

Analisis Perkembangan Visual pada Poster Film Trilogi Ant-Man melalui Pendekatan Semiotika Roland Barthes

Muhammad Nabil Avicenna^{1*}, Dwi Candra Purnamasari²

¹⁻²Program Studi Seni Rupa, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: avicennabil@gmail.com

Abstract. Film posters serve as visual communication media that establish a film's identity while conveying meaning through visual elements. This study aims to analyze the visual development of the Ant-Man trilogy posters, consisting of Ant-Man (2015), Ant-Man and the Wasp (2018), and Ant-Man and the Wasp: Quantumania (2023), using Roland Barthes' semiotic approach. This research employed a descriptive qualitative method with documentation as the data collection technique using the official posters of the Ant-Man trilogy. The analysis focused on three visual elements, namely composition, visual hierarchy, and color, which were interpreted through the levels of denotation, connotation, and myth. The findings indicate that the Ant-Man trilogy posters demonstrate a visual development that reflects changes in visual communication strategies and the construction of meaning across each film. This development is reflected in increasingly complex compositions, the evolution of visual hierarchy from a single focal point to a layered structure, and the use of color that adapts to the progression of the narrative. From a semiotic perspective, these changes represent a shift in meaning from individual heroism to collaboration and ultimately to collective heroism in confronting increasingly complex conflicts. These findings suggest that the visual development of the posters not only follows the progression of the film narrative but also functions as a visual communication strategy for constructing identity and meaning throughout the Ant-Man trilogy.

Keywords: Ant-Man Trilogy; Film Poster; Semiotics; Visual Analysis; Visual Development.

Abstrak. Poster film merupakan media komunikasi visual yang berperan dalam membangun identitas film sekaligus menyampaikan makna melalui berbagai elemen visual. Penelitian ini bertujuan menganalisis perkembangan visual poster film trilogi Ant-Man, yang terdiri atas Ant-Man (2015), Ant-Man and the Wasp (2018), dan Ant-Man and the Wasp: Quantumania (2023), menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa studi dokumentasi terhadap poster resmi trilogi Ant-Man. Analisis difokuskan pada tiga elemen visual, yaitu komposisi, hierarki visual, dan warna, yang diinterpretasikan melalui tingkat makna denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa poster film trilogi Ant-Man mengalami perkembangan visual yang mencerminkan perubahan strategi komunikasi visual dan pembentukan makna pada setiap film. Perkembangan tersebut terlihat dari perubahan komposisi yang semakin kompleks, hierarki visual yang berkembang dari fokus tunggal menjadi berlapis, serta penggunaan warna yang menyesuaikan perkembangan narasi. Secara semiotik, perubahan tersebut menunjukkan perkembangan makna dari representasi kepahlawanan individu, menuju kolaborasi, hingga kepahlawanan kolektif dalam menghadapi konflik yang semakin luas. Temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan visual poster tidak hanya mengikuti perkembangan narasi film, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi visual dalam membangun identitas dan makna sepanjang trilogi Ant-Man.

Kata Kunci: Analisis Visual; Perkembangan Visual; Poster Film; Semiotika; Trilogi Ant-Man.

1. LATAR BELAKANG

Film merupakan salah satu media komunikasi massa yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media penyampaian pesan kepada masyarakat melalui berbagai bentuk komunikasi visual (Asri, 2020). Dalam proses pemasaran film, berbagai media promosi digunakan untuk memperkenalkan karya kepada calon penonton, salah satunya melalui poster film. Sebagai media promosi visual, poster berperan dalam mengomunikasikan tema, isi, dan suasana film melalui penyusunan elemen-elemen visual yang dirancang secara komunikatif (Fadhil Mahesa Ali et al., 2024). Sebagai representasi visual sebuah film, poster tidak bersifat statis, melainkan terus mengalami perkembangan mengikuti

kebutuhan promosi pada setiap periode perilisan. Perubahan tersebut tercermin melalui penyusunan elemen-elemen visual yang membangun identitas film sekaligus menyampaikan pesan kepada audiens. Dengan demikian, perkembangan visual poster tidak hanya menunjukkan perubahan desain, tetapi juga mencerminkan perkembangan strategi komunikasi visual dalam mempromosikan film (Burhan & Anggapuspa, 2021). Analisis terhadap perkembangan visual poster menjadi penting karena mampu menjelaskan bagaimana perubahan komposisi, hierarki visual, dan warna membentuk makna yang berbeda pada setiap periode perilisan film. Untuk menginterpretasikan makna tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes yang memandang tanda melalui dua tingkat pemaknaan, yaitu denotasi sebagai makna literal dan konotasi sebagai makna implisit atau asosiatif.

Fenomena tersebut dapat diamati pada poster film trilogi *Ant-Man* yang terdiri atas *Ant-Man* (2015), *Ant-Man and the Wasp* (2018), dan *Ant-Man and the Wasp: Quantumania* (2023). Ketiga film tersebut berada dalam satu kesinambungan naratif dan dirilis dalam rentang waktu delapan tahun sehingga memberikan peluang untuk mengamati perkembangan strategi komunikasi visual pada media promosinya. Perubahan tersebut terlihat melalui komposisi, hierarki visual, dan penggunaan warna yang berkembang seiring perkembangan narasi serta peningkatan skala konflik dalam trilogi. Kondisi ini menjadikan poster trilogi *Ant-Man* sebagai objek yang relevan untuk mengkaji hubungan antara perkembangan visual dan pembentukan makna. Penelitian mengenai poster film telah banyak dilakukan, baik melalui pendekatan semiotika maupun analisis visual. (Fadhil Mahesa Ali et al., 2024). mengkaji makna tanda pada poster film menggunakan pendekatan semiotika, sedangkan (Ashari & Rochmawati, 2022) menganalisis unsur visual pada poster promosi film trilogi *Batman*. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih berfokus pada satu poster atau menerapkan analisis visual dan semiotika secara terpisah sehingga kajian mengenai perkembangan visual dalam satu rangkaian poster film, khususnya pada trilogi *Ant-Man*, masih relatif terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan memadukan analisis perkembangan visual poster film dalam satu rangkaian trilogi menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Analisis difokuskan pada komposisi, hierarki visual, dan warna sebagai elemen utama dalam membangun makna denotatif dan konotatif pada setiap poster. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan visual poster film trilogi *Ant-Man* serta menginterpretasikan makna yang terbentuk melalui perubahan elemen-elemen visual tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian desain komunikasi visual, khususnya dalam analisis poster film.

2. KAJIAN TEORITIS

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan disiplin ilmu yang memanfaatkan unsur visual sebagai media penyampaian pesan kepada audiens secara efektif. Dalam penerapannya, DKV tidak hanya berorientasi pada aspek estetika, tetapi juga menekankan proses perencanaan komunikasi agar informasi dapat dipahami sesuai tujuan yang ingin dicapai. (Batubara et al., 2024) menjelaskan bahwa desain komunikasi visual merupakan suatu perencanaan komunikasi yang menggunakan media visual sehingga desainer berperan dalam membangun proses komunikasi melalui penyusunan berbagai unsur visual. Salah satu media yang banyak digunakan dalam desain komunikasi visual adalah poster. Poster merupakan media publikasi dalam bentuk cetak maupun digital yang berfungsi menyampaikan informasi atau mempromosikan suatu kegiatan, produk, maupun jasa kepada masyarakat melalui perpaduan unsur visual dan teks. Menurut (Sugiyanto et al., 2022), poster sebagai media promosi bertujuan mempublikasikan suatu kegiatan atau informasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat secara efektif. Dalam konteks perfilman, poster menjadi representasi awal sebuah film dengan menyampaikan informasi melalui perpaduan ilustrasi dan elemen-elemen visual lainnya. Penyusunan elemen tersebut dirancang untuk menggambarkan isi film sekaligus menarik perhatian audiens (Fitriani et al., 2024).

Sebagai media komunikasi visual, poster dibangun oleh berbagai elemen desain yang saling berkaitan dalam membentuk struktur visual dan menyampaikan pesan kepada audiens. Setiap elemen memiliki fungsi yang berbeda, namun saling mendukung untuk menciptakan komunikasi visual yang efektif. Dalam penelitian ini, pembahasan difokuskan pada komposisi, hierarki visual, dan warna karena ketiga elemen tersebut memiliki peran dominan dalam membangun struktur visual sekaligus memengaruhi cara audiens memaknai pesan yang disampaikan. Komposisi merupakan penyusunan elemen-elemen visual yang memperhatikan prinsip desain, seperti kesatuan, keseimbangan, proporsi, dan irama, sehingga membentuk susunan visual yang menarik dan saling berkaitan (Wulandari et al., 2022). Hierarki visual merupakan prinsip desain yang mengatur tingkat kepentingan elemen-elemen visual untuk mengarahkan perhatian audiens pada titik fokus dan menentukan urutan pembacaan informasi sesuai prioritas yang diinginkan (Rochmawati I., 2019). Sementara itu, warna berperan membangun suasana, memperkuat identitas visual, serta menjadi media komunikasi nonverbal yang mampu membentuk persepsi dan respons emosional audiens terhadap suatu karya visual (Dzaki et al., 2026). Ketiga elemen tersebut saling berinteraksi dalam membentuk karakter visual poster sehingga dapat digunakan untuk mengidentifikasi perkembangan strategi komunikasi visual pada setiap film.

Dalam industri perfilman, istilah trilogi merujuk pada tiga film yang saling berkaitan melalui kesinambungan cerita, karakter, maupun tema sehingga membentuk satu kesatuan naratif. Kesinambungan tersebut memungkinkan terjadinya perkembangan identitas visual, baik dari sisi cerita maupun media promosinya, termasuk poster film. Oleh karena itu, analisis terhadap poster dalam sebuah trilogi memberikan peluang untuk mengamati perubahan strategi komunikasi visual secara berkelanjutan, mulai dari film pertama hingga film terakhir. Penelitian yang dilakukan oleh (Steven et al., 2023) mengkaji hubungan tanda visual pada poster film *The Chronicles of Narnia: The Lion, The Witch, and The Wardrobe* untuk memahami identitas visual yang dibangun melalui unsur desain. Penelitian lain oleh (Ashari & Rochmawati, 2022) menunjukkan bahwa perkembangan visual pada poster trilogi *Batman* dipengaruhi oleh perkembangan cerita dan strategi promosi setiap film. Meskipun demikian, penelitian mengenai perkembangan visual poster film trilogi *Ant-Man* masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada analisis satu poster atau makna visual secara terpisah sehingga belum banyak mengkaji perkembangan visual dalam satu rangkaian trilogi. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini mengisi celah penelitian dengan menganalisis perkembangan visual poster trilogi *Ant-Man* melalui komposisi, hierarki visual, dan warna sebagai elemen utama pembentuk komunikasi visual.

3. METODE PENELITIAN

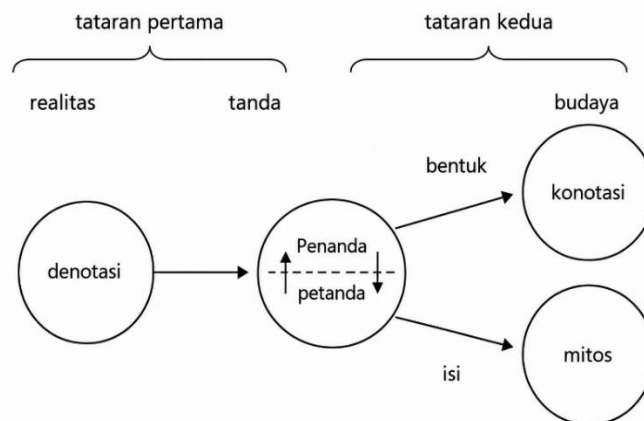
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode tersebut dipilih karena tujuan penelitian adalah memahami dan menafsirkan makna yang terbentuk melalui elemen visual poster, bukan mengukur hubungan antarvariabel. Objek penelitian berupa poster resmi film trilogi *Ant-Man*, sedangkan analisis dilakukan menggunakan semiotika Roland Barthes dengan tiga tingkat pemaknaan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi berupa penelusuran, pengunduhan, dan pengarsipan poster resmi beserta dokumen pendukungnya.

Data primer berupa tiga poster resmi film trilogi *Ant-Man* yang diperoleh dari IMDb, yaitu poster *Ant-Man* (2015), *Ant-Man and the Wasp* (2018), dan *Ant-Man and the Wasp: Quantumania* (2023). Poster dipilih berdasarkan empat kriteria, yaitu poster resmi yang dirilis oleh Marvel Studios, berjenis poster utama yang digunakan pada masa perilisan film, menampilkan seluruh tokoh utama beserta judul, logo studio, dan informasi perilisan, serta tersedia dalam resolusi yang memadai. Kriteria tersebut digunakan agar ketiga poster berada pada kedudukan yang setara untuk dibandingkan sehingga poster karakter, poster edisi khusus, dan poster tidak resmi tidak digunakan. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang

bersumber dari buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan dengan desain komunikasi visual, semiotika, dan poster film.

Unit yang diamati pada setiap poster adalah bagian visual yang dapat dibandingkan secara sama pada ketiga objek, yaitu figur tokoh yang meliputi ukuran, pose, dan letaknya dalam bidang gambar; hubungan antartokoh yang meliputi jarak serta kedudukan tokoh pada bagian depan, tengah, atau belakang; latar dan ruang yang meliputi jenis lingkungan serta kepadatan elemen; warna yang meliputi warna dominan, perbedaan warna antara tokoh dan latar, serta warna aksen; dan elemen teks yang meliputi judul film, logo studio, serta informasi perilis. Unit-unit tersebut kemudian dibaca melalui tiga elemen yang menjadi fokus penelitian, yaitu komposisi, hierarki visual, dan warna. Ukuran tokoh diperkirakan dengan membandingkan tinggi figur terhadap tinggi bidang poster menggunakan garis bantu agar perbandingan antarposter tetap sama.

Seluruh unit visual tersebut selanjutnya dimaknai menggunakan semiotika Roland Barthes sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 1. Semiotika Roland Barthes.

Sumber: Sobur, 2001.

Menurut Barthes, pemaknaan berlangsung secara bertingkat. Denotasi merupakan makna yang tampak secara langsung berdasarkan hubungan antara penanda (signifier) dan petanda (signified), sedangkan konotasi merupakan makna yang terbentuk melalui pengalaman, emosi, dan konteks budaya pembaca. Makna pada tingkat kedua tersebut dapat berkembang menjadi mitos, yaitu makna yang telah diterima sebagai hal yang wajar sehingga tidak lagi dipertanyakan (Sobur, 2001).

Berdasarkan kerangka tersebut, analisis data dilakukan melalui lima tahap. Tahap pertama adalah mendata seluruh unit visual pada setiap poster dan mendeskripsikannya apa adanya tanpa penafsiran. Tahap kedua adalah membaca makna denotasi dengan menetapkan hubungan penanda dan petanda pada setiap unit visual, misalnya figur berkostum merah dan

hitam yang dibaca sebagai tokoh Ant-Man. Tahap ketiga adalah membaca makna konotasi dengan mengaitkan hasil deskripsi pada perkembangan cerita film serta teori komposisi, hierarki visual, dan warna. Tahap keempat adalah merumuskan mitos, yaitu menarik nilai yang dianggap wajar di balik pengulangan pola visual pada ketiga poster. Tahap kelima adalah membandingkan hasil pembacaan ketiga poster melalui matriks perbandingan untuk menelaah persamaan dan perbedaan karakteristik setiap poster (Fitra et al., 2022).

Karena penelitian semiotika sangat bergantung pada penafsiran peneliti, keabsahan data dijaga melalui pengamatan berulang terhadap ketiga poster pada waktu yang berbeda, pencocokan hasil deskripsi visual dengan informasi resmi film, penggunaan teori desain komunikasi visual sebagai pembanding penafsiran, serta diskusi dengan dosen pembimbing. Selain itu, tahap deskripsi dan tahap penafsiran dipisahkan secara tegas agar penafsiran tetap berpijak pada elemen visual yang teramati (Nurfajriani et al., 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan hasil analisis ketiga poster resmi film trilogi Ant-Man berdasarkan urutan tahun rilis. Setiap poster dibaca melalui tiga tingkat pemaknaan secara berurutan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, dengan fokus pada komposisi, hierarki visual, dan warna. Hasil pembacaan ketiga poster kemudian dibandingkan pada bagian akhir untuk mengetahui pola perkembangan visualnya.

Analisis Visual Poster *Ant-Man* (2015)



Gambar 2. Poster Film *Ant-Man* 2015.

Sumber: IMDb, 2015.

Poster *Ant-Man* (2015) merupakan poster pembuka dalam trilogi *Ant-Man* yang berfungsi memperkenalkan Scott Lang sebagai karakter utama sekaligus membangun identitas awal film. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, analisis difokuskan pada pemaknaan denotatif dan konotatif dengan mengkaji komposisi, hierarki visual, dan warna sebagai elemen utama pembentuk makna visual.

Denotasi

Pada tingkat denotasi, poster *Ant-Man* (2015) menampilkan Scott Lang yang mengenakan kostum *Ant-Man* berwarna merah dan hitam dengan aksesoris perak pada helm dan pelindung tubuh (Gambar 2). Scott Lang ditempatkan tepat di bagian tengah poster dengan ukuran paling besar, yaitu kurang lebih separuh tinggi bidang poster, sedangkan empat tokoh pendukung, yaitu Hope van Dyne, Hank Pym, Darren Cross, dan Luis, disusun di belakangnya dengan ukuran sekitar separuh ukuran tokoh utama. Latar belakang memperlihatkan area perkotaan dengan gedung-gedung tinggi dan jembatan bernuansa biru serta efek cahaya putih di sekitar tokoh utama, sementara bagian bawah poster memuat judul film, logo Marvel, informasi perilis, dan nama kru produksi.

Berdasarkan aspek visual, komposisi poster disusun secara terpusat dengan Scott Lang sebagai titik utama dalam bidang gambar. Hierarki visual dibentuk melalui perbedaan ukuran dan posisi sehingga hanya terdapat satu pusat perhatian, sedangkan tokoh pendukung berperan sebagai elemen pelengkap (Budiarta & Sutrisno, 2024). Dari aspek warna, latar biru yang dingin dipadukan dengan merah yang hangat pada kostum *Ant-Man* sehingga menghasilkan perbedaan warna yang tajam antara tokoh utama dan lingkungannya.

Konotasi

Pada tingkat konotasi, komposisi yang berpusat pada Scott Lang menunjukkan bahwa tokoh tersebut menjadi fokus utama yang ingin diperkenalkan kepada audiens. Hal tersebut terlihat dari ukuran tokoh utama yang dua kali lebih besar daripada tokoh pendukung serta penempatan seluruh tokoh pendukung di bagian belakang tanpa satu pun yang sejajar dengannya sehingga tokoh pendukung dimaknai sebagai pelengkap perjalanan tokoh utama. Sementara itu, latar berwarna biru dapat dimaknai sebagai suasana modern dan teknologi yang menjadi bagian dari dunia *Ant-Man*, sedangkan warna merah pada kostum memberikan kesan keberanian dan aksi (Dzaki et al., 2026). Perbedaan warna yang tajam antara tokoh dan latar turut memisahkan Scott Lang dari lingkungannya sehingga ia terbaca sebagai sosok tunggal yang menonjol.

Mitos

Pada tingkat mitos, susunan visual poster ini menjadikan kepahlawanan tampak sebagai pencapaian satu orang. Satu tokoh yang berada di tengah bidang, berukuran paling besar, dan terpisah secara warna dari lingkungannya merupakan pola yang dianggap wajar untuk menandai sosok pahlawan, sekaligus menegaskan anggapan bahwa kekuatan bersumber dari penguasaan teknologi. Pola tersebut membiasakan audiens membaca ukuran besar dan posisi tengah sebagai penanda kekuatan (Sulistyaningrum & Sabri, 2024).

Analisis Visual Poster *Ant-Man and the Wasp* (2018)

Background latar putih disertai garis-garis grafis diagonal merah dan kuning

Karakter utama pertama Scott Lang sebagai Ant-Man di tempatkan paling depan dan terbesar



Karakter pendukung dibelakang dibuat lebih kecil dari karakter utama

Karakter utama kedua Van Dyne sebagai Wasp di tempatkan sejajar dengan karakter utama pertama

Gambar 3. Poster Film *Ant-Man and the Wasp*.

Sumber: IMDb, 2018.

Poster *Ant-Man and the Wasp* (2018) menunjukkan perkembangan visual dibandingkan poster sebelumnya melalui penyusunan komposisi yang lebih dinamis dan penempatan dua karakter utama sebagai pusat perhatian. Berbeda dengan poster *Ant-Man* (2015) yang berfokus pada satu tokoh utama, poster ini mulai menampilkan hubungan visual antara Scott Lang dan Hope van Dyne sebagai representasi perkembangan cerita. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes melalui dua tingkat pemaknaan, yaitu denotasi dan konotasi, dengan memfokuskan kajian pada komposisi, hierarki visual, dan warna.

Denotasi

Pada tingkat denotasi, poster *Ant-Man and the Wasp* (2018) menampilkan Ant-Man dan Wasp sebagai dua tokoh utama yang ditempatkan di bagian tengah dengan ukuran yang hampir sama besar, yaitu masing-masing sekitar dua perlima tinggi bidang poster (Gambar 3). Di belakang keduanya terdapat helm Ant-Man dan helm Wasp dalam ukuran besar yang diletakkan berdampingan pada sisi kiri dan kanan sebagai penanda identitas masing-masing tokoh. Di sekelilingnya terdapat lima tokoh pendukung, yaitu Ghost, Hank Pym, Janet van Dyne, Bill Foster, dan Luis, dengan ukuran lebih kecil sehingga jumlah tokoh yang ditampilkan bertambah menjadi tujuh. Bagian bawah poster memuat judul film, logo Marvel Studios, nama pemeran, dan informasi perilisan.

Dari aspek visual, komposisi poster menggunakan susunan diagonal yang dibentuk oleh garis-garis berwarna merah, putih, dan kuning untuk mengarahkan pandangan menuju kedua tokoh utama. Garis diagonal tersebut merupakan elemen grafis tambahan yang tidak berasal dari objek dalam cerita, melainkan sengaja dirancang sebagai pengarah pandang. Hierarki visual terbagi menjadi dua pusat perhatian yang seimbang melalui kesamaan ukuran, kesejajaran posisi, dan pengulangan bentuk helm di belakang masing-masing tokoh. Sementara itu, warna merah, putih, dan kuning yang saling berdekatan digunakan pada hampir seluruh

elemen sehingga perbedaan warna antara tokoh dan latar menjadi lebih rendah dibandingkan poster sebelumnya.

Konotasi

Pada tingkat konotasi, susunan tersebut menunjukkan pergeseran dari satu tokoh utama menuju pasangan tokoh yang saling melengkapi. Pergeseran ini didukung oleh tiga bukti visual, yaitu kesamaan ukuran kedua figur, penempatan keduanya pada satu garis pandang yang sejajar, serta pengulangan elemen helm dalam ukuran yang setara. Bertambahnya tokoh pendukung dari empat menjadi lima juga menunjukkan bahwa konflik yang dihadapi semakin luas. Sementara itu, komposisi diagonal membangun kesan pergerakan sehingga poster terasa lebih aktif dibandingkan poster pertama yang tersusun terpusat dan statis, sedangkan warna merah dan kuning memperkuat kesan aksi dan semangat dengan warna putih sebagai penjaga keterbacaan.

Mitos

Pada tingkat mitos, poster ini menjadikan kemitraan yang setara tampak sebagai bentuk baru kepahlawanan melalui kesamaan ukuran, kesejajaran posisi, dan pengulangan atribut identitas. Meskipun demikian, kesetaraan tersebut tidak sepenuhnya konsisten karena nama Ant-Man tetap ditempatkan lebih dahulu pada judul film dan figurinya berada pada sisi yang lebih dahulu dibaca. Kajian terhadap poster film Marvel juga menunjukkan bahwa tokoh laki-laki cenderung ditampilkan dengan ukuran lebih besar dan kedudukan yang lebih menonjol dibandingkan tokoh perempuan (Fajar et al., 2025) sehingga kesetaraan pada poster ini masih menyimpan susunan bertingkat yang tersamar.

Analisis Visual Poster *Ant-Man and the Wasp: Quantumania* (2023)

Kang the Conqueror ditampilkan dalam ukuran sangat besar pada latar belakang sebagai representasi antagonis utama sekaligus pusat ancaman dalam cerita.

Latar belakang menampilkan *Quantum Realm* dengan dominasi warna biru, ungu, dan oranye, disertai bebatuan melayang, struktur futuristik, serta efek cahaya kosmik



Hope van Dyne (Wasp), Cassie Lang, Janet van Dyne, dan Hank Pym ditempatkan mengelilingi Ant-Man dalam susunan bertingkat sebagai karakter pendukung utama.

Scott Lang (*Ant-Man*) ditempatkan di bagian tengah sebagai karakter utama dengan ukuran paling dominan pada bidang depan

Gambar 4. Poster Film *Ant-Man and the Wasp: Quantumania* 2023.

Sumber: IMDb, 2023.

Poster *Ant-Man and the Wasp: Quantumania* (2023) memperlihatkan perkembangan visual yang lebih kompleks dibandingkan dua poster sebelumnya. Perubahan tersebut tampak melalui penyusunan komposisi yang semakin padat, bertingkat, serta melibatkan lebih banyak

karakter dalam satu bidang visual. Selain menampilkan tokoh utama, poster juga memberikan ruang yang lebih besar bagi representasi dunia Quantum dan kehadiran antagonis utama sebagai bagian penting dalam komunikasi visual film. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes melalui dua tingkat pemaknaan, yaitu denotasi dan konotasi, dengan memfokuskan pembacaan pada komposisi, hierarki visual, dan warna.

Denotasi

Pada tingkat denotasi, poster *Ant-Man and the Wasp: Quantumania* (2023) menampilkan Scott Lang di bagian tengah pada posisi paling depan dengan ukuran sekitar sepertiga tinggi bidang poster, sedangkan Kang the Conqueror pada bagian atas ditampilkan sebagai figur terbesar yang mengisi hampir seluruh lebar bidang (Gambar 4). Di sekitar Scott Lang terdapat Hope van Dyne, Cassie Lang, Janet van Dyne, dan Hank Pym dengan ukuran lebih kecil sehingga kelima tokoh protagonis tersusun dalam satu kelompok rapat yang saling bertumpang tindih. Pada bagian bawah tampak sekelompok pasukan Kang yang mengarahkan senjata ke depan, sementara latar belakang menampilkan dunia Quantum dengan bebatuan melayang, bangunan bergaya futuristik, dan efek cahaya yang mengisi hampir seluruh ruang kosong. Bagian bawah poster memuat logo Marvel Studios, judul film, slogan, dan tanggal perilisan.

Dari aspek visual, komposisi poster disusun secara bertingkat dalam empat lapisan, yaitu pasukan Kang di bagian depan, kelompok tokoh protagonis di bagian tengah, figur Kang di bagian atas, serta lanskap dunia Quantum sebagai lapisan terjauh. Susunan tersebut membentuk kedalaman ruang sekaligus menghadirkan banyak pusat perhatian dalam satu bidang gambar. Kepadatan elemen meningkat karena hampir tidak terdapat ruang kosong yang memisahkan antarelemen, berbeda dengan dua poster sebelumnya yang masih menyisakan latar yang relatif bersih. Dari aspek warna, biru dan ungu yang saling berdekatan digunakan pada tokoh maupun lingkungan dengan oranye sebagai aksen sehingga perbedaan warna antara tokoh dan latar menjadi paling rendah di antara ketiga poster.

Konotasi

Pada tingkat konotasi, komposisi bertingkat yang menampilkan lima tokoh protagonis beserta pasukan di bagian bawah menunjukkan perluasan ruang cerita sekaligus meningkatnya skala konflik. Menyusutnya ukuran Scott Lang menjadi sekitar sepertiga tinggi bidang, padahal namanya tetap menjadi judul film, dapat dimaknai sebagai berkurangnya kedudukan tokoh tersebut sebagai satu-satunya penentu cerita. Sebaliknya, ukuran Kang yang paling besar membangun kesan bahwa ancaman yang dihadapi berada di luar jangkauan kekuatan satu orang. Sementara itu, biru dan ungu menghadirkan suasana futuristik dan asing yang mewakili

dunia Quantum, sedangkan oranye mempertegas ketegangan konflik. Rendahnya perbedaan warna antara tokoh dan latar dapat dimaknai sebagai leburnya para tokoh ke dalam dunia cerita, berbeda dengan poster pertama yang justru memisahkan tokoh utama dari latarnya.

Mitos

Pada tingkat mitos, poster ini menjadikan kepahlawanan bersama tampak sebagai keharusan dalam menghadapi ancaman berskala besar. Kelompok tokoh yang saling bertumpang tindih di bawah figur antagonis berukuran raksasa merupakan pola yang dianggap wajar untuk menandai kepahlawanan kolektif. Selain itu, kepadatan elemen dan luasnya lanskap dunia Quantum meneguhkan anggapan bahwa nilai sebuah film ditandai oleh besarnya dunia yang ditampilkan sehingga poster tidak hanya menyampaikan isi cerita, tetapi juga meneruskan nilai yang telah mapan dalam budaya visual film superhero waralaba.

Hasil Analisis Komparatif

Berdasarkan hasil analisis ketiga poster, selanjutnya dilakukan analisis komparatif untuk mengetahui perkembangan visualnya. Perbandingan disusun dalam bentuk matriks agar setiap aspek dapat ditelaah secara sejajar, meliputi komposisi, pusat perhatian, ukuran tokoh Ant-Man, hubungan antartokoh, latar dan kepadatan elemen, warna, hierarki visual, serta makna pada tingkat denotasi, konotasi, dan mitos. Hasilnya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks Perbandingan Visual dan Makna Poster Film Trilogi Ant-Man.

Aspek	<i>Ant-Man (2015)</i>	<i>Ant-Man and the Wasp (2018)</i>	<i>Quantumania (2023)</i>
Komposisi	Terpusat dan statis	Diagonal dan dinamis	Bertingkat dan padat
Pusat perhatian	Satu, pada Scott Lang	Dua, pada Ant-Man dan Wasp	Banyak, dari Ant-Man ke Kang lalu tokoh lain
Ukuran tokoh Ant-Man (Perbandingan proporsional antara tinggi figur dan tinggi bidang poster.)	$\pm 1/2$ tinggi bidang; dua kali tokoh pendukung	$\pm 2/5$ tinggi bidang; sama besar dengan Wasp	$\pm 1/3$ tinggi bidang; lebih kecil daripada Kang
Hubungan antartokoh	Empat tokoh pendukung di belakang dan tidak sejajar	Dua tokoh utama sejajar, lima tokoh pendukung mengelilingi	Lima tokoh protagonis mengelompok rapat di bawah figur antagonis
Latar dan kepadatan elemen	Kota modern; masih terdapat ruang kosong	Bidang bergaris diagonal; ruang kosong berkurang	Dunia Quantum berlapis; hampir tanpa ruang kosong
Warna dominan dan perbedaan warna tokoh–latar	Biru, merah, hitam; perbedaan tajam	Merah, kuning, putih; perbedaan sedang	Biru, ungu, aksen oranye; perbedaan paling rendah
Hierarki visual	Tunggal	Terbagi seimbang pada dua tokoh	Bertingkat, beberapa titik fokus
Denotasi	Memperkenalkan Ant-Man sebagai tokoh utama	Menampilkan Ant-Man dan Wasp sebagai pasangan tokoh utama	Menampilkan banyak tokoh, antagonis utama, dan dunia Quantum

Konotasi	Pengenalan tokoh utama	Kerjasama dan kesetaraan dua tokoh	Perluasan dunia cerita dan meningkatnya skala konflik
Mitos	Kepahlawanan sebagai pencapaian satu orang yang bertumpu pada teknologi	Kemitraan setara yang masih menyimpan susunan bertingkat	Kepahlawanan bersama dan kemegahan dunia cerita film waralaba

Berdasarkan tabel 1, perkembangan visual poster trilogi Ant-Man mengikuti pola yang jelas. Komposisi berkembang dari terpusat, menjadi diagonal, hingga bertingkat. Hierarki visual berkembang dari satu pusat perhatian, menjadi dua pusat yang seimbang, hingga beberapa pusat yang berlapis. Ukuran tokoh Ant-Man menurun dari sekitar separuh menjadi sekitar sepertiga tinggi bidang seiring bertambahnya kepadatan elemen dan menurunnya perbedaan warna antara tokoh dan latar. Secara semiotika, ketiga perubahan tersebut sejalan dengan pergeseran makna dari kepahlawanan satu orang, menuju kemitraan, hingga kepahlawanan bersama dalam menghadapi konflik yang semakin luas.

Perubahan tersebut tidak seluruhnya dapat dijelaskan oleh perkembangan cerita. Bertambahnya jumlah tokoh dan hadirnya dunia Quantum memang merupakan akibat langsung dari alur film. Namun, sejumlah perubahan lain tidak memiliki rujukan dalam cerita dan sepenuhnya merupakan keputusan desain, yaitu penggunaan garis diagonal sebagai pengarah pandang, penyetaraan ukuran Ant-Man dan Wasp, penyusunan lapisan kedalaman, serta pengaturan perbedaan warna antara tokoh dan latar. Dengan demikian, perkembangan visual poster trilogi Ant-Man merupakan perpaduan antara tuntutan cerita dan strategi komunikasi visual yang dirancang secara sadar, bukan sekadar cerminan isi film.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menemukan bahwa poster film trilogi Ant-Man mengalami perkembangan visual yang berpola pada tiga elemen yang dikaji. Komposisi berkembang dari terpusat, menjadi diagonal, hingga bertingkat. Hierarki visual berkembang dari satu pusat perhatian, menjadi dua pusat yang seimbang, hingga beberapa pusat yang berlapis. Warna berkembang dari perbedaan yang tajam antara tokoh dan latar menjadi warna yang saling berdekatan sehingga tokoh melebur ke dalam latarnya. Melalui semiotika Roland Barthes, ketiga perubahan tersebut memperlihatkan pergeseran makna dari kepahlawanan satu orang pada poster Ant-Man (2015), menuju kemitraan dua tokoh pada poster Ant-Man and the Wasp (2018), hingga kepahlawanan bersama pada poster Ant-Man and the Wasp: Quantumania (2023). Pendekatan Barthes berperan menjadikan analisis tidak berhenti pada deskripsi perubahan desain, tetapi sampai pada nilai yang dibangun di balik susunan visual tersebut.

Temuan tersebut memberikan beberapa implikasi bagi perancangan poster film waralaba. Perubahan ukuran dan posisi tokoh dapat digunakan secara sengaja sebagai penanda pergeseran peran sehingga poster mampu menyampaikan perkembangan cerita tanpa bergantung pada teks. Pengaturan perbedaan warna antara tokoh dan latar dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan tokoh baru melalui perbedaan yang tajam atau menyatukan tokoh dengan dunia ceritanya melalui perbedaan yang rendah. Selain itu, kepadatan elemen perlu dikelola secara terukur karena penambahan tokoh yang tidak disertai pengaturan hierarki dapat melemahkan keterbacaan pesan utama.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah dan jenis data karena hanya menggunakan tiga poster resmi utama. Temuan penelitian karena itu hanya menggambarkan poster utama sebagai wakil identitas visual setiap film dan belum mencakup poster karakter maupun poster edisi khusus yang kemungkinan memiliki susunan visual berbeda. Selain itu, penelitian ini membaca poster sebagai teks visual sehingga tidak mengukur bagaimana audiens sesungguhnya memaknainya, sedangkan ukuran tokoh diperoleh melalui perkiraan proporsional dan bukan pengukuran dengan alat. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek kajian pada seluruh jenis poster dalam satu rangkaian film, membandingkan trilogi dari rangkaian film yang berbeda, atau memadukan semiotika dengan penelitian resepsi audiens.

DAFTAR REFERENSI

- Alex Sobur (2001). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ashari, A. M., & Rochmawati, I. (2022). Analisis Visual Pada Poster Promosi Film Trilogi *Batman*. *DIVAGATRA - Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, 2, 45–46.
- Asri, R. (2020). Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film “Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI).” *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 74.
- Batubara, H., Rukiyah, S., & Utami, P. I. (2024). Analisis Semiotika: Pemaknaan Komunikasi Visual Pada Poster Iklan Layanan Masyarakat Di Media Digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 2.
- Budiarta, I. G. M., & Sutrisno, L. B. (2024). Layout Desain Poster Digital Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa Undiksha. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 14(3), 260.
- Burhan, A. S., & Anggapuspa, M. L. (2021). Analisis Makna Visual Pada Poster Film Bumi Manusia. *Jurnal Barik*, 3(1), 236–237.
- Dzaki, A. M., Purnomo, R. N. A., & Annisa, S. (2026). Ketika Warna Berbicara: Psikologi di Balik Desain Visual dan Emosi Audiens. *Jurnal Pustaka bangsa indonesia*, 1(3), 118–120.

- Fadhil Mahesa Ali, Tiara Lie Kamilatin, Ervina Suhendar, Muhammad Chairil Abdul Aziz, Fatimah Nur Khilafah, Mujahidah Afifah, Tazkia Riska Alviana Azhari, Oryza Sativa, & Febriansyah Febriansyah. (2024). Interpretasi Elemen Visual Poster Film “Exit” : Kajian Semiotik Saussure. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(4), 184.
- Fajar, H. A., Rahmawan, D., & Wibowo, K. A. (2025). Representasi Stereotip Gender Tradisional dalam Poster Film Marvel Cinematic Universe. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(1), 115–126.
- Fitra, M., Mahmudi, N., & Abidin, M. R. (2022). Komparasi Elemen Visual Desain Jersey Home Klub Persebaya Musim 2020 Dan 2021. *Jurnal Barik*, 4(1), 79–81.
- Fitriani, D., Asril, & N, S. (2024). Analisis Elemen Visual Pada Poster Film Miracle In Cell No.7. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 9(2), 264–265.
- IMDb. (2015). *Ant-Man*. Diakses pada 15 Juli 2026, dari <https://www.imdb.com/title/tt0478970/>
- IMDb. (2018). *Ant-Man and the Wasp*. Diakses pada 15 Juli 2026, dari <https://www.imdb.com/title/tt5095030/>
- IMDb. (2023). *Ant-Man and the Wasp: Quantumania*. Diakses pada 15 Juli 2026, dari <https://www.imdb.com/title/tt10954600/>
- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.
- Rochmawati I. (2019). Analisis User Interfacesitus Web Iwearup.Com. *Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 7(2), 32–33.
- Steven, J., Daniel, T., Hutajulu, H., & Kristiana, N. (2023). Kajian Visual Pada Poster Film *The Chronicles Of Narnia: The Lion, The Witch, And The Wardrobe*. *Jurnal Barik*, 5(1), 81–95.
- Sugiyanto¹, L., Mt², A., Handoko³, A., Tinggi, S., & Interstudi, D. (2022). *Analisis Desain Poster Media Promosi Diklat 3 In 1 Di Balai Diklat Industri Denpasar*. 2(1), 147–148.
- Sulistyaningrum, D. U. D., & Sabri. (2024). Nilai dan Unsur Kebudayaan pada Poster Film Coco (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Poster Film Coco). *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 4(1), 38–53.
- Wulandari, D., Halim, M. A., Firmansyah, R., Astuti, M. Y., & Tranggana, W. L. (2022). Relevansi pemahaman nirmana terhadap kemampuan penyusunan ruang tepat guna dalam desain interior. *Sungging*, 1(1), 20–28.