

## Representasi Kekuatan Media Massa dalam Film “Don’t Look Up” Karya Adam McKay

Aurelio Edward Johannes Siahaan<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang  
[aureliosiahaan776@gmail.com](mailto:aureliosiahaan776@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna yang terkandung dibalik beberapa adegan yang terdapat dalam film yang digunakan sebagai cara untuk menguak representasi kekuatan media massa pada film “Don’t Look Up”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes yang berfokus menganalisis lima scene melalui makna denotasi, makna konotasi dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film “Don’t Look Up” menggambarkan dengan jelas bagaimana media massa memiliki kekuasaan yang besar dalam membentuk opini publik, mengelola narasi, dan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap berbagai isu. Adegan-adegan dalam film ini menyoroti hierarki, kontrol, dan keahlian dalam penyampaian informasi sebagai elemen kunci dalam media massa. Film ini juga menunjukkan bahwa media massa bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga dapat memengaruhi emosi, perspektif individu, menciptakan ketegangan dan meredakan suasana. Selain itu, film ini menyoroti dampak media sosial dalam mempercepat penyebaran berita viral dan memengaruhi perilaku konsumtif penonton. Representasi popularitas artis dan fenomena kontroversial dalam kehidupan selebriti yang digambarkan dalam film ini menunjukkan bahwa drama pribadi memiliki daya tarik yang besar bagi masyarakat, yang seringkali lebih memilih berita kontroversial daripada berita yang memiliki urgensi untuk kepentingan publik.

**Kata Kunci:** Representasi, Media Massa, Film, Semiotika Roland Barthes

### ABSTRACT

*This study aims to find out the meaning behind several scenes in the film that are used to reveal the representation of the power of mass media in the film “Don’t Look Up”. This study uses a qualitative method with a Roland Barthes semiotic approach that focuses on analyzing five scenes through denotative meaning, connotative meaning, and myth. The study results show that the film “Don’t Look Up” clearly illustrates how the mass media has great power in shaping public opinion, managing narratives, and influencing people’s views on various issues. The scenes in this film highlight hierarchy, control, and expertise in conveying information as key elements in the mass media. This film also shows that the mass media is not only a conveyor of information, but can also influence emotions, and individual perspectives, create tension, and ease the atmosphere. In addition, this film highlights the impact of social media in accelerating the spread of viral news and influencing the consumer behavior of the audience. The representation of the popularity of artists and controversial phenomena in the lives of celebrities depicted in this film shows that personal drama has great appeal to the public, who often prefer controversial news to news that is urgent for the public interest.*

**Keywords:** Representation, Mass Media, Film, Roland Barthes’ Semiotics

## PENDAHULUAN

Media massa, juga disebut sebagai media arus utama, merupakan pilar penting dalam masyarakat modern. Fungsi utamanya adalah menyampaikan informasi dan membentuk opini, yang memengaruhi pandangan kita tentang dunia. Media massa menyediakan informasi, berita, hiburan, dan analisis kepada masyarakat luas, berperan sebagai jembatan antara dunia dan masyarakat dengan membawa peristiwa global langsung ke rumah kita. Melalui media massa, kita dapat memahami dinamika politik, ekonomi, sosial, dan peristiwa lain yang memengaruhi kehidupan kita.

Media massa memiliki peran penting dalam mendidik masyarakat dan membentuk opini. Mereka memberikan platform bagi ahli, penulis, dan ilmuwan untuk menyampaikan pengetahuan mereka kepada masyarakat luas. Melalui berbagai program televisi, artikel, dan dokumenter, kesadaran akan isu-isu seperti lingkungan, kesehatan, dan politik meningkat. Pengaruh media massa sangat besar dalam membentuk opini dan persepsi publik terhadap berbagai isu. Mereka dapat menjadi alat efektif untuk menyuarakan kepedulian dan memobilisasi masyarakat dalam menangani masalah sosial, ekonomi, dan politik (Morrisan, 2018).

Namun media massa seringkali mengarahkan perhatian masyarakat pada informasi tertentu, sesuai dengan teori *agenda setting* oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw. Mereka mempengaruhi apa yang kita lihat, apa yang dianggap penting, dan bahkan tokoh mana yang seharusnya kita dukung. Meskipun media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, masyarakat cenderung mengikutinya tanpa disadari (Vivian, 2011; Daryanto & Rahardjo, 2016). Hal ini menyebabkan informasi penting terkadang tidak diperoleh karena media massa memilih untuk menyajikan informasi lainnya. Media memiliki kekuatan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, serta tokoh siapa yang harus kita dukung (Romli, 2016).

Kekuatan media massa terhadap khalayak luas juga dapat digambarkan melalui sebuah film (Sobur, 2013). Film yang merupakan produk seni dari serangkaian gambar dan suara yang telah dibentuk sedemikian rupa, film memiliki daya tarik tersendiri bagi khalayak masyarakat. Film dengan segala keunggulannya dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan mulai dari seni, produk industri, dan sistem pembelajaran.

Film merupakan bentuk seni yang dapat diterima oleh masyarakat sebagai sumber wawasan dan hiburan. Pesan dalam film disampaikan kepada penonton melalui pengemasan yang menarik. Film memiliki kekuatan besar dalam aspek estetika, seperti dialog, alur cerita, musik, dan adegan, baik secara naratif maupun visual (Sobur, 2015). Cerita dalam film seringkali mencerminkan fenomena yang terjadi dalam masyarakat, sehingga film dapat dijadikan sebagai media pembelajaran (Nurudin, 2014; Najib, 2020)

Terdapat beberapa film yang mengangkat tema mengenai media massa maupun jurnalisme, seperti film "Truth" yang dirilis pada tahun 2015. Film ini menceritakan tentang kontroversi yang melibatkan wartawan jurnalis CBS

News, Mary Mapes (diperankan oleh Cate Blanchett), dan pembawa berita terkenal Dan Rather (diperankan oleh Robert Redford). Mereka berkolaborasi dalam menyelidiki riwayat militer Presiden Amerika Serikat, George W. Bush, saat berdinas di Garda Nasional Texas. Film ini menyoroti kekuatan media massa melalui upaya wartawan CBS News dalam investigasi tersebut, yang memiliki potensi besar untuk memengaruhi opini publik dan kebijakan politik. Pembentukan agenda juga terjadi, di mana laporan investigatif mengenai riwayat militer Bush mendominasi pemberitaan dan percakapan masyarakat. Hal ini berdampak pada reputasi presiden dan hasil pemilihan. Pemberitaan CBS News memicu reaksi besar dari masyarakat, menciptakan dialog intens dan seringkali kontroversial.

Penggambaran kekuatan media massa tidak hanya nampak pada film "Truth" melainkan juga terjadi pada film "Don't Look Up". Film "Don't Look Up" disutradarai oleh Adam McKay dan dirilis pada tahun 2021, merupakan komedi satir yang menggambarkan dua ilmuwan yang mencoba memperingatkan dunia tentang ancaman meteor yang akan menghancurkan Bumi, tetapi pesan mereka diabaikan oleh masyarakat dan media massa. Film ini dibintangi oleh Leonardo DiCaprio, Jennifer Lawrence, dan Ariana Grande. Meskipun film ini juga menggambarkan kekuatan media massa seperti dalam film "Truth", ada perbedaan yang signifikan dalam plot cerita. "Truth" lebih berfokus pada kontroversi jurnalistik tentang riwayat militer Presiden George W. Bush, sementara "Don't Look Up" mengangkat isu perubahan iklim dan ketidakpedulian masyarakat, pemerintah, dan media massa terhadap ancaman besar tersebut. "Don't Look Up" memberikan kritik terhadap respons media dan masyarakat terhadap isu-isu global, menggambarkan media massa sebagai entitas yang dapat memanipulasi naratif dan mengalihkan perhatian masyarakat dari isu-isu penting atau kritis.

Film "Don't Look Up" telah ditayangkan di platform *Netflix* yang dapat menjangkau segmen sosial sehingga memiliki potensi untuk mempengaruhi atau membentuk suatu pandangan khalayak dengan muatan pesan yang terkandung di dalamnya. Selain itu, banyak ulasan menganggap film "Don't Look Up" sangat relevan dengan apa yang terjadi di kehidupan sehari-hari. Dimana pemangku-pemangku kepentingan baik itu pejabat pemerintah maupun perusahaan media massa, memanfaatkan sebuah fenomena genting demi kepentingan pribadi.

Setelah 2 minggu tayang di *Netflix*, film "Don't Look Up" meraih penonton lebih dari 152 juta kali antara tanggal 27 Desember 2021 hingga 2 Januari 2022. Seperti dikutip dari [insertlive.com](https://www.insertlive.com) keberhasilan film ini dalam memecahkan rekor, menempatkan film "Don't Look Up" berada di puncak papan peringkat film berbahasa Inggris yang ditonton secara global.

Selain itu, pada pegelaran *Academy Awards* Amerika Serikat tahun 2022, film ini memborong 4 nominasi *Oscar* sekaligus, antara lain, *Best Motion Picture of the Year*, *Best Achievement in Film Editing*, *Best Achievement in Music Written for Motion Pictures (Original Score)*, serta, *Best Original Screenplay*. Meskipun memborong 4 nominasi *Oscar* sekaligus, film ini mendapatkan skor tidak terlalu tinggi dari beberapa situs kritikus film. Seperti pada situs

rottentomatoes.com yang hanya memberikan skor 55/100 dan metacritic.com yang bahkan memberikan skor lebih rendah, yaitu 49/100. Walaupun mendapatkan skor yang cukup rendah dari beberapa kritikus film, film ini masih mendapatkan skor yang cukup tinggi dari para penonton. Seperti pada situs rottentomatoes.com penonton memberikan skor 78/100, imdb.com 7,2/10, serta metacritic.com 6,6/100. Selain itu masih ada beberapa kritikus film yang memberikan respon positif pada film ini, yang merupakan menjadi salah satu alasan mengapa film ini layak untuk diteliti. Dari penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil permasalahan “Bagaimana Representasi Kekuatan Media Massa Digambarkan Dalam Film *Don't Look Up*”. Peneliti akan menganalisis bagaimana kekuatan media massa terepresentasikan dalam beberapa adegan pada film “*Don't Look Up*” karya Adam McKay menggunakan Teori Semiotika Roland Barthes.

### **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian dengan paradigma representasi untuk memahami fenomena sosial (Sugiyono, 2017), yang berfokus pada kekuatan media massa yang terdapat pada film “*Don't Look Up*”. Analisis yang digunakan untuk menganalisis makna dari tanda-tanda kekuatan media massa pada film “*Don't Look Up*” ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Berdasarkan proses pemaknaan menurut Roland Barthes yang melalui dua tahap yaitu, denotasi, konotasi dan mitos. Selanjutnya denotasi dan konotasi dianalisis kembali untuk menunjukkan mitos yang terkandung dalam film (Sudibyo, 2001). Selain itu, peneliti hanya menganalisis film berdasarkan referensi buku dan teori yang sudah dipilih oleh peneliti. Untuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa cara seperti observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Selain itu pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber data yang menggali kebenaran data atau informasi melalui sumber yang berbeda (Arikunto, 2011) dan yang terakhir adalah triangulasi teori yang dimana hasil akhir penelitian kualitatif dapat berupa rumusan informasi (Widoyoko, 2014; Patton, 2006)). Analisis data dalam film “*Don't Look Up*” yang menjadi objek penelitian ini dilakukan dengan mengartikan tanda-tanda atau kode-kode yang muncul dan terkandung dalam film yang tidak nampak dari luar (Nawiroh, 2014). Tanda-tanda dalam film ini merepresentasikan tentang kekuatan media massa

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam beberapa scene atau adegan yang ditunjukkan di dalam film “*Don't Look Up*”, terdapat representasi kekuatan media berdasarkan pada unsur signifikasi Roland Barthes melalui analisis denotasi, konotasi, serta mitos yang terjadi.

**Scene pertama**, merupakan adegan dimana Kate Dibiasky dan Dr. Randall Mindy sedang berada disebuah rapat dengan beberapa petinggi surat

kabar *The New York Herald*. Mereka mengadakan rapat tersebut sebelum memberitakan penemuan adanya asteroid kepada publik melalui acara media. Representasi kekuasaan media massa terlihat pada adegan pertama, ketika Adul Grelilo, sebagai petinggi surat kabar *The New York Herald*, memberikan representasi kekuasaan dan otoritas dalam menilai kredibilitas data. Tindakannya menunjukkan bahwa kebenaran harus disahkan oleh pihak yang memiliki posisi yang tinggi, menciptakan representasi hierarki dan kontrol atas informasi. Permintaan Benjamin untuk pelatihan media menimbulkan representasi bahwa penyampaian informasi adalah aspek penting dalam mengelola narasi. Ini dapat menunjukkan perlunya kontrol terhadap cara informasi disajikan kepada publik. Selain itu, hanya pihak tertentu yang dapat memutuskan apa yang benar atau salah, mengukuhkan ide hierarki dalam pembentukan makna. Penyampaian informasi memiliki peran kunci dalam mengelola narasi. Ide ini menekankan bahwa kontrol atas penyampaian informasi adalah kunci untuk membentuk persepsi publik, dan bahwa keahlian dalam media menjadi sesuatu yang esensial.

**Scene kedua**, selanjutnya menampilkan sebuah adegan dimana sebuah presenter sebuah acara *The Daily Rip* menyampaikan sebuah berita yang cukup kontroversial. Dalam berita tersebut disampaikan bahwa calon mahkamah agung yang diusung oleh presiden Orlean, Sherif Conlon, diberitakan bahwa pernah muncul di acara porno untuk acara TV kabel. *Scene* ini menunjukkan bahwa acara berita di televisi merepresentasikan dapat memiliki arti kewenangan dan keberlanjutan. Ini menunjukkan bahwa berita tersebut dianggap sebagai sumber informasi yang signifikan dan memiliki dampak yang luas karena disaksikan oleh banyak penonton. Acara berita di televisi menciptakan kerangka interpretasi. Ini mencirikan media massa sebagai penyampai informasi yang bisa memengaruhi persepsi publik. Apa yang ditampilkan pada televisi mampu menciptakan berbagai reaksi publik. Ini tergambarkan pada reaksi anak Dr. Randall dan Dr. Oglethorpe. Menandakan bahwa penolakan terhadap sensasionalisme media adalah sikap yang kritis dan benar. Hal ini menekankan bahwa pandangan kritis terhadap penyampaian media adalah sikap yang harus dilakukan. Meskipun berita kontroversial dapat dianggap sebagai hiburan dan tidak selalu harus dipandang serius. Ini menciptakan perspektif yang lebih santai terhadap kontroversi.

Pada **scene ketiga**, selanjutnya, menampilkan sebuah adegan dimana acara *The Daily Rip*, memiliki dua segmen dengan tema yang berbeda. Segmen pertama merupakan wawancara artis terkenal Riley Bina yang tengah mengalami masalah hubungan asmara dengan DJ Chello. Segmen selanjutnya merupakan wawancara terhadap Dr. Randall Mindy dan Kate Dibiasky mengenai ancaman asteroid yang hendak menghantam bumi. Namun pada akhir adegan, pemirsa *the daily rip* lebih menyukai segmen wawancara dengan Riley Bina. Acara berita *the daily rip* dapat merepresentasikan dunia hiburan dan media massa yang sering kali penuh dengan kejutan, drama, dan perubahan mendalam. Ponsel yang dipenuhi notifikasi merepresentasikan

respons publik yang cepat dan intens terhadap peristiwa viral, menyoroti kekuatan media massa dalam membentuk opini. Selain itu pengaruh media massa dan popularitas artis dapat secara langsung memengaruhi perilaku konsumtif penonton. Berita yang viral melalui media massa yang cepat menyebar dapat memengaruhi persepsi dan tindakan keluarga, menyoroti kekuatan media massa dalam membentuk pandangan masyarakat. Media tidak hanya memberikan informasi tetapi juga berpotensi memengaruhi emosi dan perspektif individu. Media dapat menciptakan situasi tegang dan memengaruhi persepsi terhadap individu tertentu. Ketidaksesuaian antara Kate dan host acara, menyoroti perbedaan persepsi mengenai situasi tersebut. Ini menciptakan narasi tentang bagaimana ketidaksesuaian dapat menjadi sumber ketegangan dalam lingkungan media. Meskipun ada ketegangan, media dapat menciptakan narasi yang berakhir dengan suasana yang lebih ringan. Ini mencerminkan bagaimana media tidak hanya menciptakan ketegangan tetapi juga dapat meredakan suasana

**Scene keempat**, merupakan dimana Kate & Dr.Randall sedang berada di kantor *The New York Herald* bersama para petinggi kantor. Mereka tengah membahas respon dari masyarakat setelah mereka tampil di acara *The Daily Rip*. Kate & Dr. Randall dibuat terkejut dan kecewa karena masyarakat lebih menyukai ketika segmen Riley Bina, dan tidak menganggap serius segmen Kate & Dr.Randall. Malahan, ekspresi yang ditunjukkan oleh Kate ketika sedang siaran langsung, banyak dijadikan meme oleh penonton. Peningkatan jumlah penonton di media sosial ketika Riley Bina menerima DJ Chello pada adegan keempat merepresentasikan popularitas dan dampak luas dari segmen tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa peristiwa drama pribadi seorang artis terkenal memiliki daya tarik yang besar di kalangan penonton. Reaksi langsung Kate yang segera menjadi meme menunjukkan aksi spontan dan ekspresifnya, merepresentasikan bahwa individu-individu yang tampil di media juga terlibat secara aktif dalam membentuk serta mempengaruhi tindakan maupun persepsi penonton. Selain itu juga terjadinya fenomena umum, yaitu kontroversi atau drama dalam kehidupan selebriti dapat menarik perhatian besar dari masyarakat. Hal ini mencerminkan nilai budaya di mana peristiwa dramatis lebih menarik perhatian daripada kejadian biasa. Masyarakat dibuat percaya bahwa peristiwa drama pribadi memiliki daya tarik yang besar dan dampak luas di kalangan penonton. Sehingga seringkali penonton lebih memilih dan menyukai berita yang kontroversial daripada berita yang seharusnya menjadi penting.

Pada *scene* ini menampilkan dimana Presiden Orlean terkena skandal dikarenakan ia mengirimkan foto alat kelaminnya kepada calon mahkamah agung usungannya. Berita tersebut menyebar cepat, dan banyak respon negatif dari masyarakat, sehingga citra Presiden Orlean menjadi buruk. Perbuatan Presiden Orlean mengirimkan foto alat kelaminnya merepresentasikan bahwa pembuat kebijakan seperti pemerintah, juga turut andil dalam mengalihkan perhatian publik dari isu-isu politik atau mencoba menciptakan dampak

emosional yang dapat memengaruhi opini publik. Kecepatan penyebaran berita melalui media massa menciptakan mitos era informasi yang cepat. Hal ini mencerminkan bagaimana informasi dalam masyarakat modern dapat dengan cepat merubah persepsi publik terhadap pemimpin dan menggoyahkan stabilitas moral.

Pada adegan **scene kelima**, atau adegan terakhir ini menampilkan Dr.Randall sedang diwawancarai oleh acara *The Daily Rip*. Dan bahkan Dr.Randall diundang untuk menjadi Bintang tamu disebuah acara TV anak-anak. Narasi Brie mengenai Dr.Randall sebagai sumber ketenangan dan keberanian ketika dalam ketakutan merepresentasikan bahwa pernyataan ini dapat diartikan sebagai upaya untuk memberikan interpretasi atau pengaruh kepada publik bahwa Dr.Randall memiliki pengaruh positif dan memberikan rasa aman kepada publik. Selain itu, Narasi Brie mengenai Dr. Randall sebagai sumber ketenangan dan keberanian ketika dalam ketakutan menjadi memiliki arti sebagai usaha untuk membangun citra seseorang yang tampil di televisi sebagai pemimpin yang mampu memberikan dukungan emosional dan mental pada publik. Seseorang juga bisa menjadi simbol kepercayaan dan kenyamanan. Dr. Randall di sini menjadi simbol perlindungan dan kebijaksanaan dalam pikiran publik.

Setelah mengetahui bagaimana representasi kekuatan media massa tergambar dalam beberapa adegan atau scene film “Don’t Look Up”, kita mendapat pengetahuan lebih jelas mengenai apa yang bisa dilakukan oleh sebuah media massa. Dengan begitu kita dapat mulai mempertimbangkan informasi yang sering kita jumpai di media massa maupun media online. Pola pikir juga akan dipengaruhi, dimana kita akan menjadi orang yang lebih kritis dan tidak mudah untuk dipengaruhi begitu saja.

Pada film “Don’t Look Up” ini juga ingin menyampaikan makna tersembunyi mengenai media massa. Dimana media massa memiliki kekuatan yang sangat besar dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap berbagai isu. Dengan cakupan yang luas dan kemampuan untuk menyampaikan informasi secara cepat, media massa menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan ide, nilai, dan pandangan tertentu. Selain itu, keberagaman format media, seperti tulisan, gambar, video, dan suara, memungkinkan pesan disampaikan berbagai cara, sehingga meningkatkan daya serap oleh berbagai lapisan masyarakat (Biagi, 2010). Namun, kekuatan media massa juga dapat menjadi pisau bermata dua. Ketidakseimbangan serta manipulasi informasi dapat merugikan, karena dapat membentuk persepsi yang tidak akurat atau bahkan menyesatkan (Piliang, 2018). Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk mengembangkan literasi media yang baik, agar dapat menilai informasi dengan kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh narasi yang tidak seimbang.

## KESIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian terhadap beberapa adegan-adegan dalam film *Don't Look Up* dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yaitu memaknai secara denotasi, konotasi, dan mitos, maka dapat disimpulkan bahwa film "*Don't Look Up*" merepresentasikan kekuatan pada sebuah media massa yang dihadirkan dalam audio dan visual melalui adegan-adegan, setting serta dialog. Film "*Don't Look Up*" menggambarkan dengan jelas bagaimana media massa memiliki kekuasaan yang besar dalam membentuk opini publik, mengelola narasi, dan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap berbagai isu. Adegan-adegan dalam film ini menyoroti hierarki, kontrol, dan keahlian dalam penyampaian informasi sebagai elemen kunci dalam pengaruh media massa. Film ini juga menunjukkan bahwa media massa bukan hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga dapat memengaruhi emosi dan perspektif individu, menciptakan ketegangan dan meredakan suasana. Selain itu, film ini menyoroti dampak media sosial dalam mempercepat penyebaran berita viral dan memengaruhi perilaku konsumtif penonton. Representasi popularitas artis dan fenomena kontroversial dalam kehidupan selebriti menunjukkan bahwa drama pribadi memiliki daya tarik yang besar bagi masyarakat, yang seringkali lebih memilih berita kontroversial daripada berita yang seharusnya lebih penting.

Melalui hasil penelitian ini, penulis ingin mengajak masyarakat untuk mengkritisi informasi yang ditampilkan melalui media massa maupun media online yang merupakan bagian dari kehidupan masyarakat. Apa yang ditampilkan oleh media, merupakan hasil dari berbagai campur tangan seseorang di belakang media, seperti pemilik media, produser, editor, dan bahkan pemangku kebijakan seperti pemerintah (Ardianto, et al, 2014). Informasi yang ditampilkan oleh media juga dapat menjadi pisau bermata dua. Ketidakseimbangan serta manipulasi informasi dapat merugikan, karena dapat membentuk persepsi yang tidak akurat atau bahkan menyesatkan. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk mengembangkan literasi media yang baik, agar dapat menilai informasi dengan kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh narasi yang tidak seimbang. Untuk penelitian selanjutnya, dapat difokuskan pada menilai sejauh mana representasi kekuatan media massa dalam film memengaruhi opini publik. Hal ini dapat melibatkan survei lanjutan setelah penonton menonton film, untuk mengukur perubahan sikap atau pemahaman mereka terhadap isu-isu tertentu

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E, Komala, L, Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosma Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Biagi, S. (2010). *Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Daryanto & Rahardjo, M. (2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Morrison. (2018). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.



- Najiib, W. (2020). *Pesan Dakwah Lirik Lagu Bocah Ngapa Yak Grup Band Wali*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo
- Nawiroh, V. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Graha Indonesia.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Patton, M. Q. (2006). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Piliang, Y. A. (2018). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya..
- Sudibyo, A. (2001). *Tinjauan Teoretis Analisis Framing*. Pantau. No. 10.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Vivian, J. (2015). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana
- Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.