P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3

Representasi Konvergensi Media Dalam Industri *Fashion* Pada Film *The Devil Wears Prada* Dan *The Devil Wears Prada* 2 (Analisis Semiotika John Fiske)

[1]Siti Yasmin Nur Afifah, [2]Agnes Melliana Eviyanti
[1]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, Indonesia
[2]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta, Indonesia

E-mail: [1]ysmnaffh710@gmail.com, [2]agnesnababan06@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong terjadinya konvergensi media yang mengubah sistem komunikasi dalam industri fashion, termasuk peralihan dari media cetak menuju media digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi konvergensi media dalam industri fashion pada film *The Devil Wears Prada* dan *The Devil Wears Prada* 2. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotika John Fiske melalui analisis level realitas, level representasi, dan level ideologi. Hasil penelitian menunjukkan adanya representasi transformasi komunikasi dari media cetak menuju media digital yang ditandai dengan perubahan penggunaan media, lingkungan kerja, pola komunikasi, serta meningkatnya peran media sosial dan influencer fashion dalam penyebaran informasi. Selain itu, film juga merepresentasikan perubahan peran individu melalui kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa konvergensi media tidak hanya mengubah teknologi komunikasi, tetapi juga budaya kerja, strategi komunikasi, dan hubungan antara organisasi media dengan khalayak. Representasi tersebut memperkuat Teori Representasi Stuart Hall serta Teori Konvergensi Media Henry Jenkins dalam menjelaskan transformasi komunikasi pada industri fashion di era digital.

Kata kunci : representasi, konvergensi media, semiotika John Fiske, industri fashion, The Devil Wears Prada.

ABSTRACT

The advancement of digital technology has driven media convergence, transforming communication systems within the fashion industry—including the shift from print to digital media. This study aims to analyze the representation of media convergence within the fashion industry as depicted in the films The Devil Wears Prada and The Devil Wears Prada 2. Employing a qualitative approach, the study utilizes John Fiske's semiotic method, analyzing the levels of reality, representation, and ideology. The results reveal a representation of the communication transformation from print to digital media, characterized by shifts in media usage, work environments, and communication patterns, alongside the growing influence of social media and fashion influencers in information dissemination. Furthermore, the films depict changing individual roles driven by the ability to adapt to digital technological advancements. The findings demonstrate that media convergence transforms not only communication technology but also work cultures, communication strategies, and the relationships between media organizations and their audiences. These representations reinforce Stuart Hall's Theory of Representation and Henry Jenkins's Media Convergence Theory in explaining the communication transformation within the fashion industry in the digital era.

***Keyword* :** *representation, media convergence, John Fiske's semiotics, fashion industry, The Devil Wears Prada*

DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi digital sudah membawa perubahan besar terhadap berbagai macam industri. Menurut Jenkins yang dikutip oleh Kristiyono dalam bukunya (2022:92) konvergensi media didefinisikan sebagai aliran konten diberbagai platform media yang terjadi karena munculnya teknologi digital dan perubahan gaya hidup masyarakat karena dengan adanya konvergensi media tidak hanya membawa perubahan sederhan mengenai teknologi namun mengubah keterkaitan antara industri, pasar, teknologi, dan publik. Salah satu industri yang mengalami perubahan besar adanya konvergensi media adalah industri *Fashion*.

Dalam industri *Fashion* hadirnya konvergensi media merubah beberapa aspek seperti cara pandang perusahaan, strategi komunikasi pemasaran yang digunakan, peran media-media, pembentukan citra nya, dan interaksi dengan publik (Widagdhaprasana & Dahana, 2024). Kehadiran media massa, *platform digital*, dan majalah digital menunjukkan bahwa industri *Fashion* tidak sepenuhnya bergantung kepada media cetak. Industri *Fashion* adalah salah satu industri yang dipengaruhi oleh perkembangan media digital saat ini. Adanya perubahan seperti ini banyak yang membuat dan mencoba untuk merelokasikan berbagai jenis media agar mampu menjangkau publik lebih luas.

Fenomena yang terjadi dalam industri *Fashion* akibat adanya konvergensi media turut direpresentasikan dalam sebuah film mengenai dunia Fashion. Film adalah media massa untuk berkomunikasi secara audio dan visual yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan kepada publik (Hakim & Purba, 2020). Dengan audio dan visual yang dimiliki oleh sebuah film bisa terciptanya pengembangan cerita, percakapan, simbol visual, dan karakter yang diciptakan maka dari itu salah satu film yang menceritakan mengenai dunia *Fashion* dan hadirnya konvergensi media adalah film *The Devil Wears Prada* dan *The Devil Wears Prada* 2.

Pada film *The Devil Wears Prada* disajikan mengenai aktivitas sebuah perusahaan majalah *Fashion* yaitu *Runaway* yang memiliki pengaruh besar dalam penentuan tren dan opini para publik. Dalam film *The Devil Wears Prada*, Runaway dijuluki sebagai sebuah media cetak yang disegani oleh publik karena sebagai pusat penyebaran informasi Fashion. Lalu seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi digital semakin pesat membuat *Runaway* mengalami perubahan besar yaitu munculnya tantangan baru yang berkaitan dengan konvergensi media yang disajikan dalam film *The Devil Wears Prada* 2 dimana media digital, media massa, dan media sosial menjadi bagian penting dalam industri *Fashion*.

Pada film *The Devil Wears* Prada dan *The Devil Wears Prada* 2 memiliki hubungan yang berkesinambungan dimana bisa dilihat bahwa kedua film tersebut menjadi representasi adanya perubahan media yang terjadi yaitu dari awalnya media cetak menuju media digital yang berintegrasi. Representasi adanya konvergensi media dalam sebuah film menarik untuk dikaji karena film tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan tetapi sebagai cerminan dari realitas sosial, budaya, dan makna atau tanda-tanda yang dapat dianalisa (Rezkina & Prathisara, 2026).

Penelitian terhadap representasi konvergensi media pada sebuah film bisa memberikan publik pemahaman tentang bagaimana perubahan media dari media cetak ke media digital dalam industri *Fashion* dijelaskan melalui narasi secara audio dan visual. Penelitian ini

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3

menggunakan analisis semiotika dari John Fiske yang terbagi dalam 3 level, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Tanda-tanda yang muncul atau digunakan pada film bisa memiliki keterikatan satu sama lain yang menyebabkan membentuk sebuah makna dan makna tersebut adalah sebuah proses berpikir dari publik (Oetomo & Kusumandyoko, 2022).

Analisis menggunakan pendekatan semiotika oleh John Fiske dipilih karena bisa mengungkap makna yang terdapat di balik tanda secara visual dan naratif dalam film sehingga menjelaskan bagaimana konvergensi media dalam industri *Fashion* dapat direpresentasikan maka dari itu penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam Ilmu Komunikasi khususnya di konvergensi media sebagai bentuk pemahaman tentang bagaimana sebuah film merepresentasikan adanya perubahan media dalam industri Fashion dan makna dari konvergensi media dilihat melalui unsur-unsur visual dan naratif dalam kedua film tersebut.

2. LANDASAN TEORI

Teori Komunikasi

1. Teori Representasi

Representasi adalah sebuah proses yang ditandai oleh makna-makna konsep dalam pemikiran melalui bahasa (Ayuanda et al., 2024). Proses dalam representasi terdiri dari representasi mental yaitu proses berupa gambaran mengenai apa yang terdapat dalam kepala kita (konseptual) dan representasi bahasa yaitu proses untuk menghasilkan makna-makna yang masih berbentuk abstrak lalu ide-ide abstrak yang terdapat dalam kepala kita diartikan dalam bahasa yang sering digunakan agar dapat mengaitkan konsep dan ide terkait sesuatu melalui tanda atau symbol tertentu (Anggraeni & Ruslan, 2026).

Penelitian ini menggunakan teori representasi Stuart Hall yang terdiri dari 3 pendekatan yaitu:

1. Pendekatan reflektif
   Pendekatan reflektif adalah pendekatan yang dibentuk oleh manusia melalui ide, media objek, dan pengalaman dalam kehidupan bermasyarakat.
2. Pendekatan intensional
   Pendekatan intensional adalah pendekatan yang dibentuk oleh manusia untuk menentukan makna unik dan menarik melalui bahasa.
3. Pendekatan konstruksionis
   Pendekatan konstruksionis adalah pendekatan yang beranggapan bahwa manusia yang menciptakan makna bukan dunia material, karya seni, dan lain-lain.

2. Teori Konvergensi Media

Menurut Jenkins yang dikutip oleh Kristiyono dalam bukunya (2022:92), konvergensi media didefinisikan sebagai aliran konten diberbagai platform media yang terjadi karena munculnya teknologi digital dan perubahan gaya hidup masyarakat karena dengan adanya konvergensi media tidak hanya membawa perubahan sederhan mengenai teknologi namun mengubah keterkaitan antara industri, pasar, teknologi, dan publik.

Perkembangan teknologi digital memungkinkan berbagai bentuk media terintegrasi dan digunakan secara bersamaan dalam penyampaian informasi. Proses tersebut menyebabkan perubahan pada cara media memproduksi, mendistribusikan, dan menyampaikan pesan kepada khalayak (Nugroho et al., 2024). Konvergensi media juga mengubah pola komunikasi karena masyarakat tidak masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat berinteraksi dan berpartisipasi melalui berbagai platform digital. Kondisi ini membuat hubungan antara media dan

DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

masyarakat menjadi lebih terbuka dan dimanis (Yodiansyah et al., 2025).

3. Semiotika John Fiske

Teori semiotika John Fiske adalah salah satu pendekatan teori yang digunakan untuk memahami bagaimana makna dibentuk dan dikomunikasikan melalui berbagai tanda dalam media. John Fiske adalah seorang pakar komunikasi dan budaya, mengembangkan konsep semiotika dengan fokus pada hubungan antara tanda, media, dan proses pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak (Firzatullah & Pebrianty, 2024). Media tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membangun makna yang dapat di artikan secara berbeda oleh setiap individu berdasarkan latar belakang sosial dan budayanya masing-masing (Prasetyo & Nanda, 2025).

Dalam teori ini menjelaskan bahwa semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda-tanda *(Sign)* dan cara tanda tersebut dapat menghasilkan sebuah makna. Tanda dapat berupa kata, gambar, suara, gerakan, dan simbol yang digunakan dalam komunikasi (Amelia & Sikumbang, 2024). Makna belum tentu melekat secara langsung pada suatu tanda melainkan terbentuk melalui proses interpretasi yang dilakukan oleh penerima pesan maka dari itu terdapat 3 tingkat dalam analisis semiotika oleh John Fiske, yaitu adalah sebagai berikut:

1. Tingkat realitas
   Tingkat realitas adalah tingkat yang tampak secara langsung dalam sebuah tayangan atau teks media. Pada tingkat ini, makna dibangun melalui penampilan, ekspresi wajah, pakaian, bahasa tubuh, lingkungan, dan perilaku tokoh yang ditampilkan. Unsur-unsur tersebut menjadi tanda yang dapat diamati oleh audiens.
2. Tingkat representasi
   Tingkat representasi adalah sebuah realitas yang telah dipilih kemudian dikonstruksi melalui teknik-teknik media seperti penggunaan kamera, pencahayaan, musik, dialog, sudut pengambilan gambar, dan proses penyuntingan. Teknik-teknik tersebut memengaruhi cara audiens memahami dan memaknai suatu peristiwa atau karakter yang ditampilkan.
3. Tingkat ideologi
   Tingkat ideologi adalah makna yang muncul tidak hanya bersifat denotatif tetapi juga berkaitan dengan nilai-nilai sosial, budaya, dan keyakinan yang berkembang dalam masyarakat. Ideologi dapat berupa pandangan mengenai kelas sosial, gender, kekuasaan, nasionalisme, atau nilai moral tertentu yang tersirat dalam sebuah teks media.

3. METODOLOGI

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian yang memiliki metode dengan tujuan untuk menyajikan sebuah gambaran yang lengkap yang terjadi sebagai hasil penelitian. Dalam jenis penelitian deskriptif isu atau fenomena yang digambarkan bersifat layak, terdapat nilai-nilai, dan bersifat tidak terlalu luas. Adapun jenis-jenis penelitian deskriptif adalah penelitian tindakan, penelitian kepustakaan, dan penelitian komparatif (Tanjung & Albina, 2025).

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian semiotika. Metode penelitian semiotika adalah ilmu mengenai sebuah tanda. Metode semiotika adalah sebuah metode untuk menganalisa dan belajar mengenai tanda-tanda yang ada. Tanda-tanda adalah alat yang digunakan untuk membantu dalam menemukan jalan di dunia di antara orang-orang dan bersama mereka. Tanda bisa ditemukan di mana-mana, kata-kata adalah tanda, begitu juga dengan gerakan, sinyal lampu lalu lintas, bendera, dan lain-

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3

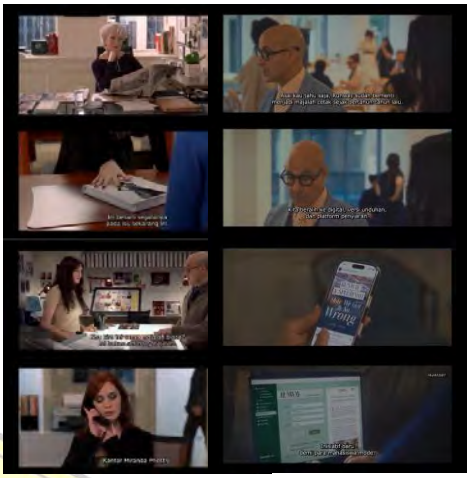
lain. Dalam pengertian ini, tanda tidak hanya berarti secara harfiah namun juga memiliki makna yang lebih luas (Juniati & Yahya, 2021)

Menurut Ilhami et al., (2024), studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan melalui mencari, membaca, memahami, mencatat, dan melakukan analisa dari berbagai macam hasil penelitian. Studi pustaka memiliki beberapa sumber yang dapat dijadikan sebagai hal utama dalam melakukan pencarian sumber data tersebut yaitu terdapat ensiklopedi, jurnal ilmiah, buku, makalah seminar, dan karya ilmiah. Dalam melakukan studi pustaka bisa menjadi bahan acuan untuk mendalami lebih luas terhadap subjek dan objek yang ingin diteliti karena dengan adanya studi pustaka data yang di dapatkan digabungan dengan informasi yang berhubungan dengan subjek dan objek yang diteliti.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini menganalisis representasi konvergensi media dalam industri fashion yang ditampilkan dalam film *The Devil Wears Prada* dan *The Devil Wears Prada 2* melalui pendekatan semiotika John Fiske. Analisis dilakukan terhadap beberapa scene yang memperlihatkan transformasi media dalam industri fashion, khususnya perubahan dari media cetak menuju media digital. Model semiotika John Fiske digunakan untuk mengidentifikasi makna yang dibangun melalui tiga tingkatan, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Ketiga level tersebut memungkinkan peneliti mengungkap makna yang tidak hanya tampak secara visual, tetapi juga nilai-nilai yang tersembunyi di balik narasi dan simbol yang ditampilkan dalam kedua film.



Gambar 1.1 Scene Konvergensi Media Dalam Film *The Devil Wears Prada* dan *The Devil Wears Prada* 2

Analisis Tingkat Realitas

Tingkat realitas pada scene ini menunjukkan bagaimana perubahan sistem komunikasi dalam industri fashion direpresentasikan melalui berbagai tanda yang tampak secara langsung. Pada tingkat ini, makna dibangun melalui penampilan, ekspresi wajah, pakaian, bahasa tubuh, lingkungan, dan perilaku tokoh yang ditampilkan. Unsur-unsur tersebut menjadi tanda yang dapat diamati oleh audiens.

1. Kode Penampilan

   Kode penampilan berupa pakaian dan riasan pada scene ini memperlihatkan bagaimana penampilan para tokoh digunakan sebagai tanda yang merepresentasikan identitas, status, dan profesionalisme dalam industri fashion. Pada film *The Devil Wears Prada*, Miranda Priestly beserta para staf Runway Magazine ditampilkan mengenakan busana formal bergaya *high fashion* dengan potongan yang elegan, didominasi warna-warna netral seperti hitam, putih, dan abu-abu, serta dipadukan dengan riasan wajah yang tegas dan berkelas. Penampilan tersebut tidak hanya memperlihatkan karakter para tokoh sebagai pekerja di industri fashion, tetapi juga membangun citra Runway

DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

Magazine sebagai media cetak yang memiliki otoritas, prestise, dan eksklusivitas dalam menentukan standar fashion. Pada film *The Devil Wears Prada* 2, para tokoh tetap mempertahankan gaya berpakaian yang formal dan modis, namun disesuaikan dengan perkembangan tren fashion kontemporer. Riasan yang digunakan terlihat lebih modern, natural, dan mencerminkan dinamika industri fashion pada era digital. Meskipun sistem komunikasi dalam perusahaan mengalami perubahan dari media cetak menuju media digital, penampilan para tokoh tetap menjadi representasi profesionalisme, kredibilitas, serta identitas industri fashion yang terus dipertahankan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa transformasi media tidak mengubah nilai estetika yang menjadi ciri khas industri fashion, melainkan mengubah cara industri tersebut membangun, menyebarkan, dan mempertahankan informasi melalui perkembangan teknologi digital.

2. Kode Lingkungan
   Kode lingkungan menunjukkan adanya perubahan ruang kerja dalam kedua film. Pada film *The Devil Wears Prada*, lingkungan redaksi didominasi oleh majalah cetak, dokumen editorial, meja penyuntingan, dan aktivitas rapat yang dilakukan secara langsung. Lingkungan tersebut menggambarkan bahwa proses produksi informasi masih bergantung pada media cetak. Pada *The Devil Wears Prada* 2, ruang kerja menampilkan penggunaan komputer, laptop, telepon pintar, serta layar digital yang mendukung aktivitas komunikasi dan penyebaran informasi. Perubahan lingkungan tersebut memperlihatkan transformasi ruang kerja yang menyesuaikan perkembangan teknologi digital.
3. Kode Perilaku
   Kode perilaku memperlihatkan perubahan aktivitas para tokoh dalam menjalankan pekerjaan. Pada film pertama, tokoh lebih banyak melakukan penyuntingan naskah, membaca dokumen, berdiskusi secara langsung, serta mengikuti rapat editorial. Pada film kedua para tokoh lebih sering menggunakan perangkat digital untuk memperoleh informasi, berkomunikasi, serta menyebarkan konten secara cepat. Perubahan perilaku tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah mengubah pola kerja dalam industri fashion.
4. Kode Ekspresi
   Kode ekspresi memperlihatkan adanya perubahan respons para tokoh terhadap perkembangan media. Pada *The Devil Wears Prada*, ekspresi tokoh cenderung menunjukkan keseriusan dan ketelitian dalam proses editorial media cetak. Sementara itu, pada *The Devil Wears Prada* 2, ekspresi para tokoh menunjukkan tuntutan untuk bekerja lebih cepat, adaptif, dan responsif terhadap perkembangan informasi digital. Perubahan ekspresi tersebut memperlihatkan adanya dinamika baru dalam budaya kerja industri fashion.

Analisis Tingkat Representasi

Tingkat representasi menunjukkan bagaimana makna konvergensi media dibangun melalui teknik sinematografi, dialog, dan tindakan para tokoh sehingga perubahan sistem komunikasi dapat dipahami oleh audiens.

1. Kode Kamera
   Kode kamera pada *The Devil Wears Prada* didominasi oleh teknik *close-up* terhadap majalah, dokumen editorial, dan aktivitas penyuntingan sehingga mempertegas posisi media cetak sebagai pusat produksi informasi. Pada *The Devil Wears Prada* 2, kamera lebih banyak

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3

menampilkan layar komputer, telepon pintar, dan perangkat digital melalui teknik *close-up* dan medium shot. Pergantian adegan yang lebih cepat juga memperlihatkan ritme komunikasi digital yang dinamis. Teknik pengambilan gambar tersebut membangun representasi mengenai perubahan media dalam industri fashion.

2. Kode Pencahayaan
   Kedua film menggunakan pencahayaan yang terang untuk menampilkan suasana profesional dalam lingkungan kerja Runway Magazine. Namun, pada film kedua pencahayaan dipadukan dengan dominasi layar digital dan perangkat elektronik sehingga memberikan kesan modern dan memperkuat representasi transformasi teknologi dalam industri fashion.
3. Kode Dialog
   Dialog dalam *The Devil Wears Prada* lebih banyak membahas proses editorial, kualitas majalah, dan standar publikasi media cetak. Dialog pada *The Devil Wears Prada* 2 lebih menekankan pentingnya kecepatan penyebaran informasi, penggunaan media digital, dan strategi perusahaan dalam menghadapi perubahan teknologi. Perbedaan dialog tersebut menunjukkan perubahan orientasi komunikasi dalam industri fashion.
4. Kode Aksi
   Kode aksi memperlihatkan perubahan tindakan para tokoh. Film pertama didominasi oleh aktivitas membaca majalah, menyusun dokumen, dan melakukan rapat redaksi. Pada film kedua para tokoh lebih sering menggunakan laptop, telepon pintar, dan media digital dalam menjalankan pekerjaan. Perubahan tindakan tersebut membangun representasi bahwa media digital telah menjadi bagian utama dalam aktivitas komunikasi perusahaan.

Analisis Tingkat Ideologi

Tingkat ideologi menunjukkan makna yang dibangun melalui keseluruhan tanda pada scene. Film *The Devil Wears Prada* merepresentasikan media cetak sebagai simbol prestise, legitimasi, dan kekuasaan yang memiliki otoritas dalam menentukan tren fashion serta membentuk opini publik. Keberadaan Runway Magazine diposisikan sebagai institusi media yang menjadi pusat informasi dan memiliki pengaruh besar dalam industri fashion. Pada Film *The Devil Wears Prada* 2, memperlihatkan adanya perubahan ideologi seiring berkembangnya teknologi digital. Media digital direpresentasikan sebagai kebutuhan yang tidak dapat dihindari dalam mempertahankan keberlangsungan organisasi. Perusahaan media tidak lagi dapat bergantung sepenuhnya pada media cetak, tetapi harus mampu mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi komunikasi dan bisnisnya.



Gambar 1.2 Scene Perubahan Penggunaan Media Sosial Dan Influencer Fashion Dalam Film *The Devil Wears Prada* Dan Film *The Devil Wears Prada* 2

Analisis Tingkat Realitas

Tingkat realitas pada scene ini memperlihatkan perubahan praktik komunikasi dalam industri fashion yang ditandai dengan bergesernya penggunaan

DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

media cetak menuju media sosial dan meningkatnya peran influencer fashion dalam penyebaran informasi. Perubahan tersebut direpresentasikan melalui kode pakaian dan riasan, kode perilaku, kode lingkungan, kode cara berbicara, serta kode ekspresi para tokoh.

1. Kode Pakaian dan Riasan
   Kode pakaian dan riasan memperlihatkan identitas profesional para tokoh sebagai bagian dari industri fashion. Pada *The Devil Wears Prada*, Miranda Priestly tampil dengan busana formal berwarna gelap, aksesori yang elegan, serta riasan yang tegas sehingga merepresentasikan kewibawaan, prestise, dan otoritas seorang pemimpin media fashion. Penampilan tersebut menegaskan posisi majalah sebagai media yang memiliki legitimasi tinggi dalam menentukan tren fashion. Pada *The Devil Wears Prada* 2, para tokoh tetap mempertahankan gaya berpakaian yang eksklusif, namun dengan sentuhan yang lebih modern dan mengikuti perkembangan tren. Hal tersebut menunjukkan bahwa identitas industri fashion tetap dipertahankan meskipun media komunikasi telah mengalami transformasi menuju media digital.
2. Kode Perilaku
   Kode perilaku memperlihatkan perubahan aktivitas komunikasi para tokoh dalam memperoleh dan menyebarkan informasi. Pada *The Devil Wears Prada*, aktivitas lebih banyak berpusat pada rapat editorial, pembahasan strategi penerbitan majalah, dan proses pengambilan keputusan yang dilakukan secara langsung di ruang redaksi. Pada *The Devil Wears Prada* 2, tokoh-tokoh mulai memanfaatkan laptop, telepon pintar, internet, serta media sosial untuk memperoleh informasi dan memantau perkembangan influencer fashion. Perubahan perilaku tersebut menunjukkan bahwa proses komunikasi dalam industri fashion telah bergeser ke arah pemanfaatan teknologi digital yang lebih cepat, fleksibel, dan interaktif.
3. Kode Lingkungan
   Kode lingkungan memperlihatkan adanya perubahan ruang komunikasi dalam industri fashion. Pada film pertama, lingkungan kerja didominasi oleh ruang redaksi, ruang rapat, dan kantor sebagai pusat produksi informasi media cetak. Sementara itu, pada film kedua, ruang komunikasi berkembang menjadi lebih luas melalui penggunaan perangkat digital yang memungkinkan akses informasi kapan saja dan di mana saja. Munculnya adegan penggunaan media sosial dan aktivitas influencer di ruang publik menunjukkan bahwa proses komunikasi tidak lagi terbatas pada institusi media, tetapi juga berlangsung dalam ruang digital yang melibatkan masyarakat secara lebih luas.
4. Kode Cara Berbicara
   Kode cara berbicara memperlihatkan perubahan fokus komunikasi yang terjadi dalam organisasi media. Pada *The Devil Wears Prada*, percakapan lebih banyak membahas kualitas majalah, proses editorial, serta strategi mempertahankan reputasi media cetak. Sementara itu, pada The Devil Wears Prada 2, dialog mulai berfokus pada internet, media sosial, dan meningkatnya pengaruh influencer dalam membentuk tren fashion. Pergeseran topik pembicaraan tersebut menunjukkan bahwa media digital mulai dipandang sebagai elemen penting dalam strategi komunikasi industri fashion.
5. Kode Ekspresi
   Kode ekspresi memperlihatkan bagaimana para tokoh merespons perubahan media. Miranda Priestly tampak menunjukkan ekspresi serius, penuh pertimbangan, dan fokus ketika

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3

membahas tantangan yang dihadapi Runway Magazine akibat perkembangan internet. Pada film kedua, ekspresi para tokoh memperlihatkan perhatian yang lebih besar terhadap media sosial dan influencer sebagai fenomena yang tidak dapat diabaikan. Ekspresi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan media digital dipandang sebagai tantangan sekaligus peluang bagi keberlangsungan organisasi media fashion.

Analisis Tingkat Representasi

Tingkat representasi pada scene ini memperlihatkan bagaimana perubahan penggunaan media sosial dan influencer fashion dibangun melalui teknik sinematografi, dialog, dan tindakan para tokoh sehingga menghasilkan makna tertentu bagi penonton.

1. Kode Kamera
   Kode kamera menggunakan teknik medium shot pada adegan rapat redaksi dan diskusi antar tokoh untuk memperlihatkan proses pengambilan keputusan dalam organisasi media. Sementara itu, teknik *close-up* digunakan pada layar laptop dan telepon pintar yang menampilkan media sosial serta profil influencer fashion. Penggunaan teknik tersebut memberikan penekanan visual bahwa media digital telah menjadi pusat perhatian dalam aktivitas komunikasi industri fashion. Pergantian adegan yang cepat antara ruang rapat, perangkat digital, dan aktivitas influencer semakin memperkuat representasi terjadinya transformasi media.
2. Kode Dialog
   Kode dialog membangun makna mengenai perubahan orientasi komunikasi dalam industri fashion. Dialog yang menyebutkan bahwa "*kita habis dihujat di internet*" serta pembahasan mengenai influencer menunjukkan bahwa opini publik tidak lagi dibentuk semata-mata oleh media cetak, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi yang berlangsung di media sosial. Dialog tersebut menegaskan bahwa internet telah menjadi ruang komunikasi yang memiliki pengaruh besar terhadap citra organisasi media.
3. Kode Aksi
   Kode aksi memperlihatkan transformasi tindakan para tokoh dalam menghadapi perkembangan media. Pada film pertama, tindakan para tokoh lebih banyak berfokus pada penyusunan konten majalah dan rapat editorial. Sebaliknya, pada film kedua, para tokoh aktif mengakses media sosial, memantau respons masyarakat, mengamati aktivitas influencer, dan memanfaatkan perangkat digital sebagai sumber informasi. Perubahan tindakan tersebut merepresentasikan pergeseran strategi komunikasi dari sistem konvensional menuju komunikasi digital yang lebih cepat dan interaktif.

Analisis Tingkat Ideologi

Level ideologi pada scene ini memperlihatkan adanya pergeseran kekuasaan dalam penyebaran informasi fashion. Jika pada *The Devil Wears Prada* majalah fashion direpresentasikan sebagai institusi yang memiliki otoritas penuh dalam menentukan tren dan membentuk opini publik, maka pada *The Devil Wears Prada* 2 kekuasaan tersebut mulai bergeser kepada media sosial dan influencer fashion yang memiliki kemampuan memengaruhi persepsi masyarakat melalui platform digital. Film membangun pemahaman bahwa perkembangan teknologi telah mengubah struktur komunikasi dalam industri fashion, sehingga institusi media tidak lagi menjadi satu-satunya pihak yang menentukan arus informasi. Kehadiran influencer dan media sosial menunjukkan bahwa masyarakat kini memiliki akses yang lebih luas untuk memproduksi,

DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

menyebarkan, dan memengaruhi informasi. Dengan demikian, kedua film mengonstruksi ideologi bahwa keberhasilan organisasi media pada era digital sangat ditentukan oleh kemampuannya beradaptasi dengan konvergensi media, memahami dinamika media sosial, serta membangun komunikasi yang lebih terbuka, partisipatif, dan responsif terhadap perubahan perilaku khalayak.



Gambar 1.3 Scene Peran Andy Sachs Yang Dikaitkan Dengan Konvergensi Media Dalam Film *The Devil Wears Prada* Dan Film *The Devil Wears Prada* 2

Analisis Tingkat Realitas

Tingkat realitas pada scene ini menunjukkan representasi perubahan peran Andy Sachs sebagai jurnalis yang mengalami proses adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi dalam industri fashion. Representasi tersebut ditampilkan melalui kode penampilan, kode perilaku, kode lingkungan, kode cara berbicara, serta kode ekspresi yang memperlihatkan perubahan karakter Andy dari seorang asisten redaksi pada era media cetak menjadi individu yang mampu beradaptasi dengan sistem komunikasi digital.

1. Kode Penampilan
   Kode pakaian dan riasan memperlihatkan perubahan identitas profesional Andy Sachs. Pada *The Devil Wears Prada*, Andy tampil dengan busana formal sederhana yang kemudian berkembang menjadi lebih elegan mengikuti standar industri fashion. Penampilan tersebut merepresentasikan proses adaptasi Andy terhadap budaya kerja Runway Magazine yang menempatkan penampilan sebagai bagian dari profesionalisme. Sementara itu, pada *The Devil Wears Prada* 2, Andy tampil lebih percaya diri dengan busana yang modern, rapi, dan sesuai perkembangan tren fashion. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa identitas profesional Andy telah berkembang seiring perubahan sistem komunikasi dalam industri fashion.
2. Kode Perilaku
   Kode perilaku memperlihatkan transformasi cara Andy menjalankan pekerjaannya. Pada film pertama, Andy lebih banyak melakukan aktivitas konvensional seperti menyampaikan pesan secara langsung, menerima instruksi dari atasan, mencari informasi melalui jaringan kerja internal, dan menyelesaikan berbagai tugas administratif. Pada film kedua, Andy terlihat aktif memanfaatkan perangkat digital, berdiskusi mengenai strategi komunikasi, serta terlibat dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perkembangan media digital. Perubahan perilaku tersebut menunjukkan bahwa kemampuan beradaptasi menjadi aspek penting dalam menghadapi transformasi media.
3. Kode Lingkungan
   Kode lingkungan menunjukkan adanya perubahan ruang kerja yang memengaruhi aktivitas komunikasi Andy. Dalam *The Devil Wears Prada*, lingkungan kerja didominasi oleh ruang redaksi, meja editorial, dokumen cetak, dan aktivitas

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3

produksi majalah. Sementara itu, pada *The Devil Wears Prada* 2, lingkungan kerja lebih banyak menampilkan penggunaan komputer, telepon pintar, serta ruang diskusi yang mencerminkan integrasi teknologi digital dalam aktivitas organisasi. Perubahan tersebut memperlihatkan bahwa ruang komunikasi telah berkembang dari sistem konvensional menuju lingkungan kerja yang berbasis digital.

4. Kode Cara Berbicara
   Kode cara berbicara memperlihatkan perubahan kemampuan komunikasi Andy Sachs. Pada film pertama, Andy sering menggunakan bahasa yang menunjukkan proses belajar dan penyesuaian terhadap budaya kerja industri fashion. Pada film kedua, cara berbicara Andy terlihat lebih tegas, percaya diri, dan aktif memberikan pendapat dalam pembahasan strategi perusahaan. Perubahan tersebut menunjukkan perkembangan kompetensi komunikasi yang diperoleh Andy seiring pengalaman dan perubahan lingkungan media.
5. Kode Ekspresi
   Kode ekspresi menunjukkan perkembangan karakter Andy dalam menghadapi perubahan industri media. Pada film pertama, ekspresi Andy sering memperlihatkan kebingungan, kecemasan, dan tekanan ketika menghadapi tuntutan pekerjaan. Pada film kedua, Andy lebih banyak menampilkan ekspresi tenang, percaya diri, dan optimis ketika menghadapi berbagai tantangan komunikasi. Perubahan ekspresi tersebut menunjukkan bahwa Andy telah berhasil menyesuaikan diri dengan dinamika industri fashion yang semakin terdigitalisasi.

Analisis Tingkat Representasi

Level representasi pada scene ini menunjukkan bagaimana perubahan peran Andy Sachs dibangun melalui teknik sinematografi, dialog, dan tindakan para tokoh.

1. Kode Kamera
   Kode kamera menggunakan teknik medium *close-up* dan *close-up* untuk memperlihatkan ekspresi Andy ketika berdiskusi dengan tokoh lain mengenai perkembangan media dan strategi komunikasi perusahaan. Selain itu, penggunaan medium shot pada adegan rapat dan interaksi antartokoh memperlihatkan posisi Andy yang semakin aktif dalam proses pengambilan keputusan. Teknik pengambilan gambar tersebut membangun representasi bahwa Andy telah mengalami perkembangan dari seorang asisten menjadi individu yang memiliki peran penting dalam menghadapi perubahan media.
2. Kode Dialog
   Kode dialog memperlihatkan perubahan posisi Andy dalam organisasi. Pada film pertama, dialog Andy lebih banyak berisi pertanyaan dan respons terhadap instruksi yang diberikan atasannya. Sebaliknya, pada film kedua, dialog menunjukkan bahwa Andy mulai terlibat dalam pembahasan mengenai strategi perusahaan, perkembangan media digital, serta solusi terhadap tantangan yang dihadapi organisasi. Dialog tersebut merepresentasikan peningkatan kapasitas profesional Andy sebagai individu yang mampu mengikuti perkembangan industri media.
3. Kode Aksi
   Kode aksi memperlihatkan transformasi tindakan Andy Sachs dalam menghadapi perubahan media. Pada film pertama, Andy lebih banyak menjalankan tugas operasional sebagai asisten redaksi. Sebaliknya, pada film kedua, Andy terlihat aktif berdiskusi, memberikan masukan, memanfaatkan teknologi digital, dan berpartisipasi dalam penyusunan strategi komunikasi

DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

perusahaan. Perubahan tindakan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi terhadap perkembangan media menjadi faktor penting dalam membangun kompetensi profesional di industri fashion.

Analisis Tingkat Ideologi

Level ideologi pada scene ini memperlihatkan bahwa perkembangan teknologi tidak hanya mengubah sistem komunikasi organisasi, tetapi juga mengubah peran individu di dalamnya. Andy Sachs direpresentasikan sebagai sosok yang mampu berkembang melalui proses pembelajaran, adaptasi, dan pemanfaatan teknologi digital. Film membangun pemahaman bahwa keberhasilan seseorang dalam industri fashion tidak lagi hanya ditentukan oleh kemampuan bekerja di lingkungan media konvensional, tetapi juga oleh kemampuan memahami perubahan teknologi, mengikuti perkembangan media digital, serta beradaptasi dengan dinamika komunikasi yang terus berubah. Dengan demikian, kedua film mengonstruksi ideologi bahwa kompetensi digital, kemampuan beradaptasi, dan kesiapan menghadapi konvergensi media merupakan modal utama bagi individu untuk mempertahankan eksistensi dan profesionalismenya dalam industri fashion yang semakin terdigitalisasi.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, representasi konvergensi media dalam *The Devil Wears Prada* dan *The Devil Wears Prada* 2 dibangun melalui perubahan penggunaan media, transformasi budaya kerja, meningkatnya pemanfaatan media sosial dan influencer fashion, serta perubahan peran individu dalam menghadapi perkembangan teknologi komunikasi. Analisis semiotika John Fiske pada level realitas, level representasi, dan level ideologi menunjukkan bahwa berbagai tanda yang ditampilkan dalam kedua film tidak hanya berfungsi sebagai unsur naratif, tetapi juga menjadi media yang membangun pemaknaan mengenai transformasi komunikasi dalam industri fashion. Pergeseran dari dominasi media cetak menuju media digital direpresentasikan melalui penggunaan berbagai simbol, seperti majalah cetak, komputer, laptop, telepon pintar, media sosial, hingga aktivitas influencer yang menjadi bagian dari dinamika industri fashion modern.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi dalam kedua film bukan hanya perubahan pada media yang digunakan, tetapi juga perubahan terhadap sistem komunikasi organisasi secara menyeluruh. Pada film *The Devil Wears Prada*, aktivitas komunikasi masih didominasi oleh proses editorial, penerbitan majalah, rapat redaksi, serta pengambilan keputusan yang berpusat pada institusi media. Sedangkan, pada *The Devil Wears Prada* 2 memperlihatkan bahwa proses komunikasi telah bergeser ke arah penggunaan media digital yang memungkinkan informasi diproduksi dan disebarluaskan secara lebih cepat melalui berbagai platform. Pergeseran tersebut memperlihatkan bahwa media digital tidak lagi diposisikan sebagai pelengkap media cetak, tetapi telah menjadi bagian utama dalam sistem komunikasi industri fashion.

Hasil penelitian memiliki keterkaitan dengan pendekatan reflektif dalam Teori Representasi Stuart Hall. Pendekatan reflektif memandang bahwa representasi berkaitan dengan realitas sosial yang berkembang di masyarakat. Dalam penelitian ini, perubahan penggunaan media yang ditampilkan dalam kedua film merefleksikan kondisi nyata industri fashion yang mengalami transformasi akibat perkembangan teknologi digital. Perubahan perilaku

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3

masyarakat dalam mengakses informasi melalui internet dan media sosial telah mendorong perusahaan media fashion untuk mengubah strategi komunikasinya agar tetap relevan dengan kebutuhan audiens. Dengan demikian, representasi yang ditampilkan dalam kedua film mencerminkan realitas bahwa industri fashion saat ini tidak lagi hanya mengandalkan media cetak, melainkan telah memanfaatkan berbagai platform digital sebagai sarana utama dalam membangun komunikasi dengan publik.

Refleksi terhadap realitas tersebut terlihat jelas pada Gambar 1.1 yang menunjukkan adanya perubahan penggunaan media dalam lingkungan kerja Runway Magazine. Pada film pertama, proses komunikasi masih berpusat pada majalah cetak sebagai media utama penyebaran informasi. Sementara itu, pada film kedua mulai terlihat penggunaan laptop, telepon pintar, serta media digital sebagai bagian dari aktivitas kerja sehari-hari. Pergeseran tersebut memperlihatkan bahwa teknologi digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses produksi informasi dalam industri fashion. Temuan ini menunjukkan bahwa film berusaha menghadirkan realitas yang sedang berkembang dalam industri media, yaitu perubahan dari komunikasi konvensional menuju komunikasi digital.

Selain merefleksikan realitas sosial, hasil penelitian juga menunjukkan adanya pendekatan intensional Stuart Hall. Pendekatan ini menekankan bahwa representasi dibentuk berdasarkan maksud pembuat media dalam menyampaikan pesan tertentu kepada khalayak. Dalam kedua film, sutradara secara sengaja membangun kontras antara kondisi Runway Magazine pada era media cetak dan era media digital. Kontras tersebut terlihat melalui perubahan alur cerita, dialog antartokoh, penggunaan properti, serta konflik yang muncul akibat perkembangan teknologi komunikasi. Melalui representasi tersebut, pembuat film ingin menunjukkan bahwa organisasi media tidak dapat mempertahankan pola komunikasi lama apabila ingin tetap bertahan dalam persaingan industri fashion yang semakin terdigitalisasi. Terlihat pada Gambar 1.2 yang memperlihatkan meningkatnya penggunaan media sosial dan munculnya influencer fashion sebagai aktor baru dalam penyebaran informasi. Pada film kedua ditampilkan bagaimana media sosial menjadi ruang komunikasi yang mampu memengaruhi opini publik dan membentuk tren fashion secara cepat. Dialog mengenai internet, penggunaan telepon pintar, serta aktivitas memantau influencer menunjukkan bahwa pembuat film ingin menyampaikan pesan bahwa kekuatan media telah mengalami pergeseran dari institusi media konvensional menuju platform digital yang bersifat lebih terbuka dan partisipatif. Dengan demikian, perubahan tersebut bukan sekadar latar cerita, tetapi merupakan simbol yang sengaja digunakan untuk menggambarkan perubahan lanskap komunikasi dalam industri fashion.

Hasil penelitian ini juga memperkuat pendekatan konstruksionis Stuart Hall yang memandang bahwa makna dibentuk melalui proses representasi dengan menggunakan berbagai sistem tanda. Dalam kedua film, makna mengenai konvergensi media dibangun melalui penggunaan simbol visual dan verbal yang saling berkaitan, seperti majalah cetak, ruang redaksi, laptop, telepon pintar, media sosial, influencer, dialog mengenai perkembangan internet, hingga perubahan aktivitas para tokoh. Keseluruhan tanda tersebut membentuk pemahaman bahwa media digital tidak hanya menghadirkan teknologi baru, tetapi juga menciptakan budaya komunikasi baru yang mengubah cara organisasi media bekerja,

DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3
P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062

membangun hubungan dengan audiens, serta mempertahankan eksistensinya dalam industri fashion. Proses konstruksi makna tersebut semakin terlihat pada Gambar 1.3 yang memperlihatkan perubahan peran Andy Sachs. Pada film pertama, Andy direpresentasikan sebagai individu yang masih beradaptasi dengan budaya kerja media cetak. Namun, pada film kedua Andy tampil sebagai sosok yang lebih percaya diri, memiliki kemampuan komunikasi yang lebih baik, serta mampu mengikuti perkembangan teknologi digital. Perubahan karakter tersebut membangun makna bahwa keberhasilan individu dalam industri media tidak hanya ditentukan oleh kemampuan profesional, tetapi juga oleh kemampuan untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Dengan demikian, film mengonstruksi pemahaman bahwa transformasi media juga menuntut transformasi sumber daya manusia.

Temuan penelitian ini juga memiliki hubungan yang kuat dengan Teori Konvergensi Media Henry Jenkins. Henry Jenkins menjelaskan bahwa konvergensi media merupakan proses integrasi berbagai platform komunikasi yang mengubah cara informasi diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi pada Runway Magazine tidak hanya berupa penggantian media cetak dengan media digital, tetapi juga berupa integrasi berbagai teknologi komunikasi dalam satu sistem kerja yang saling terhubung. Komputer, internet, media sosial, telepon pintar, dan influencer menjadi bagian dari proses komunikasi organisasi yang sebelumnya hanya bergantung pada majalah cetak.

Konvergensi media yang ditampilkan dalam kedua film juga memperlihatkan perubahan hubungan antara organisasi media dengan khalayak. Pada era media cetak, informasi cenderung diproduksi oleh institusi media dan diterima secara pasif oleh masyarakat. Sebaliknya, pada era digital masyarakat memiliki kesempatan untuk memberikan respons, membagikan informasi, bahkan membentuk opini publik melalui media sosial. Kehadiran influencer fashion dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi informasi tidak lagi dimonopoli oleh organisasi media, tetapi juga melibatkan individu yang memiliki pengaruh dalam ruang digital. Kondisi tersebut sejalan dengan pandangan Jenkins bahwa konvergensi media menghasilkan budaya partisipatif (*participatory culture*), di mana audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga menjadi bagian dari proses produksi dan penyebaran informasi.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa konvergensi media juga membawa perubahan terhadap strategi komunikasi organisasi. Organisasi media tidak lagi cukup mengandalkan kualitas majalah cetak, tetapi juga harus mampu mengintegrasikan berbagai platform digital agar tetap mampu menjangkau audiens secara luas. Hal ini terlihat melalui perubahan aktivitas komunikasi dalam kedua film yang semakin banyak memanfaatkan perangkat digital sebagai media koordinasi, penyebaran informasi, dan interaksi dengan publik. Dengan demikian, konvergensi media tidak hanya mengubah teknologi komunikasi, tetapi juga mengubah cara organisasi membangun hubungan dengan konsumennya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi konvergensi media dalam *The Devil Wears Prada* dan *The Devil Wears Prada* 2 dibangun melalui berbagai tanda visual dan verbal yang saling berkaitan. Temuan penelitian memperkuat pandangan Stuart Hall bahwa media

P-ISSN : 2597-5064
E-ISSN : 2654-8062
DOI 10.37817/ikraith-humaniora.v10i3

merupakan ruang yang mengonstruksi makna melalui proses representasi, baik sebagai refleksi realitas, penyampaian pesan pembuat media, maupun konstruksi makna melalui sistem tanda. Di sisi lain, hasil penelitian juga mendukung Teori Konvergensi Media Henry Jenkins yang menjelaskan bahwa integrasi berbagai platform media telah mengubah sistem komunikasi, budaya organisasi, pola distribusi informasi, serta hubungan antara organisasi media dan khalayak. Oleh karena itu, kedua film tidak hanya merepresentasikan perubahan teknologi komunikasi, tetapi juga menggambarkan transformasi budaya media yang menjadi karakteristik utama industri fashion pada era digital.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa *The Devil Wears Prada* dan T*he Devil Wears Prada* 2 merepresentasikan konvergensi media dalam industri fashion melalui transformasi sistem komunikasi dari media cetak menuju media digital. Representasi tersebut dianalisis menggunakan semiotika John Fiske melalui level realitas, level representasi, dan level ideologi. Pada level realitas, perubahan ditunjukkan melalui penggunaan media komunikasi, lingkungan kerja, pakaian dan riasan, perilaku, ekspresi, serta pola komunikasi para tokoh yang mencerminkan perkembangan teknologi digital. Pada level representasi, makna dibangun melalui teknik sinematografi, dialog, dan aksi tokoh yang memperlihatkan perubahan strategi komunikasi dalam industri fashion. Sementara itu, pada level ideologi, kedua film membangun pemahaman bahwa kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi menjadi faktor penting bagi keberlangsungan organisasi media dan individu di tengah perubahan lanskap komunikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa representasi konvergensi media tidak hanya terlihat dari perubahan penggunaan media, tetapi juga melalui perubahan budaya kerja, meningkatnya peran media sosial dan influencer fashion dalam membentuk opini publik, serta perubahan peran individu yang dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa transformasi media telah mengubah proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi dalam industri fashion sehingga komunikasi tidak lagi bergantung pada media cetak, melainkan berlangsung secara lintas platform melalui media digital yang lebih cepat, interaktif, dan partisipatif.

Temuan penelitian ini memperkuat Teori Representasi Stuart Hall melalui pendekatan reflektif, intensional, dan konstruksionis. Kedua film tidak hanya merefleksikan realitas perubahan industri media fashion, tetapi juga secara sengaja membangun pesan mengenai pentingnya transformasi digital serta mengonstruksi makna perubahan tersebut melalui berbagai tanda visual dan verbal. Selain itu, hasil penelitian juga mendukung Teori Konvergensi Media Henry Jenkins yang menunjukkan bahwa integrasi media cetak, media digital, media sosial, dan influencer telah mengubah strategi komunikasi, budaya organisasi, serta hubungan antara media dan khalayak. Dengan demikian, *The Devil Wears Prada* dan *The Devil Wears Prada* 2 tidak hanya merepresentasikan perkembangan teknologi komunikasi, tetapi juga menggambarkan konvergensi media sebagai proses transformasi yang mengubah cara organisasi media mempertahankan eksistensinya dalam industri fashion pada era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, D., & Sikumbang, A. T. (2024). Representasi Pesan Edukasi dalam Film " Di Bawah Umur " (Analisis Semiotika John Fiske Tentang Perilaku Remaja Gen- Z). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, *5*(2), 2001–2010.

Anggraeni, P., & Ruslan, A. (2026). Representasi Perempuan Dan Realitas Sosial Dalam Film On Your Lap (Pangku): Analisis Teori Representasi Stuart Hall. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *11*(3), 301–312.

Ayuanda, W., Sidabalok, D., & Perangin-angin, A. B. (2024). Budaya Jawa dalam Film Primbon : Analisis Representasi Stuart Hall. *Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya*, *7*(2), 440–449.

Firzatullah, G., & Pebrianty, D. K. (2024). Analisis Teori Semiotika Menurut John Fiske Dalam Film the Zone of Interest. *Jurnal Mahasiswa Sosial Humaniora*, *1*(1), 92–108.

Hakim, L. A. L., & Purba, V. (2020). Analisis Semiotika Film Pendek Tanpa Dialog "Perspektif Terbalik" (Studi Analisis Roland Barthes). *Jurnalisa*, *6*(2), 309–318.

Kristiyono, J. (2022). *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di Era Digital Masyarakat Berjejaring*. Prenada Media.

Nugroho, A., Simangunsong, B. A., & Harapan, U. P. (2024). Strategi Konvergensi Media Dalam Konten Hiburan ANTV. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *13*(1), 94–114.

Oetomo, R. R., & Kusumandyoko, T. C. (2022). Semiotika Tanda Visual Film Penyalin Cahaya. *Jurnal Barik*, *4*(2), 116–130.

Prasetyo, D. R., & Nanda, E. (2025). Representasi Liberalisme dalam Film Gran Turismo (Analisis Semiotika John Fiske). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, *6*(1), 152–160.

Rezkina, N. H., & Prathisara, G. (2026). Representasi Pesan Moral dalam Film Remake A Business Proposal Versi Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, *9*(1), 1–19. https://doi.org/10.37567/syiar.v9i1

Widagdhaprasana, M., & Dahana, A. S. B. (2024). Transformasi Model Bisnis Media Di Era Digital : Dari Konvergensi ke Digitalisasi. *JIKA*, *11*(2), 9–10. https://doi.org/10.31294/jika.v11i2.11591

Yodiansyah, H., Artuti, S., Dewi, E., & Kurniadi, D. (2025). Konvergensi Media Digital: Tinjauan Kritis Dan Implementasinya Dalam Komunikasi Massa Kontemporer. *Indonesian Journal of Digital Public Relations*, *4*(1), 114–121.