

## Analisis Elemen Visual Pada Poster Film *Miracle In Cell No.7*

Dian Fitriani<sup>1</sup>, Asril<sup>2</sup>, Sahrul N<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Pascasarjana, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

Jalan Bahder Johan, Kelurahan Guguk Malintang, Kecamatan Padangpanjang Timur, Kota  
Padangpanjang, Provinsi Sumatera Barat, Indonesia, 27118

Email Korespondensi : dianfitriani0601@gmail.com

### ABSTRACT

A film poster is the identity of a film which functions as a promotional medium for the film. Promotion of the film *Miracle in Cell No.7* by Hanung Bramantyo uses internet marketing techniques, by uploading film posters to social media. This research aims to analyze the various meanings of the signs implied in the film poster *Miracle in Cell No.7*. This research is qualitative research, the data analysis method consists of four stages of design review, namely, work description, formal analysis, interpretation, and evaluation. The work description describes all the elements contained in the film poster *Miracle in Cell No.7*. Formal analysis is technically discussing how basic elements such as illustrations, colors, and typography are arranged to form a single unit in an order or layout. Interpretation is interpreting the meaning of signs based on Charles Sanders Peirce's semiotic theory which includes icons, indices, and symbols. Evaluation is outlining the conclusions of all the stages that have been passed. The research results found that various signs were in harmony with each other so that they supported the message conveyed in the film poster. It was concluded that the visualization of the main illustrations, supporting visuals, colors, and typography displayed on the visual poster for the film *Miracle in Cell No.7* gives an implied picture of a father's love for his daughter, until one day they had to separate because justice was not on his side.

**Keywords :** Visual elements, movie posters, *Miracle in Cell No.7*

### ABSTRAK

Poster film merupakan identitas sebuah film yang berfungsi sebagai media promosi film. Promosi film *Miracle in Cell No.7* karya Hanung Bramantyo menggunakan teknik *internet marketing*, dengan cara mengunggah poster film ke media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai makna tanda yang tersirat dalam poster film *Miracle in Cell No.7*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, metode analisis data terdiri dari empat tahapan tinjauan desain yaitu, deskripsi karya, analisis formal, interpretasi, dan evaluasi. Deskripsi karya yaitu mendeskripsikan semua elemen yang terdapat dalam poster film *Miracle in Cell No.7*. Analisis formal yaitu membahas secara teknis bagaimana elemen dasar seperti ilustrasi, warna, dan tipografi disusun hingga menjadi satu kesatuan dalam tatanan atau layout. Interpretasi yaitu melakukan penafsiran makna tanda berdasarkan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang meliputi *icon*, *indeks*, dan *symbol*. Evaluasi yaitu menguraikan kesimpulan dari keseluruhan tahapan yang telah dilalui. Hasil penelitian ditemukan berbagai tanda yang memiliki keselarasan antara satu sama lain sehingga mendukung pesan yang ingin disampaikan dalam poster film. Disimpulkan bahwa visualisasi ilustrasi utama, visual pendukung, warna, serta tipografi yang ditampilkan pada visual poster film *Miracle in Cell No.7* memberikan gambaran tersirat mengenai kasih sayang seorang ayah kepada putrinya, hingga suatu ketika mereka harus berpisah karena keadilan tidak berpihak padanya.

# Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 9 No. 2 September 2024 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074  
UIGM | DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1> | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

**Kata Kunci** : Elemen visual, poster film, *Miracle in Cell No.7*

## PENDAHULUAN

Film merupakan karya seni yang bertujuan untuk menyampaikan pesan melalui alur ceritanya. Film bersifat audio visual yang dapat merangkum suatu kisah yang panjang menjadi cerita yang singkat dan dapat memengaruhi penonton seakan menembus ruang dan waktu (Burhan & Anggapuspa, 2021). Industri film di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan, terlihat dari jumlah produksi film lokal yang makin meningkat setiap tahunnya (Asnawi & Maulina, 2024). Pertumbuhan industri film di Indonesia dikarenakan meningkatnya rumah produksi film dalam negeri yang berhasil menggarap film berkualitas dengan jumlah penonton yang fantastis. Beberapa rumah produksi film terbaik Indonesia yang masuk daftar *Box Office* Indonesia seperti, *MD Pictures*, *Falcon Pictures*, *Imajinari*, *Max Pictures*, dan *SinemArt* ([kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id), 2024).

Sebuah film berkualitas tentunya memiliki alur cerita yang dirancang dengan baik oleh penulis skenarionya sehingga dapat menarik minat penontonya. Salah satu penulis skenario sekaligus sutradara, produser, dan aktor film ternama di Indonesia yaitu Hanung Bramantyo. Salah satu film terbaik karya Hanung Bramantyo yang berhasil menjadi film terlaris nomor tiga di Indonesia pada tahun 2022, dengan jumlah penonton mencapai lebih dari lima juta yaitu film *Miracle in Cell No.7* ([dataindonesia.id](http://dataindonesia.id), 2022). Film ini adalah *remake* dari film Korea Selatan pada tahun 2013 yang memiliki judul yang sama. Film ini menceritakan tentang ketidakadilan yang didapatkan seorang ayah bernama Dodo yang memiliki keterbelakangan mental yang dituduh melakukan pembunuhan dan pemerkosaan terhadap seorang anak. Beberapa aktor terkenal yang membintangi film ini seperti, Vino G Bastian, Denny Sumargo, Indrodjojo, Tora Sudiro, dan masih banyak lagi.

Film *Miracle in Cell Mo.7* menjadi salah satu film terlaris tentunya dilakukan berbagai upaya kegiatan promosi. Tujuan kegiatan promosi yaitu untuk menarik antusias dan respons positif masyarakat sehingga mendapatkan jumlah penonton yang fantastis. Bentuk promosi yang dilakukan oleh film *Miracle in Cell No.7* ini terlihat dominan menggunakan *internet marketing*, salah satunya dengan mengunggah poster film ke berbagai *platform* media sosial. Poster film yang diunggah tentunya berisi informasi tentang film yang akan ditayangkan. Penyebaran poster film ke berbagai *platform* media sosial tentu lebih efektif dan efisien, dikarenakan media sosial telah menjadi familier di semua kalangan masyarakat (Maharani et al., 2021; Sitompul et al., 2021).

Poster film yang dijadikan media promosi diibaratkan sebagai wajah yang memberikan gambaran tentang suatu film. Melalui poster film, informasi disampaikan tidak hanya berupa tulisan tetapi juga dilengkapi dengan ilustrasi agar mampu menarik perhatian *audience*. Maka poster film haruslah didesain dengan memperhatikan struktur pembentuknya. Ilustrasi utama dan ilustrasi pendukung haruslah sesuai dengan judul film atau menggambarkan isi filmnya. Pemilihan

tipografi, penggunaan warna, dan tata letak harus diperhatikan sehingga menjadi sebuah poster film yang mudah dipahami. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur poster film *Miracle in Cell No.7* yang didesain oleh *Falcon Pictures*, serta mengkaji makna-makna tanda dalam poster film itu berdasarkan teori Charles Sanders Pierce yang meliputi *icon*, *indeks*, dan *symbol*.

## METODE

Metode adalah cara untuk mencapai suatu tujuan yang terdiri dari langkah-langkah yang sistematis. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang didapatkan dalam penelitian kualitatif dapat bersumber dari data primer atau data sekunder (Bangsawan et al., 2023). Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau yang diperoleh langsung dari pihak pertama, dapat diperoleh melalui wawancara atau pengamatan langsung (Suhono & Al Fatta, 2021). Data sekunder adalah data yang bersumber dari data yang telah ada, dapat diperoleh dari buku, laporan, artikel, jurnal, dan sumber lainnya (Ramadona et al., 2023). Data primer dalam penelitian ini berupa seluruh aspek yang terdapat dalam poster film yang diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap poster film *Miracle in Cell No.7*. Adapun data sekunder diperoleh dari buku-buku dan artikel jurnal yang terkait dengan objek penelitian.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan empat tahapan tinjauan desain. Menurut Sosrojudo dalam (Pradani & Islam, 2022) lihat juga (Haryadi & Saputro, 2018; Burhan & Anggapuspa, 2021) empat tahapan tinjauan desain yaitu, deskripsi karya, analisis formal, interpretasi, dan evaluasi. Tahap deskripsi karya dalam penelitian ini yaitu mendeskripsikan semua elemen yang terdapat dalam poster film *Miracle in Cell No.7*. Tahap analisis formal yaitu membahas secara teknis bagaimana elemen dasar seperti ilustrasi, warna, dan tipografi disusun hingga menjadi satu kesatuan dalam tatanan atau layout. Tahap interpretasi, yaitu melakukan penafsiran makna tanda, dalam hal ini digunakan teori semiotika Charles Sanders Pierce yang meliputi *icon*, *indeks*, dan *symbol*. Tahap evaluasi yaitu menguraikan kesimpulan dari keseluruhan tahapan yang telah dilalui.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

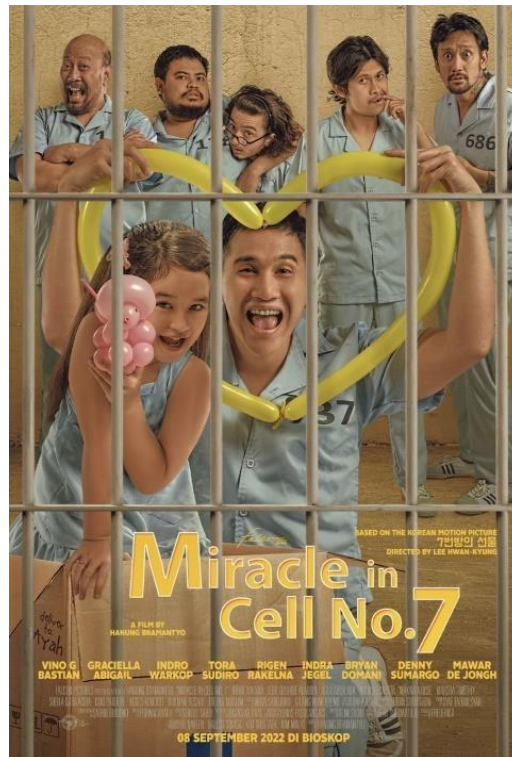
Film *Miracle in Cell No. 7* merupakan sebuah film bergenre drama yang diadaptasi dari film Korea Selatan pada tahun 2013 dengan judul serupa. Film ini disutradarai oleh Hanung Bramantyo dan diproduksi oleh *Falcon Pictures* pada tahun 2022. Film ini dibintangi oleh aktor-aktor terkenal seperti Vino G Bastian, Indrodjojo, Tora Sudiro, Mawar De Jongh, Bryan Domani, dan lainnya. Film ini bercerita tentang seorang ayah berkebutuhan khusus bernama Dodo Rozak (Vino G Bastian). Dodo menjalani hari-harinya dengan bahagia bersama putrinya bernama Kartika (Mawar De Jongh). Kebahagiaan itu hilang ketika Dodo dituduh membunuh dan memperkosa seorang anak bernama Melati (Makayla Rose) dan kini Dodo harus mendekam di penjara. Dodo membangun persahabatan bersama teman di penjaranya, mereka adalah Japra (Indrodjojo), Jaki (Tora Sudiro), Yunus (Rigen Rakelna), Atmo (Indra

# Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 9 No. 2 September 2024 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074  
UIGM | DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1> | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

Jegel), dan Asrul (Bryan Domani). Teman-temannya berusaha menyusun strategi agar Dodo dapat bertemu dengan putrinya, dan berusaha menegakkan keadilan untuk Dodo, namun sayangnya keadilan tidak berpihak kepada Dodo.

## Deskripsi Karya



**Gambar 1** Poster Film *Miracle in Cell No.7*

(Sumber Foto: <https://id.pinterest.com/pin/48906345947216782/>)

Poster film *Miracle in Cell No.7* pada gambar 1 di atas ditampilkan dengan tatanan *layout* yang memuat unsur dalam cerita. Poster film ini menonjolkan pemeran utama yang berada di bagian paling depan dengan ekspresi bahagia yaitu Dodo Rozak. Di samping kanan Dodo terlihat seorang gadis kecil dengan ekspresi bahagia yang masuk ke dalam kardus bernama Kartika. Terlihat dodo memegang balon berbentuk *love* sehingga terkesan sebagai pemanis atau pelengkap sebagai tanda cinta Ayah Dodo kepada putrinya Kartika. Kemudian terdapat lima orang yang berdiri di bagian belakang dengan ekspresi yang berbeda-beda, yaitu Japra, Jaki, Yunus, Atmo, dan Asrul. Kelima orang ini juga merupakan pemeran penting dalam film. Dodo, Japra, Jaki, Yunus, Atmo, dan Asrul ditampilkan dengan kondisi yang sama yaitu sebagai tahanan, dapat dilihat dari kostum berwarna biru bertuliskan nomor tahanan yang mereka gunakan. Hal itu juga berarti bahwa jeruji besi yang berada di depan mereka menunjukkan mereka sedang terkurung di dalam penjara.

# Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 9 No. 2 September 2024 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074

UIGM | DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1> | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

Teks yang berukuran paling besar menunjukkan judul film yaitu *Miracle in Cell No.7*. Di bawah judul film tertulis sejajar dari kiri ke kanan nama pemeran pada film ini yaitu, Vino G Bastian, Graciella Abigail, Indro Warkop, Tora Sudiro, Rigen Rakelna, Indra Jegel, Bryan Domani, Denny Sumargo, dan Mawar De Jongh. Sebagai apresiasi juga ditautkan sumber cerita film yang diadaptasi dari film Korea Selatan karya Le Hwan Kyung yang tertulis pada bagian kanan atas judul film. Di bagian kiri bawah judul film, tidak lupa tertulis nama Hanung Bramantyo sebagai *director* film. Selanjutnya tulisan berwarna putih dengan rata tengah yang berada di bawah nama pemeran film bertuliskan informasi lainnya tentang film. Bagian paling bawah poster film terdapat informasi tanggal penayangan film yaitu, 8 September 2022 di bioskop. Semua teks yang ada pada poster film ini ditulis dengan tipografi *sans serif*. *Sans serif* adalah jenis *font* yang tidak memiliki sirip, sehingga *font* ini terlihat lebih modern, bersih, dan minimalis (Lukma & Heldi, 2024). *Font sans serif* sering digunakan untuk desain digital seperti poster, *website*, atau media digital lainnya (Jaya et al., 2024).

## Analisis Formal

Pada tahap ini dilakukan analisis formal dari suatu karya seni berdasarkan struktur atau unsur pembentuknya, dalam hal ini karya seni yang dimaksud adalah poster film *Miracle in Cell No.7*. Terdapat beberapa unsur yang membangun seni dalam poster film yaitu, warna, tipografi, *layout* atau tata letak, dan *point of view*. Ketika membuat suatu poster film, semua unsur yang membangun seni dalam poster film haruslah diperhatikan, agar pesan yang terkandung dalam poster dapat tersampaikan dengan baik. Pemilihan warna yang tepat serta penempatan gambar dan teks haruslah seimbang agar *point of view* dalam poster dapat terlihat.

Warna merupakan unsur rupa yang memberikan nusansa bagi terciptanya karya seni, dengan warna dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan (Kurniawan & Hidayatullah, 2016:33). Pada poster film *Miracle in Cell No.7*, terlihat warna biru pada kostum yang digunakan oleh semua tahanan. Baju biru berarti orang yang sedang menjalani masa tahanan (Lapasau, 2018). Tidak hanya warna biru, baju tahanan yang ada di Indonesia beragam warnanya, hal itu menandakan perbedaan tingkat dan tahapan proses hukum di Indonesia (Noor, 2022).

Selain itu, warna yang digunakan pada teks dominan warna kuning. Menurut Birren (dalam Patridina & Listyaputri, 2022) warna kuning memberikan kesan cerah, pijar, bersinar, dan menginspirasi. Warna kuning pada teks dalam poster ini dipilih agar terlihat cerah dan bersinar sehingga menyatu dengan *background* belakang yaitu sel yang kumuh, pengap, dan gelap. Pemilihan warna kuning juga membuat teks lebih terlihat cerah, sehingga tingkat keterbacaan teks juga jelas. Adapun gelombang warna atau *hue* pada poster terasa hangat. Menurut Susanto (dalam Ginting & Triyanto, 2020) getaran atau gelombang yang diterima indra penglihatan manusia berasal dari pancaran cahaya melalui sebuah benda. *Hue* dalam poster terasa hangat karena *angle* foto dalam poster adalah ketika berada di ruangan tertutup (sel) sehingga kurangnya gelombang cahaya yang masuk.

Tipografi adalah salah satu faktor penting dalam desain. Pemilihan jenis *font* dan tatanan tipografi dapat memberi pengaruh pada karya yang dibuat. Menurut Jefkin (dalam Patria & Kristiana, 2019) tipografi adalah seni memilih huruf, menggabungkan huruf, serta mengatur ketebalan dan ukuran huruf. Tipografi yang diterapkan pada semua teks dalam poster film *Miracle in Cell No.7* menggunakan jenis tipografi *sans serif*. Tipografi ini bersifat sederhana, modern, dan minimalis. Penggunaan tipografi *sans serif* sangat cocok diterapkan pada media digital karena memiliki tingkat *legibility* atau keterbacaan yang tinggi (Zainudin, 2021:38). Poster film *Miracle in Cell No.7* terlihat hanya menggunakan tiga jenis *typeface*, hal ini disesuaikan dengan kebutuhan layout. Penggunaan *typeface* lebih dari tiga membuat variasi terlalu berlebihan sehingga membuat tidak nyaman ketika dibaca (Burhan & Anggapuspa, 2021).

*Layout* merupakan penempatan atau tata letak yang meliputi penyusunan objek, gambar, teks, dalam satu halaman sehingga menjadi satu susunan yang baik (Hidayah, 2023). *Layout* yang baik dibentuk oleh beberapa prinsip antara lain, *sequence* (urutan), *emphasis* (penekanan), *balance* (keseimbangan), dan *unity* (kesatuan) (Siburian et al., 2020; Sari, 2024). *Sequence* atau urutan adalah metode untuk mengutamakan dan mengurutkan mana yang harus dibaca terlebih dahulu. *Emphasis* atau penekanan adalah penegasan proporsi visual pada area tertentu dalam *layout* yang bertujuan agar elemen penting dalam desain terlihat jelas. *Balance* atau keseimbangan adalah penempatan elemen dalam suatu halaman agar terlihat seimbang. *Unity* atau kesatuan adalah kesan yang terlihat agar elemen-elemen desain saling berkaitan.

Pada poster film *Miracle in Cell No.7*, *sequence* (urutan) tersusun mulai dari gambar dan diikuti oleh teks. *Emphasis* (penekanan) dalam poster ini terlihat dari tokoh Dodo dan Kartika yang lebih menonjol menekankan bahwa Dodo dan Kartika merupakan *point of view* dalam poster. *Balance* (keseimbangan) dalam poster ini adalah *non-simetris*, artinya susunan antara kiri dan kanan tidak seimbang. Terlihat gambar yang ada dalam poster lebih berat ke kiri karena posisi Dodo dan Kartika tidak berada di tengah-tengah, dan teks lebih berat ke kanan. *Unity* (kesatuan) dalam poster ini telah seimbang antar gambar dan teks sehingga memudahkan pembaca menangkap pesan yang ingin disampaikan. *Point of view* yang terlihat dari susunan *layout* poster film *Miracle in Cell No.7* adalah sosok Dodo dan Kartika yang berada di posisi paling depan. Dodo dan Katika dijadikan *point of view* dirasa sesuai karena stutusnya sebagai pemeran utama.

## Interpretasi

Tahap interpretasi yaitu melakukan penafsiran makna tanda, dalam hal ini digunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang meliputi *icon*, *indeks*, dan *symbol*. Wibowo (dalam Fahrudin & Safar, 2021) menjelaskan teori semiotika Charles Sanders Peirce dikenal dengan teori segitiga makna. Teori ini terdiri dari representamen, objek, dan interpretan. Representamen (tanda) adalah bentuk yang dapat dilihat oleh pancaindra, juga dapat merepresentasikan hal lain selain tanda itu

# Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 9 No. 2 September 2024 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074  
 UIGM | DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1> | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

sendiri. Objek adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau hal yang merujuk pada tanda. Interpretan adalah makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang merujuk pada tanda. Pada tahap ini hanya melakukan penafsiran makna tanda pada poster film *Miracle in Cell No.7* yang terdiri dari *icon*, *indeks*, dan *symbol*, Lihat gambar 2.



**Gambar 2** Poster Film *Miracle in Cell No.7*  
 (Sumber Foto: <https://id.pinterest.com/pin/48906345947216782/>)

**Tabel 1** Jenis Tanda pada Poster Film *Miracle in Cell No.7*

Jenis Tanda	Unit Analisis	Keterangan
<b>Icon</b>	A	Karakter Dodo Rozak dan Kartika
<b>Icon</b>	B	Karakter Japra, Jaki, Yunus, Atmo, dan Asrul
<b>Icon</b>	C	Jeruji besi
<b>Indeks</b>	D	Jeruji besi
<b>Indeks</b>	E	Balon love
<b>Indeks</b>	F	Kardus

# Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 9 No. 2 September 2024 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074  
UIGM | DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1> | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

<b>Indeks</b>	G	Baju seragam bernomor
<b>Symbol</b>	H	Ekspresi wajah Dodo dan Kartika
<b>Symbol</b>	I	Teks " <i>Miracle in Cell No.7</i> "
<b>Symbol</b>	J	Teks " <i>Based on the Korean Motion Picture Directed by Lee Hwan-Kyung</i> "
<b>Symbol</b>	K	Teks " <i>A film by Hanung Bramantyo</i> "
<b>Symbol</b>	L	Teks "Vino G Bastian, Graciella Abigail, Indro Warkop, Tora Sudiro, Rigen Rakelna, Indra Jegel, Bryan Domani, Denny Sumargo, Mawar De Jongh"
<b>Symbol</b>	M	Teks "8 September 2020 di bioskop"

(Sumber Foto : Dian Fitriani, 2024)

Penjelasan pada tabel 1 di atas terdiri dari tanda yang digunakan di antaranya adalah *Icon* (A) adalah karakter Dodo Rozak dan Kartika yang diperankan oleh Vino G Bastian dan Graciella Abigail. Karakter Dodo dan Kartika terlihat berada di bagian paling depan, mendapatkan posisi yang mendominasi di antara karakter yang lain. Perlakuan ini menandakan bahwa Dodo dan Kartika sebagai sosok penting dalam film yaitu pemeran utama. *Icon* (B) adalah karakter Japra, Jaki, Yunus, Atmo, dan Asrul yang diperankan oleh Indrodjojo, Tora Sudiro, Rigen Rakelna, Indra Jegel, dan Bryan Domani. Kelima karakter ini juga merupakan pemeran penting dalam film, yang masing-masing dari mereka memiliki karakter tersendiri. Pada poster film ini, kelima karakter ini berpose di belakang karakter Dodo dan Kartika, menunjukkan kelima karakter ini sebagai gambar pelengkap poster. *Icon* (C) adalah jeruji besi, dalam hal ini jeruji besi yang dimaksud adalah sel atau penjara. Semua karakter berpose di belakang jeruji besi yang artinya semua karakter tersebut sedang berada di dalam sel atau penjara. Pemilihan latar tempat sel atau penjara ini selaras dengan judul film yaitu *Miracle in Cell No.7* yang memiliki arti keajaiban dalam sel nomor 7.

*Indeks* (D) adalah jeruji besi atau penjara, yang secara konotatif penjara adalah tempat yang sempit, tidak bebas, membosankan, dan waktu yang lama. *Indeks* (E) adalah balon yang berbentuk hati atau *love* yang dipegang oleh Dodo. Balon ini bermakna tanda cinta dari seorang ayah kepada putrinya, mengingat Dodo adalah seorang penjual balon gas keliling. *Indeks* (F) adalah sebuah kardus, secara konotasi kardus dalam hal ini adalah tempat bersembunyi. Kardus dalam film ini digunakan oleh teman-teman Dodo untuk menyelundupkan Kartika ke dalam sel, dengan cara memasukkan Kartika ke dalam kardus yang berisi roti-roti untuk para tahanan. Cara ini membuat teman Dodo berhasil mengelabui petugas, akhirnya Dodo bertemu dengan Kartika di dalam sel. *Indeks* (G), adalah baju seragam bernomor, baju ini merupakan baju tahanan yang digunakan para tahanan ketika berada dalam sel. Baju yang digunakan Dodo dan teman-teman adalah berwarna biru. Warna baju tahanan di Indonesia menandakan perbedaan tingkat dan tahapan proses hukum di



# Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 9 No. 2 September 2024 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074  
UIGM | DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1> | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

Indonesia.

*Symbol (H)* adalah ekspresi wajah Dodo dan Kartika yang terlihat gembira. Rasa gembira dapat terlihat dari raut wajah Dodo dan Kartika dikarenakan mereka dapat bertemu di dalam sel setelah beberapa waktu tidak bertemu. *Symbol (I)* adalah teks "*Miracle in Cell No.7*", yang merupakan judul film. *Miracle in Cell No.7* memiliki arti keajaiban dalam sel nomor 7, sel nomor 7 adalah ruangan tempat Dodo dan teman-teman dikurung. *Symbol (J)* adalah teks "*Based on the Korean Motion Picture Directed by Lee Hwan-Kyung*", yang merupakan tanda apresiasi karena film ini diadaptasi dari film yang berasal dari Korea Selatan pada tahun 2013 dengan judul yang sama. *Symbol (K)* adalah teks "*A film by Hanung Bramantyo*", yang menunjukkan bahwa film ini adalah sebuah karya dari Hanung Bramantyo, seorang produser film ternama di Indonesia. *Symbol (L)* adalah Teks "*Vino G Bastian, Graciella Abigail, Indro Warkop, Tora Sudiro, Rigen Rakelna, Indra Jegel, Bryan Domani, Denny Sumargo, Mawar De Jongh*", yang merupakan nama-nama pemeran dalam film *Miracle in Cell No.7*. *Symbol (M)* adalah teks "*8 September 2020 di bioskop*", yang merupakan informasi tanggal penayangan film.

## Evaluasi

Berdasarkan hasil analisis terhadap poster film *Miracle in Cell No.7* yang didesain oleh *Falcon Pictures* telah mencerminkan isi film yang ingin disampaikan. Penggunaan judul film selaras dengan visualisasi ilustrasi utama dan ilustrasi pendukung yang semuanya berada di dalam sel atau penjara. Judul film adalah bagian paling penting dari sebuah poster, yang dapat menarik antusias penontonnya (Rahma & Utami, 2021). Visualisasi ilustrasi utama berupa karakter Dodo dan Kartika menandakan perasaan bahagia keduanya ketika dipertemukan di dalam sel atau penjara. Visualisasi ilustrasi pendukung yaitu karakter teman-teman Dodo dengan berbagai ekspresi setelah berhasil mempertemukan Dodo dan Kartika. Pada tahap interpretasi dianalisis makna tanda yang meliputi *icon*, *indeks*, dan *symbol* berdasarkan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Karakter semua pemeran dalam poster merupakan *icon* yang dapat dilihat. Penjara sebagai *indeks* memaknai tempat yang sempit, kumuh, tidak bebas, dan waktu yang lama. Beberapa *symbol* yang terdapat dalam poster seperti informasi berupa judul film, para pemeran, produser, dan tanggal penayangan.

## SIMPULAN

Poster film *Miracle in Cell No.7* menjadi sampul yang pas sebagai wajah film *Miracle in Cell No.7*. Visualisasi ilustrasi utama dan ilustrasi pendukung telah mencerminkan isi sesuai dengan judul filmnya. Poster film *Miracle in Cell No.7* telah dirancang berdasarkan struktur yang tepat meliputi, ilustrasi, warna, tipografi, layout, dan *point of view*. Ditemukan berbagai tanda yang terdiri dari *icon*, *indeks*, dan *symbol* sesuai dengan teori semiotika oleh Charles Sanders Peirce. Tanda yang berhasil ditangkap dalam penelitian ini memiliki keterikatan dan hubungan yang selaras antara satu sama lain sehingga mendukung tersampainya pesan yang

# Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 9 No. 2 September 2024 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074  
UIGM | DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1> | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

ditampilkan dalam poster.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Diucapkan terima kasih kepada Dr. Asril, S.S.Kar., M.Hum. dan Dr. Sahrul N, S.S., M.Si. selaku dosen Pascasarjana Institut Seni Indonesia Padangpanjang, yang telah membimbing dan memberi dukungan dalam penulisan artikel ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, A. L. P., & Maulina, E. Della. (2024). Membaca Kritik Seni dalam Film 'Like and Share' Tahun 2022: Realitas Sosial dalam Industri Kapitalis. *Besaung Jurnal Seni, Desain Dan Budaya*, 9(1), 57–72. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v9i1.3428>
- Bangsawan, A., Noviadji, B. R., & Spanic, B. A. (2023). Perancangan Microblog Instagram tentang Kesehatan Jantung untuk Usia 18–22 Tahun. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 6(1), 60–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/vh.v6i1.8881>
- Burhan, A. S., & Anggapuspa, M. L. (2021). Analisis Makna Visual pada Poster Film Bumi Manusia. *Jurnal Barik*, 3(1), 235–247. <https://doi.org/https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/44780>
- Fahrudim, Z., & Safar, K. A. (2021). Reinterpretasi "Maqom Karomah" di Tengah Masyarakat dalam Kajian Semiotik Charles Sanders Peirce. *Journal of Educational and Language Research*, 1(3), 263–274. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/joel.v1i3.506>
- Ginting, J., & Triyanto, R. (2020). Tinjauan Ketepatan Bentuk, Gelap Terang, dan Warna pada Gambar Bentuk Media Akrilik. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 9(2), 300. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i2.20118>
- Haryadi, T., & Saputro, G. E. (2018). Tinjauan Desain Iklan dalam Sudut Pandang Majas Visual. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 3(1), 97–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.25124/demandia.v3i1.1213>
- Hidayah, L. (2023). Analisis Desain Komunikasi Visual Dakwah pada Akun Instagram @nuonlinejatim sebagai Media Dakwah di Era Digital. *An-Nashiha: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 3(1), 24–37. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v3i1.302>
- Jaya, R. C., Aprilia, A. P., Ramdani, A. C., Aqila, A. A., Rinendaputri, A. A., Aulia, K., Putri, T. S. A., & Hafiar, H. (2024). Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce Terhadap Logo Perusahaan Goto Indonesia. 2(1), 27–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.56956/jdcs.v2i1.238>
- Kurniawan, A., & Hidayatullah, R. (2016). *Estetika Seni*. Yogyakarta: Arttex.
- Lapasau, M. (2018). Metaphor of Colors in Indonesian and its Equivalence in German.

# Besaung : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 9 No. 2 September 2024 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074  
UIGM | DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1> | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

- Hortatori: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(1), 24–29.  
<https://doi.org/10.30998/jh.v2i1.59>
- Lukma, I., & Heldi. (2024). *Analisis Semiotika Visual dan Makna pada Logo "Sampoerna Retail Community."* 2(1), 305–313.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v2i1.2735>
- Maharani, Patriansyah, M., & Mubarat, H. (2021). Analisis Semiotika Saussure pada Karya Poster Maharani yang Berjudul "Save Children." *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6(2), 105–110. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1718>
- Noor, F. (2022). Daur Ulang Film: Intertekstualitas Miracle in Cell No.7 (2022). *Jurnal Urban*, 6(2), 145–162. <https://doi.org/https://doi.org/10.52969/jsu.v6i2.81>
- Patria, A. S., & Kristiana, N. (2019). *Tipografi*. Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.
- Patridina, E. P. B. G. G., & Listyaputri, D. R. (2022). Analisis Poster Sebagai Media Pembelajaran Sejarah Afrika. *Jurnal Pendidikan*, 31(2), 207–218.  
<https://doi.org/10.32585/jp.v31i2.2654>
- Pradani, A. F. I., & Islam, M. A. (2022). Retorika Visual Iklan Gojek Versi Pesan dari Rumah Buat Kita Yang Di Jalan. *Jurnal Barik*, 4(1), 12–24.  
<https://doi.org/https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/48243>
- Rahma, L. I., & Utami, L. R. (2021). Analisis Makna Desain Font Judul Film dalam Poster sebagai Media Promosi. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 4(1), 64–69. <https://doi.org/10.30998/vh.v4i1.1072>
- Ramadona, F., Yermadona, H., & Dewi, S. (2023). Analisis Kerusakan Jalan Raya pada Lapis Permukaan dengan Metode Pavement Condition Index (PCI) dan Metode Bina Marga (Studi Kasus Ruas Jalan Landai Sungai Data STA 0 + 000 – STA 2 + 000). *Jurnal Ensiklopedia*, 2(2), 15–20.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33559/err.v2i2.1692>
- Siburian, S. A., Saragi, D., & Harahap, S. (2020). Tinjauan Tata Letak (Layout) Poster Anti Narkoba Badan Narkotika Nasional Provinsi Sumatera Utara. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 1–6. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.16538>
- Suhono, T., & Al Fatta, H. (2021). Penyusunan Data Primer sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi pada Pemerintah Daerah Menggunakan Diagram Raci (Studi Kasus: Pemerintah Kabupaten Purworejo). *Jnanaloka*, 2(1), 35–44. <https://doi.org/10.36802/jnanaloka.2021.v2-no1-35-44>
- Zainudin, A. (2021). *Tipografi*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

## WEBTOGRAFI

Kemenparekraf dalam <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/rumah-produksi-film-indonesia-yang-sukses-tembus-box-office> (Diakses pada 25 Juni 2024).

# **Besaung** : Jurnal Seni, Desain dan Budaya

Volume 9 No. 2 September 2024 | ISSN PRINT : 2502-8626 - ISSN ONLINE : 2549-4074  
UIGM | DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v8i1> | <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung>

DataIndonesia dalam <https://dataindonesia.id/varia/detail/daftar-film-indonesia-yang-paling-banyak-ditonton-pada-2022> (Diakses pada 25 Juni 2024).

Pinterest dalam <https://id.pinterest.com/pin/48906345947216782/> (Diakses pada 25 Juni 2024).