

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Film Parasite berhasil memengaruhi pandangan khalayak melalui kekuatan komunikasi visual yang sarat makna sosial. Dalam perspektif teori Paul Messaris, elemen visual seperti simbol, warna, dan sudut pengambilan gambar mampu membentuk pesan yang kuat secara emosional dan ideologis. Meskipun tidak mengandung pesan religius secara eksplisit, film ini menyampaikan nilai-nilai dakwah Islam seperti keadilan, empati, dan kepedulian sosial terhadap kaum tertindas. Dengan pendekatan dakwah bil-hal, Parasite menjadi contoh nyata bagaimana media visual dapat berfungsi sebagai sarana dakwah kontemporer yang efektif dalam menyentuh kesadaran moral masyarakat secara halus dan mendalam.

Film Parasite juga menunjukkan bahwa bahasa gambar dan elemen visual seperti komposisi, warna, pencahayaan, serta pergerakan kamera berperan penting dalam membangun narasi yang emosional dan bermakna. Dalam teori Paul Messaris, visual memiliki kemampuan persuasif karena tiga aspek utama: iconicity, aesthetic appeal, dan absence of syntax. Hal ini sesuai dengan konsep dalam Islam bahwa pesan yang

menggugah emosi dapat menjadi bagian dari tabligh, sebagaimana tercermin dalam QS. Az-Zumar: 23 yang menggambarkan bagaimana kisah yang menyentuh dapat menggerakkan hati. Oleh karena itu, narasi visual dalam Parasite tidak hanya memperkuat cerita, tetapi juga menyampaikan pesan keadilan sosial yang sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Selain itu, penggunaan teknik sinematik seperti close-up, wide shot, low dan high angle shot, serta pengolahan warna dan simbolisme visual, menjadikan komunikasi visual dalam Parasite sebagai elemen utama yang menyampaikan kritik sosial secara kuat dan emosional. Paul Messaris menekankan bahwa kekuatan gambar terletak pada kemampuannya menyampaikan makna tanpa kata, membentuk persepsi, dan menggugah empati penonton.

Dalam konteks Islam, pendekatan ini sejalan dengan nilai-nilai keadilan dan kesetaraan sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Hujurat: 13, bahwa seluruh manusia setara dan yang mulia hanyalah yang paling bertakwa. Maka, Parasite membuktikan bahwa film dapat menjadi media yang efektif dalam membangun kesadaran sosial dan menyampaikan nilai-nilai universal melalui bahasa visual.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan agar dapat memberikan masukan, sebagai berikut:

1. Untuk khalayak, ketika menonton Film *Parasite* dengan menganalisis visual didalamnya, sebaiknya benar-benar memperhatikan dan mengulang terus menonton, karena banyak sisi plot yang susah untuk dimengerti jika sekali melihatnya.
2. Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis berharap kepada dosen metode penelitian untuk memberi teori perkuliahan tentang komunikasi visual atau bahasa gambar. Dengan harapan agar mahasiswa yang akan menggunakan penelitian analisis visual mampu menggambarkan dan menjelaskan dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Halliday, M.A.K. (1978), *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006), *Reading Images: The Grammar of Visual Design (2nd ed.)*. London: Routledge.
- Eriyanto, (2019), *Metode Komunikasi Visual*. Bandung:Remaja Rosdakarya.
- David Bordwell dan Kristin Thomson, (2003), *Film Art:An Introduction*.
- Atar Semi. (2003), *Karangan Narasi*.
- Sri Wahyuningsi, (2015), *Desain Komunikasi Visual*.
- Pundra Rengga Andhita S, (2020), *Komunikasi visual*. Penerbit:Zahira Media Publisher.
- Ned Racine dalam:Ari S. Widodo Poepodihardjo (2010), *Beyond Borders.: Communication Modernity & History*. Jakarta:London School.
- Samsudin Wahab (2010), *Eksekutif Efektif*. Jakarta : Profesional.
- Nia Kusuma Wardhani. (2009), *Komunikasi Profesional*. Jakarta:Universitas Mercu Buana.
- Ana.(2011), *Bekerja sebagai Desainer Grafis*. Jakarta:Erlangga.
- Sumbo Tinarbuko. (2013), *Semiotika Komunikasi Visual*. cet ke 1. Yogyakarta:Jalasutra.
- Yasfar Piliang.(2008), *Semiotika Komunikasi Visual*. Jogja:Tamawanita.
- Mc Quail.(2002), *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta:Salemba Humanika.
- Sobur. (2001), *Analisis Teks Media*. Jakarta, Rosda.
- Wening Udasmoro.(2018), *Hamparan Wacana*.
- Husaini Usman. (2023), *Metodelogi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Neka Fitriyah. (2023), *Metode Penelitian Ilmu Komunikasi*.

Sukandar Rumidi, (2004), *Metodologi Penelitian Petunjuk praktik Untuk Peneliti Pemula*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

BurhanBungin, (2011), *Penelitian Kualitatif*, Jakarta:Fajar Interpratama Offset.

Suharsimi Arikunto, (2000), *Manajemen Penelitian*, Jakarta, Rineka Cipta.

Sugiyono, (2015), *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabeta.

Messaris.P, (1997), *Visual persuasion: The role of images in advertising*, SAGE Publications.

