

ABSTRAK

Film berperan sebagai medium budaya yang mereproduksi atau menantang struktur sosial politik, termasuk dinamika kekuasaan antara korporasi, atlet, dan institusi negara. Film *Air* (2023), yang mengisahkan rekrutmen Michael Jordan oleh Nike pada 1984, mencerminkan era Reaganomics di Amerika Serikat, mendorong kapitalisme dan rivalitas korporasi yang memengaruhi relasi politik bisnis masyarakat. Kajian ini mengungkap denotasi, konotasi, dan mitos ketimpangan sosial politik via semiotika Roland Barthes, serta menginterpretasikan ketimpangan kapitalisme berdasarkan teori komodifikasi Karl Marx. Belum ada kajian yang mengintegrasikan kedua teori untuk film kontemporer. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif pada film *Air* (2023) yang dirilis pada 5 April 2023, data primer dari adegan dan dialog dikumpulkan via dokumentasi; data sekunder dari literatur Barthes dan Marx. Analisis mengintegrasikan semiotika Barthes (denotasi, konotasi, mitos juga signifier dan signified) dengan teori Marx untuk mendekonstruksi tanda visual/naratif, kapitalisme korporasi atas individu/masyarakat. Validasi melalui crosscheck dan triangulasi. Hasil menunjukkan komodifikasi olahraga yang menjadikan atlet seperti Jordan sebagai merek hidup bernilai miliaran dolar, serta bagaimana kapitalisme, kekayaan, dan kekuasaan membentuk ketimpangan kapitalisme sosial politik yang memperkuat relasi eksploitatif antara elit korporasi dan kelas pekerja.

Kata Kunci : Semiotika, Komodifikasi, Ketimpangan Kapitalisme Sosial Politik, Film *Air* (2023)

ABSTRACT

Film acts as a cultural medium that reproduces or challenges socio-political structures, including the power dynamics between corporations, athletes, and state institutions. The film Air (2023), which tells the story of Michael Jordan's recruitment by Nike in 1984, reflects the Reaganomics era in the United States, encouraging capitalism and corporate rivalries that influence political-business relations in society. This study reveals the denotation, connotation, and myth of socio-political inequality through Roland Barthes's semiotics, and interprets capitalist inequality based on Karl Marx's commodification theory. No study has yet integrated both theories for contemporary films. Using a descriptive qualitative approach to the film Air (2023), released on April 5, 2023, primary data from scenes and dialogues were collected through documentation; secondary data from Barthes's and Marx's literature. The analysis integrates Barthes's semiotics (denotation, connotation, myth, and signifier and signified) with Marx's theory to deconstruct visual/narrative signs, corporate capitalism over individuals/society. Validation through cross-checking and triangulation. The results show the commodification of sport that makes athletes like Jordan into billion dollar living brands, and how capitalism, wealth, and power shape the socio-political inequalities of capitalism that strengthen the exploitative relations between corporate elites and the working class.

Keywords : *Semiotics, Commodification, Social and Political Inequality of Capitalism, Film Air (2023)*