

Kajian Poster Film Tim Burton dan Perannya dalam Pembentukan Identitas Autoral

Laila Rahmawati^{1*}, M Rahman Athian²

¹⁻²Seni Rupa, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: lailarahma153@gmail.com

Abstract. *This research analyses five film posters by Tim Burton, including The Nightmare Before Christmas, Sleepy Hollow, Corpse Bride, Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street, and Frankenweenie, to explore how recurring visual symbols contribute to the formation of the director's distinctive artistic identity. Employing a qualitative methodology alongside Roland Barthes's semiotic theory, the posters were examined through the levels of denotation and connotation, with particular attention to visual elements such as colour, composition, typography, and iconography. The findings reveal four prevalent visual motifs that consistently appear across the selected posters: the full moon, muted and desaturated colour schemes, fragmented or flawed bodies, and marginalised protagonists. Collectively, these recurring elements construct the cultural myth of the "Burtonesque" aesthetic, which extends beyond individual films, genres, and narrative contexts. The research also identifies a transition in the marketing approach, shifting from an emphasis on Burton's identity and reputation as a distinctive filmmaker toward greater attention to his previous commercial achievements. Overall, this study demonstrates that film posters function not merely as promotional materials but also as visual texts that actively construct and communicate a director's authorial identity by integrating auteur theory with Barthesian semiotics.*

Keywords: *Authorial Identity, Barthesian Semiotics, Burtonesque Aesthetics, Film Posters, Tim Burton.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis lima poster film karya Tim Burton, yaitu The Nightmare Before Christmas, Sleepy Hollow, Corpse Bride, Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street, dan Frankenweenie, untuk mengkaji bagaimana simbol-simbol visual yang muncul secara berulang berperan dalam membentuk identitas artistik sang sutradara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan teori semiotika Roland Barthes. Setiap poster dianalisis melalui tingkat denotasi dan konotasi dengan memberikan perhatian khusus pada unsur warna, komposisi, tipografi, dan ikonografi. Hasil penelitian menunjukkan adanya empat motif visual yang dominan, yaitu bulan purnama, skema warna redup dan desaturasi, tubuh yang terfragmentasi atau tidak sempurna, serta protagonis yang terpinggirkan. Secara kolektif, unsur-unsur tersebut membentuk mitos budaya mengenai estetika "Burtonesque" yang melampaui film, genre, dan konteks naratif tertentu. Penelitian ini juga mengidentifikasi adanya pergeseran pendekatan pemasaran, dari penekanan terhadap identitas Burton sebagai kreator menuju penonjolan pencapaian komersial sebelumnya. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa poster film tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai teks visual yang secara aktif membentuk, memperkuat, dan mengomunikasikan identitas autoral seorang sutradara melalui integrasi teori auteur dan semiotika Barthes.

Kata kunci: Estetika Burtonesque, Identitas autoral, Poster film, Semiotika Barthes, Tim Burton.

1. LATAR BELAKANG

Industri film Indonesia memiliki posisi strategis dalam ekonomi kreatif, pembentukan identitas budaya, dan komunikasi massa. Bukti yang tersedia juga menunjukkan bahwa kebangkitan industri ini pada 2010-an hingga pascapandemi berkaitan dengan ekspansi pasar, digitalisasi, serta strategi promosi yang makin terintegrasi (Yusuf & Hadiprawoto, 2024). Poster film merupakan pembawa transmisi budaya film dan sarana penting untuk publisitas komersial film (Li, 2023). Menurut penelitian terbaru, poster film merupakan bagian integral dari promosi dan pemasaran film yang merangkum esensi film tersebut dan digunakan di berbagai media seperti bioskop dan DVD (Pooranalingam, 2024).

Secara umum, film dipahami sebagai bentuk seni visual yang menyampaikan cerita, emosi, dan gagasan kepada penonton melalui kombinasi unsur visual dan verbal, dan karena itu berfungsi sekaligus sebagai karya seni dan media komunikasi budaya (ERZİNCAN, 2022). Film dipandang sebagai bentuk seni paling massal yang mampu mentransmisikan nilai dan sikap suatu era, sehingga menjadi “penanda visual” modernitas dan bagian penting dari pembentukan identitas nasional (Shi et al., 2024). Media visual tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi artistik tetapi juga sebagai sarana komunikasi dan pemasaran yang mampu menarik perhatian khalayak melalui penyajian visual yang beragam (Athian et al., 2024).

Konsep identitas auteur berakar pada teori auteur yang memandang sutradara sebagai kekuatan kreatif utama dalam sebuah film dan menganggap karya-karyanya dapat mencerminkan gaya artistik yang unik dan berulang yang dapat ditemukan dalam karya-karya sutradara, sehingga memungkinkan audiens mengenali penciptanya. Penggunaan tema yang sama, estetika visual, pendekatan naratif, dan penggunaan simbol tertentu yang berulang dalam berbagai karya membuat auteur unik (Ioraa & Ioraa, 2023; Liu, 2024).

Tim Burton merupakan salah satu sutradara yang memiliki signature visual paling distingtif dalam sejarah sinema Hollywood. Sejak debut skenarionya di era 1980-an hingga karya-karya kontemporer, Burton secara konsisten digambarkan memakai teknik artistik gotik untuk membangun dunia yang eerie melalui karakter, bahasa audiovisual, dan tema gelap. Literatur yang tersedia paling kuat mendukung konsistensi estetika gothic, atmosfer melankolis, dan stilisasi visual Burton di film-film seperti *Edward Scissorhands* (1990), *The Nightmare Before Christmas* (1993), *Corpse Bride* (2005), dan *Sweeney Todd* (2007) (Deng, 2024).

Dalam hal ini, Tim Burton sering dianggap sebagai salah satu penulis modern yang paling mudah diingat. Dalam literatur, istilah Burtonesque digunakan untuk menggambarkan karya-karya yang mempertahankan estetika Gothic, eksentrisitas visual, humor gelap, dan atmosfer yang selalu whimsical dan melankolis. Kemampuannya untuk mempertahankan karakteristik tersebut di berbagai film, termasuk adaptasi dari karya orang lain yang tetap menampilkan identitas visual yang unik, membuat Burton lebih dikenal sebagai auteur (Liu, 2024).

Kekhasan ini tidak hanya terlihat dalam sinematografi filmnya, tetapi juga terlihat dalam desain poster filmnya yang selalu menggunakan elemen seperti siluet tajam, spiral, pohon gundul, dan karakter dengan mata besar ekspresif. Arsitektur Gothic menjadi penanda visual berulang, dari kastel, lorong sempit, gereja, hingga ruang-ruang yang memantulkan psikologi karakter (Deng, 2024).

Kontras warna dingin dan hangat dipakai untuk menyeimbangkan kemuraman dengan rasa hangat atau kasih sayang. Pada *Edward Scissorhands*, tanda-tanda gothic muncul lewat kastel terpencil, tokoh aneh, dan dunia visual yang menggabungkan kesedihan dengan kehangatan emosional. Pada *Corpse Bride*, Burton mempertahankan ciri itu lewat tubuh yang membusuk, wajah pucat, lingkaran mata gelap, dan citra kematian yang justru menjadi ekspresif, bukan realistis (Deng, 2024). Dalam *Alice in Wonderland*, Burton menarik inspirasi kuat dari Gothic, tetapi memberi twist lewat penggunaan merah dan biru untuk memperkuat dampak visual (Qin, 2023). Studi poster Burton menekankan makna visual, sedangkan studi Burton menekankan gaya filmiknya. Namun, hampir tidak ada studi yang secara langsung mempertemukan keduanya.

Karena itu, tujuan penelitian ini jelas relevan karena menunjukkan perbedaan pada beberapa hal yang saling terkait: representasi estetika Gotik Burton dalam poster, bagaimana cara membacanya dengan pendekatan semiotika, dan bagaimana pembacaan membentuk identitas auteur.

2. KAJIAN TEORITIS

Penelitian terdahulu mendukung bahwa poster film dapat dibaca sebagai teks visual-budaya, sementara gaya gotik khas Burton dan teori auteur memberi dasar untuk menjelaskan bagaimana poster ikut menandai jejak kepengarangan visual sutradara (Mubarok & Baskin, 2025). Poster horor cenderung memakai warna gelap dan pencahayaan menyeramkan untuk membangun mood takut dan tegang (Nareti et al., 2024). Studi tentang poster aksi juga menunjukkan bahwa susunan gambar, karakter, dan teks mengarahkan mata penonton ke elemen kunci dan memperkuat persepsi naratif (Budiastono & Noverino, 2024). Poster horor atau thriller lebih sering menonjolkan satu figur besar dengan judul yang kurang dominan, sehingga fokus emosional jatuh pada ancaman visual. Sebaliknya, pola yang sering muncul dalam romance atau drama adalah dua tokoh utama berukuran sedang yang biasanya disusun secara diagonal untuk menekankan hubungan antarkarakter (Pooranalingam, 2024).

Teori auteur menempatkan sutradara sebagai pusat konsistensi gaya, tema, dan makna film, meski posisi ini tetap diperdebatkan karena produksi film bersifat kolaboratif. Dalam penelitian terdahulu, identitas kreatif sutradara biasanya dikenali dari pengulangan gaya visual, kontrol artistik, dan pandangan dunia yang terus muncul lintas karya (Niu, 2024).

Tidak banyak penelitian yang membahas komponen komposisional dan teknis poster film. Namun, masih ada sedikit penelitian yang membahas analisis semiotika secara menyeluruh tentang bagaimana elemen visual poster membentuk makna dan memengaruhi

persepsi penonton. Kaitan antara poster dan sutradara serta identitas artistik paling jelas terlihat. Bergantung pada satu poster atau film, studi semiotika poster biasanya berfokus pada warna, tipografi, ilustrasi, layout, dan simbol untuk menjelaskan tema atau emosi film. (Studies et al., 2023).

Dalam lima tahun terakhir, sejumlah penelitian telah mempelajari elemen-elemen yang berkaitan dengan topik ini, tetapi yang membahasnya secara menyeluruh dan mendalam masih terbatas. (Deng, 2024) Melakukan penelitian pertama dalam artikel "*The Gothic Complex in Tim Burton's Films*" di *Communication, Society, and Media*, Vol. 7, No. 2, mengevaluasi estetika gothic yang ditemukan dalam film-film Tim Burton dan menunjukkan bahwa gaya visual tersebut merupakan ciri khas dari karya seninya.

(Himawan Yudhanto, 2024) Melakukan penelitian dalam artikel *Journal of Visual Art and Design*, Vol. 16, No. 2, halaman 229–247. Artikel tersebut berjudul "*Multimodal Discourse Analysis of Studio Ghibli Movie Posters: Study of Studio Ghibli Movie Posters 1984–2023*". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa elemen visual poster membangun identitas visual Studio Ghibli. Penelitian Yudhanto bertujuan untuk menemukan penggunaan bahasa visual tertentu yang menonjolkan identitas studio.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan (Deng, 2024) dalam mengkaji identitas artistik Tim Burton serta dengan (Yudhanto, 2024) Dalam menjadikan poster sebagai objek analisis visual. Namun, penelitian ini menggabungkan keduanya melalui pendekatan semiotika Barthes dan teori auteur.

Studi sebelumnya telah membahas identitas artistik dan estetika Gothic Tim Burton melalui teks filmik dan analisis poster. Namun, tidak banyak penelitian yang secara khusus menghubungkan kembali tanda visual di poster film Burton dengan pembentukan identitas aural melalui semiotika Roland Barthes. Pertama, penelitian (Deng, 2024) berfokus pada *mise-en-scène*, plot, dan teknik produksi film Burton. Sedangkan studi (Yudhanto, 2024) Mempelajari identitas visual Studio Ghibli dengan melihat posternya. Penelitian ini mengisi celah dengan melihat lima poster film Burton menggunakan teori denotasi dan konotasi Barthes. Selanjutnya, pola tanda yang ditemukan telah dikaitkan dengan pembentukan identitas auralnya.

Oleh karena itu, penelitian ini memosisikan diri sebagai studi yang menjembatani dua bidang yang selama ini jarang dikaitkan secara sistematis: studi auteur dalam studi film dan analisis semiotik dari Roland Barthes. Dengan menggunakan poster film Tim Burton sebagai objek utama dan identitas auralnya sebagai kerangka analitis, penelitian ini menawarkan

perspektif yang lebih luas tentang bagaimana seorang auteur mengonstruksi dan mengomunikasikan identitas kreatifnya.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metodologi kualitatif dan mempelajari poster film Tim Burton menggunakan analisis semiotika Roland Barthes sebagai kerangka utama. Penelitian kualitatif, yang biasanya menggunakan analisis mendalam, adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian jenis ini menekankan proses dan makna dari sudut pandang subjek. Metode ini menggunakan dasar teori untuk mengarahkan fokus penelitian ke situasi saat ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena objeknya adalah teks visual, yaitu poster film, yang membutuhkan pembacaan dan pemahaman menyeluruh tentang tanda-tanda yang terkandung di dalamnya (Pasya & Rahayu, 2024).

Semiotika, sebagai ilmu tentang tanda, menjadi landasan teoretis yang paling relevan dalam membedah lapisan makna yang tersembunyi di balik visualisasi poster Tim Burton. Semiotika oleh Ferdinand de Saussure diartikan sebagai ilmu yang mempelajari peran tanda (*sign*) sebagai bagian dari kehidupan sosial, yang mencakup pelajaran tentang struktur, jenis, tipologi, serta relasi-relasi tanda dalam penggunaannya di dalam masyarakat. Landasan tersebut kemudian dikembangkan oleh Roland Barthes (Danesi, 2022).

Menurut Barthes, semiotika adalah ilmu yang digunakan untuk mengartikan suatu tanda, di mana bahasa juga merupakan susunan dari tanda-tanda yang memiliki pesan tertentu dari masyarakat. Karena itu, poster film tidak dibaca hanya sebagai gambar, melainkan sebagai teks visual yang maknanya diperkuat oleh judul, tagline, tipografi, dan konteks sosialnya (Mubarok & Baskin, 2025).

Roland Barthes juga mengatakan bahwa semiotika bertujuan untuk mempelajari berbagai sistem tanda yang menyatu dalam sistem signifikansi, seperti substansi dan batasan, gambar-gambar, berbagai jenis gestur, berbagai suara musik, dan berbagai objek. Menurut definisi, semiotika adalah pendekatan yang sangat relevan untuk mempelajari identitas kepengarangan (*authorial identity*) seorang sutradara melalui medium visualnya. Pendekatan ini tidak sekadar membaca tanda secara harfiah, tetapi juga menyelidiki bagaimana tanda tersebut berfungsi secara kultural dan ideologis (Andika et al., 2023).

Melalui perpaduan simbol, gambar, dan teks, poster "berbicara" kepada penonton, memberikan gambaran singkat tentang isi film dan menggugah rasa penasaran. Dengan demikian, semiotika Barthes menjadi alat yang tepat untuk mengungkap bagaimana identitas

kepengarangan Tim Burton dikonstruksi dan dikomunikasikan melalui elemen-elemen visual poster-nya (Armaylia & Aminudin, 2026).

Barthes kemudian membedakan dua lapisan makna yang paling umum digunakan dalam analisis visual: denotasi, yang didefinisikan sebagai arti literal, dan konotasi, yang didefinisikan sebagai arti implisit atau hubungan budaya (Perusset, 2022). Kerangka ini digunakan dalam penelitian poster film untuk menunjukkan bahwa poster bukan sekadar alat promosi; poster adalah teks budaya yang mengandung narasi sosial dan ideologis (Mubarok & Baskin, 2025).

Proses analisis dilakukan dalam 4 tahap. Pertama, setiap poster diidentifikasi berdasarkan elemen visual, termasuk karakter, komposisi, warna, latar, tipografi, dan ikonografi. Kemudian, elemen-elemen tersebut dievaluasi pada tingkat denotasi untuk menentukan makna yang sebenarnya dari elemen visual yang ditampilkan. Terakhir, setiap tanda dievaluasi pada tingkat konotasi untuk mengetahui lebih banyak tentang hubungan satu sama lain. Keempat, hasil analisis poster kelima dibandingkan untuk menemukan pola dan perbedaan. Selanjutnya, pola tersebut dihubungkan dengan konsep identitas aural dalam teori auteur untuk menjelaskan bagaimana tanda visual membantu membentuk identitas artistik Tim Burton (Fadhilah et al., 2024).

Untuk memastikan interpretasi konsisten, analisis dilakukan secara bertahap dengan membedakan deskripsi denotatif dari konotatif. Tanda visual yang ditemukan di poster dipelajari terlebih dahulu untuk menentukan interpretasi konotatif. Setelah itu, tanda-tanda yang serupa ditemukan di poster lainnya. Bukan satu elemen secara terpisah yang menentukan interpretasi; sebaliknya, interpretasi bergantung pada hubungan antara berbagai elemen visual yang membentuk keseluruhan komposisi. Hasil interpretasi dibandingkan dengan semiotika Barthes dan teori auteur yang menjadi dasar penelitian. Metode ini digunakan untuk mengurangi interpretasi yang bersifat subjektif dan memastikan bahwa kesimpulan tentang identitas aural didasarkan pada pola tanda yang ditemukan secara konsisten pada objek penelitian (Jadou & Ghabra, 2021).

Banyak studi kualitatif memilih poster berdasarkan tujuan penelitian spesifik, namun jarang merinci kriteria pemilihan secara sistematis. Pemilihan poster sering didasarkan pada karakteristik unik, genre, atau tema yang relevan dengan tujuan penelitian (Budiastono & Noverino, 2024). Kelima poster dipilih secara purposif berdasarkan rentang waktu produksi, variasi genre dan medium, dan keterwakilan karakteristik visual yang kuat dalam karya Burton, termasuk animasi stop-motion dan live-action, serta genre fantasi, Gothic, horor, musikal, dan

drama. Ini memungkinkan penelitian untuk membandingkan konsistensi maupun variasi tanda visual dalam periode karier Burton yang berbeda (Kirkland, 2025).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Denotasi dan Konotasi

Frankenweenie



Gambar 1. Poster film *Frankenweenie*.

Sumber: IMP Award.

Informasi Poster

Judul: *Frankenweenie*.

Ukuran: 1013 x 1500.

Pembuat: BLT Communications, LLC.

Dibuat tahun: 2012.

Poster ini merupakan materi promosi resmi film animasi *Frankenweenie* (2012) karya sutradara Tim Burton yang diproduksi oleh Walt Disney Pictures. Film ini merupakan versi panjang dari film pendek Burton berjudul sama yang dibuat pada tahun 1984.

Tabel 1. Pendekatan denotasi dan konotasi pada film *Frankenweenie*

Poster	Denotasi	Konotasi
	Seekor makhluk berwarna putih dengan tubuh penuh jahitan menatap ke depan.	Anjing bernama Sparky adalah simbol pemulihan, kebangkitan, dan kasih sayang yang melampaui batas kehidupan.
	Bulan purnama berukuran besar berada di belakang Sparky yang bersinar terang di malam hari.	Bulan purnama mengonotasikan misteri dan batas yang kabur antara dunia nyata dan dunia supranatural.

	Beberapa karakter manusia berdiri di belakang Sparky dan di belakangnya ada beberapa batu nisan.	Kehadiran tokoh manusia menonjolkan keterikatan emosional terhadap protagonis, sedangkan batu nisan menegaskan kematian sebagai bagian yang tak terpisahkan dari Sparky.
	Seorang manusia dan sebuah bangunan kincir angin di belakang Sparky	Gambar di kanan Sparky menunjukkan keterlibatan manusia dan bangunan, menunjukkan ruang misterius.
	Tulisan judul <i>Frankenweenie</i> menggunakan tipografi dekoratif bergaya Gotik dengan bentuk huruf memanjang, runcing, dan tidak beraturan. Warna yang digunakan adalah warna hijau terang.	Bentuk huruf yang tidak beraturan memberi kesan tidak stabil dan dunia fantasi-horor, dan warna hijau memberi kesan asing dan eksperimental.

The Corpse Bride



Gambar 2. Poster film *The Corpse Bride*.

Sumber: IMP Award.

Informasi Poster

Judul: *The Corpse Bride*.

Ukuran: 1015 x 1500.

Pembuat: BLT Communications, LLC.

Dibuat tahun: 2005.

Poster ini adalah poster film berjudul *The Corpse Bride* yang dirilis pada tahun 2005 oleh Warner Bros. Pictures, yang juga bertindak sebagai distributor utamanya. Film *The Corpse Bride* juga merupakan hasil proyek kolaborasi beberapa studio seperti Tim Burton Productions, Laika Entertainment, dan Patalex II Production.

Tabel 2. Pendekatan denotasi dan konotasi pada film *The Corpse Bride*.

Poster	Denotasi	Konotasi
	Seorang pria bertubuh kurus menggandeng seorang wanita berkulit kebiruan, yang salah satu tangannya hanyalah tulang, mengenakan gaun pengantin putih yang terlihat tua. Pria itu memiliki ekspresi terkejut, sementara wanita itu memiliki ekspresi yang lembut.	Dua tokoh berpegangan tangan menunjukkan ikatan yang melampaui kehidupan dan kematian meskipun mereka dari dunia yang berbeda. Karena ketidaksesuaian antara tatapan lembut wanita dan ekspresi cemas pria, hubungan mereka berdua penuh dengan ambiguitas.
	Di belakang kedua tokoh utama terdapat bulan purnama berukuran besar berwarna putih kebiruan yang mendominasi latar belakang poster.	Bulan purnama melambangkan dunia supernatural dan batas antara kehidupan dan kematian. Sekaligus memperkuat atmosfer misterius dalam poster.
	Di antara kedua pemeran utama tersebut, terdapat seekor kecil berbentuk kerangka berwarna putih. Anjing tersebut tampak menoleh ke belakang dan mengangkat kedua kaki depannya.	Anjing kerangka menggambarkan bahwa kematian tidak selalu digambarkan sebagai sesuatu yang mengerikan.
	Sulur-sulur tanaman berwarna biru gelap membingkai komposisi di sisi kanan, kiri, dan atas poster. Sulurnya melengkung, berpilin, penuh dengan ranting kecil, dan terlihat seperti akar tanaman yang tumbuh rapat.	Sulur yang membingkai mengonotasikan dunia yang tertutup dan terpisah dari realitas sehari-hari. Bentuknya yang berpilin memperkuat kesan misterius, sekaligus melambangkan keterikatan yang sulit dilepaskan.
	Judul <i>The Corpse Bride</i> ditampilkan di bagian bawah poster menggunakan tipografi dekoratif berwarna putih. Bentuk hurufnya tak beraturan, memanjang, runcing, dan menyerupai goresan tangan dengan gaya Gothic. Di atasnya terdapat teks "Tim Burton" dalam ukuran yang lebih kecil.	Tipografi dekoratif bergaya Gothic mengonotasikan misteri, kematian, dan dunia fantasi, sementara huruf yang tidak beraturan memperkuat kesan dunia yang berada di luar realitas.

Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street**Gambar 3.** Poster film *Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street*.

Sumber: IMP Award.

Informasi Poster

Judul: *Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street*.

Ukuran: 973 x 1440.

Pembuat: BLT Communications, LLC.

Dibuat tahun: 2007.

Film ini merupakan adaptasi dari musikal panggung dengan judul yang sama karya Stephen Sondheim dan Hugh Wheeler, yang sendiri merupakan adaptasi dari drama Sweeney Todd tahun 1970 karya Christopher Bond. Film ini pertama kali diputar di Teater Ziegfeld di kota New York pada tanggal 3 Desember 2007 dan secara resmi dirilis di Amerika Serikat pada tanggal 21 Desember 2007 dan di Inggris pada tanggal 25 Januari 2008.

Tabel 3. Pendekatan denotasi dan konotasi pada film *Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street*

Poster	Denotasi	Konotasi
	Poster menunjukkan pria berambut hitam acak-acakan di kursi barber, mengenakan setelan bergaris gelap dan kemeja putih, memegang pisau cukur dengan ekspresi tajam.	Postur duduk yang lebar dan tatapan lurus menonotasikan penguasaan penuh atas ruang di sekitarnya. Pisau cukur yang dia pegang bukan cuma dianggap sebagai alat, tapi juga perpanjangan dari kehendak dirinya, sedangkan ekspresinya memberikan kesan seperti seseorang yang mantap dengan keputusan dirinya sendiri.
	Di sisi kiri poster ada jendela besar berbentuk persegi dengan panel kaca dan rangka gelap.	Jendela menonotasikan hubungan dengan dunia luar yang tetap terasa jauh, sehingga memberikan kesan keterasingan dan keterkungkungan.
	Di sisi kanan poster ada dinding dengan wallpaper bergaris warna kusam, lukisan wanita, jendela sempit, dan pintu terbuka.	Susunan elemen pada sisi kanan ruangan menonotasikan ruang yang menyimpan kenangan dan jejak masa lalu. Lukisan menjadi penanda kehadiran yang tak terlihat. Sementara pintu yang terbuka menandakan cerita berlanjut di luar bingkai poster.
	Judul Sweeney Todd menggunakan tipografi dekoratif serif warna abu-abu keperakan. Hurufnya besar dan tajam dengan percikan merah di belakangnya.	Tipografi yang teratur menonotasikan kendali dan ketegasan, sementara percikan dan garis merah menghadirkan kesan gangguan pada sesuatu yang awalnya sudah teratur.

The Nightmare Before Christmas



Gambar 4. Poster film *The Nightmare Before Christmas*.

Sumber: IMP Award.

Informasi Poster

Judul: *The Nightmare Before Christmas*.

Ukuran: 1011 x 1500.

Pembuat: *Unknown*.

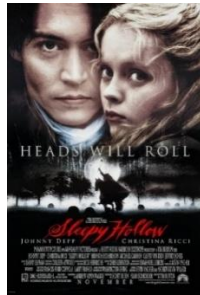
Dibuat tahun: 1993.

Poster ini merupakan materi promosi resmi film *The Nightmare Before Christmas*, sebuah film animasi stop motion yang diproduksi oleh Tim Burton dan Denise Di Novi, dengan produksi yang dimulai pada Juli 1991. Film ini disutradarai oleh Henry Selick, dengan skor musik dan suara nyanyian karakter Jack Skellington ditangani oleh Danny Elfman.

Tabel 4. Pendekatan denotasi dan konotasi pada film *The Nightmare Before Christmas*.

Poster	Denotasi	Konotasi
	Di puncak bukit terlihat kerangka kecil yang berdiri. Karakter berdiri dengan kepala menghadap ke atas, tangan terbuka, dan satu kaki di depan yang lain, mengenakan pakaian runcing.	Sosok itu menghadirkan kesan seperti orang yang menyambut perubahan. Walaupun tubuhnya tampak kurus dan rapuh, sikap tubuhnya menunjukkan hal sebaliknya. Gesturnya mengubah kesendirian menjadi perenungan sehingga sosoknya tidak dibaca sebagai sosok yang menakutkan, melainkan sebagai figur yang sedang mencari arah baru.
	Di belakang karakter utama terdapat bulan purnama raksasa berwarna kuning keemasan yang mendominasi bagian atas poster. Bulan itu tampak bulat utuh dan memancarkan cahaya yang menjadi latar bagi sosok karakter di puncak bukit.	Bulan purnama mengonotasikan sesuatu yang tampaknya menjadi perhatian tokoh utama. Ukurannya yang jauh lebih besar daripada tokoh utama menghadirkan kesan adanya harapan dan tujuan yang tampak dekat secara visual, tetapi tetap sulit untuk diraih.
	Di lereng bukit terdapat belasan labu berwarna oranye yang tersebar dengan berbagai ukuran, dengan ukiran wajah menyerupai mata dan mulut dan cahaya di dalamnya. Di bagian kiri ada pagar kayu berwarna gelap tidak beraturan yang membentang mengikuti kontur tanah.	Labu bercahaya menggambarkan kehidupan yang tetap menyala di tengah suasana gelap, perpaduan rasa takut dan kegembiraan. Pagar diinterpretasikan sebagai batas yang tidak lagi kokoh dan memperkuat kesan dunia yang terbuka terhadap kemungkinan yang tak beraturan juga.
	Judul <i>The Nightmare Before Christmas</i> ditampilkan di sisi kanan poster menggunakan tipografi dekoratif berwarna kuning keemasan. Huruf-hurufnya berukuran besar dengan bentuk memanjang, melengkung, dan meruncing. Di bagian atas judul, terdapat tulisan "Tim Burton's" dalam ukuran lebih kecil dengan gaya tipografi yang sama.	Tipografi dekoratif berwarna emas menggambarkan dunia fantasi yang tidak sepenuhnya tunduk pada keteraturan. Sedangkan warna keemasan menghadirkan kesan hangat di tengah suasana gelap.

Sleepy Hollow



Gambar 5. Poster film *Sleepy Hollow*.

Sumber: IMP Award.

Informasi Poster

Judul: *Sleepy Hollow*.

Ukuran: 1009 x 1500.

Pembuat: BLT Communication, LLC.

Dibuat tahun: 1999.

Poster ini merupakan materi promosi resmi untuk film *Sleepy Hollow*, sebuah film horor gotik yang dirilis pada tahun 1999. Ditulis oleh Andrew Kevin Walker, diproduksi bersama oleh Paramount Pictures, Mandalay Pictures, Scott Rudin Productions, American Zoetrope, dan Tim Burton Productions. Johnny Depp dan Christina Ricci berperan sebagai tokoh utama dalam adaptasi film "*The Legend of Sleepy Hollow*" yang ditulis oleh Washington Irving pada tahun 1820.

Tabel 5. Pendekatan denotasi dan konotasi pada film *Sleepy Hollow*.

Poster	Denotasi	Konotasi
	Poster menampilkan dua wajah dalam format <i>close-up</i> , dengan wajah yang sangat berdekatan hingga hampir bersentuhan. Seorang pria berwajah pucat dan berambut gelap dengan pandangan ke arah depan dan sang wanita berambut pirang dengan arah kepala yang menoleh dan ekspresi cemas.	Kedekatan kedua karakter mengonotasikan ikatan yang terjalin. Perbedaan ekspresi dan arah pandang memperlihatkan situasi yang tidak pasti, ketegangan dan keberanian menghadapi sesuatu yang belum terlihat.
	Di bagian bawah poster terdapat siluet seseorang yang menunggang kuda sambil mengangkat kapak di atas kepalanya. Di belakangnya terdapat cahaya putih yang menyelimuti area dengan deretan pohon dan batu nisan.	Siluet penunggang kuda menggambarkan ancaman yang sedang mendekat. Bentuk siluet menunjukkan bahwa ancaman itu bersifat misterius, sedangkan kapak yang terangkat menghadirkan kesan tindakan yang siap dilepaskan kapan saja.



Di bagian tengah poster, teks bertuliskan “HEADS WILL ROLL” menggunakan huruf kapital berwarna putih. Tipografi yang digunakan bergaya serif dengan bentuk yang sederhana dan jarak antarhuruf yang cukup lebar.

Kalimat tegas dan dominan dari kata “HEADS WILL ROLL” memperkuat suasana tegang serta membangun antisipasi terhadap konflik yang akan terjadi.



Judul film *Sleepy Hollow* ditampilkan di bagian bawah menggunakan tipografi bergaya skrip berwarna merah terang. Huruf-hurufnya saling terhubung dengan garis-garis yang melengkung. Di atas judul terdapat tulisan “A Tim Burton Film” berukuran kecil berwarna putih.

Tipografi skrip berwarna merah menonjolkan perpaduan antara keanggunan dan intensitas, sehingga ada kesan dramatis sekaligus misterius.

Hasil Analisis Persamaan Antar Poster



Kelima poster yang dianalisis, yaitu *Frankenweenie*, *Corpse Bride*, *Sweeney Todd*, *The Nightmare Before Christmas*, dan *Sleepy Hollow*, menunjukkan adanya pengulangan tanda-tanda visual secara konsisten. Dari sudut pandang semiotika Barthes, pengulangan semacam itu membentuk kode-kode yang merepresentasikan mitos sekaligus identitas *auteur* Tim Burton.

Tiga poster menggambarkan kembali bulan purnama. Selain itu, mereka menghasilkan kesan yang konsisten tentang ruang peralihan, misteri, dan batas antara dunia kehidupan dan kematian. Tanda-tanda individual tersebut membentuk sistem makna yang lebih luas ketika muncul berulang kali bersama palet gelap, tubuh yang tidak sempurna, dan karakter luar. Pengulangan tersebut dapat dianggap sebagai legenda yang menaturalisasi estetika tertentu sebagai identitas visual yang dikaitkan dengan Burton dalam perspektif Barthes.

Konsistensi juga terlihat pada penggunaan palet warna gelap dan desaturasi. *Frankenweenie* menggunakan format hitam-putih, sementara *Sleepy Hollow* dan *Sweeney Todd* memadukan warna gelap dengan aksen merah, dan *Corpse Bride* didominasi oleh warna biru tua. Pilihan warna ini memperkuat estetika Gotik yang bukan sekadar karakter visual Burton, melainkan juga representasi dari estetika *Gothic Revival* (Qin, 2023).

Motif lain yang sering digunakan adalah representasi tubuh yang tidak sempurna, seperti Sparky yang memiliki jahitan di tubuhnya, Emily yang memiliki tubuh yang membusuk, dan Headless Horseman yang tidak memiliki kepala. Sosok-sosok tersebut

merepresentasikan kehidupan, kematian, dan penerimaan terhadap keanehan, sehingga mengaburkan batas antara manusia dan monster.

Selain itu, beberapa tokoh utama ditempatkan sebagai sosok yang berada di luar norma sosial atau kondisi kehidupan yang dianggap normal, seperti Jack Skellington, Sparky, Emily, dan Sweeney Todd. Meskipun berasal dari latar belakang cerita yang berbeda, mereka selalu digambarkan sebagai tokoh utama yang memancing empati, bukan sekadar objek horor. Pola visual semacam itu mengungkapkan bahwa identitas *auteur* Tim Burton dibangun melalui pengulangan ikonografi Gotik, palet warna khas, tubuh yang tidak sempurna, serta karakter *outsider* yang secara konsisten muncul dalam poster-poster filmnya.

Hasil Analisis Perbedaan Antar Poster

Meski memiliki pola yang konsisten, kelima poster ini berbeda dalam strategi pemasaran berdasarkan posisi Burton dalam karier dan jenis film:

Frankenweenie berpusat pada seekor anjing yang dibangun dengan rasa iba dan menghadirkan nostalgia, Tim Burton menerapkan strategi periklanan yang berbeda dengan mencantumkan keterangan "*From the Director of Alice in Wonderland*"; langkah ini memperkuat identitas film tersebut sebagai karya khas Tim Burton dengan memanfaatkan kesuksesan komersial film sebelumnya. Hal ini menunjukkan pergeseran posisi Burton dari sekadar seorang *auteur* menjadi sebuah merek kreatif yang terintegrasi dengan industri besar.

Corpse Bride berpusat pada hubungan antara kedua karakter dengan rasa takut yang dibangun melalui romantisme. Warna biru yang diasosiasikan dengan kesedihan menjadi warna utama yang digunakan untuk menyampaikan maksud. Kedua karakter berdiri sejajar, yang menempatkan mereka sebagai kekuatan utama cerita.

Lalu ada *The Nightmare Before Christmas* yang berpusat pada siluet karakter berukuran kecil yang menyatu dengan lanskap. Rasa takut dibangun melalui fantasi dengan warna oranye dan bukit spiral. Di sisi lain, *Sleepy Hollow* dan *Sweeney Todd* menempatkan bintang utamanya sebagai daya tarik pemasaran utama, sementara nama Burton hanya berfungsi sebagai penanda sekunder yang memperkuat ekspektasi penonton terhadap gaya visual khas sang sutradara.

Hubungan Dalam Pembentukan Identitas Autoral Tim Burton

Menurut teori *auteur*, Burton dianggap sebagai *auteur* karena setiap filmnya menunjukkan gaya, kedalaman tematik, dan jejak personal yang kuat, serta estetika gothic, narasi yang gelap namun jenaka, dan kemampuan untuk memberi cap "*Burtonesque*" pada materi adaptasi dan produksi studio yang luar biasa. Studi estetika Burton juga menguraikan bahwa pemahaman kebangkitan gaya gothic di karyanya tidak akan lengkap tanpa menelaah film-filmnya, yang menunjukkan bagaimana secara kreatif Burton melakukan interpretasi

ulang tradisi gothic klasik melalui cara pemilihan teknik naratif, warna, dan teknologi sinematik yang inovatif (Qin, 2025).

Hasilnya menunjukkan bahwa pengulangan tanda visual di poster dapat dianggap sebagai cara untuk membangun identitas aural. Element seperti bulan, palet warna, dan karakter yang tidak biasa muncul sebagai objek visual pada tingkat denotasi, sedangkan pengulangan tersebut membentuk hubungan dengan estetika Gothic, dunia liminal, dan simpati terhadap figur yang tidak biasa pada tingkat konotasi. Tanda-tanda tersebut muncul secara konsisten dalam berbagai karya, membentuk pola yang disebut identitas "Burtonesque". Kode konotatif yang menjadi mitos budaya Burtonesque, gaya visual yang dikenal luas, diciptakan dengan mengulang tanda-tanda tersebut. Menurut strategi pemasaran, identitas Burton telah berubah, tetapi kode visualnya tetap sama, mempertahankan ciri khasnya sebagai auteur.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Studi ini menunjukkan bahwa identitas aural Tim Burton dibangun melalui film dan poster sebagai alat promosi visual. Analisis lima poster yang menggunakan semiotika Roland Barthes menemukan bahwa mitos budaya "Burtonesque" dibentuk oleh pengulangan kode konotatif seperti bulan purnama, estetika Gothic, palet warna gelap, tubuh tidak sempurna, dan karakter luar. Pengulangan ini menghasilkan identitas visual yang konsisten yang melampaui genre, medium, dan studio produksi.

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa seiring perkembangan karier Burton, strategi pemasaran identitas aural berubah, beralih dari penonjolan nama sutradara sebagai jaminan kreatif menuju pemanfaatan keberhasilan komersial karya sebelumnya. Studi ini secara teoritis memperluas aplikasi teori auteur pada materi promosi dengan menggunakan semiotika Barthes. Di sisi lain, secara praktis, temuan ini dapat menjadi acuan bagi desainer dan praktisi pemasaran film dalam membangun identitas visual yang konsisten dengan pengulangan elemen visual.

DAFTAR REFERENSI

- Andika, F., Fachrezy, H. Z., Aldino, R. G., & Aldryanto, M. (2023). Analisis semiotika Roland Barthes pada iklan Good Day Duet "Dua rasa jadi satu lebih seru." *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Media*, 823–828. <https://proceeding.unindra.ac.id/index.php/semnasdesainmedia/article/view/7054>
- Armalyia, E., & Aminudin, A. (2026). Analisis semiotika pada poster film "The Willoughbys." *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 5(1), 459–470. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v5i1.7720>

- Athian, M. R., Suhartono, & Djatiprambudi, D. (2024). Kajian pemasaran karya seni rupa di ruang alternatif: Studi kasus pameran pasar seni di Rest Area Heritage KM 260 B Banjaratma Brebes. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 10(1), 58–73. <https://doi.org/10.24821/jtks.v10i1.11215>
- Budiastono, H., & Noverino, R. (2024). A multimodal critical discourse analysis of “The Marvels” movie poster. *International Journal of English and Applied Linguistics (IJEAL)*, 4(1), 106–115. <https://doi.org/10.47709/ijeal.v4i1.3779>
- Danesi, M. (2022). Saussurean sign theory in the human sciences today. *Language and Semiotic Studies*, 8(1), 55–72. <https://doi.org/10.1515/lass-2022-080107>
- Deng, W. (2024). The gothic complex in Tim Burton’s films. *Communication, Society and Media*, 7(2), 234. <https://doi.org/10.22158/csm.v7n2p234>
- Dimara, W. N. G., Linuwih, E. R., & Fadilah, E. (2023). Semiotic analysis found on Jordan Peele horror movie poster “Us.” *IJOLTL: Indonesian Journal of Language Teaching and Linguistics*, 8(3), 175–188. <https://doi.org/10.30957/ijoltl.v8i3.740>
- Erzincan, A. (2022). Analysis of movie posters in terms of visual literacy. *Yıldız Social Sciences Institute Journal*, 6(1), 36–43. <https://doi.org/10.14744/ysbed.2022.00016>
- Fadhilah, U. N., & Anam, M. K. (2024). Analisis semiotik Roland Barthes pada sampul majalah Tempo “Huru-hara turis Rusia.” *KONASINDO*, 260–266. <https://proceedings.uinsa.ac.id/index.php/konasindo/article/view/2414>
- Ioraa, J. S. (2023). Director’s advocacy approach and philosophical in Lancelot Oduwa Imasuen’s *Invasion 1897*. *AURELIA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 19–30. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v2i1.210>
- Jadou, S. H., & Al Ghabra, I. M. M. M. (2021). Barthes’ semiotic theory and interpretation of signs. *International Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 11(3), 470–482. <https://doi.org/10.37648/ijrssh.v11i03.027>
- Kirkland, E. (2025). ‘Boys and girls of every age. Wouldn’t you like to see something strange?’ Uncanniness and *The Nightmare Before Christmas*. *Animation*, 20(1), 8–24. <https://doi.org/10.1177/17468477251316420>
- Li, H. (2023). Analysis of the visual presentation contents of film posters: A case study of Korean drama film posters from 2018 to 2022. *Asia-Pacific Journal of Convergent Research Interchange*, 9(3), 363–374. <https://doi.org/10.47116/apjcri.2023.03.29>
- Liu, Y. (2024). Inheritance and innovation in Wes Anderson’s works from the perspective of auteur theory: A case study of *The French Dispatch*. *Communications in Humanities Research*, 25(1), 211–214. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/25/20231947>
- Mubarok, M. F., & Baskin, A. (2025). Analisis makna visual dalam poster film *Everything Everywhere All at Once*. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 5(2). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.20678>
- Nareti, U. K., Adak, C., & Chattopadhyay, S. (2025). Demystifying visual features of movie posters for multilabel genre identification. *IEEE Transactions on Computational Social Systems*, 12(5), 2120–2129. <https://doi.org/10.1109/TCSS.2024.3481157>
- Niu, M. (2024). Exploring the unique artistic style in Wong Kar Wai’s films. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 43(1), 107–111. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/43/20240668>

- Pasya, R. A., & Rahayu, D. (2024). Semiotic analysis found in selected Christopher Nolan's movie posters. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 18, 320–330. <https://doi.org/10.30595/pssh.v18i.1269>
- Perusset, A. (2022). Posterity of Saussure's sign in the study of cultural meanings: A dialogue between Barthes and Hjelmslev. *Sign Systems Studies*, 50(1), 38–53. <https://doi.org/10.12697/SSS.2022.50.1.03>
- Pooranalingam, S. (2024). Film poster design: Understanding film poster designs and the compositional similarities within specific genres. *Spectrum*, (12). <https://doi.org/10.29173/spectrum216>
- Qin, Z. (2023). A study of film aesthetics of Tim Burton—Taking *Alice in Wonderland* as an example. *Communications in Humanities Research*, 21(1), 163–168. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/21/20231456>
- Shi, X., Shen, T., & Chen, Z. (2024). A study on the cross-cultural communication effect of *Ne Zha* in overseas media and audiences. *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, 6(10), 16–27. <https://doi.org/10.32996/jhsss.2024.6.10.2>
- Yudhanto, S. H. (2025). Multimodal discourse analysis of Studio Ghibli movie posters: Study of Studio Ghibli movie posters 1984–2023. *Journal of Visual Art and Design*, 16(2), 229–247. <https://doi.org/10.5614/j.vad.2024.16.2.6>
- Yusuf, F., & Hadiprawoto, T. R. (2024). Pengaruh social media dalam membentuk loyalitas terhadap film di bioskop dengan mediasi movie coolness serta pengalaman menonton film. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 14(4), 414–429. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i4.47709>