

## Analisis semiotika Roland Barthes terhadap representasi *emerging adulthood* dalam film *Barbie* (2023)

Dayra Afraa Zahira Odyn<sup>1</sup>, Kismiyati El Karimah<sup>2</sup>, Frila Nurfadila<sup>3</sup>

<sup>1, 2, 3</sup>Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia

### ABSTRAK

**Latar Belakang:** Film *Barbie* (2023) adalah film adaptasi dari boneka mainan anak terlaris sepanjang masa asal Amerika Serikat. Film yang diproduksi Warner Bros. Pictures dan disutradarai oleh Greta Gerwig ini menceritakan perjalanan hidup Barbie bersama Ken yang berfokus pada penyelesaian masalah hidup Barbie, tetapi dalam prosesnya kedua tokoh tersebut mempelajari banyak hal dan mengalami perkembangan diri. Meskipun film ini merupakan adaptasi dari boneka mainan anak-anak, audiens dari film ini berusia remaja ke atas karena banyak pesan-pesan terkait isu sosial seperti feminisme, tuntutan masyarakat, dan krisis eksistensi. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggambaran *emerging adulthood* yang didalamnya terdapat pemahaman diri sendiri sebagai bagian dari *self* atau konsep yang penting dalam manajemen komunikasi orang dewasa. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis Semiotika Roland Barthes yang bertujuan untuk mengetahui pemaknaan tanda dalam adegan-adegan yang ada dalam film *Barbie* (2023). **Hasil:** Hasil analisis menunjukkan makna denotasi, konotasi, dan mitos yang ada dalam film melalui beberapa pilihan adegan. Penelitian menunjukkan tanda-tanda visual dan audio pada film yang terlihat pada tokoh film, terutama *Stereotypical Barbie* dan *Beach Ken* memunculkan makna denotasi, konotasi, dan mitos yang menggambarkan *emerging adulthood* sebagai (1) masa eksplorasi identitas diri; (2) masa yang penuh harapan serta rasa optimis; (3) terus mengalami ketidakstabilan; (4) belum bisa berkomitmen terhadap pilihan hidup; dan (5) proses menjadi *self-sufficient* dengan masih bergantung pada orang lain, terutama orang tua.

**Kata-kata kunci:** *Emerging adulthood*; semiotika; Roland Barthes; representasi; *Barbie*

## Roland Barthes' semiotic analysis of emerging adulthood representation in *Barbie* (2023) movie

### ABSTRACT

**Background:** The *Barbie* (2023) movie is an adaptation of the all-time best-selling toy from the United States. Produced by Warner Bros. Pictures and directed by Greta Gerwig, this film tells the life journey of Barbie along with Ken, focusing on solving Barbie's life problems. However, in the process, both characters learn many things and experience personal development. Despite being an adaptation of a toy, the audience for this film is teenagers and above due to its many messages related to social issues such as feminism, societal demands, and existential crises. **Purpose:** This research aims to understand how the depiction of emerging adulthood incorporates self-understanding as a crucial part of the self or concept in adult communication management. **Methods:** This study employs a qualitative method with Roland Barthes' Semiotic analysis aimed at understanding the meaning of signs in scenes present in the *Barbie* (2023) movie. **Results:** The analysis results show the denotation, connotation, and myths present in the film through selected scenes. The study indicates visual and audio signs in the film evident in the characters, particularly *Stereotypical Barbie* and *Beach Ken*, evoke meanings of denotation, connotation, and myths that depict emerging adulthood as (1) a phase of identity exploration; (2) a phase full of possibilities and optimism; (3) continuous instability; (4) an inability to commit to life choices; and (5) the process of becoming self-sufficient while still relying on others, specifically parents.

**Keywords:** *Emerging adulthood*; semiotic; Roland Barthes; representation; *Barbie*

#### Untuk mengutip artikel ini:

Odyn, D.A.Z., Karimah, K.E., & Nurfadila, F. (2024). Analisis semiotika Roland Barthes terhadap representasi *emerging adulthood* dalam film *Barbie* (2023). *Comdent: Communication Student Journal*. 1(2), 421-435. <https://doi.org/10.24198/comdent.v1i2.53202>

**Korespondensi:** Dayra Afraa Zahira Odyn. Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363. Email: dayra20001@mail.unpad.ac.id

ISSN: 2986-8297 (Online). Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/comdent>

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>). Copyright © 2024 The Author(s).

## PENDAHULUAN

Eksplorasi identitas umum terjadi pada *emerging adult*, yaitu individu dari remaja akhir hingga dewasa awal. Survei menunjukkan kecenderungan mereka untuk sering berganti pekerjaan (ResumeLab, 2023) dan tidak menetap pada satu posisi (Dimock, 2019), serta enggan berkomitmen dalam hubungan personal seperti menikah (Badan Pusat Statistik, 2022). Hal ini mencerminkan kesulitan mereka dalam menentukan pilihan yang paling cocok dan berkomitmen seperti dalam pendidikan, pekerjaan, dan hubungan personal (Pranaya, 2014). Menurut Arnett, ini adalah masa eksplorasi sebelum benar-benar memasuki dewasa yang lebih bertanggung jawab dan berkomitmen (Arnett, 2015).

Baru-baru ini terdapat film *Box Office* yang juga mengangkat tema eksplorasi identitas seperti fenomena di atas, yaitu *Barbie* (2023). *Barbie* (2023) merupakan film adaptasi dari boneka Barbie yang menceritakan perjalanan Margot Robbie sebagai *Stereotypical Barbie* di *Barbie Land* (imajinasi) dan *Real World* (dunia nyata). Greta Gerwig dan Margot Robbie sebagai sutradara film ini, secara tersirat berusaha menyampaikan tema kompleksitas perempuan, identitas, makna hidup, dan krisis eksistensi, dan tuntutan (Ryan, 2023) selain pesan utama mengenai isu sosial seperti pemberdayaan perempuan, peran gender, dan feminisme (Dockterman & Lang, 2023). Barbie merupakan ikon yang memiliki misi untuk menginspirasi perempuan untuk menjadi apapun yang mereka inginkan ketika dewasa. Karena itu, Gerwig merasa perlu ada yang menggambarkan proses perempuan menjadi wanita dewasa yang memperlihatkan eksplorasi diri dan krisis yang terjadi selama prosesnya (wbur, 2023) (Li, 2023).

Penggambaran yang dilakukan dalam film ini dapat menjadi alat propaganda, kampanye, dan pencipta budaya di masyarakat (Vaiz et al., 2021). Film merupakan hasil refleksi realitas di kehidupan sosial masyarakat dan sebaliknya, film dapat memengaruhi berbagai fenomena di masyarakat. Dengan demikian, kekuatan film dalam menyebarkan pesan dapat berdampak pada sikap dan penciptaan makna penontonnya mengenai *emerging adulthood*. Meskipun sebelumnya sudah terdapat film-film yang membahas eksplorasi identitas secara langsung, seperti *The Secret Life of Walter Mitty* (2013) dan *Moonlight* (2016), film *Barbie* (2023) memiliki kekuatan dalam penyebaran pesannya. *Barbie* (2023) menjadi film *box office* karya sutradara perempuan terlaris yang dirilis tahun 2023 dan telah menghasilkan \$1,38 miliar secara global (Youngs, 2023). *Barbie* (2023) juga menjadi tren di berbagai media sosial secara global. Keuntungan film ini lebih besar daripada film dengan tema serupa sehingga menandakan keberhasilan film sebagai kampanye untuk menyampaikan pesan tertentu dan untuk merepresentasikan setiap karakter kepada penontonnya. Fokus pada kehidupan manusia yang dikemas melalui konsep boneka juga memberikan keunikan tersendiri pada film ini (Litbug, 2023).

Sejak awal penciptaannya pada tahun 1959 oleh Ruth Handler, boneka Barbie telah menjadi mainan terlaris dan dianggap sebagai ikon kultural pop. Boneka Barbie mempengaruhi banyak hal di Amerika Serikat dan seluruh dunia seperti sosialisasi untuk anak, feminisme, peran perempuan, citra tubuh, tuntutan masyarakat, dan lain-lain (Uncu, 2019). Namun, Berbeda dengan bonekanya yang menargetkan anak-anak, penonton dari filmnya dimulai dari usia 13 tahun ke atas (Lerman, 2023). Melalui pesan-pesan dalam film, Barbie ditunjukkan memiliki berbagai jenis pekerjaan dengan maksud untuk menciptakan harapan dan mimpi anak perempuan mengenai pilihan hidup mereka di masa depan. Orang-orang yang bermain boneka Barbie dan ikut bermimpi juga turut bertumbuh menjadi dewasa dan menonton film *Barbie*. Film ini menyampaikan pesan kepada mereka mengenai eksplorasi pilihan diri yang terjadi pada masa *emerging adulthood*, yaitu masa penting dalam perkembangan manusia (*human development*). Proses perkembangan yang tergambar dalam film ini paling banyak terlihat pada transisi remaja (*adolescence*) ke dewasa (*adulthood*) atau disebut juga sebagai *emerging adulthood* (Santrock, 2014).

*Emerging adulthood* merupakan masa ketika terjadi berbagai perubahan dan perkembangan signifikan dalam hidup kemudian berakhir saat pekerjaan, pendidikan, dan hubungan personal menjadi lebih stabil. Karakteristik dari *emerging adulthood* meliputi eksplorasi identitas, ketidakstabilan, fokus pada diri sendiri, perasaan di tengah-tengah/ambigu, harapan dan keoptimisan (Arnett, 2015). Ciri seperti eksplorasi diri ini merupakan kebutuhan manusia (Sugimura et al., 2022) yang jika tidak dipenuhi dapat mengarah pada ketidakpercayaan diri serta perasaan lemah dan tidak berdaya (McLeod, 2017).

Masa transisi ini merupakan bagian dari pemahaman atau manajemen diri. Sesuai dengan The Adult Management Communication Model yang terdiri dari *self*, *interpersonal*, *system*, dan *competence*. *Emerging adulthood* ini merupakan bagian dari *self* sehingga menjadi inti dalam manajemen komunikasi. Memahami *self* atau diri sendiri termasuk memahami identitas diri, peran di masyarakat, dan makna hidup merupakan cara seseorang memahami diri sebelum menerapkannya pada orang lain dan merupakan bagian dari penerapan manajemen komunikasi secara efektif (Kaye, 2010).

Untuk mengetahui penggambaran *emerging adulthood*, pesan-pesan dalam film ini dianalisis menggunakan Semiotika Roland Barthes yang mengembangkan semiotika menjadi studi komunikasi visual. Analisis dilakukan berdasarkan makna denotasi, konotasi, dan mitos yang dihasilkan pada adegan-adegan yang terpilih melalui *two orders of signification*. Analisis semiotika dilakukan untuk mengetahui makna-makna tersembunyi pada pesan.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, fokus penelitian ini adalah ingin mengetahui “Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Representasi *Emerging adulthood* dalam Film *Barbie* (2023)”

dengan pertanyaan penelitian (1) Bagaimana makna denotasi terkait *emerging adulthood* dalam film Barbie (2023)?”, (2) “Bagaimana makna konotasi terkait *emerging adulthood* dalam film Barbie (2023)?”, (3) “Bagaimana mitos terkait *emerging adulthood* dalam film Barbie (2023)?”, (4) “Bagaimana representasi *emerging adulthood* dalam film Barbie (2023)?”.

## KAJIAN PUSTAKA

### Penelitian terdahulu

Pada beberapa penelitian sebelumnya seperti “Representasi Pencarian Makna Diri pada Film Soul 2020” oleh Purnama Sari et al., “Representasi Konsep Diri Remaja Pada Film Lady Bird” oleh Anugrah & Suwanto, dan “Representasi Perjuangan Hidup dalam Film “Anak Sasada” Sutradara Ponty Gea” oleh Manesah, cenderung membahas mengenai pencarian makna diri, konsep diri, dan perjuangan hidup seorang individu. Meskipun masa *emerging adulthood* penting dalam perkembangan manusia dan manajemen diri, masih belum banyak penelitian yang membahas mengenai ini dan proses yang terjadi di dalamnya. Masih jarang penelitian yang membahas mengenai *emerging adulthood* yang didalamnya terdapat proses eksplorasi identitas diri sebelum menentukan pilihan hidup. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut tentang eksplorasi identitas dalam masa *emerging adulthood*. Film seperti “Barbie” (2023) dapat menjadi sumber representasi penting bagi mereka yang mengalami krisis identitas.

### Semiotika Roland Barthes

Semiotika melibatkan tanda, penanda, dan pertanda (Griffin et al., 2019). Barthes menjelaskan dua tahap dalam proses pemaknaan, yaitu denotasi (makna literal) dan konotasi (makna yang terhubung dengan konteks tertentu), serta konsep mitos yang merefleksikan budaya atau kepercayaan masyarakat. Model pemaknaan ini dapat dilihat pada gambar 1 (Barthes, 1968).

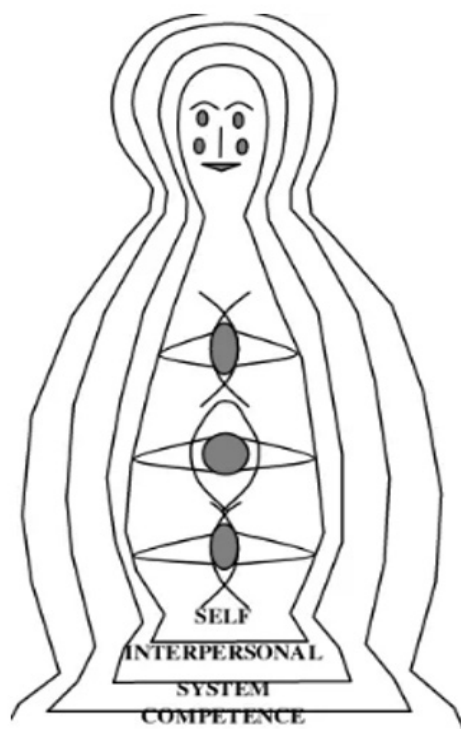
### Manajemen Komunikasi Michael Kaye

Salah satu model yang membahas mengenai manajemen komunikasi sebagai sebuah proses

1. <i>signifier</i>	2. <i>signified</i>	
3. <i>sign</i> I. SIGNIFIER		II. SIGNIFIED
III. SIGN		(langue)
		(myth)

Sumber: Kaye, 2010

**Gambar 1 Model Manajemen Komunikasi Orang Dewasa**



Sumber: Siti & Muhammad Rayhan Bustam, 2022

**Gambar 2 Model Semiotika Roland Barthes**

adalah *The Adult Management Communication Model*. Dalam model yg ditunjukkan gambar 2 ini, komunikasi diibaratkan sebagai boneka Rusia Matouschka yang terdiri dari empat lapisan, yaitu *self*, *interpersonal*, *systems*, dan *competence*. *Self* berkaitan dengan manajemen diri yang efektif, *interpersonal* adalah hubungan dengan orang lain, *systems* mencakup dinamika dalam organisasi, dan *competence* adalah kompetensi di setiap lapisan (Kaye, 2010).

### *Emerging adulthood*

Konsep *emerging adulthood* diperkenalkan oleh Jeffrey Arnett melalui bukunya *Emerging adulthood*. Rentang usianya berkisar antara 18-25 tahun, atau 18-29 tahun di beberapa negara maju. *Emerging adulthood* merupakan masa individu telah menyelesaikan sekolah dan masih mencari stabilitas dalam karier, emosi, hubungan, atau pendidikan. Karakteristiknya termasuk eksplorasi identitas, ketidakstabilan yang mengarah pada masalah internalisasi dan eksternalisasi, fokus pada diri sendiri, perasaan ambiguitas, serta harapan dan keoptimisan. Di Amerika Serikat, *emerging adulthood* sering ditandai oleh ketidakstabilan dan ketergantungan pada orang tua, dengan perpindahan tempat tinggal, pekerjaan, dan hubungan yang umum terjadi (Arnett, 2015).

### **Representasi**

Representasi adalah cara untuk menggambarkan atau melambangkan sesuatu melalui bahasa dan tanda-tanda visual. Dalam media film, representasi dapat mempengaruhi persepsi penonton, terutama dalam hal membentuk identitas dan perilaku *emerging adult* (Hall, 1997).

### **Film sebagai media massa**

Film dikatakan sebagai komunikasi massa karena saluran yang digunakannya dapat menyebarkan pesan atau makna sosial yang menjangkau komunika secara massal dan tersebar ke berbagai tempat (McQuail, 2020). Film sebagai salah satu media massa merupakan alat komunikasi yang terdiri dari gabungan konten audio dan visual yang direkam oleh kamera (Karakartal, 2021).

## METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini karena pencarian data dilakukan dengan cara-cara seperti yang disampaikan di atas. Data yang diambil juga berasal dari fenomena tertentu yang tergambar dari objek penelitiannya, yaitu film *Barbie* (2023). Penulis ingin mengetahui bagaimana penggambaran realitas sosial dan budaya pada film tersebut, terutama dalam hal proses perkembangan manusia, khususnya masa transisi *emerging adulthood*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika yang berkembang dari teori Semiotika. Metode semiotika ini mengarahkan penulis untuk dapat menganalisis permasalahan terkait makna (Littlejohn, Stephen W; Foss, 2009). Dengan metode ini dapat dilakukan identifikasi, analisis, dan pemahaman mengenai tanda, simbol, kode yang kemudian menjadi makna yang terkandung dalam film.

Pengambilan data dilakukan dengan observasi dan studi literatur berdasarkan subjek dan objek penelitian, yaitu film *Barbie* (2023) dengan adegan pilihan sebagai unit analisis. Penulis kemudian memilih beberapa adegan yang memang merepresentasikan *emerging adulthood* dalam film *Barbie* tersebut. Selain itu, dalam pengambilan data pada objek penelitian, penulis menggunakan observasi tak berstruktur, yaitu observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis dan lebih kepada pengamatan bebas (Sugiyono, 2017). Studi literatur dilakukan dengan mencari referensi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel, *script*, dan lain-lain.

Analisis data dilakukan dengan Semiotika Roland Barthes dilakukan dengan menggunakan *two orders of signification* atau dua tahap signifikasi/pemaknaan. Tahap pertama adalah pemaknaan denotasi yang terdiri dari penanda dan petanda. Selanjutnya dilakukan pemaknaan tahap kedua, berupa konotasi yang penandanya berasal dari hasil makna denotasi yang sudah tergabung dengan pemahaman budaya tertentu. Penulis menggunakan triangulasi sumber yang melakukan pencocokan data yang diperoleh sebelumnya melalui beberapa sumber. Teknik ini digunakan untuk menguji kebenaran dan validitas informasi terhadap data yang sebelumnya telah diperoleh. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan memvalidasi data yang diperoleh dari sumber yang berbeda-beda (Sugiyono, 2017). Karena itu, penelitian ini akan membandingkan data dari wawancara dengan seseorang yang ahli, hasil observasi, dan studi literatur yang sebelumnya



telah dilakukan oleh penulis. Wawancara untuk validasi keabsahan data ini dilakukan dengan informan ahli yang memahami topik *emerging adulthood* yang juga sudah menonton film *Barbie* (2023) sebagai objek penelitian, yaitu Adinda Fitria yang merupakan seorang Psikolog Klinis anak dan remaja di Pusat Inovasi dan Psikologi Universitas Padjadjaran.

Objek penelitian ini adalah film *Barbie* 2023 dengan fokus pada adegan-adegan yang terpilih pada pra-observasi yang didalamnya melibatkan tokoh utama film *Barbie*, yaitu Barbie Stereotipikal, Gloria, Weird Barbie, Ken, dan Ruth Handler. Film *Barbie* (2023) adalah adaptasi boneka Barbie yang menampilkan perjalanan Margot Robbie sebagai *Stereotypical Barbie* di Barbie Land dan Real World. Film ini mengangkat isu-isu sosial seperti pemberdayaan perempuan dan feminisme. Durasi film 1 jam 54 menit, ditujukan untuk usia 13 tahun ke atas. Cerita terdiri dari 84 adegan. Awalnya, Barbie Land digambarkan sebagai dunia ideal, namun kemudian Barbie memutuskan untuk menjelajahi Real World. Di sana, ia menemukan nilai-nilai yang membuatnya meragukan kehidupannya di Barbie Land. Setelah perjalanan, Barbie kembali ke Barbie Land dan memutuskan untuk menentukan pilihan hidupnya.

Dari 64 adegan yang ada di film *Barbie* akan dianalisis 3 adegan. Adegan pertama adalah mengenai *Stereotypical Barbie* yang mengunjungi rumah Weird Barbie untuk mencari jawaban tentang perubahan yang terjadi pada dirinya. Weird Barbie menjelaskan bahwa *Stereotypical Barbie* membuka portal ke dunia nyata karena hubungan emosionalnya dengan manusia yang memainkannya. *Stereotypical Barbie* tidak ingin pergi ke dunia nyata, tetapi menyadari bahwa dia harus memperbaiki masalah tersebut.

Adegan kedua menjelaskan tentang tindakan Beach Ken terhadap para Barbie, yang membuat mereka berubah. Beach Ken memasukkan nilai-nilai yang berbeda dengan Barbie Land sehingga Barbie menolak tindakan Beach Ken dan terlibat dalam debat. Perbedaan tersebut membuat Barbie kecewa dan mengalami guncangan mental.

Adegan ketiga menceritakan bagaimana Para Ken menemukan para Barbie telah kembali mengambil alih Dreamhouse. Beach Ken menyesal dan menangis atas perilaku buruknya. Dia berbicara dengan *Stereotypical Barbie* mengenai bagaimana ia bingung dengan identitas dirinya. Pada adegan ini terdapat dialog antara Beach Ken dan *Stereotypical Barbie* yang mengenai diri mereka dan pilihan hidup. *Stereotypical Barbie* membantu Beach Ken untuk memahami dirinya. Meskipun demikian, ia sendiri masih tidak yakin dengan pilihannya disamping para Barbie dan Ken yang sudah mengetahui tujuan hidup mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, penulis telah menentukan 6 adegan dari keseluruhan film karena terdapat

tanda-tanda yang menggambarkan *emerging adulthood*, yaitu karakteristik *emerging adulthood* secara umum dan di Amerika Serikat serta permasalahan yang dilalui oleh *emerging adulthood*. Adegan tersebut kemudian dilihat kembali melalui beberapa potongan *shot* tertentu yang memang benar-benar menggambarkan *emerging adulthood* sehingga dapat terlihat dengan jelas tanda-tanda yang muncul. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis melakukan analisis *two orders signification* pada setiap adegan, yaitu tahap pertama, tahap kedua, dan mitos. Hasil analisis tersebut dijabarkan sebagai berikut:

### **Analisis adegan pertama**

Makna konotasi dari adegan ini berkaitan dengan perubahan pada diri *Stereotypical Barbie* yang tidak disadari menggambarkan perubahan hidup dari remaja ke masa transisi *emerging adulthood* yang terjadi begitu saja. *Stereotypical Barbie* yang menolak perubahan dan keharusan membuat pilihan juga menggambarkan bagaimana *emerging adulthood* harus memilih dalam prosesnya menuju kedewasaan dan tidak bisa menghindari hal tersebut. Hal ini didukung oleh pernyataan informan ahli mengenai bagaimana menjadi dewasa bagi *emerging adult* dan mengeksplorasi diri bukanlah sebuah pilihan, tetapi keharusan. Meninggalkan Barbie Land juga menjadi gambaran bagi bagaimana sebagian besar *emerging adult* di negara Barat, terutama Amerika Serikat, akan meninggalkan rumahnya setelah memasuki usia *emerging adult*. Kecemasan (*anxiety*) dan perasaan tidak aman (*insecurity*) yang dialami juga menggambarkan ketidakstabilan dan masalah internalisasi pada *emerging adulthood*. Adegan ini menggambarkan tahap awal dari individu yang baru memasuki masa *emerging adulthood* sehingga belum memahami dirinya sendiri dan belum memiliki kompetensi individu untuk mencapai manajemen komunikasi yang efektif.




Mitos yang muncul dari adegan ini berkaitan dengan *slackers*, yaitu ketidakinginan *emerging adult* untuk menjadi dewasa dan membuat keputusan yang tidak bisa dihindari. Tahap *emerging adult* yang dipenuhi pilihan juga tergambar pada adegan. Mitos *emerging adulthood* terkait *suffering* juga dapat terlihat melalui bagaimana terdapat masalah internalisasi pada tokoh. Mitos ini berkaitan dengan paham eksistensialisme dimana manusia harus menentukan pilihan hidupnya yang akan mempengaruhi masa depan. Selain itu, masalah internalisasi juga berkaitan dengan kecemasan yang pasti terjadi pada saat pengambilan keputusan yang dipenuhi tanggung jawab oleh individu.

### **Analisis adegan kedua**

Makna konotasi dari adegan kedua ini terlihat dari Beach Ken yang sebelumnya melakukan eksplorasi dan menemukan ketertarikannya sehingga mempelajarinya lebih dalam, yaitu mengenai patriarki dan kuda. Ken yang awalnya hanya merupakan *counterpart* dari Barbie akhirnya memiliki kesadaran untuk melakukan eksplorasi diri agar tidak selalu menggantungkan identitas dirinya pada



**Tabel 1 Adegan Pertama film *Barbie* (2023)**

Visual	Dialog/Suara/Teks
	Weird Barbie: "So what will it be? You can go back to the way your life was--and not even remember that this happened, or you can know the truth about the universe. The question is planted in your mind. The choice is yours." Stereotypical Barbie: "The first one. The high heel." Weird Barbie: "No. We'll do a redo. You're supposed to want to know!" Stereotypical Barbie: "I don't."
	Weird Barbie: "Babe, listen. You have to want to know." Stereotypical Barbie: "I'm not Adventure Barbie, I'm Stereotypical Barbie. I'm like the Barbie you think of when someone says 'think of a Barbie' and that's me!" Weird Barbie: "I'm bummed, You're a bummer, That's a bummer" Stereotypical Barbie: "Okay, I'm ready to forget now." Weird Barbie: "NO!" Stereotypical Barbie: "Why?"
	Weird Barbie: "I just gave you a choice so you could feel like you're in control!" Stereotypical Barbie: "So there is no first option?" Weird Barbie: "NO! You have to go fix the rip yourself. Don't blame me, blame Mattel, they make the rules." Stereotypical Barbie: "Ugh, I don't want to go." Weird Barbie: "Fine, get cellulite, I don't care."
Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Stereotypical Barbie menanyakan perubahan pada dirinya kepada Weird Barbie. Ia kemudian diharuskan memilih antara sepatu hak dan sandal.	Stereotypical Barbie tidak menyukai perubahan pada tubuhnya dan ingin memilih sepatu hak atau melupakan masalah. Namun, Weird Barbie menyatakan itu perubahan yang disebabkan oleh dirinya sendiri dan ia tidak bisa memilih untuk melupakan masalah, ia harus memilih sandal untuk menyelesaikan masalah.

Sumber: (Odyn et al., 2024)

**Tabel 2 Adegan kedua dalam film *Barbie* (2023)**

Visual	Dialog/Suara/Teks
	Stereotypical Barbie: "What's wrong with her?!" Beach Ken: "Nothing. We just explained the impeccable immaculate seamless garment of logic that is Patriarchy and she crumbled." Gloria: "Oh my God. It's like in the 1500s with the indigenous people and small pox. They had no defenses against it." Beach Ken: "Yeah!"
	Buckle up, babe, because Barbie Land is now Ken Land and it'll be just like Century City in Los Angeles. Because they have it figured out in Century City. The minute you get out of your car, you're like I can't believe how great this place is" Stereotypical Barbie: "No! They don't. They don't have it figured out in Century City. Because we failed them."
	Beach Ken: "No, you failed me! Out there I was a SOMEBODY! I walked down the street and people respected me just for WHO I AM. One lady even asked me for the time." Ken Simu: "NO WAY!" Beach Ken: "WAY! Except for these dumb technicalities like MBAs and medical degrees and, I don't know, swim lessons, I could have ruled that world. But here I don't need any of those things. Here I'm just a dude, and that's enough!"
Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Beach Ken bersikap kasar dan agresif kepada Barbie saat menjelaskan mengenai tindakan yang ia lakukan di Barbie Land setelah kembali dari dunia nyata	Beach Ken memasukkan nilai-nilai dunia nyata yang bertentangan dengan Barbie Land dan serta berperilaku kasar dan agresif yang membuat Stereotypical Barbie kecewa.

Sumber: (Odyn et al., 2024)

Barbie. Hasil eksplorasi dan rasa bangga Beach Ken ini menggambarkan *emerging adulthood* yang penuh rasa optimis. Meskipun demikian, hasil eksplorasi diri Beach Ken ini mengarah pada masalah eksternalisasi karena membawa dampak buruk pada lingkungan sekitarnya, memperlakukan Stererotypical Barbie dengan agresif seperti berbicara dengan nada tinggi dan menghancurkan tanaman di Barbie Dreamhouse. Hal ini terjadi karena pemaksaan nilai yang dilakukan oleh Ken pada lingkungan Barbie Land yang memiliki perbedaan nilai.

Melalui Beach Ken, adegan ini menggambarkan *emerging adult* yang berada pada status identitas *moratorium* karena hasil eksplorasinya memberikan dampak buruk pada lingkungan sekitar dan orang lain. Tergambar juga *emerging adult* yang menjadi *self-centered* karena tidak mempedulikan orang lain atau memberi dampak buruk pada lingkungan sekitarnya. Pernyataan dari wawancara dengan informan ahli seorang Psikolog dari Pusat Inovasi dan Psikologi Universitas Padjadjaran juga sesuai dengan pernyataan bahwa *self-focused* pada *emerging adulthood* bisa mengarah pada *self-centered* jika belum bisa berempati pada orang lain saat berfokus pada dirinya sendiri. Disamping itu, masalah dalam pemahaman diri Beach Ken atau konsep *self* dalam model manajemen komunikasi ini mengarah pada komunikasi interpersonal yang juga tidak bisa efektif.




Mitos yang muncul pada adegan ini berkaitan dengan eksplorasi diri yang dilakukan oleh *emerging adult* pada berbagai bidang seperti pekerjaan dan hubungan personal yang dianggap sebagai identitas diri. Eksplorasi yang dilakukan ini dapat mengarah pada empat status identitas, dengan salah satunya yang terdapat pada adegan adalah *identity moratorium*. Pada status ini terjadi individu belum yakin terhadap pilihan hasil eksplorasi dirinya dan mengalami konflik internal yang dapat mengganggu orang lain. Adegan ini menggambarkan *emerging adulthood* yang harus mulai melakukan eksplorasi diri sebelum memasuki masa dewasa, tetapi dalam prosesnya dapat terjadi ketidakstabilan seperti eksternalisasi atau *self-centered* yang mempengaruhi orang lain atau lingkungannya. *Self-focused* pada *emerging adulthood* sering kali terlihat sebagai bentuk *self-centered* atau *selfish*.

### **Analisis adegan ketiga**

Pada adegan ketiga di dalam tabel 3, makna konotasi yang terlihat adalah bagaimana Beach Ken kembali merasa kebingungan terhadap identitasnya setelah melalui eksplorasi. Ia merasa tidak yakin, pilihan hidupnya terlalu berat untuk dilalui, dan kehilangan arah. Hal ini merepresentasikan *emerging adulthood* sebagai masa yang dipenuhi ketidakstabilan setelah melakukan eksplorasi identitas secara intens kembali pada satu identitas *foreclosure*. Penggambaran ini juga didukung oleh pernyataan wawancara dengan Adinda Ftiria sebagai psikolog yang menyatakan bahwa masa transisi *emerging adulthood* ini berat dan tidak sepenuhnya menyenangkan.

Di lain sisi, *Stereotypical* Barbie berusaha membantu Beach Ken memahami dirinya melalui

**Tabel 3 Adegan ketiga dalam film *Barbie* (2023)**

Visual	Dialog/Suara/Teks
	Beach Ken: "It was hard running stuff. I didn't love it." <i>Stereotypical Barbie</i> : "I get it" -- Beach Ken: "I don't know who I am without you!" <i>Stereotypical Barbie</i> : "You're Ken"
	Beach Ken: "But it's Barbie AND Ken. There is no just Ken. That's why I was created - I only exist within the warmth of your gaze. Without you I'm just some blonde guy who can't do flips." <i>Stereotypical Barbie</i> : "Maybe it's time for you to discover who Ken is." --
	Para Barbie dan Ken: "Yeah, what about Barbie? What's her ending?" Sasha: "What does she get?" CEO Mattel: "Oh, that's easy! She's in love with Ken." Sasha: "That's not her ending!" <i>Stereotypical Barbie</i> : "I'm not in love with Ken." CEO Mattel: "Well what do you want?" <i>Stereotypical Barbie</i> : "I, I don't know... I'm not really sure where I belong anymore. I don't think I have an ending."

Penanda ( <i>signifier</i> )	Petanda ( <i>signified</i> )
Beach Ken menangis dan menyampaikan bebannya kepada <i>Stereotypical Barbie</i> sendiri bingung setelah ditanya oleh para Barbie dan Ken.	Beach Ken merasa lelah dengan situasi yang terjadi dan menumpahkan bebannya kepada <i>Stereotypical Barbie</i> yang sebagai seseorang yang lebih stabil. <i>Stereotypical Barbie</i> memberikan saran dan dukungan kepadanya. Meskipun demikian, <i>Stereotypical Barbie</i> sendiri juga bingung dengan permasalahan dan pilihannya.

Sumber: (Odyn et al., 2024)

dialog bersamanya yang menandakan keduanya telah mengalami pengembangan kompetensi komunikasi intrapersonal. *Stereotypical Barbie* menggambarkan *emerging adult* dapat berstatus *identity moratorium* karena sudah memahami pilihan dirinya meski belum yakin. Dengan status ini Kompetensi ini mengarah pada komunikasi interpersonal dan proses manajemen komunikasi yang lebih efektif dari sebelumnya.

Mitos yang muncul pada adegan ini adalah *emerging adulthood* dapat mengalami perubahan status identitas yang awalnya merupakan *identity moratorium* menjadi *foreclosure* yang tergambar pada Beach Ken. Perubahan tersebut terjadi karena ketidakstabilan. Selain itu, ketidakstabilan dapat mengarah pada masalah internalisasi dan eksternalisasi di saat yang bersamaan dan bisa terjadi pada siapa saja. Kedua pengarah masalah tersebut juga sangat mungkin untuk terjadi karena eksplorasi dan pengambilan keputusan terhadap pilihan merupakan suatu hal berat yang berdampak pada diri individu *emerging adulthood*. *Self-focused* sebagai bentuk fokus pada diri sendiri dengan tetap berempati pada orang lain juga terlihat dari tokoh *Stereotypical Barbie*.

### Representasi *emerging adulthood*

Dua tokoh utama dalam film, *Stereotypical Barbie* dan Beach Ken, menunjukkan representasi masa muda dewasa yang tergambar dengan jelas. Perbedaan dalam representasi ini juga tercermin

dari perbedaan gender antara Barbie dan Ken. Representasi yang dihasilkan oleh analisis tersebut pertama adalah *emerging adulthood* merupakan masa penuh eksplorasi identitas diri. Pada film ini, Barbie dan Ken menjalani eksplorasi identitas yang merefleksikan masa *emerging adulthood*. Hal ini tercermin dari berbagai status identitas yang mereka alami, seperti *identity foreclosure*, *moratorium*, dan *achievement*. Misalnya, Beach Ken pada adegan 60 dan 82 menggambarkan status yang berbeda dari *identity moratorium* hingga *foreclosure*. Sementara itu, *Stereotypical* Barbie pada adegan 66 dan 84 mencerminkan status *identity moratorium* dan *achievement*. Selama proses eksplorasi identitas ini, mereka cenderung fokus pada diri sendiri, seperti yang terlihat pada adegan 60, 82, dan 83, yang sesuai dengan ideologi eksistensialisme yang menekankan kebebasan individu dalam menentukan jalan hidupnya. Meskipun demikian, keputusan mereka juga dipengaruhi oleh faktor luar, yang akan membentuk masa depan mereka sebagai orang dewasa.

Representasi kedua adalah *emerging adulthood* yang dipenuhi ketidakstabilan. Ketidakstabilan adalah ciri khas *emerging adulthood* yang muncul dari eksplorasi identitas dan dapat memunculkan masalah internal dan eksternal. Film ini memperlihatkan ketidakstabilan pada *Stereotypical* Barbie dan Beach Ken, yang tergambar dalam berbagai adegan, kecuali adegan 84. Mereka mengalami perubahan tempat tinggal, kegagalan eksplorasi identitas, serta masalah internal dan eksternal. *Stereotypical* Barbie mengalami kecemasan dan depresi, sementara Beach Ken menunjukkan perilaku agresif dan kasar. Ketidakstabilan juga menciptakan perasaan ambigu di antara hidup sebagai Barbie dan sebagai manusia, menampilkan tantangan masa *emerging adulthood* yang membingungkan.

Selanjutnya film ini menggambarkan *emerging adulthood* sebagai masa penuh harapan dan rasa optimis. Film ini menggambarkan *emerging adulthood* sebagai masa yang penuh harapan, kepercayaan diri, dan rasa optimis, selain ketidakstabilan. Adegan 23 menampilkan *Stereotypical* Barbie yang penuh semangat menjelajahi dunia nyata, mencerminkan keyakinan dan optimisme masa depan. Begitu juga dengan adegan 60, di mana Beach Ken menyampaikan nilai-nilai positif yang ia pelajari, menggambarkan harapan dan optimisme setelah melalui proses eksplorasi diri. *Stereotypical* Barbie pada adegan 83 juga merasa optimis dan menyadari potensi masa depannya setelah memilih menjadi manusia, mencerminkan semangat dan harapan masa *emerging adulthood* dalam menentukan jalan hidupnya.

*Emerging adulthood* juga digambarkan sebagai masa ketika individu cenderung belum dapat membuat komitmen penuh terhadap pilihannya. Film ini menggambarkan *emerging adulthood* sebagai masa di mana seseorang belum siap untuk berkomitmen pada pilihan hidupnya. *Stereotypical* Barbie memilih untuk meninggalkan rumahnya pada adegan 23, namun kembali lagi pada adegan 60, mencerminkan ketidaksiapan untuk komitmen. Analogi ini mirip dengan *emerging adult* yang

meninggalkan rumahnya namun kembali lagi, menunjukkan ketidakpastian dalam komitmen. Contohnya terlihat pada Beach Ken pada adegan 82, yang kembali ke status identitas sebelumnya setelah kegagalan, menunjukkan ketidakpastian dalam menetapkan identitas diri.

Terakhir, *emerging adulthood* digambarkan sebagai masa ketika individu berusaha menjadi *self-sufficient*, tetapi masih tetap membutuhkan orang lain seperti orang tua mereka. Adegan 82 dan 83 menunjukkan bahwa pada masa *emerging adulthood*, ketergantungan pada orang tua masih ada. *Stereotypical* Barbie belum sepenuhnya mandiri dan masih mencari arahan dari penciptanya, Ruth Handler. Ini mencerminkan fakta bahwa sebagian besar *emerging adult* masih membutuhkan dukungan emosional dari orang tua mereka, meskipun telah mengambil keputusan secara mandiri.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap film *Barbie* (2023) menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes tersebut ditemukan bahwa film ini merepresentasikan *emerging adulthood* melalui makna denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi tersebut mencakup beberapa tanda yang menggambarkan karakteristik *emerging adulthood* pada Barbie. Pertama, adalah kaki yang rata dan selulit, menandakan perubahan dalam hidupnya. Kedua, adalah dua sepatu yang melambangkan pilihan hidupnya. Ketiga, gerakan menghancurkan tanaman dan bicara dengan nada kasar sebagai penanda perilaku agresif. Keempat, dialog tentang patriarki dan harapan terhadap masa depan menunjukkan optimisme. Kelima, Barbie menangis sambil melepas aksesoris, menandakan ketidakstabilan dan depresi. Keenam, Ken menangis, menunjukkan kegagalan eksplorasi identitas. Ketujuh, dialog Barbie membantu Ken memahami dirinya, menandakan eksplorasi diri yang kuat. Kedelapan, dialog dengan Ruth Handler menandakan keraguan. Kesembilan, cuplikan kehidupan manusia dan ekspresi yakin Barbie menunjukkan harapan dan optimisme. Kesepuluh, latar tempat dunia nyata dan kostum Barbie menandakan keyakinan diri dan pencapaian identitas.

Makna konotasi yang terlihat pada film ini terlihat melalui adegan-adegan dalam film ini. Di antaranya merepresentasikan *emerging adulthood* melalui tokoh-tokohnya. Barbie dan Ken mengalami perjalanan di Barbie Land dan dunia nyata untuk menyelesaikan masalah hidup mereka. *Stereotypical* Barbie dan Beach Ken menggambarkan *emerging adult* perempuan dan laki-laki, sementara Ruth Handler sebagai figur orang tua. Konotasi dalam adegan-adegan ini menunjukkan eksplorasi identitas, perubahan hidup, harapan, dan optimisme *emerging adult*, namun juga ketidakstabilan dan masalah internalisasi atau eksternalisasi. Mereka berusaha bertanggung jawab tetapi masih memiliki ketergantungan dengan orang tua.

Pada fase *emerging adulthood*, muncul mitos bahwa manusia memiliki banyak kesempatan



eksplorasi dan harus menentukan pilihan hidupnya sendiri, yang akan memengaruhi masa depannya. Kecemasan dan ketidakstabilan merupakan hal yang umum, terutama setelah mengambil keputusan hidup. Tanggung jawab ini menjadi ciri penting dalam kedewasaan *emerging adult*, sesuai dengan paham eksistensialisme. Namun, kebebasan seseorang dalam memilih dipengaruhi oleh kebebasan orang lain, yang dapat membatasi pilihan hidupnya. Ketidakstabilan juga tidak hanya berasal dari diri sendiri, tetapi bisa dipengaruhi oleh faktor eksternal.

Dengan demikian, didapatkan kesimpulan bahwa film *Barbie* (2023) menggambarkan masa *emerging adulthood* sebagai periode dimana individu mengeksplorasi identitas mereka, penuh dengan harapan dan optimisme terhadap masa depan, namun juga diwarnai oleh ketidakstabilan, ketidakmampuan untuk sepenuhnya berkomitmen pada pilihan hidup, dan ketergantungan pada orang tua sambil berupaya untuk mandiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, I., & Suwanto, D. H. (2019). Representasi konsep diri remaja pada film *Lady Bird* (analisis semiotika Roland Barthes). *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3). <https://doi.org/10.21831/LEKTUR.V2I3.16313>
- Arnett, J. J. (2015). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik pemuda Indonesia 2022 - Badan Pusat Statistik Indonesia*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/12/27/6791d20b0b4cadae9de70a4d/statistik-pemuda-indonesia-2022.html>
- Barthes, R. (1968). *Elements of semiology* (T. Jonathan Cape Ltd., Ed.; 11th ed.). Hill and Wang.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where millennials end and generation Z begins*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Dockterman, E., & Lang, C. (2023). *How Barbie took over the world | TIME*. TIME. <https://time.com/6294121/barbie-movie-popularity-impact/#marketing>
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A first look at communication theory* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hall, S. (1997). *Representation*. SAGE Publications Ltd.
- Karakartal, D. (2021). Social effects of film and television. *The Online Journal of New Horizons in Education*, 11(3), 114–119. [www.tojned.net](http://www.tojned.net)
- Kaye, M. (2010). *Communication management* (2nd ed.). Pearson Australia.
- Lerman, R. (2023). *Mattel is betting on nostalgia in the not-for-little-kids Barbie movie*. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/business/2023/04/21/barbie-movie-mattel-adults/>
- Li, S. (2023). *Greta Gerwig's lessons from Barbie Land - The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/culture/archive/2023/07/barbie-movie-greta-gerwig-interview/674817/>
- Littlejohn, Stephen W; Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. SAGE Publications, Inc. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Manesah, D. (2016). Representasi perjuangan hidup dalam film “Anak Sasada” sutradara Ponty Gea. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 1(2), 179. <https://doi.org/10.22303/proporsi.1.2.2016.179-189>



- McLeod, S. (2017). Hierarchy of needs (Maslow). *The Bloomsbury encyclopedia of design*. <https://doi.org/10.5040/9781472596161-bed-h038>
- McQuail, D. (2020). *Teori komunikasi massa* (7th ed.).
- Odyn, D., Karimah, E. K., & Nurfadila, F. (2024). *Tabel analisis adegan*.
- Pranaya, D. (2014). Job-Hopping-an Analytical Review. *IMPACT: International Journal of Research in Business Management*, 2(4), 67–72. <https://archive.org/details/8.ManageJOBHOPPINGANANALYTICALREVIEWD.Pranaya>
- Purnama Sari, M., Rifa Dilla, I., Ariandra Fasha, M., & Rahman Maulana, R. (2022). Representasi pencarian makna diri pada film *Soul 2020* (Studi analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 16(1), 43–50. <https://doi.org/10.30813/S:JK.V16I1.3175>
- ResumeLab. (2023). *83% of Generation Z workers are job hoppers (2023 Report)*. <https://resumelab.com/career-advice/generation-z-and-work>
- Ryan, P. (2023). *Margot Robbie never thought she'd have "empathy for a doll." Then she made "Barbie."* USA Today. <https://www.usatoday.com/story/entertainment/movies/2023/07/17/barbie-margot-robbie-greta-gerwig-interview/70358733007/>
- Santrock, J. W. (2014). *Adolescence* (15th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sugimura, K., Gmelin, J. O. H., van der Gaag, M. A. E., & Kunnen, E. S. (2022). Exploring exploration: Identity exploration in real-time interactions among peers. *Identity*, 22(1), 17–34. <https://doi.org/10.1080/15283488.2021.1947819>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d* (26th ed.). Alfabeta.
- Uncu, G. (2019). *The "Barbie" doll as a popular culture icon: A new image of women created within, the context of gender roles*. April. [https://www.researchgate.net/publication/332607148\\_the\\_barbie\\_doll\\_as\\_a\\_popular\\_culture\\_icon\\_a\\_new\\_image\\_of\\_women\\_created\\_within\\_the\\_context\\_of\\_gender\\_roles](https://www.researchgate.net/publication/332607148_the_barbie_doll_as_a_popular_culture_icon_a_new_image_of_women_created_within_the_context_of_gender_roles)
- Vaiz, O., Minalay, H., Ture, A., Ulgener, P., Yasar, H., & Bilir, A. M. (2021). Evaluation of the technological competences of primary school teacher. *The Online Journal of New Horozones in Education*, 11(3), 106–154. [www.tojned.net](http://www.tojned.net)
- wbur. (2023). *"Barbie" director Greta Gerwig explains how the movie deconstructs a toy icon | Here & Now*. Wbur.Org. <https://www.wbur.org/hereandnow/2023/07/21/greta-gerwig-barbie>
- Youngs, I. (2023). *Barbie overtakes Super Mario Bros to be 2023's biggest box office hit* - BBC News. BBC. <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-66705597>