

Representasi Anak Indonesia dalam Film Animasi Jumbo

[Representation of Indonesian Children in the Animated Film Jumbo]

Sandi Justitia Putra^{1)*}, Irma El-Mira Husbuyanti²⁾, Anisa Purwa Ningrum³⁾,
Yani Rosita Sarlan⁴⁾

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 45 Mataram

sandijustitiaputra@gmail.com (corresponding)

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji representasi anak-anak Indonesia dalam film animasi JUMBO (2025) menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes dari perspektif studi komunikasi. Film animasi dipandang sebagai teks media yang memproduksi makna dan mentransmisikan nilai-nilai budaya. Dengan menggunakan metode interpretatif kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi non-partisipan serta analisis tanda-tanda visual dan naratif. Analisis ini berfokus pada denotasi, konotasi, dan mitos. Temuan penelitian menunjukkan bahwa JUMBO merepresentasikan anak-anak Indonesia sebagai sosok yang polos dan imajinatif, berani dan mandiri, serta berorientasi pada kolektivitas dan kepedulian sosial. Pada tingkat mitos, representasi tersebut menaturalisasi ideologi mengenai anak-anak Indonesia sebagai generasi masa depan yang kreatif dan tangguh. Penelitian ini menyoroti pentingnya film animasi lokal dalam membentuk identitas dan nilai-nilai budaya anak-anak.

Kata kunci: Representasi anak; film animasi; semiotika Roland Barthes; komunikasi budaya.

ABSTRACT

This study examines the representation of Indonesian children in the animated film JUMBO (2025) using Roland Barthes' semiotic approach from a communication studies perspective. Animated film is viewed as a media text that produces meaning and transmits cultural values. Employing a qualitative interpretive method, data were collected through non-participant observation and analysis of visual and narrative signs. The analysis focuses on denotation, connotation, and myth. The findings indicate that JUMBO represents Indonesian children as innocent and imaginative, courageous and independent, and oriented toward collectivity and social care. At the myth level, these representations naturalize an ideology of Indonesian children as a creative, resilient future generation. This study highlights the significance of local animated films in shaping children's identity and cultural values.

Keywords: Child representation; animated film; Roland Barthes semiotic; cultural communication.

PENDAHULUAN

Film animasi sebagai bagian dari media komunikasi massa memiliki peran strategis dalam membentuk cara pandang audiens terhadap realitas sosial. Dalam kajian ilmu komunikasi, media tidak dipahami sebagai saluran netral, melainkan sebagai institusi yang aktif memproduksi makna (McQuail, 2011). Bagi anak-anak, film animasi berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium sosialisasi nilai, norma, dan identitas budaya (Hidayat, 2014; Buckingham, 2008). Oleh karena itu, film animasi memiliki kontribusi signifikan dalam membentuk pemahaman anak tentang diri mereka, lingkungan sosial, serta posisi mereka dalam masyarakat.

Dalam konteks Indonesia, perkembangan film animasi lokal menjadi penting untuk dikaji karena berkaitan dengan upaya menghadirkan representasi anak Indonesia yang berakar pada budaya lokal dan realitas sosial nasional. Selama ini, anak-anak Indonesia lebih banyak terpapar animasi

global yang membawa nilai, gaya hidup, dan imajinasi budaya asing (Sasono, 2020). Kondisi ini berpotensi menciptakan keterasingan budaya (*cultural alienation*) apabila tidak diimbangi dengan produksi media lokal yang merepresentasikan pengalaman anak Indonesia secara kontekstual.

Film animasi *Jumbo* (2025) merupakan salah satu karya animasi Indonesia yang menempatkan anak sebagai subjek utama narasi. Film ini disutradarai sekaligus ditulis oleh Ryan Adriandhy dalam debutnya sebagai sutradara film panjang, diproduksi oleh Visinema Animation sebagai bagian dari Visinema Studios, serta diproduksi oleh Anggia Kharisma. *Jumbo* tayang perdana di bioskop Indonesia pada 31 Maret 2025. Kehadiran film ini menjadi penting tidak hanya karena mengangkat kehidupan anak dalam konteks budaya Indonesia, tetapi juga karena menunjukkan perkembangan kapasitas industri animasi nasional dalam menghasilkan karya yang mampu menjangkau penonton secara luas.

Secara naratif, *Jumbo* mengisahkan Don, seorang anak berusia sekitar 10 tahun yang mengalami perundungan karena tubuhnya yang besar. Pengalaman tersebut menempatkan Don pada situasi sosial yang kompleks, ketika karakteristik fisiknya menjadi dasar munculnya stigma, ejekan, dan perlakuan diskriminatif dari lingkungan sekitarnya. Narasi film kemudian berkembang melalui perjuangan Don dalam menghadapi stigma sosial, membangun kepercayaan diri, menemukan jati diri, serta memahami arti persahabatan dan keluarga. Imajinasi dan dunia yang dibangun Don juga menjadi ruang bagi dirinya untuk mengekspresikan emosi sekaligus menghadapi berbagai persoalan yang tidak mudah diselesaikan dalam kehidupan nyata. Dengan demikian, anak dalam *Jumbo* tidak semata-mata diposisikan sebagai objek yang mengalami persoalan, tetapi sebagai individu yang memiliki kemampuan untuk memahami lingkungan, mengambil keputusan, membangun relasi sosial, dan merespons berbagai bentuk tekanan sosial.



Gambar 1. Official Poster JUMBO
Sumber: Instagram Official JUMBO

Dari perspektif representasi anak, konstruksi karakter Don menjadi menarik karena memperlihatkan pengalaman masa kanak-kanak yang tidak sederhana. Anak ditampilkan sebagai subjek yang memiliki emosi, konflik batin, kebutuhan akan penerimaan sosial, serta kemampuan untuk membangun agensi. Persoalan tubuh dan perundungan yang dialami Don tidak hanya menjadi konflik individual, tetapi juga merepresentasikan bagaimana lingkungan sosial membentuk persepsi mengenai tubuh, normalitas, penerimaan, dan identitas anak. Melalui karakter Don, *Jumbo* memperlihatkan bahwa pengalaman anak dalam menghadapi stigma dapat memengaruhi cara anak memandang dirinya sendiri sekaligus cara anak membangun hubungan dengan orang lain.

Kekuatan *Jumbo* sebagai objek kajian juga dapat dilihat dari skala penerimaannya di masyarakat. Sejak penayangan perdananya pada 31 Maret 2025, film ini memperoleh respons penonton yang sangat besar. *Jumbo* mencapai satu juta penonton pada hari ketujuh penayangan, kemudian melampaui dua juta penonton pada hari ke-11 dan empat juta penonton pada hari ke-15. Pada perkembangan berikutnya, film ini mencapai lebih dari 10 juta penonton dan menjadi salah satu

tonggak penting dalam sejarah perfilman Indonesia. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa film animasi dengan karakter dan persoalan anak Indonesia mampu memperoleh perhatian publik dalam skala nasional, sekaligus memperlihatkan bahwa isu-isu mengenai pengalaman anak dapat dikemas melalui medium animasi dan diterima oleh khalayak yang luas.

Keberhasilan Jumbo juga tidak berhenti pada pasar domestik. Film ini kemudian didistribusikan ke sejumlah negara, termasuk Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, Rusia, Ukraina, negara-negara Baltik, dan kawasan Asia Tengah. Film tersebut juga tersedia melalui Netflix sejak 25 Desember 2025 dan kembali ditayangkan di Korea Selatan pada Februari 2026. Perluasan distribusi tersebut memperlihatkan bahwa Jumbo tidak hanya memiliki nilai komersial di pasar Indonesia, tetapi juga memiliki potensi sebagai produk budaya yang membawa representasi pengalaman anak Indonesia ke ruang konsumsi budaya yang lebih luas.

Dalam perspektif kajian representasi, Stuart Hall (1997) menegaskan bahwa representasi bukanlah refleksi langsung dari realitas, melainkan proses konstruksi makna melalui bahasa, tanda, dan simbol. Film sebagai teks audiovisual menyusun realitas sosial melalui pilihan visual, alur cerita, karakterisasi, dan dialog yang sarat kepentingan ideologis. Dengan demikian, representasi anak dalam film Jumbo dapat dipahami sebagai hasil konstruksi makna yang diproduksi oleh pembuat film dan didistribusikan kepada audiens.

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk menganalisis tanda-tanda visual dan naratif dalam film Jumbo. Barthes (1977) membedakan makna ke dalam dua tingkat, yakni denotasi dan konotasi. Pada tingkat denotatif, tanda dipahami secara literal, sedangkan pada tingkat konotatif, tanda berkaitan dengan nilai, emosi, dan ideologi yang bekerja secara laten. Lebih lanjut, Barthes (1972) memperkenalkan konsep mitos sebagai sistem semiologis tingkat kedua yang berfungsi untuk melegitimasi nilai-nilai dominan dalam masyarakat. Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya mengungkap bagaimana film Jumbo membangun mitos tentang anak Indonesia, seperti keberanian, ketahanan emosional, solidaritas, dan penerimaan diri.

Dalam kajian komunikasi anak dan media, anak dipahami sebagai audiens aktif yang mampu menafsirkan pesan media sesuai dengan pengalaman sosial dan budayanya (Livingstone, 2009). Namun demikian, media tetap memiliki kuasa simbolik dalam membingkai realitas anak. Oleh karena itu, analisis representasi anak dalam film animasi menjadi penting untuk memahami pesan ideologis yang disampaikan, baik secara eksplisit maupun implisit.

Film Jumbo juga relevan dikaji dalam konteks budaya populer Indonesia. Menurut Storey (2018), budaya populer merupakan arena pertarungan makna antara nilai dominan dan resistensi kultural. Dalam hal ini, Jumbo dapat dibaca sebagai upaya resistensi terhadap dominasi representasi anak ideal ala Barat dengan menghadirkan figur anak Indonesia yang dekat dengan realitas sosial lokal, termasuk isu perundungan, keluarga tidak utuh, dan solidaritas komunitas.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana representasi anak Indonesia dikonstruksikan dalam film animasi Jumbo (2025) melalui tanda-tanda visual dan naratif, serta makna ideologis yang menyertainya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi kajian komunikasi dan budaya, serta kontribusi praktis bagi pengembangan industri animasi lokal yang lebih sensitif terhadap realitas anak Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretatif, yang bertujuan untuk memahami makna di balik representasi anak Indonesia dalam film animasi Jumbo (2025). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran kuantitatif, melainkan pada penafsiran makna, simbol, dan ideologi yang dikonstruksikan melalui teks media (Denzin & Lincoln, 2018). Metode analisis yang digunakan adalah analisis semiotika Roland Barthes, yang memandang media sebagai sistem tanda yang tidak netral, melainkan sarat dengan nilai, ideologi, dan kepentingan budaya. Barthes (1972) menjelaskan bahwa tanda tidak hanya bekerja pada tataran makna literal (denotasi), tetapi juga membentuk makna konotatif dan mitos yang berfungsi menaturalisasi ideologi tertentu dalam masyarakat. Dalam konteks film, semiotika menjadi alat analisis yang relevan karena film merupakan medium audio-visual yang kaya akan simbol, narasi, dan representasi (Fiske, 2011).

Objek penelitian ini adalah film animasi Jumbo (2025) yang diposisikan sebagai teks media. Film dipahami sebagai konstruksi sosial-budaya yang merepresentasikan realitas tertentu, bukan sebagai cerminan realitas yang objektif (Hall, 1997). Fokus penelitian diarahkan pada representasi anak Indonesia yang dibangun melalui karakter, alur cerita, dialog, setting, ekspresi visual, serta relasi sosial antartokoh dalam film tersebut. Data penelitian diperoleh melalui observasi non-partisipan dan penelaahan mendalam terhadap film. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menonton film secara berulang untuk mengidentifikasi dan mencatat adegan, dialog, serta elemen visual yang relevan dengan tema representasi anak. Menurut Rose (2016), pengamatan visual yang berulang memungkinkan peneliti menangkap pola makna dan simbol yang tidak selalu tampak pada pengamatan awal. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan yang merujuk pada kerangka semiotika Roland Barthes. Tahap pertama adalah identifikasi tanda (*sign*), baik dalam bentuk visual (*gesture*, ekspresi wajah, warna, komposisi gambar), audio (*dialog*, intonasi suara), maupun struktur naratif. Tanda dalam semiotika Barthes terdiri atas penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang membentuk makna tertentu (Barthes, 1967).

Tahap kedua adalah analisis makna denotatif, yaitu makna literal atau deskriptif dari tanda-tanda yang muncul dalam film. Makna denotatif merujuk pada apa yang secara langsung terlihat dan terdengar oleh penonton tanpa melibatkan interpretasi budaya yang lebih dalam (Fiske, 2011). Tahap ketiga adalah analisis makna konotatif, yakni makna yang berkaitan dengan nilai-nilai budaya, emosi, dan pengalaman sosial yang melekat pada tanda. Pada tahap ini, tanda dipahami sebagai bagian dari sistem budaya yang mencerminkan pandangan tertentu tentang anak, seperti kemandirian, kepolosan, keberanian, atau relasi anak dengan lingkungan sosialnya (Hall, 1997).

Tahap keempat adalah analisis mitos, yaitu proses penafsiran ideologi atau pandangan dominan tentang anak Indonesia yang dinaturalisasi melalui representasi dalam film. Barthes (1972) menyebut mitos sebagai cara budaya dominan menyamarkan ideologi menjadi sesuatu yang tampak alamiah dan wajar. Dalam penelitian ini, mitos digunakan untuk mengungkap bagaimana film animasi Jumbo membangun narasi tertentu tentang identitas, peran sosial, dan nilai-nilai yang dilekatkan pada anak Indonesia. Melalui tahapan analisis tersebut, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana film animasi Jumbo (2025) tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium representasi dan produksi makna tentang anak Indonesia dalam konteks sosial dan budaya kontemporer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi Anak sebagai Sosok Polos dan Imajinatif

Pada tingkat denotasi, film animasi Jumbo (2025) merepresentasikan anak-anak melalui visualisasi ekspresi ceria, gestur tubuh yang luwes, serta rasa ingin tahu yang tinggi terhadap lingkungan sekitar. Anak-anak digambarkan aktif dalam kegiatan bermain, berpetualang, dan menjelajahi ruang-ruang yang membuka kemungkinan imajinatif. Elemen visual seperti warna-warna cerah, gerak kamera yang dinamis, serta penggambaran ruang yang luas dan terbuka memperkuat kesan dunia anak sebagai ruang yang menyenangkan dan penuh kemungkinan. Pada tataran ini, tanda-tanda bekerja sebagai makna literal yang menunjukkan aktivitas keseharian anak tanpa muatan ideologis yang eksplisit (Barthes, 1967).



Gambar 2. scene Jumbo sedang bermain dengan teman-temannya
Sumber: Youtube

Pada tingkat konotasi, representasi tersebut tidak sekadar menampilkan anak sebagai individu yang sedang bermain, tetapi juga mengandung makna simbolik tentang kepolosan, kreativitas, dan kebebasan berekspresi. Kepolosan anak dikonstruksikan melalui ekspresi wajah yang jujur dan minim konflik, sementara imajinasi ditampilkan melalui interaksi anak dengan dunia fantasi yang melebur dengan realitas. Menurut Hall (1997), makna konotatif lahir dari relasi antara tanda dan sistem nilai budaya yang hidup dalam masyarakat. Dalam konteks ini, film Jumbo mereproduksi pandangan budaya yang memaknai anak Indonesia sebagai sosok yang dekat dengan alam, permainan, dan dunia imajinatif, sekaligus menjauh dari beban rasionalitas dunia dewasa.

Representasi imajinasi dalam film animasi juga berfungsi sebagai medium simbolik untuk menunjukkan kreativitas anak sebagai potensi yang alamiah. Fiske (2011) menyatakan bahwa teks media, termasuk film, tidak hanya menyampaikan cerita, tetapi juga mengorganisasi makna sosial melalui simbol-simbol yang mudah dikenali oleh khalayak. Dengan demikian, dunia imajinatif yang dihadirkan dalam Jumbo dapat dibaca sebagai simbol kebebasan anak untuk bereksplorasi, berkhayal, dan membangun identitas diri melalui permainan.

Pada tingkat mitos, film Jumbo membangun narasi ideologis bahwa masa kanak-kanak merupakan fase kehidupan yang ideal, murni, dan sarat dengan imajinasi. Anak diposisikan sebagai subjek yang harus dijaga dari tekanan dunia dewasa, seperti tuntutan produktivitas, kompetisi, dan rasionalitas yang berlebihan. Barthes (1972) menjelaskan bahwa mitos bekerja dengan cara menaturalisasi konstruksi sosial tertentu sehingga tampak sebagai sesuatu yang wajar dan tidak dipertanyakan. Dalam hal ini, mitos tentang “anak yang polos dan imajinatif” dinaturalisasi sebagai kodrat masa kanak-kanak.

Mitos tersebut secara tidak langsung merefleksikan ideologi perlindungan anak yang berkembang dalam wacana sosial kontemporer, di mana anak dipandang sebagai individu yang belum sepenuhnya mampu menghadapi kompleksitas dunia dewasa. Sobur (2013) menegaskan bahwa dalam konteks semiotika media, representasi anak sering kali tidak netral, melainkan sarat dengan nilai-nilai moral dan ideologis yang dilekatkan oleh budaya dominan. Film Jumbo dengan demikian tidak hanya merepresentasikan anak sebagai figur imajinatif, tetapi juga meneguhkan pandangan normatif tentang bagaimana anak seharusnya diposisikan dalam struktur sosial.

Dengan demikian, melalui analisis semiotika Roland Barthes, dapat dipahami bahwa representasi anak dalam film animasi Jumbo (2025) bekerja pada tiga lapisan makna: denotasi yang menampilkan aktivitas bermain dan petualangan, konotasi yang memaknai anak sebagai sosok polos dan kreatif, serta mitos yang menaturalisasi ideologi masa kanak-kanak sebagai ruang imajinasi yang harus dilindungi. Film ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai teks budaya yang berperan dalam membentuk dan mereproduksi makna tentang anak Indonesia dalam konteks sosial dan kultural.

Representasi Keberanian dan Kemandirian Anak

Pada tingkat denotasi, film animasi Jumbo (2025) menampilkan tokoh anak yang terlibat secara aktif dalam berbagai situasi penuh tantangan dan konflik. Representasi ini tampak melalui adegan-adegan ketika tokoh anak mengambil inisiatif, menghadapi rintangan, serta berusaha menyelesaikan masalah yang muncul dalam alur petualangan. Secara visual, keberanian anak direpresentasikan melalui gestur tubuh yang tegas, ekspresi wajah yang menunjukkan determinasi, serta pengambilan keputusan yang dilakukan tanpa ketergantungan penuh pada figur dewasa. Pada tataran ini, tanda-tanda bekerja sebagai makna literal yang menunjukkan tindakan keberanian dan kemandirian anak dalam menghadapi situasi tertentu (Barthes, 1967).

Pada tingkat konotasi, representasi keberanian dan kemandirian tersebut mengandung pesan simbolik yang berkaitan dengan pendidikan karakter. Keberanian anak tidak hanya dimaknai sebagai kemampuan menghadapi bahaya, tetapi juga sebagai keberanian moral untuk bertanggung jawab atas pilihan yang diambil. Kemandirian direpresentasikan sebagai kemampuan anak untuk berpikir, bertindak, dan mengambil keputusan secara otonom. Menurut Hall (1997), makna konotatif terbentuk melalui relasi antara tanda dan nilai-nilai sosial yang dominan. Dalam konteks ini, film Jumbo merefleksikan nilai-nilai sosial yang menekankan pentingnya kepercayaan diri, tanggung jawab, serta kesiapan individu sejak usia dini untuk menghadapi tantangan kehidupan.

Representasi tersebut juga sejalan dengan pandangan bahwa media anak berperan sebagai sarana internalisasi nilai-nilai normatif. Fiske (2011) menyatakan bahwa teks media kerap berfungsi sebagai ruang pedagogis yang secara halus menanamkan nilai dan ideologi tertentu kepada khalayak. Melalui penggambaran anak yang berani dan mandiri, film Jumbo tidak hanya menyajikan narasi petualangan, tetapi juga mengomunikasikan pesan moral tentang idealitas karakter anak yang diharapkan dalam masyarakat.

Pada tingkat mitos, film Jumbo membangun narasi ideologis tentang anak Indonesia sebagai generasi masa depan yang tangguh, adaptif, dan siap menghadapi perubahan sosial. Keberanian dan kemandirian anak dinaturalisasi sebagai karakter inheren yang seolah-olah melekat secara alamiah pada identitas anak Indonesia. Barthes (1972) menjelaskan bahwa mitos bekerja dengan mengaburkan konstruksi sosial menjadi sesuatu yang tampak wajar dan tidak problematis. Dalam hal ini, film Jumbo menaturalisasi harapan sosial bahwa anak sejak dini harus siap menjadi individu yang kuat dan mandiri dalam menghadapi dinamika zaman.

Mitos tersebut juga menempatkan anak sebagai agen perubahan sosial yang memiliki peran strategis dalam masa depan bangsa. Sobur (2013) menegaskan bahwa representasi dalam media tidak hanya menggambarkan realitas, tetapi juga membentuk cara pandang masyarakat terhadap subjek yang direpresentasikan. Dengan demikian, keberanian dan kemandirian anak dalam film Jumbo berfungsi sebagai simbol harapan kolektif tentang masa depan Indonesia yang diisi oleh generasi muda yang berkarakter kuat dan berdaya saing.

Melalui analisis semiotika Roland Barthes, dapat disimpulkan bahwa representasi keberanian dan kemandirian anak dalam film animasi Jumbo (2025) bekerja pada tiga lapisan makna. Pada tingkat denotasi, anak digambarkan menghadapi tantangan dan konflik; pada tingkat konotasi, keberanian dan kemandirian dimaknai sebagai nilai pendidikan karakter; dan pada tingkat mitos, representasi tersebut menaturalisasi ideologi tentang anak Indonesia sebagai generasi masa depan yang tangguh dan berperan sebagai agen perubahan sosial. Film ini dengan demikian berkontribusi dalam membentuk wacana sosial mengenai idealitas karakter anak dalam konteks budaya Indonesia kontemporer.

Representasi Nilai Kolektivitas dan Kepedulian Sosial

Pada tingkat denotasi, film animasi Jumbo (2025) menampilkan interaksi antar tokoh anak yang ditandai dengan aktivitas bersama, seperti bekerja sama dalam menyelesaikan tantangan, saling membantu ketika menghadapi kesulitan, serta berbagi emosi dalam situasi senang maupun sulit. Relasi antar tokoh dibangun melalui dialog yang menekankan kebersamaan, gestur fisik yang menunjukkan kedekatan, serta komposisi visual yang sering menempatkan anak-anak dalam satu bingkai kelompok. Pada tataran ini, tanda-tanda bekerja sebagai makna literal yang menggambarkan bentuk interaksi sosial antaranak (Barthes, 1967).

Pada tingkat konotasi, representasi tersebut mengandung makna simbolik tentang nilai kolektivitas, persahabatan, dan kepedulian sosial. Anak tidak direpresentasikan sebagai individu yang berdiri sendiri, melainkan sebagai bagian dari komunitas sosial yang saling terhubung. Menurut Hall (1997), makna konotatif terbentuk melalui hubungan antara tanda dan sistem nilai budaya yang berlaku. Dalam konteks budaya Indonesia, kebersamaan, kerja sama, dan solidaritas merupakan nilai yang secara historis dan kultural dijunjung tinggi. Film Jumbo mereproduksi nilai-nilai tersebut melalui relasi antartokoh anak yang menekankan pentingnya saling mendukung dan bekerja secara kolektif.

Representasi kolektivitas dalam film ini juga berfungsi sebagai media internalisasi nilai sosial sejak usia dini. Fiske (2011) menyatakan bahwa teks media sering kali bekerja sebagai ruang pedagogis yang menyampaikan nilai-nilai sosial secara implisit. Dengan menampilkan keberhasilan tokoh anak sebagai hasil dari kerja sama dan solidaritas, film Jumbo mengomunikasikan pesan bahwa pencapaian individu tidak terlepas dari kontribusi kelompok. Kepedulian sosial yang ditampilkan melalui empati dan sikap saling membantu menjadi simbol ideal relasi sosial yang diharapkan dalam masyarakat.

Pada tingkat mitos, film Jumbo membangun narasi ideologis bahwa kebahagiaan dan keberhasilan anak berkaitan erat dengan relasi sosial yang harmonis. Nilai gotong royong dan kebersamaan dinaturalisasi sebagai bagian yang inheren dari identitas anak Indonesia. Barthes (1972)

menjelaskan bahwa mitos berfungsi untuk menaturalisasi konstruksi budaya sehingga tampak sebagai sesuatu yang alamiah dan tidak dipersoalkan. Dalam hal ini, kolektivitas diposisikan bukan sekadar sebagai pilihan nilai, tetapi sebagai karakter yang dianggap melekat secara kodrati pada anak Indonesia.

Mitos tersebut sekaligus merefleksikan ideologi sosial yang menempatkan komunitas sebagai fondasi utama kehidupan bermasyarakat. Sobur (2013) menegaskan bahwa representasi media tidak hanya menggambarkan realitas sosial, tetapi juga berperan dalam mempertahankan nilai-nilai dominan dalam budaya tertentu. Dengan demikian, film Jumbo berfungsi sebagai teks budaya yang meneguhkan pandangan bahwa solidaritas, gotong royong, dan kepedulian sosial merupakan nilai ideal yang harus diwariskan kepada generasi muda.

Melalui analisis semiotika Roland Barthes, dapat disimpulkan bahwa representasi nilai kolektivitas dan kepedulian sosial dalam film animasi Jumbo (2025) bekerja pada tiga lapisan makna. Pada tingkat denotasi, film menampilkan interaksi sosial antartokoh anak; pada tingkat konotasi, interaksi tersebut dimaknai sebagai cerminan budaya kolektivitas dan solidaritas sosial; dan pada tingkat mitos, nilai kebersamaan dinaturalisasi sebagai identitas anak Indonesia. Representasi ini menegaskan peran film animasi sebagai medium pembentuk makna sosial dan nilai budaya dalam konstruksi identitas anak.

Representasi Anak sebagai Subjek Aktif dalam Narasi Petualangan

Film animasi Jumbo merepresentasikan anak Indonesia sebagai subjek aktif yang memiliki agensi dalam struktur naratif. Analisis ini menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes yang membagi proses pemaknaan ke dalam tiga tingkatan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos (Barthes, 1967, 1972). Melalui tiga lapisan signifikasi tersebut, representasi anak tidak hanya dipahami sebagai gambaran visual semata, tetapi sebagai konstruksi makna yang sarat nilai sosial dan ideologis.



Gambar 3. scene Jumbo bermain gitar

Sumber: Youtube

Pada tingkat denotasi, tanda dipahami sebagai relasi antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang menghasilkan makna literal (Barthes, 1967). Dalam film Jumbo, anak-anak ditampilkan melalui aktivitas bermain, berpetualang, menghadapi rintangan, serta mengambil keputusan dalam situasi konflik. Secara visual, gestur tubuh yang tegas, ekspresi wajah yang menunjukkan determinasi, serta komposisi gambar yang menempatkan anak sebagai pusat frame menjadi penanda atas posisi aktif mereka dalam alur cerita. Pada tataran ini, makna yang muncul bersifat deskriptif—anak terlihat terlibat langsung dalam aksi dan dinamika peristiwa. Namun, sebagaimana ditegaskan Barthes (1967), denotasi hanyalah “tingkat pertama signifikasi” yang membuka kemungkinan hadirnya makna yang lebih dalam melalui sistem tanda berikutnya.

Memasuki tingkat konotasi, tanda tidak lagi netral, melainkan berinteraksi dengan kode-kode budaya dan sistem nilai yang hidup dalam masyarakat (Barthes, 1972). Representasi anak yang mengambil inisiatif dan menyelesaikan persoalan tidak sekadar menunjukkan tindakan fisik, tetapi membangun citra anak sebagai individu yang cerdas, berani, adaptif, dan mampu berpikir otonom. Konotasi ini beresonansi dengan nilai pendidikan karakter yang berkembang dalam konteks sosial Indonesia, seperti kemandirian, tanggung jawab, dan keberanian menghadapi tantangan. Dalam kerangka ini, anak tidak lagi dimaknai sebagai figur pasif yang bergantung sepenuhnya pada otoritas dewasa, melainkan sebagai subjek yang memiliki agensi (*agency*). Dari perspektif ilmu komunikasi,

konstruksi ini menunjukkan bahwa teks media berperan dalam membentuk persepsi kolektif tentang kapasitas anak sebagai individu yang kompeten dan berdaya.

Pada tingkat mitos, sebagaimana dijelaskan Barthes (1972), sistem tanda kedua bekerja untuk menaturalisasi konstruksi sosial sehingga tampak sebagai sesuatu yang alamiah dan tidak dipersoalkan. Mitos mengubah realitas historis menjadi kodrat (*transforming history into nature*). Dalam Jumbo, mitos yang dibangun adalah gagasan bahwa anak Indonesia secara inheren merupakan generasi yang tangguh, progresif, dan siap menjadi agen perubahan. Representasi anak sebagai pemimpin dalam narasi petualangan menegaskan ide bahwa potensi kepemimpinan dan kapasitas transformasi sosial telah melekat sejak usia dini. Dengan cara ini, film menaturalisasi harapan sosial terhadap anak sebagai fondasi masa depan bangsa. Anak tidak lagi diposisikan semata sebagai objek perlindungan, melainkan sebagai subjek strategis dalam dinamika sosial yang lebih luas. Mitos tersebut bekerja secara ideologis karena menghadirkan nilai tertentu—tentang ketangguhan dan kepemimpinan anak sebagai sesuatu yang wajar dan tidak perlu dipertanyakan.

Melalui tiga lapisan makna tersebut, representasi anak sebagai subjek aktif dalam Jumbo memperlihatkan bagaimana film animasi berfungsi sebagai teks budaya yang memproduksi dan mereproduksi makna sosial. Pada tataran denotasi, anak tampil dalam aksi petualangan; pada tataran konotasi, anak dimaknai sebagai figur cerdas dan mandiri; dan pada tataran mitos, terbentuk ideologi tentang anak Indonesia sebagai agen perubahan masa depan. Dengan demikian, film animasi tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga arena komunikasi simbolik yang berkontribusi dalam membangun wacana tentang identitas dan peran anak dalam masyarakat Indonesia kontemporer.

Nilai Kebersamaan dan Solidaritas sebagai Identitas Sosial Anak Indonesia

Film animasi Jumbo menampilkan relasi antartokoh anak yang sarat dengan nilai kebersamaan, solidaritas, dan gotong royong sebagai elemen penting dalam perkembangan alur cerita. Analisis ini menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes yang memandang makna bekerja melalui tiga tingkatan signifikasi: denotasi, konotasi, dan mitos (Barthes, 1967, 1972). Melalui pendekatan ini, interaksi sosial antartokoh anak tidak hanya dipahami sebagai bagian dari narasi, tetapi sebagai sistem tanda yang merepresentasikan identitas sosial anak Indonesia.

Pada tingkat denotasi, relasi kebersamaan ditampilkan melalui adegan kerja tim, diskusi bersama, saling membantu saat menghadapi kesulitan, serta komunikasi yang intens dalam menyelesaikan konflik. Komposisi visual yang menempatkan anak-anak dalam satu bingkai kelompok, jarak fisik yang dekat, serta ekspresi empatik menjadi penanda (*signifier*) atas interaksi kolektif tersebut. Secara literal, adegan-adegan ini hanya memperlihatkan aktivitas sosial antaranak dalam konteks petualangan. Sebagaimana dikemukakan Barthes (1967), makna denotatif merupakan tingkat pertama signifikasi yang bersifat deskriptif dan tampak netral.

Namun pada tingkat konotasi, tanda-tanda tersebut berinteraksi dengan sistem nilai budaya yang lebih luas. Kebersamaan dan kerja sama tidak sekadar dimaknai sebagai strategi menyelesaikan tantangan, melainkan sebagai representasi nilai kolektivitas yang mengakar dalam budaya Indonesia. Barthes (1972) menjelaskan bahwa konotasi merupakan proses pemaknaan yang dipengaruhi oleh kode-kode kultural. Dalam konteks ini, relasi solidaritas antartokoh anak merepresentasikan nilai gotong royong, empati, dan rasa tanggung jawab sosial yang secara historis menjadi bagian dari identitas sosial masyarakat Indonesia. Anak tidak digambarkan sebagai individu yang berdiri sendiri, melainkan sebagai bagian dari jaringan sosial yang saling bergantung. Dengan demikian, film membangun citra bahwa keberhasilan bukan hasil perjuangan individual semata, tetapi lahir dari kerja kolektif.

Pada tingkat mitos, sistem tanda kedua bekerja untuk menaturalisasi konstruksi sosial tersebut sehingga tampak sebagai sesuatu yang alamiah (Barthes, 1972). Mitos yang dibangun dalam film ini adalah gagasan bahwa anak Indonesia secara inheren memiliki karakter kolektif dan menjunjung tinggi solidaritas sosial. Kebersamaan diposisikan bukan sebagai pilihan nilai, melainkan sebagai identitas yang melekat pada diri anak. Dalam kerangka ini, solidaritas tidak lagi dipahami sebagai hasil proses sosial-historis, tetapi sebagai kodrat yang seolah-olah melekat secara alami pada anak Indonesia. Inilah cara mitos bekerja mengubah nilai budaya menjadi sesuatu yang tampak wajar dan tidak dipertanyakan.

Dengan demikian, melalui tiga lapisan makna tersebut, film Jumbo berfungsi sebagai teks budaya yang mereproduksi dan meneguhkan identitas sosial anak Indonesia sebagai bagian dari komunitas kolektif. Pada tataran denotasi, film menampilkan interaksi kerja sama; pada tataran konotasi, kebersamaan dimaknai sebagai nilai budaya kolektivitas; dan pada tataran mitos, solidaritas dinaturalisasi sebagai karakter inheren anak Indonesia. Representasi ini menunjukkan bahwa film animasi tidak sekadar menghadirkan hiburan, tetapi juga menjadi medium komunikasi ideologis yang membentuk pemahaman audiens tentang identitas sosial dan karakter anak dalam konteks budaya Indonesia kontemporer.

Representasi Keberanian dan Ketangguhan Anak dalam Menghadapi Tantangan

Dalam film animasi Jumbo, keberanian dan ketangguhan menjadi elemen representasional yang menonjol dalam konstruksi karakter anak. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, makna keberanian tersebut dapat dipahami melalui tiga tingkatan signifikasi: denotasi, konotasi, dan mitos (Barthes, 1967, 1972). Analisis ini menunjukkan bahwa penggambaran anak yang menghadapi tantangan tidak berhenti pada level aksi naratif, tetapi membentuk konstruksi ideologis tentang karakter anak Indonesia.

Pada tingkat denotasi, anak-anak digambarkan berhadapan dengan situasi berisiko, konflik, dan rintangan dalam alur petualangan. Secara visual, tanda-tanda keberanian ditampilkan melalui gestur tubuh yang tegap, ekspresi wajah yang serius dan penuh determinasi, serta tindakan menghadapi ancaman tanpa mundur. Kamera sering memposisikan anak dalam sudut pengambilan gambar yang menegaskan keberanian—misalnya melalui framing yang menempatkan mereka di garis depan konflik. Pada tahap ini, makna yang muncul bersifat literal: anak sedang menghadapi tantangan. Sebagaimana ditegaskan Barthes (1967), denotasi merupakan sistem signifikasi pertama yang menghadirkan makna deskriptif sebelum masuk pada lapisan makna yang lebih dalam.

Memasuki tingkat konotasi, tanda-tanda visual tersebut berinteraksi dengan nilai dan kode budaya yang hidup dalam masyarakat. Keberanian tidak lagi sekadar tindakan fisik, tetapi dimaknai sebagai kapasitas psikologis dan moral untuk menghadapi ketakutan, ketidakpastian, dan tekanan situasional. Ketangguhan (*resilience*) direpresentasikan sebagai kemampuan anak untuk bangkit dari kegagalan dan terus berusaha mencapai tujuan. Dalam kerangka Barthes (1972), konotasi merupakan “*mode of signification*” yang sarat dengan nilai ideologis. Dalam konteks sosial Indonesia, representasi ini beresonansi dengan wacana pendidikan karakter yang menekankan pentingnya mental kuat, daya juang, dan semangat pantang menyerah sejak usia dini. Dengan demikian, adegan-adegan petualangan tidak hanya membangun ketegangan dramatik, tetapi juga menyampaikan pesan normatif tentang idealitas karakter anak.

Pada tingkat mitos, sistem tanda kedua bekerja untuk menaturalisasi konstruksi tersebut sehingga tampak sebagai sesuatu yang wajar dan alamiah (Barthes, 1972). Film membangun narasi ideal tentang anak Indonesia sebagai generasi yang tangguh, resilien, dan siap menghadapi dinamika kehidupan sejak dini. Keberanian dan ketangguhan diposisikan bukan sebagai hasil proses sosial atau pendidikan semata, melainkan sebagai karakter yang seolah-olah melekat secara inheren pada identitas anak Indonesia. Mitos ini berfungsi mengubah harapan sosial menjadi kodrat, sehingga ketangguhan anak tampil sebagai sesuatu yang tidak perlu dipertanyakan. Dalam konteks ini, film berperan sebagai medium ideologis yang memperkuat wacana tentang generasi masa depan yang kuat dan adaptif.

Dengan demikian, melalui tiga lapisan makna denotasi, konotasi, dan mitos—representasi keberanian dan ketangguhan anak dalam Jumbo menunjukkan bahwa film animasi tidak hanya menyajikan narasi petualangan, tetapi juga mengonstruksi identitas karakter anak Indonesia. Keberanian pada level literal berkembang menjadi simbol kapasitas psikologis, dan pada akhirnya dinaturalisasi sebagai mitos tentang generasi tangguh yang siap menghadapi tantangan kehidupan. Film ini, karenanya, berfungsi sebagai teks budaya yang mereproduksi nilai sosial tentang ketangguhan sebagai fondasi pembentukan karakter anak dalam masyarakat Indonesia kontemporer.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa film animasi Jumbo tidak hanya berfungsi sebagai produk hiburan, tetapi sebagai teks budaya yang mengonstruksi makna sosial tentang anak Indonesia.

Dalam kajian komunikasi dan budaya, media dipahami bukan sekadar cermin realitas, melainkan agen yang secara aktif memproduksi dan mereproduksi makna (Hall, 1997). Oleh karena itu, representasi anak dalam Jumbo perlu dibaca sebagai proses signifikasi yang bekerja melalui sistem tanda dan kode-kode kultural tertentu.

Dalam perspektif semiotika Roland Barthes, makna bekerja melalui dua tingkat signifikasi denotasi dan konotasi yang kemudian berkembang menjadi mitos sebagai sistem penandaan tingkat kedua (Barthes, 1967, 1972). Pada tataran denotatif, Jumbo menghadirkan realitas keseharian anak melalui adegan bermain, berpetualang, bekerja sama, dan menghadapi konflik. Secara literal, tanda-tanda visual seperti ekspresi ceria, gestur dinamis, dialog penuh semangat, serta komposisi gambar yang menempatkan anak sebagai pusat narasi hanya menunjukkan aktivitas keseharian anak. Sebagaimana dikemukakan Barthes (1967), denotasi merupakan “tingkat pertama signifikasi” yang tampak objektif dan deskriptif.

Namun, makna tidak berhenti pada level deskriptif tersebut. Pada tataran konotatif, tanda-tanda visual dan naratif dalam film terhubung dengan nilai budaya dominan yang hidup dalam masyarakat. Representasi anak sebagai figur yang kreatif, berani, mandiri, kolektif, dan peduli sosial menunjukkan bagaimana teks media berinteraksi dengan sistem nilai sosial tertentu. Barthes (1972) menjelaskan bahwa konotasi merupakan “*mode of signification*” yang dipengaruhi oleh ideologi dan kode kultural. Dalam konteks Indonesia, nilai kreativitas, keberanian, tanggung jawab, solidaritas, dan gotong royong merupakan bagian dari diskursus pendidikan karakter yang terus direproduksi dalam ruang publik. Dengan demikian, Jumbo tidak hanya menghadirkan cerita petualangan, tetapi juga menyisipkan pesan normatif tentang idealitas karakter anak.

Lebih jauh, pada level mitos, film ini menaturalisasi konstruksi sosial tentang anak Indonesia. Barthes (1972) menyatakan bahwa mitos bekerja dengan cara “mengubah sejarah menjadi kodrat” (*transforming history into nature*). Dalam Jumbo, terbentuk mitos tentang anak Indonesia sebagai figur yang polos dan imajinatif, berani dan mandiri, kolektif dan peduli sosial, serta tangguh dan berpotensi menjadi agen perubahan. Karakteristik tersebut ditampilkan seolah-olah melekat secara alamiah pada identitas anak, padahal sesungguhnya merupakan hasil konstruksi sosial dan ideologis. Naturalisasi ini memperlihatkan bagaimana media mengaburkan proses historis pembentukan nilai dan menghadirkannya sebagai sesuatu yang wajar serta tidak perlu dipertanyakan.

Representasi yang demikian menunjukkan bahwa film animasi bukanlah medium netral. Sebagaimana ditegaskan oleh Fiske (2011), teks media adalah arena pertarungan makna (*site of struggle*) yang selalu mengandung kepentingan ideologis tertentu. Dalam konteks ini, Jumbo berfungsi sebagai medium pedagogis yang menginternalisasikan nilai moral dan sosial kepada audiens, khususnya anak-anak dan keluarga. Melalui pengalaman naratif yang emosional dan imajinatif, nilai-nilai tersebut tidak disampaikan secara eksplisit atau menggurui, melainkan dibangun melalui identifikasi penonton terhadap karakter dan alur cerita.

Dari perspektif ilmu komunikasi, film animasi menjadi arena produksi makna (meaning production) yang membentuk pemahaman kolektif tentang identitas anak Indonesia. Hall (1997) menegaskan bahwa representasi adalah praktik budaya yang memproduksi makna melalui bahasa dan sistem simbolik. Visualisasi karakter, dialog, konflik, serta resolusi cerita dalam Jumbo bekerja sebagai sistem simbolik yang memperkuat wacana tentang idealitas anak dalam konteks budaya Indonesia kontemporer. Anak direpresentasikan bukan sekadar sebagai individu dalam fase perkembangan biologis, melainkan sebagai subjek sosial yang membawa harapan kolektif tentang masa depan bangsa.

Dengan demikian, Jumbo (2025) dapat dipahami sebagai media yang berkontribusi dalam membangun wacana tentang anak Indonesia yang progresif, berdaya, dan berakar pada nilai budaya lokal. Film ini mereproduksi sekaligus meneguhkan ideologi tentang masa kanak-kanak sebagai ruang imajinasi, pembentukan karakter, dan fondasi masa depan bangsa. Dalam kerangka semiotika Barthes, representasi tersebut bukan sekadar gambaran realitas, melainkan proses signifikasi yang sarat dengan nilai dan kepentingan ideologis yang bekerja secara halus melalui sistem tanda budaya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis semiotika Roland Barthes terhadap film animasi JUMBO, penelitian ini menyimpulkan bahwa representasi anak Indonesia dalam film tersebut dibangun melalui sistem tanda yang bekerja pada tiga tingkat signifikasi: denotasi, konotasi, dan mitos. Pada tingkat denotatif, anak ditampilkan sebagai sosok yang aktif bermain, berpetualang, menghadapi konflik, serta menjalin relasi sosial dengan teman sebaya. Pada tingkat konotatif, representasi tersebut mengandung makna simbolik yang menegaskan nilai-nilai budaya seperti kepolosan, imajinasi, keberanian, kemandirian, solidaritas, dan tanggung jawab sosial. Lebih jauh, pada tingkat mitos, film ini menaturalisasi konstruksi ideologis tentang anak Indonesia sebagai generasi masa depan yang kreatif, tangguh, kolektif, dan berdaya. Karakteristik tersebut dihadirkan seolah-olah melekat secara alamiah pada identitas anak, padahal merupakan hasil konstruksi sosial dan budaya yang direproduksi melalui teks media. Dengan demikian, JUMBO tidak sekadar merefleksikan realitas anak Indonesia, tetapi turut membentuk dan mengarahkan pemahaman kolektif tentang idealitas karakter anak dalam konteks budaya Indonesia kontemporer.

Dari perspektif ilmu komunikasi, film animasi ini berfungsi sebagai arena produksi makna (*meaning production*) yang mentransmisikan nilai moral, sosial, dan kultural kepada khalayak, khususnya anak dan keluarga. Representasi visual, dialog, serta struktur naratif bekerja sebagai sistem simbolik yang memperkuat wacana tentang anak sebagai subjek aktif dan agen perubahan sosial. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa film animasi lokal memiliki peran strategis dalam pembentukan identitas budaya anak Indonesia. JUMBO (2025) berkontribusi dalam membangun wacana tentang anak Indonesia yang progresif, resilien, dan berakar pada nilai kebersamaan, sekaligus menunjukkan bahwa media populer merupakan medium ideologis yang tidak netral dalam merepresentasikan masa kanak-kanak.

Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, disarankan agar industri film animasi Indonesia menghadirkan representasi anak yang lebih beragam dengan tidak hanya menampilkan anak sebagai sosok ideal, kuat, dan tangguh, tetapi juga memberikan ruang bagi kerentanan dan kompleksitas pengalaman sosial anak. Orang tua dan pendidik diharapkan dapat memanfaatkan film seperti JUMBO sebagai media literasi komunikasi dan budaya melalui pendampingan serta diskusi mengenai perundungan, persahabatan, penerimaan terhadap perbedaan, dan nilai kebersamaan. Pemerintah dan pemangku kepentingan perlu memperkuat dukungan terhadap produksi dan distribusi animasi lokal sebagai instrumen komunikasi budaya dan pembentukan identitas generasi muda. Sementara itu, peneliti selanjutnya disarankan mengembangkan kajian dengan pendekatan yang lebih beragam, seperti analisis wacana kritis, semiotika multimodal, kajian budaya, maupun audience reception analysis yang melibatkan perspektif anak secara langsung, sehingga dapat mengungkap bagaimana representasi, mitos, dan ideologi tentang masa kanak-kanak dikonstruksi, dimaknai, dinegosiasikan, dan direproduksi melalui media animasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, R. (1967). *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. Fontana Press.
- Buckingham, D. (2008). *Children and media: A cultural studies approach*. Polity Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Fiske, J. (2011). *Television Culture*. London: Routledge.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE Publications.
- Hidayat, D. N. (2014). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. RajaGrafindo Persada.
- Livingstone, S. (2009). *Children and the internet: Great expectations, challenging realities*. Polity

Press.

McQuail, D. (2011). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.

Rose, G. (2016). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials* (4th ed.). London: SAGE Publications.

Sasono, E. (2020). *Film Indonesia: Sejarah, estetika, dan politik*. Kepustakaan Populer Gramedia.

Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Storey, J. (2018). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (8th ed.). Routledge.