

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis desain visual dan representasi emosi dalam film *Hayya: The Power of Love 2* untuk menjelaskan bagaimana pesan kemanusiaan dan spiritualitas dibangun melalui bahasa visual serta bagaimana pesan tersebut dipahami penonton. Latar kajian ini didorong oleh masih terbatasnya penelitian yang menempatkan desain visual film religi-humanis sebagai bahasa simbolik yang bukan hanya secara teknis visual, tetapi juga pembentuk makna dan emosi. Fokus penelitian mencakup: (1) identifikasi bentuk-bentuk visual kunci (*mise-en-scène*: setting, pencahayaan, warna, kostum, komposisi, serta gestur dan relasi tubuh), (2) penjelasan mengapa dan bagaimana elemen visual tersebut penting dalam membangun pesan emosional, serta (3) keterkaitan desain visual dengan resepsi nilai kemanusiaan–spiritualitas pada penonton. Metode yang digunakan adalah penelitian desain (*design research*) dengan orientasi film sebagai artefak desain visual; analisis utama bersifat kualitatif melalui observasi *frame-by-frame* pada unit adegan terpilih menggunakan semiotika visual Roland Barthes (denotasi–konotasi–mitos), serta diperkuat evaluasi resepsi memakai kerangka encoding decoding Stuart Hall melalui wawancara dan kuesioner. Temuan menunjukkan *mise-en-scène* bekerja simultan sebagai sistem representasional dan afektif yang membangun konteks kemanusiaan lewat ruang-situasi, mengaktifkan empati melalui gestur dan relasi tubuh, mengatur intensitas rasa melalui pencahayaan, warna, kostum, serta memadatkan dilema moral-spiritual menuju resolusi emosional. Secara emik, penonton cenderung membaca *preferred meaning* humanisme spiritual dan menempatkan figur anak serta representasi trauma/kehilangan sebagai pusat empati, meski terdapat minoritas pembacaan negosiasi terkait strategi penyampaian pesan.

Kata kunci: Desain Visual, Pesan Emosional, Semiotika Visual, *Mise-en-scène*, Encoding Decoding, *Hayya: The Power of Love 2*.