

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Transformasi digital dalam komunikasi merujuk pada perubahan mendasar dalam pola interaksi, pertukaran informasi, dan pembangunan relasi sosial melalui penggunaan kemajuan teknologi digital. Fenomena ini juga terjadi di Indonesia yang secara drastis merubah praktik komunikasi serta memengaruhi banyak aspek dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Haris et al., (2024). Di era digital saat ini, media audiovisual seperti trailer film atau serial menjadi salah satu bentuk komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan dan menarik perhatian khalayak. Mutiara et al., (2023). Trailer merupakan media promosi yang dirancang secara terencana oleh rumah produksi untuk menarik perhatian audiens. Melalui perpaduan elemen visual, audio, dan narasi yang kuat, trailer tidak hanya membangkitkan ketertarikan penonton, tetapi juga mampu membentuk makna terhadap tayangan yang disajikan. Savarino et al., (2019).

Komunikasi persuasif dalam konteks media digital bertujuan untuk memengaruhi audiens agar memiliki ketertarikan, bahkan keinginan untuk menonton atau menggunakan suatu produk media. Sahputra et al., (2020). Dalam trailer, setiap elemen mulai dari narasi, visual, musik, hingga penyampaian pesan, harus dirancang dengan baik agar dapat menciptakan kesan yang mendalam dan membangkitkan minat. Aurellio & Indria Flowerinab, (2025). Seluruh elemen tersebut bekerja sebagai satu kesatuan pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga bersifat membujuk dan memengaruhi secara halus.

Pengertian dari komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi di mana komunikator memanfaatkan bahasa sebagai alat untuk mempengaruhi audiens, dengan tujuan mengubah atau menyesuaikan sikap serta perilaku mereka secara alami. Setya Prihatining Tyas et al., (2024). Tujuan dari komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi cara pandang serta opini individu agar selaras dengan

maksud komunikator atau pengirim pesan. Urgan & Huffner, 2002; Putri, 2016 dalam Mirawati, (2021).

Untuk memahami bagaimana trailer bekerja sebagai bentuk komunikasi persuasif, dibutuhkan pendekatan analisis yang dapat menjelaskan makna dari setiap elemen simbolik yang ditampilkan. Salah satu pendekatan yang relevan digunakan dalam konteks ini adalah pendekatan semiotika, khususnya teori dari Ferdinand de Saussure. Saussure menjelaskan bahwa tanda merupakan struktur kompleks yang terdiri dari dua komponen utama, yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda merujuk pada bentuk fisik dari tanda, seperti bunyi atau kata yang dapat menyampaikan pesan secara sensoris, sedangkan petanda mengacu pada konsep atau makna yang diwakili oleh penanda tersebut. Maslia & Patriansah, (2024).

Objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah trailer resmi serial *Squid Game 2* yang diunggah melalui akun YouTube @netflixid. *Squid Game* sendiri merupakan serial drama orisinal Korea Selatan yang diproduksi langsung oleh Netflix. Sehingga menjadikannya sebagai bagian dari konten eksklusif yang hanya tersedia di platform tersebut Duarte, (2021). Musim pertamanya yang dirilis pada tahun 2021 menciptakan fenomena global, tidak hanya karena cerita yang menegangkan dan simbolik, tetapi juga karena penyebaran yang luas melalui layanan *streaming* digital. Antusiasme publik terhadap musim keduanya sangat tinggi, termasuk di Indonesia, sehingga trailer resmi dari musim kedua menjadi perhatian besar di berbagai platform digital. Agency, (2025).

Dalam menarik minat audiens terhadap suatu film atau serial, tidak hanya dilihat dari isi trailer saja. Tetapi media trailer dipublikasikan juga menjadi faktor penting dalam menjangkau audiens. Untuk itu dalam penelitian ini, YouTube menjadi platform yang memainkan peran penting dalam penyebaran dan penerimaan konten oleh khalayak luas. YouTube adalah tempat terbesar dalam berbagi video yang telah mendominasi ranah digital global. Kepopulerannya merambah ke berbagai belahan dunia dan menjadikannya sebagai pusat distribusi konten audiovisual yang paling banyak diakses. Pengguna aktif YouTube berasal dari berbagai kalangan

usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Platform ini memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk berkontribusi secara aktif melalui pencarian konten, unggahan video, penayangan, memberikan komentar, hingga membagikan cuplikan video kepada orang lain. Yudha & Sundari, (2021).

Pemilihan trailer *Squid Game 2* sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa alasan. Alasan pertama dikarenakan *Squid Game* merupakan drama Korea Selatan yang berhasil mendunia sejak penayangan musim pertamanya. Kedua, peneliti memilih YouTube sebagai media yang akan digunakan dalam menganalisis trailer disebabkan YouTube menjadi media dalam penyebaran trailer resmi, serta menjadi salah satu sumber informasi audiovisual yang paling banyak dijangkau. Artika et al., (2021).

YouTube tidak hanya menyediakan konten dalam bentuk video, tetapi memungkinkan audiens untuk melakukan interaktivitas seperti memberi respon konten dalam kolom komentar, jumlah tayangan, serta tombol suka dan tidak suka. Pratama, (2024). YouTube memudahkan proses pengamatan dan analisis terhadap konten video karena dapat dijeda, diputar berulang kali, atau diperlambat agar elemen visual dan audio dapat diamati secara detail. Kusumaningrum et al., (2022). Dengan demikian, YouTube menjadi sumber data utama yang relevan dan mendukung analisis semiotik secara mendalam.

Penyebaran trailer yang dilakukan Netflix biasanya dimulai dari akun pusat global seperti *Netflix Official* di YouTube. Chaurasia, (2025). Trailer tersebut kemudian juga diunggah ulang oleh akun regional seperti *@netflixid*. Meskipun isi trailernya secara umum sama, penggunaan akun regional berfungsi untuk memperkuat kedekatan komunikasi antara konten global dengan audiens lokal.

Penelitian ini menjadi penting untuk melihat bagaimana sebuah trailer dapat dibangun sebagai teks yang mengandung pesan-pesan persuasif melalui rangkaian tanda. Dengan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan bagaimana elemen-elemen visual dan audio dalam trailer *Squid Game 2* membentuk makna yang berfungsi untuk menarik minat

audiens. Penelitian ini juga berupaya memahami bagaimana platform digital seperti YouTube berperan dalam penyebaran dan konsumsi pesan persuasif tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas penerapan strategi komunikasi persuasif dalam promosi konten hiburan. Studi-studi tersebut menjadi landasan bagi peneliti dalam menganalisis bagaimana komunikasi persuasif digunakan dalam trailer serial drama untuk menarik minat audiens, melalui analisis semiotika Ferdinand de Saussure terhadap trailer *Squid Game 2* yang ditayangkan di akun @netflixid.

Penelitian relevan mengenai komunikasi persuasif terhadap serial dilakukan oleh Nur Hafizah yang membahas komunikasi persuasif dalam serial *Daily Dose of Sunshine* dengan tujuan meningkatkan kesadaran terhadap isu kesehatan mental. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan semiotika Saussure dan menemukan bahwa strategi komunikasi persuasif dalam serial tersebut melibatkan teknik tataan, integrasi, *pay-off*, dan *fear arousing*, yang secara efektif menyentuh sisi emosional dan rasional audiens. Hafizah et al., (2024).

Penelitian Rahmadani et al., (2025) mengkaji faktor-faktor yang mendorong ketertarikan audiens terhadap trailer drama Korea *Moving*, sementara penelitian Widhiatmoko et al., (2022) menjelaskan bagaimana elemen audiovisual seperti musik, pencahayaan, efek suara, dan teknik editing dalam trailer *Black Panther: Wakanda Forever* berperan dalam membangun emosi dan ketertarikan penonton. Selain itu, pendekatan semiotika juga digunakan dalam memahami makna visual dan naratif dalam film, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Laras & Rahmasari, (2023) terhadap film *Habibie Ainun*, yang menyoroti bagaimana elemen penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) menciptakan pemaknaan romantisme melalui simbol visual, dialog, dan gestur karakter.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Wijayanto & Senoprabowo, (2023) menggabungkan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dengan teori psikologi warna dari John Gage dalam menganalisis trailer *John Wick Chapter 4*. Studi ini mengungkapkan bahwa penggunaan warna dalam trailer memiliki peran

penting dalam menyampaikan suasana, emosi, hingga karakterisasi tokoh, sekaligus menjadi bagian dari strategi persuasif visual yang terstruktur.

Penelitian ini menjadi penting untuk melihat bagaimana sebuah trailer dapat dibangun sebagai teks yang mengandung pesan-pesan persuasif melalui rangkaian tanda. Dengan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan bagaimana elemen-elemen visual dan audio dalam trailer *Squid Game 2* membentuk makna yang berfungsi untuk menarik minat audiens. Penelitian ini juga berupaya memahami bagaimana platform digital seperti YouTube berperan dalam distribusi dan konsumsi pesan persuasif tersebut.

Penelitian terdahulu umumnya lebih berfokus pada analisis isi atau dampak trailer terhadap minat menonton, tanpa menganalisis lebih dalam bagaimana makna dibentuk secara simbolik melalui struktur tanda visual dan audio. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan analisis mendalam terhadap elemen persuasif dalam trailer *Squid Game 2* menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure. Fokus utama dari penelitian ini terletak pada bagaimana elemen visual, audio, dan naratif dalam trailer membentuk persepsi serta membangkitkan minat emosional audiens untuk menonton.

Pemilihan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure dalam penelitian ini didasarkan pada relevansinya dalam menganalisis struktur dasar pembentukan makna melalui hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Pendekatan berfokus pada bentuk fisik tanda seperti gambar, suara, dan narasi dengan makna yang dibentuk di benak audiens, sehingga selaras dengan tujuan penelitian untuk mengungkap bagaimana elemen-elemen simbolik dalam trailer membentuk pesan komunikasi yang bersifat persuasif secara terstruktur.

Dengan mempertimbangkan fokus penelitian yang ingin mengidentifikasi dan menginterpretasikan makna simbolik yang muncul secara langsung dalam trailer *Squid Game 2*, pendekatan Saussure dianggap paling tepat digunakan. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang terstruktur dan sistematis terhadap tanda-tanda visual dan audio sebagai pembentuk pesan persuasif. Oleh karena itu, pendekatan

semiotika Saussure dipilih karena sesuai dengan konteks, ruang lingkup, serta tujuan dari penelitian ini.

Meskipun topik komunikasi persuasif dalam platform *streaming* telah banyak dibahas, kajian spesifik mengenai komunikasi persuasif dan semiotika Ferdinand de Saussure dalam trailer masih jarang dilakukan, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut melalui analisis elemen simbolik dan audiovisual dalam membentuk ketertarikan audiens.

Melalui fokus pada trailer yang ditayangkan di YouTube, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana strategi visual dan tanda-tanda digunakan untuk menarik perhatian audiens digital, membentuk makna, dan menyampaikan pesan persuasif secara efektif melalui platform berbagi video yang kini menjadi konsumsi media hiburan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup:

1. Bagaimana elemen visual dan audio dalam trailer *Squid Game 2* yang ditayangkan pada akun YouTube @netflixid membentuk pesan komunikasi persuasif.
2. Bagaimana makna simbolik dalam trailer dianalisis melalui pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure.

## 1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus pada pembahasan, penulis menerapkan beberapa batasan masalah, yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada trailer *Squid Game2* melalui akun YouTube @netflixid.
2. Peneliti akan berfokus pada analisis mengenai tanda dan makna yang terkandung dalam trailer dengan menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure.

3. Peneliti hanya menyoroti elemen visual, narasi, dan audio sebagai objek kajian utama

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah;

1. Mengidentifikasi dan menganalisis elemen visual dan audio yang terdapat dalam trailer *Squid Game 2* guna memahami bagaimana pesan persuasif dibangun melalui struktur tanda-tanda visual dan suara.
2. Menjelaskan bagaimana makna simbolik tersebut terbentuk menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Akademis**

1. Memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait analisis semiotika dan komunikasi persuasif dalam media visual.
2. Menambah pemahaman tentang bagaimana tanda dan makna dalam sebuah trailer dibentuk melalui pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure.
3. Menjadi referensi bagi penelitian yang serupa di masa depan, khususnya yang berkaitan dengan analisis media, komunikasi persuasif, dan dampaknya terhadap audiens.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Menambah wawasan bagi praktisi di industri media dan komunikasi tentang strategi komunikasi persuasif yang efektif dalam pembuatan trailer atau konten promosi lainnya.
2. Menjadi acuan bagi para praktisi untuk mengoptimalkan penggunaan tanda, makna, dan elemen persuasif dalam menciptakan konten yang menarik dan berdampak positif bagi audiens.