

RELASI MEDIA & POLITIK
(ANALISA SEMIOTIKA FILM *DON'T LOOK UP*)

ABSTRAK

Media dan politik merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Media harus hadir sebagai wadah informasi bagi masyarakat secara utuh dan bahkan media dapat menyampaikan suara-suara masyarakat dalam konsep politik. Keberpihakan dan kepentingan dari media menjadi sesuatu yang selalu memengaruhi proses produksi pesan hingga pendistribusian dari pesan yang akan disampaikan oleh media. Masyarakat dinilai hanya sebuah konsumen atau penonton dari suatu media belaka. Film *Don't Look Up* merupakan film ber-genre komedi satire yang menyuguhkan kritikan terhadap pemerintah dan masyarakat. Pemanfaatan media televisi dan media sosial oleh para petinggi negara dan pemilik dari media itu sendiri ditampilkan di film ini. Film ini mengambil latar waktu saat menuju pemilihan umum. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana relasi media dan politik yang digambarkan pada film *Don't Look Up*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma kritis. Analisis semiotika John Fiske digunakan untuk membantu pencarian makna dalam scene film ini. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa adanya potensi besar media dalam membangun opini publik yang sangat dipengaruhi oleh keberpihakan dari sebuah media itu sendiri. Politisi juga dapat memanfaatkan peran dari media untuk membentuk dan mengontrol opini publik yang tercipta. Di satu sisi masyarakat membutuhkan peran media dalam menyalurkan aspirasi sehingga pendapatnya dapat didengar secara lebih luas.

Kata kunci: Film, Media Massa, Media Massa Dan Politik, Semiotika

**RELASI MEDIA & POLITIK
(ANALISA SEMIOTIKA FILM *DON'T LOOK UP*)**

ABSTRACT

*Media and politics are two things that cannot be separated. The media must be present as a forum for information for society as a whole and even the media can convey the voices of the people in political concepts. The alignments and interests of the media are something that always influences the message production process to the distribution of messages to be conveyed by the media. Society is considered only a consumer or audience of a mere media. The film *Don't Look Up* is a satirical comedy genre film that presents criticism of the government and society. The use of television and social media by state officials and the owners of the media themselves is shown in this film. This film takes the background when heading to the general election. Based on this, the writer is interested in knowing how media and political relations are depicted in the film *Don't Look Up*. This study uses a qualitative method with a critical paradigm. John Fiske's semiotic analysis is used to help search for meaning in this film scene. The results of this study found that there is great potential for the media in building public opinion which is strongly influenced by the partiality of the media itself. Politicians can also take advantage of the role of the media to shape and control the public opinion that is created. On the one hand, society needs the role of the media in channeling aspirations so that their opinions can be heard more broadly.*

Keyword: Film, Mass Media, Media & Politic, Semiotic

