

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data terhadap tanda lingual dan non-lingual pada poster promosi film *Suzume no Tojimari* menggunakan teori semiotika Roland Barthes, peneliti menemukan bahwa poster tersebut mengandung makna denotatif dan konotatif yang berhubungan dengan pesan yang ingin disampaikan oleh pembuatnya. Tanda lingual dalam poster berupa teks yang mencakup judul film, *tagline*, nama staf produksi, tanggal rilis yang memiliki makna informatif. Sedangkan, tanda non-lingual dalam bentuk gambar ilustrasi dan logo yang berfungsi sebagai pendukung dari pemaknaan tanda lingual, sehingga menciptakan kesatuan makna dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

Makna denotatif dari tanda lingual dan non-lingual dalam poster *Suzume no Tojimari* berfungsi untuk menyampaikan informasi dasar mengenai tokoh, objek, dan situasi yang muncul dalam film, seperti keberadaan pintu, kunci, serta perjalanan tokoh utama. Pada tingkat konotatif, tanda-tanda tersebut memproduksi makna emosional dan simbolik yang berkaitan dengan trauma pascabencana, ingatan kolektif, dan proses penyembuhan diri. Melalui integrasi bahasa, narasi film, dan elemen visual seperti warna, ruang, serta gestur tubuh, poster membangun makna liminal tentang perjalanan menghadapi masa lalu dan upaya menutup luka agar kehidupan dapat berlanjut. Dengan demikian, poster tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi linguistik yang dapat dianalisis secara semiotik.

4.2 Saran

Penelitian ini menganalisis tanda lingual dan non-lingual dalam poster promosi film *Suzume no Tojimari* menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dilakukan analisis terhadap tanda lingual dalam media promosi lainnya, seperti trailer film atau alur cerita film, sebagai perbandingan bagaimana bahasa digunakan dalam berbagai bentuk media untuk membangun makna.

Selain itu, penelitian mendatang juga dapat membandingkan penggunaan tanda lingual dalam poster film lainnya untuk melihat perbedaan strategi linguistik dalam pemasaran film. Semakin banyak kajian semiotika dalam lingkup linguistik, diharapkan semakin berkembang pula pemahaman mengenai bagaimana bahasa digunakan dalam membentuk persepsi dan interpretasi dalam media visual.

