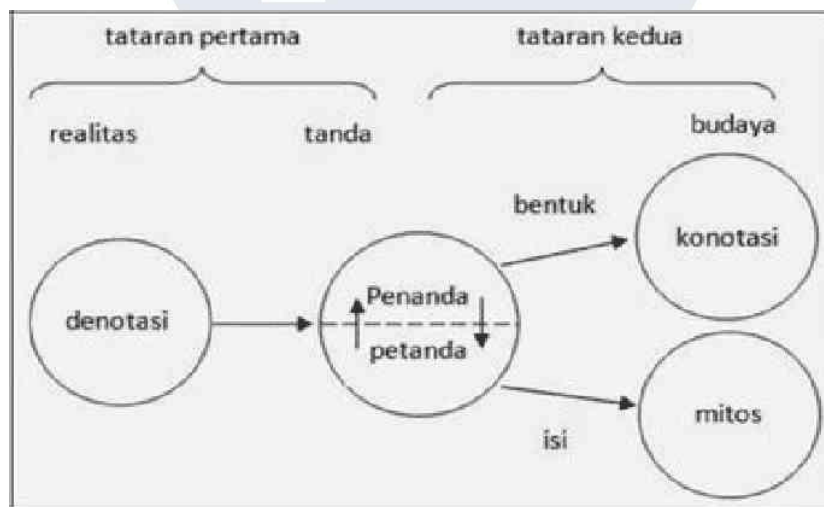
Denotasi merupakan tingkat makna pertama dalam semiotika Roland Barthes. Denotasi mengacu pada makna literal, objektif, dan langsung terlihat dari suatu tanda. Pada tahap ini, tanda dimaknai sesuai dengan apa yang tampak secara nyata tanpa dipengaruhi oleh nilai budaya maupun interpretasi pribadi. Makna denotasi cenderung bersifat umum sehingga dapat dipahami oleh banyak orang secara langsung. Sebagai contoh, gambar seorang petani yang sedang membajak sawah secara denotasi hanya menunjukkan aktivitas seseorang yang bekerja di sawah menggunakan alat pertanian. Makna tersebut hanya berfokus pada apa yang terlihat dalam gambar tanpa memberikan penafsiran lebih lanjut. Dalam penelitian media, analisis denotasi digunakan untuk mengidentifikasi unsur-unsur visual maupun verbal yang muncul secara eksplisit dalam sebuah teks media (Rohmah, 2025).

Konotasi merupakan tingkat makna kedua yang muncul setelah makna denotasi. Konotasi berkaitan dengan makna yang dipengaruhi oleh pengalaman, emosi, nilai sosial, dan budaya masyarakat. Pada tahap ini, tanda tidak lagi dipahami secara literal, melainkan mengandung pesan tertentu yang lebih mendalam. Roland Barthes menjelaskan bahwa makna konotasi dapat berbeda-beda tergantung pada latar belakang budaya dan pengalaman individu. Dalam media dan film, makna konotasi sering dibangun melalui penggunaan warna, pencahayaan, ekspresi tokoh, kostum, sudut pengambilan gambar, maupun dialog tertentu. Oleh karena itu, analisis konotasi digunakan untuk mengungkap pesan tersembunyi yang ingin disampaikan oleh pembuat media kepada audiens.

Selain denotasi dan konotasi, Roland Barthes juga memperkenalkan konsep mitos. Mitos merupakan sistem pemaknaan tingkat lanjut yang terbentuk dari makna konotasi dan berkembang menjadi sesuatu yang dianggap wajar atau alami dalam masyarakat. Barthes memandang mitos sebagai cara budaya dominan mempertahankan ideologi tertentu melalui tanda-tanda yang terus diulang dalam

media. Mitos bekerja dengan menyembunyikan konstruksi sosial sehingga suatu pandangan tampak normal dan diterima begitu saja oleh masyarakat. Sebagai contoh, iklan sabun yang menampilkan kulit putih sebagai simbol kecantikan secara tidak langsung membangun mitos bahwa standar kecantikan ideal identik dengan kulit putih. Padahal, pandangan tersebut merupakan hasil konstruksi budaya yang mengandung kepentingan ideologis tertentu (Rohmah, 2025).

Dalam kajian media, konsep mitos digunakan untuk memahami bagaimana media membentuk dan menanamkan cara pandang tertentu terhadap realitas sosial. Melalui analisis mitos, semiotika Roland Barthes dapat mengungkap bahwa media tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam mereproduksi serta melegitimasi nilai, ideologi, dan relasi kekuasaan yang berkembang dalam masyarakat. Dengan demikian, pesan-pesan yang disampaikan media dapat memengaruhi cara individu memahami dan memaknai berbagai fenomena sosial.



Gambar 2.2 Denotasi, Konotasi, dan Mitos
Sumber: (Diksi Pilihan Kata, 2026))

Berdasarkan konsep semiotika Roland Barthes, proses analisis dilakukan melalui tiga tingkatan pemaknaan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merupakan tingkat makna pertama yang merujuk pada makna langsung atau makna yang tampak secara harfiah dari suatu tanda. Selanjutnya, makna denotasi dapat berkembang menjadi konotasi, yaitu tingkat makna yang dipengaruhi oleh latar budaya, pengalaman, serta nilai-nilai sosial yang dimiliki oleh individu maupun

kelompok masyarakat. Pada tingkat berikutnya, konotasi dapat membentuk mitos, yaitu sistem pemaknaan yang merepresentasikan ideologi atau konstruksi sosial tertentu yang dianggap wajar dan diterima dalam kehidupan masyarakat. Menurut Barthes, mitos terbentuk dari pemaknaan terhadap tanda yang telah ada sebelumnya sehingga menghasilkan makna yang lebih luas dan bersifat ideologis. Oleh karena itu, analisis semiotika Roland Barthes digunakan untuk mengungkap tidak hanya makna literal yang tampak dalam suatu teks atau media, tetapi juga makna sosial, budaya, dan ideologis yang tersembunyi di balik representasi yang ditampilkan (Puspitalia et al., 2026).

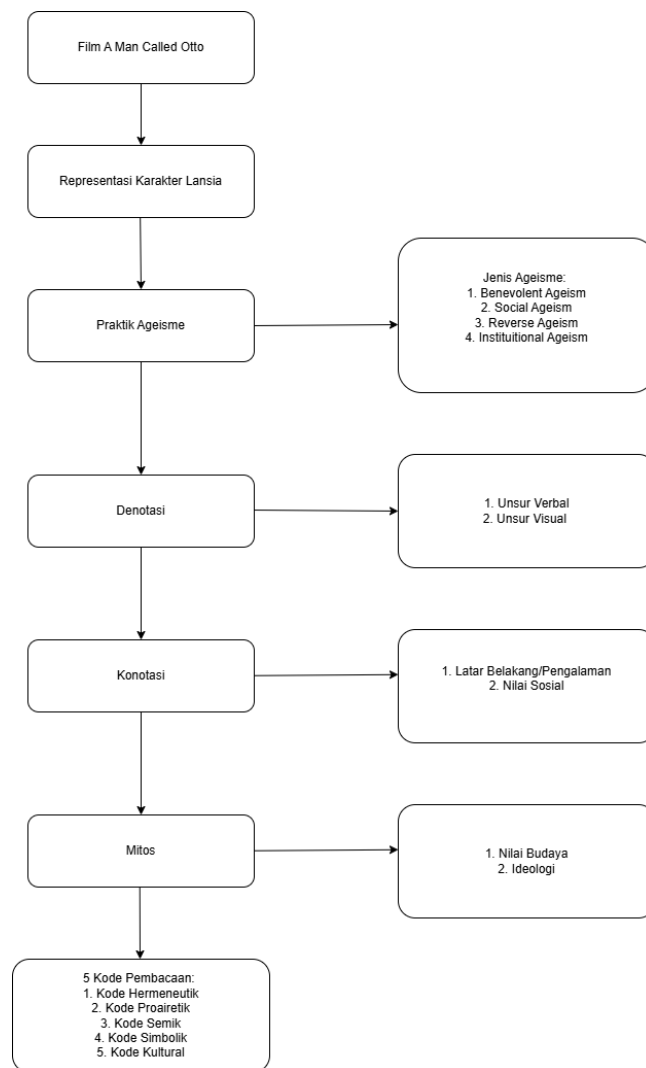
Roland Barthes juga mengembangkan konsep lima kode pembacaan untuk menjelaskan bagaimana makna dalam sebuah teks dibangun dan dipahami oleh pembaca. Menurut Barthes, teks tidak memiliki satu makna yang bersifat tetap, melainkan menghasilkan berbagai kemungkinan makna melalui kode-kode tertentu. (Barthes, 1974) Kelima kode tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kode Hermeneutik: Kode yang berkaitan dengan teka-teki, pertanyaan, atau unsur misteri dalam narasi yang mendorong pembaca untuk mencari jawaban.
2. Kode Proairetik Kode yang berkaitan dengan tindakan atau rangkaian peristiwa yang membangun alur cerita.
3. Kode Semik: Kode yang berhubungan dengan makna konotatif yang melekat pada tokoh, objek, atau peristiwa tertentu.
4. Kode Simbolik: Kode yang menunjukkan adanya pertentangan atau oposisi makna.
5. Kode Kultural: Kode yang berkaitan dengan pengetahuan, nilai, norma, dan budaya yang hidup dalam masyarakat.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana representasi ageisme dikonstruksikan dan dimaknai dalam film *A Man Called Otto* melalui pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Melalui kerangka ini, peneliti berupaya mengidentifikasi serta menginterpretasikan berbagai tanda yang

muncul dalam film untuk mengungkap makna denotasi, konotasi, dan mitos yang membentuk representasi ageisme. Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran
Sumber: (Olahan Data Peneliti, 2026)