

Komunikasi Persuasif Trailer Serial Drama dalam Menarik Minat Audiens

<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v8i1.363>

Allaysha Murtiawani^{1*}, Anggun Nadia Fatimah¹, Menati Fajar Rizki¹, Wina Puspita Sari¹, Qoryna Noer Seyma¹

¹Universitas Negeri Jakarta

Jl. Rawamangun Muka Raya No.11, Jakarta 13220 - Indonesia

*e-mail korespondensi: allayshamurtiawani_1408521011@mhs.unj.ac.id,

Submitted: 08/05/2025, Revised: 13/05/2025, Accepted: 24/05/2025

Accredited by Kemristekdikti No. 72/E/KPT/2024

Abstract - The screening of trailers in a drama series plays an important role in attracting the audience's interest in a show. As digital streaming platforms continue to develop, trailers have become an initial communication medium to build anticipation for upcoming series. This study aims to analyze the persuasive communication in the trailer of the Squid Game 2 series through @netflixid accounts, as well as discuss the symbolic meaning contained in the trailer. The theoretical frameworks applied are Persuasive Communication Theory and Ferdinand de Saussure's Semiotic Analysis, specifically the signifier-signified approach. This study uses a qualitative method with observation techniques and documentation of several scenes from the 1 minute 48 seconds trailer. The results reveal 12 scenes that represent persuasive communication efforts employed by Netflix to attract audience attention. The study identifies four main techniques used: reward techniques, arrangement techniques, association techniques, and integration techniques. Meanwhile, Saussure's semiotic analysis shows the symbols contained in the trailer, building expectations and creating emotional attachment for the audience. Thus, the results of the study lead to the conclusion that this study provides an understanding of persuasive communication with a semiotic approach to trailers can be an effective means of attracting audience interest in drama series.

Keywords: Persuasive communication; Semiotics Ferdinand de Saussure; Trailer; Streaming platforms; Netflix

Abstrak Penayangan trailer pada sebuah serial drama memiliki peran penting dalam menarik minat audiens terhadap suatu tayangan. Seiring berkembangnya platform *streaming* digital, trailer mulai digunakan sebagai media komunikasi awal untuk membangun ketertarikan audiens terhadap serial yang akan dirilis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi persuasif dalam trailer dari serial Squid Game 2 melalui akun @netflixid, serta membahas makna simbolik yang terdapat dalam trailer. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi persuasif dan analisis semiotika Ferdinand de Saussure dengan pendekatan penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi dan dokumentasi beberapa *scene* dalam trailer yang berdurasi 1 menit 48 detik. Dari hasil observasi tersebut, telah ditemukan 12

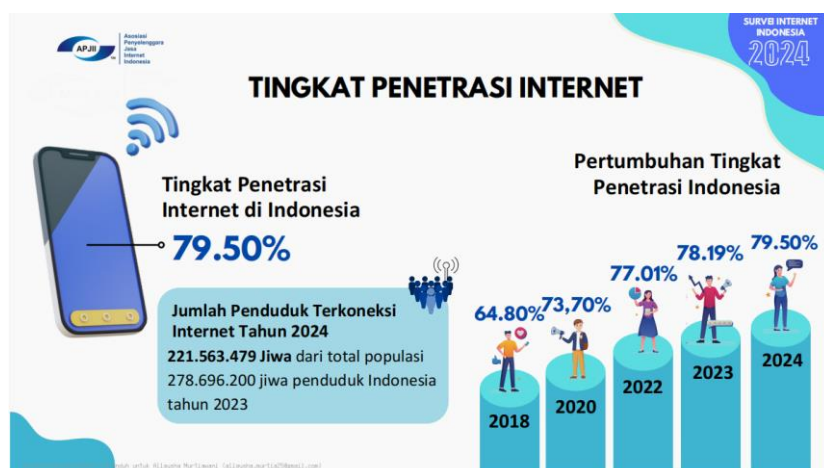
scene yang merepresentasikan bentuk komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Netflix untuk menarik minat audiens. Hasil penelitian menunjukkan, komunikasi persuasif yang digunakan oleh Netflix berupa teknik ganjaran, teknik tataan, teknik asosiasi, dan teknik integrasi. Sementara itu, analisis semiotika Ferdinand de Saussure menunjukkan simbol-simbol yang terdapat dalam trailer, membangun ekspektasi dan menciptakan keterikatan emosional audiens. Dengan demikian, hasil penelitian yang dapat disimpulkan adalah penelitian ini memberikan pemahaman komunikasi persuasif dengan pendekatan semiotik pada trailer dapat menjadi sarana efektif menarik minat audiens terhadap serial drama.

Kata kunci: Komunikasi persuasif; Semiotika Ferdinand de Saussure; Trailer; Platform *streaming*; Netflix

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi yang semakin pesat menjadikan internet sebagai bagian tak terpisahkan dalam kehidupan manusia (Fatimah, 2025), termasuk dalam bidang pendidikan (Fatimah et al., 2024), kesehatan, politik (Amalina et al., 2024), pemasaran (Budiman et al., 2024), dan hiburan (Hafizah et al., 2024). Salah satu dampaknya adalah munculnya fenomena Korean Wave atau *Hallyu*, yaitu penyebaran budaya populer Korea Selatan ke berbagai negara, mencakup musik K-Pop, K-Drama, film, kuliner, kecantikan, bahasa, dan fashion (Hafizah et al., 2024). Perkembangan teknologi informasi turut memperluas jangkauan *Hallyu* secara global. *Hallyu* masuk ke Indonesia melalui penayangan drama Korea di televisi nasional sejak akhir 2000-an, dimulai dengan *Winter Sonata* dan *Endless*, yang kemudian diikuti oleh meningkatnya popularitas K-Drama serta budaya Korea lainnya seperti K-Pop, makanan, dan gaya hidup yang semakin digemari masyarakat (Yunus Ahmad et al., 2024).

Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi media, televisi tidak lagi menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam mengakses drama Korea. Kemunculan media baru (*new media*) serta kemajuan teknologi *streaming* berbasis internet telah mengubah cara individu dalam menikmati berbagai tayangan. Jika sebelumnya harus menyesuaikan dengan jadwal siaran televisi, kini masyarakat dapat mengakses konten hiburan secara fleksibel melalui layanan *streaming* digital yang tersedia di berbagai perangkat pintar (Alya Dwi Yuliani & Oji Kurniadi, 2023). Internet menjadi faktor utama yang mendukung transformasi ini (Fatimah & Irwansyah, 2020). Pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta jiwa dari total populasi 278,69 juta jiwa pada tahun 2023. Dengan angka tersebut, tingkat pengguna internet mencapai 79,5%. Pengguna internet mengalami kenaikan sebesar 1,4% dibandingkan tahun sebelumnya (APJII, 2024).



Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Meningkatnya permintaan layanan *streaming* mendorong munculnya berbagai platform digital, salah satunya Netflix yang menjadi pelopor dalam industri *streaming* hiburan. Netflix didirikan pada 1997 sebagai layanan penyewaan DVD yang kemudian bertransformasi menjadi platform *streaming* digital sejak 2007. Saat ini, Netflix menjadi layanan *streaming* berbasis langganan yang memungkinkan pengguna mengakses berbagai konten hiburan, seperti film, serial televisi, dokumenter, tanpa gangguan iklan melalui perangkat yang terhubung dengan internet (Sendari, 2023). Selain mendistribusikan konten dari berbagai produsen global, Netflix juga memproduksi tayangan eksklusif bertajuk Netflix Original, yang hanya tersedia di platform tersebut. Strategi ini memperkuat posisi Netflix sebagai salah satu hiburan digital dengan jangkauan audiens lintas negara (Estefina, 2025).

Netflix juga memainkan peran signifikan dalam mendistribusikan dan mempopulerkan drama Korea (K-Drama) ke pasar global. Melalui kemudahan akses yang ditawarkan platform ini, audiens internasional dapat menikmati berbagai serial Korea tanpa hambatan, sehingga mempercepat penyebaran gelombang *Hallyu* di tingkat global. Salah satu kontribusi terbesar Netflix dalam memperkenalkan K-Drama ke dunia adalah keberhasilan serial *Squid Game* yang dirilis pada tahun 2021. Serial ini mencetak rekor sebagai tayangan yang paling banyak ditonton secara global, dan menjadi tonggak penting dalam memperkuat posisi K-Drama di kancah internasional (Jasmine, 2024).

Dalam upaya mempromosikan *Squid Game 2*, Netflix memanfaatkan komunikasi persuasif melalui trailer resmi sebagai strategi untuk membangun antusiasme dan ketertarikan penonton. Penggunaan elemen audio visual yang dramatis dalam trailer bertujuan menimbulkan rasa penasaran audiens (Indinabila et al., 2024). Komunikasi yang efektif menjadi kunci keberhasilan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, sebagaimana dijelaskan oleh Hovland et al. (1953) dalam (Anas, 2021), bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian stimulus berupa kata-kata dengan tujuan membentuk perilaku khalayak. Untuk menganalisis strategi yang diterapkan Netflix, penelitian ini akan menggunakan teori komunikasi persuasif serta analisis semiotika Ferdinand de Saussure sebagai penanda makna yang muncul dalam trailer *Squid Game*.

Komunikasi persuasif merupakan bentuk komunikasi yang 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 (Urgon & Huffner, 2002; Putri, 2016) dalam (Mirawati, 2021). Teori semiotika Ferdinand de Saussure memberikan dasar penting dalam memahami bagaimana tanda dan makna berfungsi dalam sistem komunikasi (Hafizah et al., 2024). Saussure menjelaskan bahwa tanda merupakan struktur kompleks yang terdiri dari dua komponen utama, yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Melalui pendekatan ini, penelitian akan mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana Netflix secara strategis menggunakan elemen-elemen dalam trailer untuk meningkatkan daya tarik audiens terhadap serial *Squid Game*.

Berdasarkan pengertian komunikasi persuasif yang telah dipaparkan, sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas penerapan strategi komunikasi persuasif dalam promosi konten hiburan, termasuk di platform *streaming* dan serial populer. 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*. Salah satu penelitian relevan 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).

Pengaruh platform *streaming* dalam membentuk pola konsumsi media semakin mendapat perhatian dalam studi komunikasi digital, seperti yang dikemukakan oleh Djamzuri & Mulyana (2022) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa Netflix sebagai platform *streaming* premium

memiliki pengaruh besar terhadap budaya perfilman global, termasuk dampaknya terhadap industri hiburan, regulasi, dan kesadaran *cyber-etika*. Dalam membangun minat serta ekspektasi audiens terhadap suatu konten, penting dilakukan kajian mengenai pendekatan komunikasi dalam pemasaran digital, terutama peran trailer sebagai strategi promosi audiovisual.

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.

Penelitian ini bertujuan menganalisis komunikasi persuasif yang digunakan Netflix dalam mempromosikan serial *Squid Game* Season 2 melalui trailer di akun *@netflixid*, dengan pendekatan teori komunikasi persuasif dan semiotika Ferdinand de Saussure. Fokus penelitian ini terletak pada bagaimana elemen visual, audio, dan naratif dalam trailer membentuk persepsi serta membangkitkan minat emosional audiens untuk menonton. Dengan menjadikan *Squid Game* sebagai studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian komunikasi, khususnya dalam promosi media hiburan berbasis budaya global di era digital.

Meskipun topik komunikasi persuasif dalam platform *streaming* telah banyak dibahas, kajian spesifik mengenai trailer *Squid Game* 2 masih jarang dilakukan, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut melalui analisis elemen simbolik dan audiovisual dalam membentuk ketertarikan audiens.

KERANGKA TEORI

Komunikasi merupakan aspek dasar dalam kehidupan manusia yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari, karena keberlangsungan kehidupan manusia sangat bergantung pada proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, serta pengolahan pesan, baik secara individu maupun kelompok dengan tujuan memperoleh informasi. Menurut Cragan dan Shields, komunikasi dalam konteks teoretis berfungsi menjelaskan, memahami, menilai, atau memprediksi suatu tindakan melalui berbagai bentuk aktivitas komunikasi seperti berbicara, menulis, membaca, mendengarkan, hingga menonton, yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu dan memanfaatkan media sebagai saluran pesan (Kustiawan et al., 2022).

Salah satu bentuk komunikasi yang sering diterapkan dalam kehidupan adalah komunikasi persuasif, yaitu proses komunikasi yang melibatkan unsur emosional (Arisetiana et al., 2023) untuk membangun simpati dan empati, serta bertujuan memengaruhi opini, sikap, dan perilaku individu melalui ajakan yang disertai alasan logis maupun emosional tanpa paksaan (Maulana & Gumelar, 2013) dalam (Masruroh, 2020).

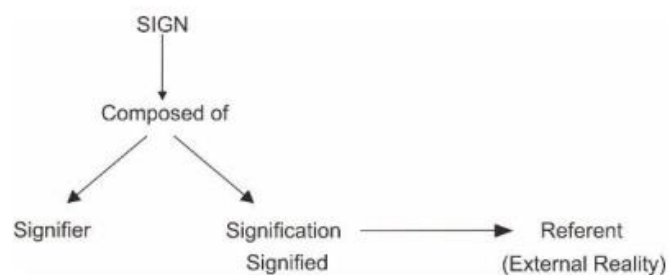
Istilah persuasi sendiri berasal dari bahasa Latin *persuasio*, yang berarti mengajak, membujuk, atau merayu, dan dalam praktiknya, komunikasi persuasif memberikan kesempatan yang setara antara komunikator dan komunikan untuk saling memengaruhi demi mencapai pemahaman bersama atas pesan yang disampaikan (Arisetiana et al., 2023). R. Wayne dan kawan-kawan menggambarkan komunikasi persuasif sebagai bentuk ajakan yang disampaikan melalui komunikasi interpersonal yang efektif dengan tujuan menggabungkan pandangan antara komunikator dan khalayak (Ruslan, 2005) dalam (Masruroh, 2020).

Terdapat empat teknik komunikasi persuasif yang bisa diterapkan untuk mencapai tujuan persuasi (Onong, 2018) dalam (Dia & Wahyuni, 2022). Teknik tersebut meliputi: (1) asosiasi, yaitu mengaitkan pesan dengan objek atau peristiwa yang sedang populer agar lebih menarik; (2) integrasi, membangun kedekatan dengan komunikan secara verbal atau nonverbal, misalnya melalui penggunaan kata “kita”; (3) ganjaran, menawarkan keuntungan atau harapan sebagai daya tarik psikologis; (4) tatahan, menyusun pesan dengan estetika bahasa agar mudah diterima dan memotivasi

tindakan; dan (5) *red-herring*, mengalihkan perhatian ke topik lain dalam situasi debat untuk mempertahankan posisi komunikator.

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda dan makna yang terkandung di dalamnya, mencakup analisis tentang fungsi, hubungan antar tanda, serta proses penyampaian dan penerimaan oleh individu. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani “*seme*” dalam kata *semeiotikos*, yang berarti proses penafsiran terhadap tanda. Dalam ranah keilmuan, semiotika dipahami sebagai studi yang mempelajari tentang sistem tanda serta cara kerja atau fungsi dari sistem penandaan tersebut (Syarif, 2018; Humam, 2018) dalam (Dayu & Syadli, 2023) Salah satu tokoh penting dalam pengembangan teori tanda adalah Ferdinand de Saussure yang dikenal melalui konsep penanda dan petanda.

Penanda (*signifier*) merupakan bentuk bahasa seperti suara atau tulisan yang dapat diamati dan memiliki makna, sedangkan petanda (*signified*) adalah konsep mental atau representasi pemikiran yang diasosiasikan dengan penanda tersebut (Bartens dalam Sobur, 2013; Subasita & Paniradya, 2024)



Gambar 2. Model Semiotika Ferdinand de Saussure
Sumber: Subasita & Paniradya, 2024

Film atau drama series merupakan salah satu bentuk produk budaya (Laksitadewi, 2024) yang kerap menjadi objek kajian (Alfathoni & Manesah, 2020) dalam studi komunikasi dan budaya dengan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, produk budaya tersebut sering di promosikan salah satunya melalui trailer. Trailer adalah cuplikan singkat sebuah film yang di buat untuk memperkenalkan dan mempromosikan film kepada audiens.

Umumnya, trailer menampilkan beberapa potongan adegan menarik dari film tersebut. Pembuatan trailer dilengkapi dengan efek suara, musik, dan narasi yang dirancang khusus untuk menarik perhatian penonton (Yoyon, 2020) dalam (Prasetyo & Mariska, 2024). Trailer dibuat guna menimbulkan keinginan penonton untuk menonton film tersebut saat resmi dirilis. Sebagai strategi promosi, trailer dapat menjadi media yang efektif dalam menarik minat audiens sebelum perilis film (Prasetyo & Mariska, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada pengolahan data deskriptif (Djam'an Satori, 2011:23) dalam (Hanyfah et al., 2022). Analisis dilakukan terhadap dua aspek utama dalam trailer, yaitu (1) aspek visual berupa simbol, adegan, dan warna; (2) aspek audio berupa dialog, efek suara, dan musik. Penelitian ini dilaksanakan secara daring selama 5 bulan dari Februari hingga Juni 2025 dengan objek berupa trailer *Squid Game 2* berdurasi 1 menit 48 detik yang diunggah melalui akun resmi *@netflixid*. Observasi dilakukan secara intensif selama satu minggu secara sistematis dan mandiri oleh peneliti dalam lingkungan terkendali di kediaman peneliti.

Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure yang mempelajari tanda serta makna yang terkandung di dalamnya (Morissan, 2013) dalam (Darma et al., 2022). Analisis dilakukan melalui tiga tahap; (1) pengambilan tangkapan layar dari trailer; (2) analisis elemen visual menggunakan pendekatan semiotika Saussure dengan penanda (*signifier*) dan

petanda (*signified*); (3) interpretasi hasil temuan dengan mengaitkannya pada teori komunikasi persuasif untuk memahami pesan dan makna simbolik dalam trailer *Squid Game 2*.

HASIL PENELITIAN

Trailer *Squid Game 2* resmi dirilis oleh Netflix pada 27 November 2024. Trailer tersebut kemudian ditampilkan kembali oleh Netflix Indonesia dengan penambahan subtitle berbahasa Indonesia. Trailer dengan durasi 1 menit 48 detik ini menampilkan sekilas alur cerita musim kedua *Squid Game* yang merupakan lanjutan dari musim pertama yang sukses sebagai serial Netflix yang paling populer.

Squid Game 2 merupakan serial drama asal Korea Selatan yang disutradarai oleh Hwang Dong-Hyuk yang juga sekaligus penulis dan produser pada serial tersebut. Sebagai sekuel dari musim pertama, *Squid Game 2* melanjutkan kisah karakter-karakter yang berhasil selamat dengan menghadirkan berbagai adegan dan tokoh baru yang ditampilkan melalui elemen visual, musik, sinematografi, dan efek suara yang khas.

Meskipun demikian, karakter utama Gi-hun (Lee Jung-jae) hadir kembali untuk membawakan cerita yang berfokus pada pengungkapan misteri di balik permainan tersebut. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap trailer resmi *Squid Game 2* yang diunggah oleh akun *@netflixid* melalui platform YouTube. YouTube dipilih karena mendukung tampilan video dengan rasio 16:9 yang lebih ideal untuk menganalisis detail visual, berbeda dengan platform lain seperti Instagram atau TikTok yang menggunakan rasio vertikal dan lebih terbatas secara teknis.

Fokus penelitian ini terletak pada identifikasi komunikasi persuasif dalam elemen visual, audio, dan narasi dalam trailer. Dari total durasi trailer sepanjang 1 menit 48 detik, peneliti menemukan 12 *scene* yang merepresentasikan strategi komunikasi persuasif Netflix dalam menarik minat audiens, seperti adegan emosional, penggunaan simbol visual, dialog, dan musik latar. Analisis dilakukan dengan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, yaitu melalui pembacaan elemen penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) pada setiap adegan. Penjelasan detail mengenai hasil temuan tersebut akan diuraikan dalam bentuk tangkapan layar untuk menunjukkan unsur-unsur komunikasi persuasif yang digunakan dalam trailer.

Tabel 1. Penanda dan Petanda *Scene* Pada Detik 0:02 – 0:03





Gambar 5. Kartu Coklat
Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifier*): Penanda yang ditampilkan berupa sebuah kartu berwarna coklat dengan simbol lingkaran, segitiga, dan kotak pada sisi depan dan berisikan informasi nomor telepon pada sisi belakang kartu. Penanda ini sejalan dengan pandangan Saussure yang menjelaskan bahwa penanda merupakan elemen yang merujuk pada aspek dari tanda, seperti bunyi, tulisan, gambar, garis, warna, atau bentuk fisik lainnya yang dapat diamati. Dalam trailer *Squid Game 2*, terlihat kartu ini kembali muncul sebagai simbol utama yang menandai awal mulainya permainan yang nantinya menjadi inti cerita.

Petanda (*Signified*): Kartu coklat yang muncul dalam trailer *Squid Game 2*, petanda yang dimaksud adalah “undangan bermain” yang menandakan awal dari permainan. Kartu ini melambangkan pilihan bagi karakter antara tetap dalam kehidupan sulit mereka atau mengikuti permainan dengan hadiah besar bagi yang menang.

Bentuk komunikasi dalam Tabel 1 mengandung pesan persuasif dengan teknik ganjaran, yaitu menyampaikan harapan atau keuntungan yang menarik minat komunikan dengan memanfaatkan kecenderungan manusia terhadap imbalan (Onong, 2018) dalam (Dia & Wahyuni, 2022). Hal ini terlihat dari visual kartu coklat dengan simbol lingkaran, segitiga, dan kotak yang melambangkan harapan dan kesempatan, serta dikenal sejak musim pertama sehingga memunculkan daya tarik emosional pada musim kedua. Selain visual, audio dan narasi dalam trailer juga memperkuat pesan persuasif, seperti dialog “Entah kau menembak orang di dalam sana” dan “atau menipu mereka di luar, itu tidak mengubah apa pun” yang menggambarkan pilihan moral sulit dan membangun ketegangan cerita. Narasi tersebut membentuk koneksi emosional dengan audiens, sementara musik latar bernuansa gelap dan efek suara seperti detak jam atau dentuman mempertegas suasana menegangkan, sehingga penonton semakin tertarik untuk mengikuti alur cerita serial ini.

Tabel 2. Penanda dan Petanda Scene Pada Detik 0:07



Gambar 6. Menjemput Pemain
Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifer*): Penanda dalam gambar ini berupa sosok penjaga dengan penutup wajah berwarna hitam, berseragam merah muda yang sedang membuka pintu mobil untuk menjemput pemain. Penanda ini menggambarkan proses penjemputan pemain yang telah menyetujui untuk ikut serta dalam permainan. Maka simbol yang muncul berupa penjaga permainan. Potongan *scene* dalam gambar menampilkan bahwa calon pemain yang setuju mengikuti permainan akan diinformasikan tempat penjemputan dan dijemput oleh seorang penjaga.

Petanda (*Signified*): Dalam konteks sosok penjaga berseragam merah muda dengan penutup wajah hitam yang membuka pintu mobil untuk peserta, petanda yang dimaksud adalah dimulainya tahap awal dari permainan setelah pemain menerima dan menyetujui undangan melalui kartu coklat. Kehadiran penjaga juga merepresentasikan sistem terorganisir yang memastikan bahwa setiap peserta mengikuti aturan tanpa pengecualian.

Bentuk teknik komunikasi persuasif yang ditampilkan berupa teknik tataan, yaitu proses penyampaian pesan yang disusun secara terstruktur sehingga penerima pesan cenderung mengikuti keputusan yang telah ditetapkan. Kehadiran penjaga yang bertindak sesuai aturan menandakan bahwa permainan memiliki sistem yang terorganisir. Selain itu, penggunaan musik latar dengan dentuman yang cepat menciptakan nuansa menegangkan yang membuat suasana menjadi serius, ditambah dengan pencahayaan yang minim serta warna-warna gelap yang dominan, membuat adegan ini bekerja secara sinergis untuk menyampaikan pesan bahwa pemain yang dijemput telah memasuki tahapan permainan.

Tabel 3. Penanda dan Petanda Scene Pada Detik 0:08 – 0:13



Gambar 7. Celengan Babi
Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifier*): Celengan emas yang diletakkan di dalam mobil, berperan menjadi media yang menjembatani komunikasi antara pemain dan pihak penyelenggara permainan. Keberadaan celengan tersebut memberikan gambaran komunikasi dari permainan dilakukan melalui simbol, bukan interaksi langsung secara personal. Penanda tersebut dapat dilihat ketika Gi-hun (pemain 456), memasuki sebuah mobil yang telah disiapkan oleh pihak penyelenggara permainan. Dalam mobil tersebut, terdapat sebuah celengan babi berwarna emas yang berfungsi sebagai media komunikasi. Melalui alat tersebut, pengatur permainan yang dikenal sebagai *Front Man*, berinteraksi dengan Gi-hun. Percakapan antara keduanya terjadi dalam suasana yang sunyi dan tertutup, ditandai dengan dialog singkat: “Pemain 456, apa maumu dariku?” ujar *Front Man*. Kemudian dijawab oleh Gi-hun dengan, “Bawa aku kembali ke permainan.”

Petanda (*Signified*): Celengan babi berwarna emas mengarah pada makna simbolik sebagai wujud kontrol, serta komunikasi satu arah antara pemain dengan pengatur permainan (*Front Man*). Objek ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, melainkan juga merepresentasikan sistem permainan yang tertutup dan anonim. Ketika suara *Front Man* keluar dari celengan tersebut menunjukkan bahwa pemain tidak memiliki kendali atas interaksi dan hanya dapat merespons dalam batas yang sudah ditentukan.

Teknik komunikasi persuasif yang ditampilkan dalam tabel 3 adalah teknik integrasi, yakni membangun pendekatan emosional dan kesamaan visi antara komunikator dan komunikan. Hal ini tampak dari adegan saat Gi-hun memasuki mobil dan berbicara secara tidak langsung dengan *Front Man* melalui simbol celengan emas, yang merepresentasikan hubungan emosional dan keterlibatan moral terhadap pemain lain dalam sistem permainan mematikan.

Pernyataan Gi-hun, “Bawa aku kembali kepermainan,” menunjukkan keinginannya untuk kembali, bukan karena hadiah, tetapi karena empati. Dari aspek audio, musik latar yang awalnya pelan lalu berubah menjadi hening menambah ketegangan, sementara suara datar *Front Man* yang muncul dari celengan memperkuat kesan pengawasan penuh. Dialog singkat namun penuh tekanan emosional ini menggambarkan komunikasi satu arah dalam sistem yang dikendalikan sepenuhnya.

Tabel 4. Penanda dan Petanda Scene Pada Detik 0:20



Gambar 7. Peserta

Sumber: Youtube Netflix Indonesia

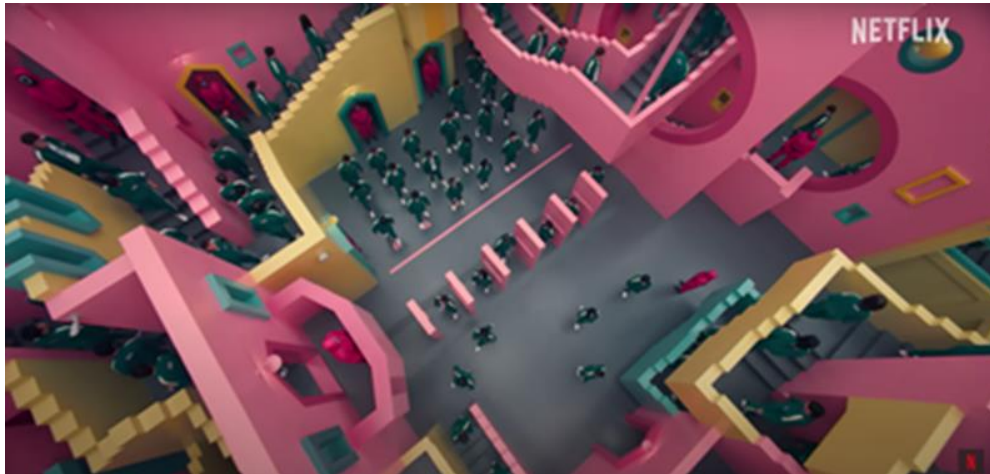
Penanda (*signifer*): Penanda dalam gambar ini adalah ruangan besar seperti aula dengan tempat tidur tingkat di sekelilingnya, yang dipenuhi oleh peserta berseragam hijau dan beberapa penjaga berseragam merah muda berdiri di hadapan mereka. Penanda ini mengisyaratkan situasi para peserta dikumpulkan untuk menerima beberapa pengarahan permainan. Maka, dalam konteks ini, penanda yang dihadirkan menggambarkan permainan telah dimulai. Dialog berupa “Kami tak berniat menyakiti kalian” yang disampaikan oleh penjaga menambah makna bahwa sistem permainan dibalut dengan narasi yang seolah meyakinkan peserta bahwa mereka aman, padahal kenyataannya mereka sedang memasuki permainan penuh risiko. Elemen ini memberikan gambaran bahwa segala aktifitas para peserta berada dalam pengawasan. Hal tersebut juga mengingatkan musim pertama *Squid Game* yang menampilkan set serupa.

Petanda (*Signified*): Petanda dari adegan ini adalah makna simbolik yang menampilkan suasana kendali penuh dari pihak penyelenggara permainan yang muncul dari visual ruangan besar yang diisi oleh peserta dan penjaga. Ruangan yang besar namun tertutup menciptakan kesan kebebasan yang terbatas, seolah-olah para peserta dikondisikan untuk tetap patuh terhadap sistem yang telah dibuat. Penjaga berseragam merah muda yang berdiri tegak di hadapan peserta merepresentasikan kekuatan dan kontrol permainan. Bagi penonton *Squid Game* musim pertama, adegan ini menimbulkan kesan nostalgia karena kembali memperlihatkan elemen yang ikonik, seperti ruangan besar dengan tempat tidur bertingkat, para peserta yang mengenakan pakaian olahraga berwarna hijau dan para penjaga yang mengawasi. Sementara bagi penonton baru, adegan ini menjadi pengenalan awal jalan cerita *Squid Game*.

Bentuk komunikasi persuasif yang digunakan dalam adegan tersebut berupa teknik komunikasi persuasif asosiasi. Teknik ini merujuk pada cara penyampaian pesan dengan mengaitkannya pada objek atau peristiwa yang sudah dikenal atau sedang menjadi perhatian masyarakat, sehingga pesan tersebut lebih mudah menarik minat komunikan (Onong, 2018) dalam (Dia & Wahyuni, 2022). Visual yang menampilkan ruangan besar dengan banyak tempat tidur tingkat, penjaga berseragam merah muda, serta peserta berseragam hijau langsung mengingatkan penonton terhadap suasana ikonik dari musim pertama *Squid Game*. Asosiasi ini memperkuat daya tarik visual karena membawa nuansa yang familiar dan memancing keterlibatan emosional penonton, khususnya mereka yang mengikuti sejak awal. Dengan adanya elemen-elemen yang ikonik pada serial *Squid*

Game, secara tidak langsung membangun keterhubungan antara musim pertama dan kedua. Ini menciptakan efek kedekatan dan kesinambungan naratif yang membuat penonton merasa terlibat kembali dalam dunia yang telah mereka kenal, sekaligus membuat pesan menjadi lebih mudah diterima serta dimaknai. Maka, teknik asosiasi di sini bekerja efektif untuk menarik perhatian melalui keterkaitan dengan pengalaman atau ingatan penonton yang telah terbentuk sebelumnya.

Tabel 5. Penanda dan Petanda *Scene* Pada Detik 0:22



Gambar 8. Labirin Berwarna
Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifier*): Penanda pada tabel 5 berupa ruangan labirin dengan tangga berwarna merah muda, biru, kuning pastel, dan hijau toska. Terlihat labirin tersebut dipenuhi oleh peserta yang sedang berjalan dalam barisan menuju satu titik, sementara penjaga berseragam merah muda berjaga di setiap sudut. Sebelum menaiki tangga, para peserta terlihat berbaris rapi menuju sebuah tiang di depan untuk di foto terlebih dahulu. Hal ini menandakan tahap awal dari proses permainan. Elemen visual ini memperlihatkan bahwa ruang tersebut merupakan jalur menuju arena permainan. Desain labirin dengan warna mencolok menjadi ikon visual khas dalam serial *Squid Game*, adegan ini kembali digunakan sehingga menimbulkan nostalgia penonton terhadap pengalaman menonton pada musim sebelumnya. Penanda ini juga mengisyaratkan bahwa permainan telah resmi dimulai.

Petanda (*Signified*): Petanda yang dimunculkan dalam tabel 5 adalah ruangan labirin dengan tangga warna-warni yang kembali muncul dalam *Squid Game* musim kedua sebagai bagian awal permainan. Labirin yang didesain seperti ruang bermain anak-anak menandakan manipulasi psikologis terhadap para peserta, elemen warna-warni digunakan untuk menyamarkan sistem permainan yang sebenarnya. Selain itu, petanda lainnya adalah simbol keteraturan dan kontrol. Hal tersebut dapat dilihat pada saat peserta berjalan dalam barisan menuju satu titik dan diawasi oleh penjaga berseragam merah muda. Ini memperlihatkan bagaimana permainan terorganisir dan peserta hanya bisa mengikuti alur yang telah ditentukan. Labirin ini juga dapat dimaknai sebagai simbol perjalanan, di mana setiap peserta dipandu untuk masuk ke dalam permainan yang tidak dapat diprediksi. Dengan hadirnya elemen visual ini dari musim pertama, penonton secara otomatis diingatkan pada pengalaman sebelumnya, sehingga menciptakan hubungan emosional dan ekspektasi terhadap bagaimana jalannya permainan ke depan.

Pesan komunikasi persuasif yang digunakan dalam adegan tersebut adalah menggunakan teknik komunikasi persuasif asosiasi. Teknik ini mengaitkan elemen visual atau naratif dalam trailer dengan objek atau peristiwa yang sudah dikenal oleh masyarakat, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah menarik perhatian dan membangun keterlibatan emosional penonton. Dalam adegan yang menampilkan ruangan labirin dengan tangga warna-warni, seperti merah muda, biru, kuning, *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*

dan hijau toska, langsung mengingatkan penonton pada elemen ikonik dari musim pertama *Squid Game*. Ruangan labirin dengan desain mencolok yang terkesan seperti taman bermain anak-anak. Kehadiran peserta yang berjalan berbaris serta penjaga berseragam merah muda di berbagai sudut menegaskan sistem permainan yang terorganisir. Sementara itu, elemen audio berupa suara gesekan logam yang kemudian bertransisi perlahan menjadi nada datar menciptakan atmosfer misterius, seperti mengarahkan penonton untuk bersiap menghadapi sesuatu yang tidak terduga. Transisi suara tersebut juga memberikan kesan bahwa permainan telah dimulai, namun tidak dengan tekanan yang langsung intens, melainkan dengan cara yang perlahan-lahan mengundang rasa penasaran.

Tabel 6. Penanda dan Petanda *Scene* Pada Detik 0:23



Gambar 9. Karakter Baru

Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifier*): Penanda dalam tabel 6 adalah kemunculan karakter-karakter baru yang diperlihatkan melalui bentuk fisik tampilan visual berupa ekspresi wajah, serta gaya berpakaian masing-masing tokoh. Bentuk-bentuk ini dapat dikenali secara langsung oleh penonton dan menjadi representasi visual dari identitas masing-masing karakter. Misalnya, terdapat karakter bernama Myung-gi yang diperankan oleh Yim Si-wan, Hyun Ju yang diperankan oleh Park Sung-hoon, dan yang paling terkenal adalah karakter yang bernama Thanos yang diperankan oleh Choi Seung-hyun atau dikenal sebagai TOP, dan masih banyak lainnya. Berdasarkan pandangan Saussure, penanda merupakan bentuk fisik dari tanda yang dapat diamati dan dikenali. Maka, kehadiran karakter-karakter ini secara berfungsi sebagai penanda yang memperkenalkan karakter baru.

Petanda (*Signified*): Petanda tabel 6 mengarah pada karakter-karakter baru yang akan muncul dalam *Squid Game* musim kedua. Kehadiran mereka tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap cerita, tetapi menjadi simbol dari keberagaman latar belakang sosial dan krisis identitas yang dihadapi masyarakat modern. Karakter seperti Myung-gi yang merepresentasikan kegagalan akibat ketergantungan terhadap tren investasi instan, sementara Hyun-Ju menghadirkan representasi identitas gender yang menentang norma-norma sosial pada umumnya. Sedangkan Thanos, dengan karisma dan latar masa lalu sebagai rapper yang jatuh akibat kegagalan investasi, menggambarkan perubahan sosial dari status ketenaran menuju keterpurukan.

Kemunculan karakter-karakter baru ini dalam komunikasi persuasif dapat dianalisis sebagai bentuk strategi yang secara halus dirancang untuk menarik minat dan empati penonton. Melalui representasi visual dan latar belakang yang beragam, karakter-karakter tersebut menciptakan kedekatan emosional dengan audiens, khususnya untuk generasi muda yang kerap merasa relevan dengan isu-isu seperti tekanan ekonomi, identitas diri, dan pencarian makna hidup. Oleh karena itu,

pada *scene* trailer pada tabel 6 berkaitan erat dengan bentuk komunikasi persuasif dengan teknik asosiasi, karena karakter-karakter tersebut ditampilkan memiliki pengalaman atau kondisi yang akrab bagi banyak penonton. Dengan menampilkan tokoh-tokoh yang sesuai, penonton cenderung merasakan kebersamaan emosional dan kedekatan personal yang memperkuat keterlibatan mereka terhadap cerita. Strategi ini efektif membangun daya tarik naratif dan memperkuat pesan-pesan sosial yang ingin disampaikan melalui cerita.

Tabel 7. Penanda dan Petanda *Scene* Pada Detik 0:25



Gambar 10. Lampu Merah, Lampu Hijau
Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifer*): Penanda dalam gambar ini menampilkan boneka robotik perempuan raksasa di arena pasir, mengenakan pakaian kuning-oranye dan rambut dikuncir dua, dengan latar langit biru, pepohonan, serta rumah-rumahan yang menciptakan kontras visual ceria dengan suasana tegang. Kemudian, barisan peserta berseragam hijau bernomor berdiri di belakang boneka, memperkuat suasana permainan yang mengancam. Narasi subtitle “Kami memberi kalian kesempatan” terdengar positif namun menyiratkan jebakan mematikan. Selain itu, suara boneka yang mengucapkan “무궁화 꽃이 피었습니다” (*Mugunghwa Kkochi Pieotseumnida*) atau “Lampu Merah, Lampu Hijau” tidak hanya sekadar instruksi permainan, melainkan menjadi simbol dari permainan sederhana namun berisiko tinggi. Berdasarkan teori Ferdinand de Saussure, penanda merupakan bentuk fisik dari tanda yang dapat dilihat, maka elemen-elemen seperti boneka, suara, seragam, dan arena permainan merupakan penanda visual yang merepresentasikan permainan awal dalam *Squid Game*.

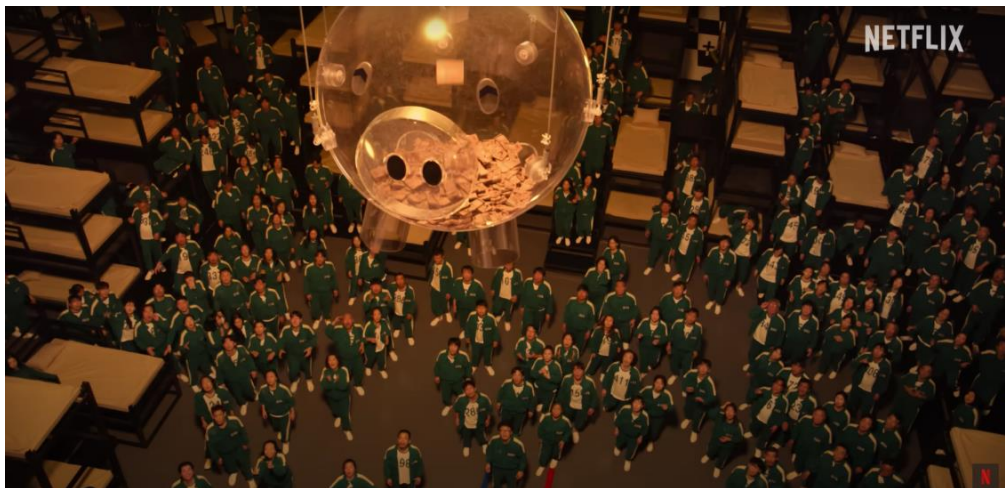
Petanda (*Signified*): Petanda dalam adegan tabel 7 mengarah pada boneka perempuan robotik berukuran raksasa yang tampil menyerupai anak kecil, serta desain arena yang terkesan ceria namun digunakan untuk permainan dengan konsekuensi besar. Suara boneka yang mengucapkan kalimat “Lampu Merah, Lampu Hijau” menjadi simbol pemicu tekanan mental dan ketakutan. Narasi dalam subtitle “Kami memberi kalian kesempatan” menjadi bagian dari manipulasi, para peserta seolah-olah diberi kebebasan untuk memilih, padahal kenyataannya mereka berada dalam situasi yang berbahaya. Dengan demikian, petanda dalam adegan ini menggambarkan manipulasi, kritik sosial terhadap ketimpangan, serta bagaimana realitas pahit sering dibungkus dalam tampilan yang menyenangkan.

Bentuk komunikasi persuasif dalam tabel 7 menggunakan teknik asosiasi, yaitu teknik yang mengaitkan elemen visual dan audio dengan simbol yang telah dikenal masyarakat, sehingga pesan lebih mudah diterima dan menarik minat. Boneka robotik perempuan dengan pakaian kuning-oranye,

rambut dikuncir dua, serta suara instruksi permainan langsung membangkitkan ingatan terhadap musim pertama *Squid Game*. Suara dengan nada yang meningkat menciptakan ketegangan emosional meskipun visual menampilkan suasana ceria.

Latar visual yang menampilkan langit biru dan rumah-rumahan juga memperkuat kontras antara tampilan anak-anak dengan kenyataan permainan mematikan. Narasi yang berupa “Kami memberi kalian kesempatan” memperlihatkan manipulasi makna kebebasan dalam sistem permainan. Teknik asosiasi bekerja melalui simbol visual dan verbal yang familiar, membentuk persepsi emosional, menarik perhatian, dan memperkuat keterikatan penonton terhadap alur cerita.

Tabel 8. Penanda dan Petanda Scene Pada Detik 0:37 – 0:38



Gambar 11. Hadiah

Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifier*): Penanda pada tabel 8 menampilkan ruang berkumpul peserta dengan celengan babi raksasa transparan berisi uang tunai yang digantung di tengah ruangan dan disorot cahaya sebagai pusat perhatian visual. Celengan babi, tumpukan uang, peserta, serta pencahayaan dramatis menjadi elemen visual yang merepresentasikan hadiah untuk pemenang tunggal permainan. Visual ini membentuk makna bahwa hadiah menjadi motivasi utama peserta bertahan, seperti terlihat dari karakter Yong-sik yang tetap memilih melanjutkan permainan demi melunasi hutangnya. Dalam dialog kepada ibunya, Yong-sik berkata, “Satu permainan lagi dan hutangku bisa lunas,” yang menunjukkan tekanan ekonomi sebagai alasan kuat mengikuti permainan hingga akhir.

Petanda (*Signified*): Merujuk pada definisi Saussure yang mengatakan bahwa petanda adalah makna atau konsep pemikiran yang melekat pada penanda tersebut (Subasita & Paniradya, 2024). Maka, petanda ini mengarah pada celengan babi raksasa yang dipenuhi uang dan tergantung di tengah ruangan bukan sekadar visual yang mencolok, celengan tersebut menjadi manifestasi dari harapan dan pemicu utama partisipasi peserta dalam permainan tersebut. Pakaian seragam hijau yang seragam, pandangan para peserta yang tertuju ke arah hadiah menunjukkan para peserta berada dalam situasi yang dikendalikan. Hadiah 45,6 miliar won yang dijanjikan seolah menjadi jalan keluar dari tekanan ekonomi, tetapi pada kenyataannya menjadi bentuk lain dari permainan sistemik. Hal ini tergambarkan dalam dialog karakter Park Yong-sik yang menyampaikan harapan untuk melunasi utangnya demi masa depan, sekaligus menunjukkan bagaimana kebutuhan dasar manusia dapat dimanfaatkan sebagai alat kontrol sosial.

Bentuk komunikasi persuasif pada adegan tersebut mengacu pada teknik ganjaran, yaitu teknik yang menyampaikan pesan melalui penawaran keuntungan atau imbalan yang mampu menarik minat

komunikasikan. Kemunculan celengan babi transparan berisi tumpukan uang tunai yang tergantung tepat di atas para peserta menggambarkan janji besar yang dapat diperoleh oleh satu orang pemenang dari permainan tersebut sehingga menarik perhatian bagi para pemain. Simbolisme hadiah 45,6 miliar won dihadirkan secara mencolok untuk memancing imajinasi dan harapan peserta, terutama mereka yang terdesak oleh tekanan ekonomi.

Adegan ini memperlihatkan bagaimana ganjaran material digambarkan sebagai solusi dari kesulitan hidup, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan peserta untuk tetap bertahan dalam permainan, meski harus menghadapi risiko kematian. Dialog karakter Park Yong-sik kepada ibunya, “Satu permainan lagi dan utangku bisa lunas,” menjadi cerminan bagaimana ganjaran dijadikan pembenaran atas partisipasi dalam sistem permainan meskipun harus menghadapi bahaya.

Tabel 9. Penanda dan Petanda Scene Pada Detik 0:46 – 0:52



Gambar 12. Lanjut atau Pulang
Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifier*): Dalam cuplikan adegan pada tabel 9, penanda visual meliputi ruangan bercahaya merah keunguan yang menciptakan suasana serius, para peserta dengan seragam hijau bernomor, serta penjaga berseragam merah yang berjajar sambil membawa senjata. Kehadiran senjata secara visual menandakan kesiapan untuk menindak tegas bila terjadi kerusuhan. Pada lantai ruangan terlihat dua simbol besar, yaitu tanda silang (X) merah dan lingkaran (O) biru, yang merepresentasikan pilihan penting dalam permainan: keluar dari permainan atau melanjutkannya dengan risiko besar. Simbol X dalam serial ini dimaknai sebagai penolakan terhadap sistem permainan dan harapan untuk melepaskan diri dari tekanan. Adegan ini menjadi momen penting ketika Gi-hun mencoba memengaruhi peserta lain untuk tidak melanjutkan permainan, terlihat dari dialognya pada detik ke-0:52, “Aku berusaha mengakhiri permainan ini.” Pernyataan ini menunjukkan keberanian moral Gi-hun serta usahanya untuk menghentikan jatuhnya korban jiwa. Melalui elemen-elemen visual seperti pencahayaan, atribut peserta dan penjaga, simbol pilihan, serta dialog karakter, adegan ini merepresentasikan konflik antara sistem yang represif dan kehendak bebas individu. Penanda-penanda tersebut tidak hanya menginformasikan situasi dalam cerita, tetapi juga menyampaikan makna mendalam tentang tekanan, pilihan, dan nilai kemanusiaan dalam serial *Squid Game*.

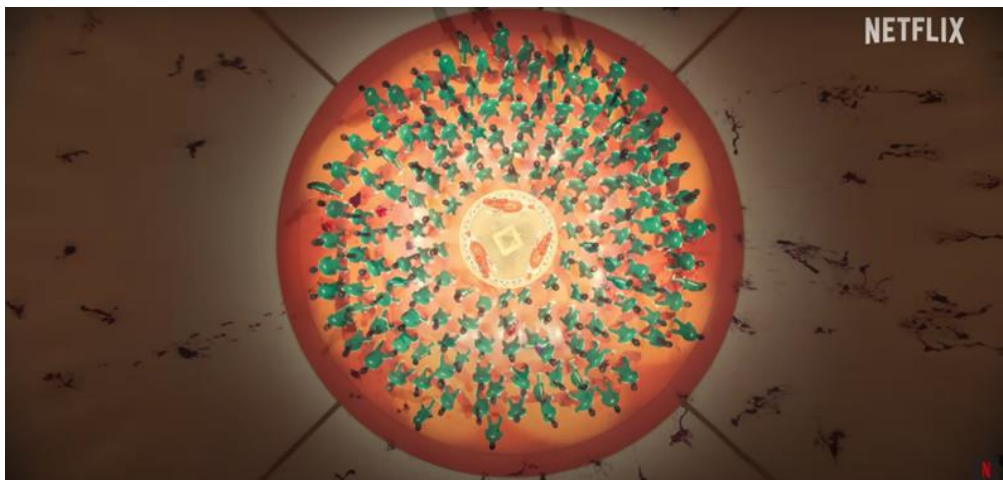
Petanda (*Signified*): Merujuk pada definisi Saussure yang mengatakan bahwa petanda adalah makna atau konsep pemikiran yang melekat pada penanda tersebut (Subasita & Paniradya, 2024). Maka ruangan besar dengan pencahayaan merah keunguan melambangkan tekanan psikologis dan ancaman, menunjukkan bahwa permainan tidak hanya fisik tetapi juga mental. Penjaga bersenjata

mencerminkan sistem otoriter yang mengontrol peserta melalui kekuasaan dan ketakutan. Kemudian simbol X dan O di lantai merepresentasikan dilema moral peserta: X sebagai harapan untuk keluar dari sistem represif, dan O sebagai pilihan untuk melanjutkan permainan demi peluang hidup yang lebih baik. Serta kalimat Gi-hun, “Aku berusaha mengakhiri permainan ini,” memperkuat makna simbol X sebagai perlawanan terhadap sistem yang menindas. Secara keseluruhan, petanda-petanda ini mencerminkan pergulatan batin individu antara mengikuti tekanan sosial atau memperjuangkan kebebasan dan kemanusiaan.

Bentuk komunikasi persuasif pada adegan ini mengacu pada teknik integrasi. Teknik integrasi mengacu pada kemampuan komunikator (*persuader*) dalam membangun kedekatan dengan komunikan (*persuadee*) secara verbal maupun nonverbal (Onong, 2018) dalam (Dia & Wahyuni, 2022). Melalui pendekatan ini, *persuader* menciptakan kesan bahwa dirinya memiliki pengalaman atau kondisi yang serupa dengan *persuadee*, sehingga muncul perasaan kebersamaan.

Salah satu bentuk penerapan teknik ini adalah penggunaan kata "kita" sebagai bentuk penyatuan antara komunikator dan komunikan. Hal tersebut dapat dilihat ketika tokoh utama, Gi-hun, membangun kedekatan emosional dengan peserta lain melalui dialog yang mencerminkan empati. Pernyataannya yang berupa, “Aku berusaha mengakhiri permainan ini,” bukan hanya menunjukkan sikap personal, tetapi juga menyuarakan keresahan yang dirasakan oleh seluruh peserta. Dengan posisi berdiri di tengah kerumunan, Gi-hun tampil sebagai bagian dari mereka yang juga takut, lelah, dan ingin pulang. Teknik ini memperkuat pesan moral bahwa perjuangan untuk keluar dari sistem yang tidak manusiawi bukan hanya tanggung jawab satu orang, melainkan keputusan bersama. Penggunaan simbol X sebagai sarana memilih untuk keluar juga menjadi media integrasi, karena setiap peserta diberikan hak yang sama untuk menentukan nasibnya.

Tabel 10. Penanda dan Petanda *Scene* Pada Detik 1:01 – 1:08



Gambar 13. Permainan Baru
Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifer*): Pada adegan permainan *Mingle* dalam serial *Squid Game*, penanda visual yang ditampilkan meliputi peserta berseragam hijau berdiri membentuk lingkaran di atas lantai bundar menyerupai komidi putar, ornamen kuda mainan di tengah arena, serta pencahayaan oranye-kuning yang menciptakan suasana seperti taman hiburan anak. Permainan ini mengharuskan peserta membentuk kelompok sesuai instruksi setelah berputar mengikuti irama musik. Pemain yang gagal langsung dieliminasi, pemain yang tereliminasi ditandai dengan adanya noda merah di luar lingkaran. Elemen-elemen tersebut secara visual tampak seperti permainan anak-anak, namun sebenarnya menggambarkan situasi berbahaya yang mempertaruhkan nyawa. Pada detik 1:04 juga

terlihat ruang kontrol yang diawasi para penjaga, memperkuat kesan bahwa permainan diawasi secara sistematis. Seluruh penanda ini membangun citra permainan baru yang menarik rasa penasaran penonton terhadap kelanjutan cerita.

Petanda (Signified): Jika penanda dalam gambar ini adalah bentuk fisik yang bisa diamati seperti komidi putar, peserta, ornamen kuda di tengah arena, dan pencahayaan cerah oranye–kuning, maka petandanya adalah makna tersembunyi atau pesan yang ingin disampaikan melalui simbol-simbol tersebut. Permainan *Mingle* dalam serial *Squid Game* menyampaikan pesan tersembunyi tentang sistem permainan yang membuat peserta terpaksa mengikuti aturan, meskipun terlihat seperti permainan yang menyenangkan. Visual komidi putar, seragam hijau yang sama, dan pencahayaan hangat seolah memberi kesan nyaman, padahal sebenarnya menyimpan aturan yang bisa menghilangkan nyawa. Petanda ini menunjukkan bahwa ada sistem yang menekan dan mengatur semua hal, membuat orang tidak bisa memilih sendiri jalan mereka. Semua dikemas seperti hiburan, namun isinya adalah tekanan yang dialami para peserta.

Bentuk komunikasi dalam potongan *scene* permainan *Mingle* menggunakan teknik komunikasi persuasif tataan. Teknik ini berfokus pada cara menyusun pesan agar lebih menarik dan mudah diterima oleh komunikan (Onong, 2018) dalam (Dia & Wahyuni, 2022). Tataan visual dalam adegan permainan berupa lingkaran besar tempat para peserta berdiri membentuk pola terpusat, mengarahkan fokus pada ornamen kuda di tengah, menciptakan kesan awal yang menyenangkan. Penempatan warna-warna seperti cahaya hangat bernuansa oranye dan kuning disusun dengan perhitungan untuk menghidupkan ingatan visual akan taman bermain.

Namun, ketika musik berhenti dan eliminasi dimulai, tataan tersebut berubah menjadi ironi yang tajam. Teknik tataan ini menghadirkan konflik visual berbentuk permainan anak-anak yang dibingkai dalam struktur yang kejam. Sementara itu, tataan dalam ruangan kontrol memperlihatkan gradasi warna yang konsisten: biru, abu-abu, dan hitam yang mendominasi dengan monitor-monitor besar diposisikan simetris, dan para penjaga berkostum gelap berdiri tegak tanpa ekspresi.

Tabel 11. Penanda dan Petanda *Scene* Pada Detik 1:14 – 1:18



Gambar 14. Cuplikan Adegan
Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifer*): Penanda yang ditampilkan dalam tabel 11 memperlihatkan sekelompok pria menyusuri hutan dengan senjata, sehingga menciptakan suasana pencarian yang intens dan penuh kewaspadaan. Dengan latar pohon tinggi dan pencahayaan suram menimbulkan kesan misterius, menunjukkan yang sedang dicari tersembunyi dan sulit ditemukan. Adegan lain juga menampilkan permainan baru dengan arena menyerupai wahana anak-anak, pencahayaan cerah, dan dekorasi seperti kertas warna-warni serta lempar batu, menciptakan kontras antara kesan bermain dan ancaman tersembunyi. Tampak pula peserta dieliminasi oleh penjaga berseragam merah muda karena gagal menyelesaikan permainan. Elemen-elemen seperti hutan rimbun, lokasi tersembunyi, dan penjaga bertopeng menjadi penanda visual yang menyampaikan ketegangan dan bahaya dalam adegan tersebut.

Petanda (*Signified*): Petanda yang didapat dari penanda-penanda visual tersebut berupa makna yang menggambarkan realitas yang dibalik lapisan "permainan." Hutan yang dijelajahi oleh karakter bersenjata merupakan sekelompok orang yang mencari tempat permainan dengan menyiratkan bahwa pulau permainan tidak sekadar lokasi biasa, melainkan tempat yang sengaja disembunyikan, seolah menjadi sebuah kerahasiaan. Seragam gelap dan ekspresi serius menunjukkan bahwa mereka bukan sekadar pengunjung, tetapi bagian dari sistem yang mengawasi sekitar. Permainan yang diperkenalkan pun tidak bisa dilepaskan dari simbolisasi kekerasan terselubung. Ornamen anak-anak, pencahayaan hangat, dan suasana seolah menyenangkan menjadi ironi ketika di menit-menit terakhir permainan, peserta yang gagal langsung dieliminasi oleh para penjaga berseragam merah muda berperan sebagai eksekutor, sehingga menunjukkan penjaga tidak memberi ruang empati.

Bentuk komunikasi persuasif pada adegan ini mengacu pada teknik asosiasi, yaitu mengaitkan kesan menyenangkan dari wahana permainan anak-anak dengan situasi yang berbahaya dan mematikan. Hal ini terlihat dari visual arena permainan yang dihiasi dekorasi ceria dan pencahayaan terang, membentuk ilusi keamanan yang segera menghilang saat peserta dieliminasi oleh penjaga berseragam merah muda. Simbol-simbol yang identik dengan keceriaan digunakan untuk menyamarkan tindakan kejam, memperkuat kesan tidak manusiawi. Adegan pria bersenjata menyusuri hutan juga diasosiasikan dengan misi rahasia, menandakan permainan ini berlangsung dalam sistem tertutup. Dari sisi audio, dentuman musik yang perlahan meningkat menciptakan ketegangan emosional yang berpuncak pada kesunyian saat eliminasi, memperkuat kesan dramatis bahwa di balik tampilan menyenangkan tersimpan bahaya yang mengintimidasi.

Tabel 12. Penanda dan Petanda *Scene* Pada Detik 1:22 – 1:23



Gambar 14. Selamat Datang Kembali
Sumber: Youtube Netflix Indonesia

Penanda (*signifier*): Menurut Ferdinand de Saussure, penanda merupakan bentuk fisik dari tanda yang dapat diamati secara langsung. Maka, potongan *scene* pada tabel 12, menampilkan karakter *Front Man* yang muncul dalam balutan jubah abu-abu tua dan mengenakan topeng berwajah datar, sehingga menciptakan kesan misterius dan dominatif. Visual ini diperkuat dengan latar warna biru tua sedikit cerah tepat dibelakang *Front Man* dan hitam yang redup menimbulkan suasana tegang dan gelap. Kalimat yang diucapkan *Front Man* berupa, “Pemain 456, selamat datang kembali,” menjadi pembuka dengan intonasi serius sembari diiringi suasana sunyi tanpa musik latar, serta efek visual berupa layar hitam yang perlahan terbelah membuka menunjukkan sosok *Front Man*. Semua elemen ini membentuk suasana dramatis yang mengisyaratkan dimulainya kembali permainan dalam konteks yang lebih kompleks dan penuh tekanan.

Petanda (*Signified*): Petanda dari adegan ini dapat dilihat dari dimulainya kembali siklus permainan yang ketidakmanusiawian, di mana karakter utama Gi-hun kembali terlibat meskipun sebelumnya telah berhasil keluar. Sosok *Front Man*, dengan wajah tertutup topeng dan dialog pembuka yang dingin, memperlihatkan otoritas sistem yang tidak memandang identitas atau perasaan individu, tetapi hanya melihat mereka sebagai “pemain.” Penggunaan visual gelap dan musik sunyi menampilkan atmosfer psikologis yang menegangkan sekaligus menunjukkan bahwa kekuasaan dan pengawasan masih melekat kuat dalam struktur permainan. Dalam konteks semiotik, kalimat “selamat datang kembali” bukan hanya sapaan, tetapi menjadi simbol bahwa tidak ada jalan keluar bagi Gi-hun.

Bentuk komunikasi persuasif pada adegan ini mengacu pada teknik tataan, yaitu penyusunan pesan yang menekankan estetika dan struktur agar menarik dan mudah diterima (Onong, 2018) dalam (Dia & Wahyuni, 2022). Teknik ini membentuk suasana dramatis dan menegangkan melalui perpaduan visual, suara, dan dialog. Hal ini tergambar dari kemunculan *Front Man* berjubah abu-abu tua dan topeng datar di latar biru tua dan hitam redup yang menciptakan atmosfer misterius dan penuh kekuasaan. Efek visual berupa layar hitam yang terbelah perlahan, suasana sunyi tanpa musik latar, serta kalimat dingin *Front Man* “Pemain 456, selamat datang kembali” memperkuat ketegangan. Penyusunan elemen ini menyampaikan pesan bahwa permainan telah dimulai kembali dengan tekanan yang lebih kuat. Teknik tataan ini mengemas pesan dominasi sistem dan kembalinya karakter utama secara emosional dan sinematik, sehingga menggugah perasaan serta pemahaman mendalam audiens.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, komunikasi persuasif dalam trailer *Squid Game 2* ditampilkan melalui perpaduan berbagai teknik, dengan teknik asosiasi sebagai bentuk yang paling dominan. Teknik ini bekerja dengan cara menghubungkan elemen visual dan simbolik dalam trailer terhadap pengalaman atau memori kolektif audiens dari musim sebelumnya, sehingga memunculkan asosiasi emosional yang kuat. Selain teknik asosiasi, peneliti juga menemukan penggunaan teknik ganjaran, tataan, dan integrasi yang masing-masing muncul dalam beberapa *scene* tertentu. Penyampaian pesan persuasif ini dilakukan melalui media audiovisual dalam bentuk trailer digital yang diunggah di akun *@netflixid*, dengan memanfaatkan potongan adegan dramatis, karakter ikonik, dan simbol-simbol familiar. Elemen-elemen tersebut memperkuat ketertarikan audiens melalui penciptaan suasana emosional, didukung oleh kredibilitas media penyampai (Netflix) dan popularitas serial itu sendiri, yang akhirnya memunculkan respon positif berupa antusiasme dan minat untuk menonton musim kedua dari serial ini.

Secara keseluruhan, dari durasi trailer selama 1 menit 48 detik, peneliti mengidentifikasi 12 *scene* yang mengandung teknik komunikasi persuasif. Beberapa di antaranya menampilkan kemunculan karakter baru, permainan baru, hingga pemain dan permainan lama dari musim pertama. Semua elemen tersebut disusun secara visual dan naratif untuk membentuk daya tarik emosional dan membangkitkan rasa penasaran audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif

dalam trailer memiliki fungsi penting tidak hanya dalam membangun ekspektasi, tetapi juga sebagai sarana simbolik untuk menciptakan keterikatan dan minat audiens terhadap konten yang akan dirilis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfathoni, M. A. M., & Manesah, D. (2020). *Pengantar teori film*. Deepublish.
- Amrihani, H., & Ritonga, R. (2021). Nikmat Kopi dan Budaya Konsumerisme dalam Status Sosial Masyarakat Kota. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(2), 89-98. doi:<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.133>
- Amalina, A. N., Sari, W. P., & Fatimah, A. N. (2024). Opini Publik mengenai Website haveaniesday.com dalam Membentuk Citra Anies Baswedan sebagai Calon Presiden 2024. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 13127–13139.
- Anas, N. (2021). Komunikasi antara Kognitif dan Kemampuan Berbahasa. *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, 1(1), 1–8. <http://jurnaltarbiyah.uinsu.ac.id/index.php/eunoia/article/view/997/775>
- Arisetiana, E., T Simamora, P. R., & Perwirawati, E. (2023). Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Strategi Marketing Perumahan Harmoni Asri. *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.46930/socialopinion.v8i1.3136>
- Budiman, D., Santoso, R., Sudewa, J., Astari, D. W., Sahar, F., Setyawati, D., Puspitaningrum, D., Sari, D. M., Firdauzi, A., & Fatimah, A. N. (2024). *Digital Marketing Pengelolaan Pemasaran Online*. PT Penamuda Media.
- Darma, S., Sahri, G., Hasibuan, A., Wirta, I. W., Silitonga, I. D. B., Sianipar, V. M. B., Khoiriah, M., Rayhaniah, S. A., Purba, N. A., Supriadi, Jinan, A., & Jinan, A. (2022). Pengantar Teori Semiotika. *Cv. Media Sains Indonesia*, 23(4), 1–10. https://www.proquest.com/scholarly-journals/discerns-special-education-teachers-about-access/docview/2477168620/se-2?accountid=17260%0Ahttp://lenketjener.uit.no/?url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:ProQ%3Aed
- Dayu, B. S. A., & Syadli, M. R. (2023). Memahami Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Komunikasi. ... : *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 01, 152–164. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/article/view/2774%0Ahttp://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/article/download/2774/1571>
- Dia, K., & Wahyuni, S. (2022). Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah “Apa Dan Bagaimana Hijrah Itu?” *Realita : Jurnal Penelitian Dan Kebudayaan Islam*, 19(1), 66–83. <https://doi.org/10.30762/realita.v19i1.3411>
- Djamzuri, M. I., & Mulyana, A. P. (2022). Fenomena Netflix Platform Premium Video Streaming Membangun Kesadaran Cyber Etik dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 6(1), 2247–2254.
- Estefina, S. (2025). Apa Itu Netflix: Panduan Lengkap Layanan Streaming Populer. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/feeds/read/5868940/apa-itu-netflix-panduan-lengkap-layanan-streaming-populer?page=3>
- Fatimah, A. N. (2025). Learning Through Digital Media: Opportunities and Challenges among Indonesian Citizens. *5th Annual Civic Education Conference (5th ACEC 2024)*, 25–39.
- Fatimah, A. N., Imsa, M. A., Sugiarto, A., & Hadinayu, A. (2024). Optimalisasi pengalaman belajar pada program pelatihan daring melalui adaptasi alat ukur e-learning learning experience. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(4), 957–967.
- Fatimah, A. N., & Irwansyah. (2020). Indonesian version of FASER LX scale to measure Learner Experience: A validation study. *E3S Web of Conferences*, 211, 1–10. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021101013>
- Hafizah, N., Fatimah, A. N., & Rizki, M. F. (2024). Komunikasi Persuasif Terkait Kesadaran Kesehatan Mental dalam Series “Daily Dose of Sunshine”: Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(4), 1655–1666. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i4.3065>

- Hanyfah, S., Fernandes, G. R., & Budiarmo, I. (2022). Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1), 339–344. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5697>
- Indinabila, Y., Wulandari, E. R., & Kusuma, Y. A. (2024). *Analisis Marketing Public Relations pada Serial Netflix Squid Game Season 2*. 34–46.
- Jasmine, A. (2024). Squid Game 2 Jadi Serial Nomor Satu Netflix di 92 Negara Sehari Setelah Rilis. *Tempo.Com*. <https://www.tempo.co/teroka/squid-game-2-jadi-serial-nomor-satu-netflix-di-92-negara-sehari-setelah-rilis-1187508>
- Kustiawan, W., Hidayati, J., Daffa, V., Hamzah, A., Harmain, M., Fadli, A., & Kuswananda, E. (2022). Keberadaan Ilmu Komunikasi dan Perkembangan Teori Komunikasi dalam Peradaban Dunia. *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 1(2), 73–76.
- Laksitadewi, V. V. M. (2024). *Analisis Persepsi Mahasiswa Surabaya Terhadap Film " Like and Share"*. UPN Veteran JAWA TIMUR.
- Laras, N., & Rahmasari, G. (2023). Analisis Romantisme Dalam Film Habibie Ainun : *Journal of Digital Communication and Design*, 35–41.
- Masruroh, L. (2020). *KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM DAKWAH KONTEKS INDONESIA*. Scopindo Media Pustaka.
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital. *Medium*, 9(1), 58–80. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7443](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443)
- Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)APJII (Asosiasi. (2024). Internet Indonesia. *Survei Penetrasi Internet Indonesia*, 1–90. <https://survei.apjii.or.id/survei/group/9>
- Prasetyo, M. E., & Mariska, K. D. (2024). *Estetika Makna Visual Pada Trailer Film Suzzanna Malam Jumat Kliwon Produksi 2023*. 8(2), 1274–1287.
- Rahmadani, R., Abidin, Z., & Utamidewi, W. (2025). Trailer K-Drama Moving Dan Minat Menonton K-Drama Di Disney+ Hotstar. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11, 216–224. <https://doi.org/https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9460>
- Sendari, anugerah ayu. (2023). *Netflix adalah Layanan Streaming Film, Ketahui Paket dan Harganya*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5290866/netflix-adalah-layanan-streaming-film-ketahui-paket-dan-harganya?page=5>
- Setya Prihatining Tyas, Nazlah Azzahra, Bernika Meilani Ifada, & Noerma Kurnia Fajarwati. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial. *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 16–22. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.956>
- Subasita, T., & Paniradya, K. (2024). *Representasi Pesan Moral dalam Film Topi Tindak Tanduk Subasita Karya Paniradya Kaistimewan*. 7(02), 242–251.
- Widhiatmoko, B. R., Arafat, F. S., & Nasution, R. A. (2022). Pengaruh Trailer Black Panther: Wakanda Forever Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 2(3), 351–357. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.383>
- Yuliani, A.D. & Kurniadi, O. (2023). Peranan Media Streaming dalam Menggantikan Televisi Konvensional di Kalangan Masyarakat. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 3(2), 109–114. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v3i2.3140>
- Yunus Ahmad, M., Irwan, I., Ruhamah, R., Jannah, N. I., Hasanah, I., & Fadlul Arabi, R. (2024). Fenomena Korean Wave pada Kehidupan Mahasiswa di Kota Banda Aceh. *Jurnal Adabiya*, 26(1), 110. <https://doi.org/10.22373/adabiya.v26i1.21626>