

ABSTRAK

Film "The Grand Budapest Hotel" karya Wes Anderson menarik perhatian karena penggunaan warna yang menonjol, bahkan dianggap sebagai salah satu film dengan pemanfaatan warna terbaik di antara banyak film yang ada. Ketenaran film ini tidak lepas dari reputasi Wes Anderson sebagai sutradara yang dikenal dengan sinematografi dan palet warna khas dalam film-filmnya. Mengingat teori bahwa film adalah media komunikasi massa dan warna adalah salah satu alat komunikasi visual yang cepat, penting untuk meneliti efektivitas penggunaan warna dalam film ini. Penelitian ini menjadi krusial untuk mengisi kekosongan dalam literatur mengenai apakah audiens dapat menangkap pesan-pesan yang diharapkan oleh pembuat film melalui warna dan untuk mengetahui sejauh mana warna dapat menjadi media komunikasi yang efektif dalam film. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu analisis tematik untuk memahami pesan yang disampaikan melalui warna, serta survei untuk menilai pemahaman penonton tentang pesan tersebut. Teori komunikasi mengemukakan bahwa efektivitas komunikasi dinilai berdasarkan kesesuaian antara pesan yang disampaikan dan pemahaman penerima pesan. Dalam konteks ini, pembuat film berperan sebagai pengirim pesan, sedangkan penonton adalah penerima pesan. Analisis menunjukkan bahwa penggunaan warna dalam "The Grand Budapest Hotel" bertujuan membagi film menjadi beberapa periode waktu 1930-an, 1960-an, dan 1980-an. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa meskipun penonton memahami bahwa warna membagi film menjadi bagian-bagian dan periode waktu yang berbeda, mereka belum sepenuhnya menyadari bahwa warna digunakan untuk menggambarkan periode waktu tertentu secara spesifik.

Kata Kunci: Film, Warna, Komunikasi