



**REPRESENTASI PESAN BUDAYA TIONGHOA DALAM FILM CRAZY RICH ASIANS
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

Hasiholan Siagian¹, Firdaus Adimulya², Rahmat Hidayat³

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Ibnu Chaldun Jakarta

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Ibnu Chaldun Jakarta

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Ibnu Chaldun Jakarta

Correspondent Email: fhasiholansiagian15@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pesan-pesan budaya Tiongkok direpresentasikan dalam film *Crazy Rich Asians* melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Analisis difokuskan pada pembacaan makna denotatif, konotatif, dan mitologis dalam beberapa adegan yang memuat simbol-simbol budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai seperti kehormatan keluarga, ekspektasi antargenerasi, status sosial, dan negosiasi identitas disampaikan melalui elemen visual, ritual, serta interaksi antar karakter. Pesan-pesan tersebut tidak disampaikan secara eksplisit, melainkan tersirat dalam narasi dan simbol, sehingga mendorong penonton untuk melakukan interpretasi yang lebih mendalam. Dengan menelaah adegan-adegan seperti mekarnya bunga Tan Hua, pembuatan pangsit, permainan Mahjong, dan prosesi pernikahan, penelitian ini menunjukkan bahwa film dapat menjadi media yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai budaya sekaligus mendorong pemahaman lintas budaya. Pendekatan semiotika memungkinkan pembacaan yang lebih kaya terhadap dinamika tradisi, modernitas, dan identitas dalam representasi budaya Tiongkok.

Kata kunci: Budaya Tiongkok; *Crazy Rich Asians*; Komunikasi Lintas Budaya; Representasi Media; Semiotika Roland Barthes.

Abstract

This study aims to examine how Chinese cultural messages are represented in the film "Crazy Rich Asians" through Roland Barthes's semiotic approach. The analysis focuses on reading the denotative, connotative, and mythological meanings in several scenes containing cultural symbols. The results show that values such as family honor, intergenerational expectations, social status, and identity negotiation are conveyed through visual elements, rituals, and interactions between characters. These messages are not conveyed explicitly, but rather implied in the narrative and symbols, inviting the audience to engage in deeper interpretation. By examining scenes such as the blooming of the Tan Hua flower, dumpling making, a game of Mahjong, and a wedding procession, this study demonstrates that film can be an effective medium for conveying cultural values while fostering cross-cultural understanding. A semiotic approach allows for a richer reading of the dynamics of tradition, modernity, and identity in representations of Chinese culture.

Keywords: Chinese Culture; *Crazy Rich Asians*; Intercultural Communication; Media Representation; Roland Barthes's Semiotics

Accepted Date: 29 Desember 2025

Pendahuluan

Di dunia yang semakin terhubung ini, memahami dan berkomunikasi lintas budaya menjadi sangat penting. Globalisasi telah mempercepat pertukaran informasi dan budaya di seluruh dunia, sehingga interaksi antara individu dari berbagai latar belakang budaya menjadi semakin umum. Dalam konteks ini, kemampuan untuk memahami dan menghargai perbedaan budaya adalah keterampilan yang sangat berharga. Kemajuan teknologi dan konektivitas global telah membuat dunia menjadi lebih terhubung. Dengan adanya internet dan media sosial, kita kini lebih mudah berinteraksi dengan orang-orang dari berbagai belahan dunia. Komunikasi lintas budaya tidak lagi terbatas pada perjalanan fisik, tetapi bisa terjadi dalam hitungan detik melalui platform digital. Namun, meskipun teknologi memudahkan kita untuk berkomunikasi, perbedaan budaya masih bisa menjadi sumber konflik dan kesalahpahaman (Mulyana, 2019).

Dalam beberapa dekade terakhir, representasi budaya Asia, khususnya budaya Tionghoa, dalam film-film produksi Hollywood mengalami perkembangan yang signifikan. Perkembangan ini tidak hanya terlihat dari meningkatnya jumlah karakter Asia dalam layar lebar, tetapi juga pada penggambaran budaya yang lebih berlapis dan kompleks dibandingkan era sebelumnya. Salah satu tonggak penting dalam proses ini adalah kehadiran film *Crazy Rich Asians* yang dirilis pada tahun 2018. Film yang diadaptasi dari novel karya Kevin Kwan ini tidak sekadar menampilkan kisah romansa, tetapi juga membuka ruang diskusi luas tentang nilai-nilai budaya, tradisi keluarga, ekspektasi sosial, dan negosiasi identitas dalam komunitas Tionghoa modern.

Komunikasi adalah proses di mana kita berbagi informasi, ide, perasaan, dan pikiran dengan orang lain. Ini bisa terjadi secara lisan, tertulis, visual, atau melalui tindakan nonverbal. Komunikasi adalah bagian penting dari kehidupan kita sehari-hari, baik dalam lingkungan personal, sosial, maupun profesional (Farhan, 2023).

Manusia selalu berkomunikasi, manusia tidak dapat menghindari komunikasi. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa tidak untuk melakukan komunikasi dengan orang lain. Jika manusia tidak melakukan komunikasi dengan orang lain dapat dipastikan manusia akan mengalami kesulitan dalam kehidupan sosialnya. Inti utama dari komunikasi terletak dalam proses komunikasinya yaitu sebuah aktivitas dalam hal melayani hubungan antara pengirim pesan dan penerima pesan melampaui ruang dan waktu. Artinya melampaui ruang adalah kita bisa melakukan komunikasi dengan orang lain meskipun berada di ruang yang berbeda dan melampaui waktu artinya seseorang dapat melakukan komunikasi meskipun ada perbedaan waktu diantara keduanya baik dari pengirim pesan maupun penerima pesan (Kartika Dew, n.d.).

Komunikasi yang dilakukan oleh manusia itu dapat dipahami dan dapat dimengerti sebagai sebuah interaksi antarpribadi melalui suatu pertukaran simbol linguistik, misalnya simbol verbal dan nonverbal. Simbol verbal di sini bisa menggunakan suara, tulisan ataupun gabungan dari keduanya. Sedangkan simbol nonverbal di sini bisa diartikan sebuah simbol-simbol yang biasa digunakan dalam keseharian baik simbol dari tangan jempol yang mengartikan oke, jari telunjuk, ataupun simbol-simbol berupa gambar (Dahlan, 2008).

Komunikasi massa adalah proses menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak luas melalui media massa. Media massa mencakup berbagai saluran komunikasi seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan internet. Tujuan utama dari komunikasi massa adalah untuk menyebarkan informasi, menghibur, dan mendidik masyarakat.

Dalam konteks film, komunikasi massa memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan budaya kepada audiens yang lebih luas. Film sebagai bentuk media massa memiliki kemampuan unik untuk memvisualisasikan cerita dan nilai-nilai budaya, sehingga memungkinkan penonton untuk lebih mudah memahami dan mengidentifikasi diri dengan pesan yang disampaikan. Melalui representasi visual dan naratif, film dapat menciptakan dampak emosional yang kuat dan membentuk persepsi masyarakat tentang budaya tertentu (Wibowo, 2006).

Dengan demikian, komunikasi massa adalah proses penting dalam menyebarkan informasi, gagasan, dan pesan kepada khalayak luas. Meskipun bersifat satu arah dan menghadapi

berbagai hambatan, komunikasi massa tetap menjadi alat utama dalam mencapai dan mempengaruhi masyarakat.

Film adalah bentuk seni yang menggabungkan berbagai elemen seperti gambar bergerak, suara, musik, dan dialog untuk menciptakan narasi visual yang dapat menghibur, mendidik, dan mempengaruhi audiens. Sebagai media komunikasi massa, film memiliki kemampuan unik untuk menyampaikan pesan-pesan kompleks melalui representasi visual dan naratif(Asri, 2020).

Film sebagai media komunikasi massa memiliki peran besar dalam merepresentasikan dan menyebarkan pesan budaya. Melalui narasi visual dan auditori, film mampu menyampaikan cerita, nilai-nilai, dan tradisi dari suatu budaya kepada audiens yang lebih luas. Sebagai cerminan nilai-nilai budaya dalam masyarakat, film tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat edukasi(Huda et al., 2023).

Film juga memiliki kemampuan untuk menjembatani kesenjangan budaya dan meningkatkan pemahaman lintas budaya. Dengan menyajikan cerita yang berlatar belakang budaya yang berbeda, film dapat membantu audiens memahami dan menghargai keanekaragaman budaya. Film-film yang menampilkan representasi budaya yang autentik dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang tradisi, nilai-nilai, dan kehidupan sehari-hari dari berbagai masyarakat di seluruh dunia(Wuwung et al., 2021).

Secara umum, pesan budaya adalah segala bentuk informasi, nilai, simbol, atau praktik yang disampaikan dari satu individu atau kelompok kepada yang lain, yang mencerminkan cara hidup, keyakinan, dan norma sosial suatu komunitas. Pesan ini bisa muncul dalam berbagai bentuk baik verbal maupun nonverbal dan sering kali tersampaikan melalui media seperti bahasa, ritual, pakaian, makanan, seni, hingga film. Budaya bukan hanya tentang apa yang kita lakukan, tetapi juga bagaimana kita memberi makna terhadap apa yang kita lakukan. Dalam konteks ini, pesan budaya adalah proses aktif di mana makna dibentuk, dinegosiasikan, dan dipertukarkan baik secara sadar maupun tidak(Hall, 1997).

Pesan budaya Tionghoa merujuk pada nilai-nilai, simbol, praktik, dan cara berpikir yang diwariskan dan dikomunikasikan dalam masyarakat Tionghoa. Memahami pesan budaya Tionghoa bukan sekadar mengenali simbol-simbol tradisional seperti naga, kaligrafi, atau teh. Ini tentang menyelami cara masyarakat Tionghoa memberi makna pada kehidupan bagaimana mereka menyeimbangkan antara individu dan komunitas, antara masa lalu dan masa depan. Pesan-pesan ini hidup dalam cerita rakyat, dalam cara orang tua mendidik anak, dan dalam cara komunitas merayakan kebersamaan.

Menurut David Bartosch & Bei Peng (2024) dalam artikel mereka di *International Communication of Chinese Culture*, Bartosch dan Peng menekankan bahwa pemahaman budaya Tionghoa melibatkan proses transgenerasional dan lintas disiplin. Mereka menyatakan bahwa budaya Tionghoa bukan hanya warisan, tetapi juga sebuah proses transformasi diri dan komunikasi makna yang terus berlangsung(Bartosch, David & Peng, n.d.).

Dalam konteks komunikasi lintas budaya, film ini menjadi relevan karena memadukan representasi budaya tradisional dengan dinamika modernitas yang hidup di tengah diaspora Tionghoa. Melalui penceritaan yang dikemas secara visual menarik, *Crazy Rich Asians* berhasil menyampaikan pesan-pesan budaya secara implisit, mengundang audiens global untuk terlibat dalam proses interpretasi makna. Hal ini sejalan dengan representasi dalam media bukan sekadar cermin realitas, tetapi merupakan proses aktif pembentukan makna yang dipengaruhi oleh ideologi dan konstruksi sosial (Studi Media, n.d.)

Berdasarkan latar tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis representasi pesan budaya Tionghoa dalam *Crazy Rich Asians* menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk membedah lapisan makna dari simbol-simbol yang hadir dalam film, mulai dari level denotatif hingga mitologis. Selain itu, teori komunikasi ritual James W. Carey, interaksionisme simbolik George Herbert Mead, konstruksi sosial Kenneth Burke, serta negosiasi wajah Stella Ting-Toomey digunakan untuk memperluas perspektif analisis, sehingga simbol-simbol budaya tidak hanya dipahami secara tekstual, tetapi juga dalam konteks interaksi sosial dan dinamika identitas yang terjadi antar karakter.

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, yang membagi makna tanda ke dalam tiga lapisan: denotasi, konotasi, dan mitos. Pendekatan ini memungkinkan analisis

yang lebih mendalam terhadap simbol-simbol budaya dalam film, serta bagaimana simbol tersebut membentuk narasi ideologis yang mempengaruhi cara pandang penonton terhadap budaya Tionghoa. Selain itu, teori komunikasi ritual dari James W. Carey digunakan untuk memahami bagaimana momen-momen simbolik dalam film menciptakan partisipasi dan makna bersama (Sen, 2017). Teori interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead membantu menjelaskan bagaimana identitas dan relasi sosial dibentuk melalui interaksi simbolik antar karakter (Miller, 1973). Teori konstruksi sosial dari Kenneth Burke dan negosiasi wajah dari Stella Ting-Toomey juga digunakan untuk memperkaya analisis tentang bagaimana citra diri dan ekspektasi sosial dikomunikasikan dalam konteks budaya.

Semiotika merupakan suatu studi ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda dalam suatu konteks scenario, gambar, teks, dan adegan di film menjadi sesuatu yang dapat dimaknai. Sedangkan, kata “semiotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *seme*, yang berarti “penafsir tanda”. Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan etika (Pradopo, 1999).

Secara teoritis, semiotika Barthes memberikan kerangka untuk memahami bagaimana tanda-tanda visual dan naratif dalam film tidak hanya menyampaikan makna literal, tetapi juga membentuk mitos budaya yang diterima secara luas. Carey menekankan bahwa komunikasi bukan hanya soal penyampaian informasi, tetapi juga tentang partisipasi dalam ritual sosial yang membentuk realitas bersama (Sen, 2017). Mead menunjukkan bahwa makna dibentuk melalui interaksi sosial dan penggunaan simbol, sementara Burke menyoroti peran bahasa dalam membingkai pengalaman dan membentuk realitas sosial (Stob, 2008). Ting-Toomey menambahkan dimensi antarbudaya dengan menjelaskan bagaimana individu dari latar budaya berbeda mengelola konflik dan citra diri melalui strategi komunikasi yang halus dan simbolik (Tradition, n.d.).

Latar belakang ini menunjukkan bahwa film *Crazy Rich Asians* bukan hanya produk hiburan, tetapi juga teks budaya yang kompleks, yang merepresentasikan nilai-nilai dan dinamika sosial dalam komunitas Tionghoa. Penelitian sebelumnya telah membahas representasi komunikasi antarbudaya dan identitas etnis dalam film seperti *Eat Pray Love* (Jeric, 2014), serta analisis simbol budaya Tionghoa dalam film yang sama (Deviera, 2021). Namun, masih terdapat celah dalam kajian yang secara khusus menyoroti pesan budaya Tionghoa melalui analisis semiotika Barthes dan teori komunikasi lintas budaya secara terpadu.

Seorang peneliti sebelumnya dijelaskan pada (Jeric, 2014) yang meneliti representasi budaya dalam *Eat Pray Love*. Penelitian ini dibatasi pada analisis simbolik dalam konteks budaya India dan Bali. Sesungguhnya penelitian ini bermaksud untuk mengkaji bagaimana pesan budaya Tionghoa direpresentasikan dalam *Crazy Rich Asians* melalui pendekatan semiotika dan teori komunikasi budaya. Tujuan dari penelitian ini yang berkaitan dengan komunikasi adalah untuk memahami bagaimana simbol-simbol budaya membentuk narasi sosial dan ideologis dalam media populer, serta bagaimana pesan tersebut mempengaruhi persepsi audiens terhadap budaya Tionghoa dalam konteks global.

Kerangka Teori

Dalam memahami representasi pesan budaya dalam media, khususnya film, teori komunikasi menjadi fondasi utama yang menjelaskan bagaimana makna dibentuk, disampaikan, dan diterima oleh audiens. Komunikasi tidak hanya berlangsung secara verbal, tetapi juga melalui simbol, gestur, dan narasi visual yang membentuk persepsi sosial (Miller, 1973). Oleh karena itu, teori komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini berfungsi sebagai lensa untuk membaca bagaimana budaya Tionghoa direpresentasikan dalam film *Crazy Rich Asians*.

Dalam studi komunikasi budaya, representasi tidak pernah netral. Representasi adalah proses aktif di mana makna dibentuk dan dinegosiasikan (Studi Media, n.d.). Oleh karena itu, analisis semiotik dalam film tidak hanya mengungkap makna literal, tetapi juga bagaimana ideologi dan kekuasaan bekerja melalui simbol. Barthes sendiri menekankan bahwa mitos dalam media populer sering kali menyamarkan ideologi dominan sebagai sesuatu yang alami dan tidak dipertanyakan. Dengan menggabungkan teori Hall dan Barthes, kita dapat melihat bagaimana

Crazy Rich Asians membentuk narasi budaya yang tampak elegan, namun sarat dengan pesan sosial yang kompleks.

Dalam pandangan James W. Carey, komunikasi ritual menekankan aspek komunitas dan budaya, bukan sekadar penyampaian informasi. Komunikasi ritual melibatkan berbagi partisipasi, asosiasi, persahabatan, dan kepemilikan keyakinan yang sama. Ritual dan upacara, dalam perspektif ini, adalah tindakan sosial simbolis yang menciptakan realitas dan mengekspresikan gagasan tentangnya. Komunikasi nonverbal, di sisi lain, adalah proses penyampaian pesan tanpa kata-kata, seperti melalui ekspresi wajah, bahasa tubuh, atau kontak mata, yang juga memiliki peran penting dalam komunikasi ritual dan budaya (Sen, 2017).

Komunikasi ritual yang diperkenalkan oleh James W. Carey. Carey memandang komunikasi sebagai praktik budaya yang tidak hanya mentransmisikan informasi, tetapi juga membentuk dan memelihara realitas sosial. Dalam model ritual, komunikasi berfungsi sebagai tindakan simbolik yang memperkuat nilai-nilai bersama dan menciptakan rasa kebersamaan. Film, sebagai media massa, menjadi ruang ritual di mana audiens berpartisipasi dalam pengalaman budaya melalui simbol dan cerita yang ditampilkan. Carey menekankan bahwa komunikasi ritual melibatkan partisipasi, asosiasi, dan pemeliharaan keyakinan kolektif, yang sangat relevan dalam konteks representasi budaya Tionghoa yang sarat tradisi dan nilai keluarga (Sen, 2017).

Untuk memperdalam pemahaman tentang bagaimana individu membentuk identitas dan makna melalui interaksi sosial, penelitian ini juga menggunakan teori interaksionisme simbolik dari George Herbert Mead. Mead menekankan bahwa makna tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk melalui proses interaksi dan penggunaan simbol (Miller, 1973). Dalam film Crazy Rich Asians, karakter Rachel Chu berinteraksi dengan keluarga Nick Young melalui simbol-simbol budaya seperti makanan, permainan tradisional, dan ritual keluarga. Proses ini menunjukkan bagaimana identitas Rachel sebagai Tionghoa-Amerika dinegosiasikan dan dibentuk melalui interaksi sosial yang sarat makna simbolik.

Teori interaksionisme simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead adalah salah satu teori dalam ilmu komunikasi yang memberikan perspektif penting dalam memahami bagaimana manusia membangun makna, berinteraksi, dan membentuk identitas diri mereka melalui penggunaan simbol-simbol dalam komunikasi, teori ini juga menjelaskan bagaimana simbol dan interaksi sosial membentuk identitas individu (Miller, 1973).

Selain itu, teori konstruksi sosial dari Kenneth Burke digunakan untuk memahami bagaimana realitas budaya dibentuk melalui bahasa dan simbol. Burke memperkenalkan konsep *terministic screens*, yaitu cara pandang yang dibentuk oleh pilihan kata dan simbol yang digunakan dalam komunikasi (Stob, 2008). Dalam konteks film, visualisasi kemewahan, tradisi, dan ekspektasi sosial dalam keluarga Tionghoa bukan hanya menggambarkan kenyataan, tetapi juga membentuk cara audiens memahami budaya tersebut. Film menjadi medium konstruksi sosial yang membingkai pengalaman dan nilai-nilai budaya melalui narasi visual yang terstruktur.

Untuk menjelaskan dinamika konflik dan citra diri dalam interaksi antarbudaya, penelitian ini mengacu pada teori negosiasi wajah dari Stella Ting-Toomey. Teori ini menjelaskan bagaimana individu dari latar budaya berbeda mengelola konflik dengan mempertimbangkan citra sosial atau *face* (Tradition, n.d.).

Teori Negosiasi Wajah yang dikembangkan oleh Stella Ting-Toomey memberikan pemahaman tentang bagaimana budaya mempengaruhi cara individu mengelola konflik dengan memperhatikan citra diri mereka. Dengan memahami konsep wajah dan strategi *facework*, individu dapat lebih efektif berkomunikasi dan menyelesaikan konflik dalam konteks antarbudaya. Teori ini menjelaskan bagaimana individu dari budaya yang berbeda mengelola "wajah" atau citra sosial mereka dalam interaksi (Tradition, n.d.). Dalam film, karakter Rachel dan Eleanor terlibat dalam negosiasi simbolik yang tidak hanya menyangkut perbedaan nilai, tetapi juga tentang bagaimana mereka menjaga martabat dan kehormatan dalam konteks budaya Tionghoa. Strategi komunikasi nonverbal seperti gestur, ekspresi wajah, dan tindakan simbolik menjadi bagian dari *facework* yang memperlihatkan bagaimana konflik diselesaikan secara halus dan bermakna.

Sebagai pendekatan utama dalam analisis, penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes untuk mengkaji makna yang terkandung dalam simbol-simbol budaya yang muncul dalam film. Barthes membagi makna tanda ke dalam tiga lapisan: denotasi, konotasi, dan mitos (Barthes, 1972). Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana simbol seperti bunga Tan Hua, dumpling, Mahjong, dan cincin zamrud tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi juga sebagai pembawa pesan budaya yang membentuk narasi sosial dan ideologis dalam film.

Menurut Tinarbuko (2008), semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda supaya dapat mengetahui bagaimana tanda tersebut berfungsi dan menghasilkan suatu makna (Indira et al., 2022). Sementara itu, menurut Christomy dan Yuwono (2004), berpendapat bahwa semiotika adalah studi tentang tanda-tanda (sign), fungsi tanda, dan produksi tanda (Matthew & Riyani, 2023).

Melalui kombinasi teori komunikasi dan pendekatan semiotika, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan tentang bagaimana pesan budaya Tionghoa direpresentasikan dalam film *Crazy Rich Asians*. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Jeric (2014) dan Deviera (2021), telah membahas representasi budaya dalam film, namun belum secara khusus mengintegrasikan teori komunikasi ritual, simbolik, konstruksi sosial, dan negosiasi wajah dalam analisis semiotik. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan pendekatan yang lebih komprehensif dan kontekstual.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotik untuk mengkaji representasi pesan budaya Tionghoa dalam film *Crazy Rich Asians*. Metode ini dipilih karena mampu mengungkap makna yang tersembunyi di balik simbol-simbol visual dan naratif yang digunakan dalam film, serta menjelaskan bagaimana komunikasi budaya berlangsung melalui media.

Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti objek dalam lingkungan yang alami, peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif digunakan ketika masalah yang dihadapi belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan (J. Moleong, 2007).

Penelitian dilakukan secara desk research, dengan lokasi utama yaitu rumah penulis di Jakarta, Indonesia, sebagai tempat penulis melakukan proses analisis dan pengumpulan data. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung dari Februari hingga Juli 2025, mencakup tahap pengumpulan referensi, analisis film, dan penulisan naskah.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh elemen visual dan naratif yang terdapat dalam film *Crazy Rich Asians* (2018), termasuk adegan, dialog, simbol budaya, dan karakter. Sampel dipilih secara purposif, yaitu adegan-adegan yang secara eksplisit maupun implisit menampilkan simbol budaya Tionghoa, seperti ritual keluarga, makanan tradisional, permainan Mahjong, dan penggunaan properti seperti cincin zamrud dan bunga Tan Hua. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan relevansi simbol dengan tema komunikasi budaya dan identitas.

Penelitian ini tidak menggunakan variabel kuantitatif, melainkan fokus pada unit analisis berupa tanda dan simbol budaya yang muncul dalam film. Unit analisis tersebut dikaji berdasarkan tiga lapisan makna menurut Roland Barthes: Denotasi (makna literal), Konotasi (makna kultural), Mitos (makna ideologis). Selain itu, interaksi antar karakter juga dianalisis menggunakan teori komunikasi ritual dan negosiasi wajah untuk memahami dinamika komunikasi antarbudaya yang terjadi dalam narasi film. Data primer dalam penelitian ini berupa film *Crazy Rich Asians* yang dianalisis secara mendalam. Data sekunder meliputi jurnal ilmiah, buku teori komunikasi, artikel akademik, dan sumber pustaka lain yang relevan dengan topik representasi budaya dan komunikasi simbolik. Seluruh data dikumpulkan melalui studi pustaka dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik interpretatif untuk mengungkap makna simbolik dan pesan budaya yang terkandung dalam film.

Analisis dilakukan dengan pendekatan semiotik Roland Barthes, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan tanda-tanda budaya dalam film. Proses analisis dimulai dengan menonton film secara berulang, mencatat adegan-adegan kunci, dan mengkategorikan simbol-simbol budaya yang muncul. Setiap simbol kemudian dianalisis berdasarkan konteks komunikasi, nilai budaya yang diwakili, dan makna ideologis yang dibangun melalui narasi visual.

Menurut Maimunah (2020), objek penelitian adalah elemen atau aspek yang menjadi fokus penelitian dan biasanya dipelajari secara mendalam di lokasi penelitian (Sugiyono, 2018). Oleh karena itu, peneliti perlu menetapkan elemen atau aspek tertentu yang akan diteliti dan dinilai. Elemen atau aspek tersebut seringkali merupakan isu atau masalah yang memerlukan solusi, yang menjadi tujuan utama dari penelitian ini. Sedangkan menurut Susanto (2019), objek penelitian adalah segala atribut atau karakteristik dari individu, objek, atau kegiatan dengan variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan (Ili & Penelitian, 2024). Dengan demikian, objek penelitian merupakan inti dari masalah yang telah diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Objek penelitian mengandung isu atau permasalahan yang menjadi fokus untuk dianalisis dan dicari solusinya.

Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah nilai-nilai dan pesan-pesan yang terkait dengan representasi pesan budaya yang dianalisis menggunakan pendekatan semiotika dalam film *Crazy Rich Asians*. Film ini dianalisis berdasarkan tanda-tanda yang muncul, seperti dialog, simbol visual, dan gestur yang mencerminkan pesan budaya. Unit analisis dalam penelitian ini adalah potongan gambar, adegan, dan dialog yang ada dalam film *Crazy Rich Asians* yang relevan dengan rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian.

Untuk memperkuat analisis, peneliti juga menggunakan teori komunikasi ritual (Carey), interaksionisme simbolik (Mead), konstruksi sosial (Burke), dan negosiasi wajah (Ting-Toomey) sebagai kerangka interpretatif. Pendekatan ini memungkinkan pembacaan yang lebih kaya terhadap dinamika komunikasi antarbudaya dan representasi identitas dalam film.

Hasil Penelitian

Penelitian ini mengkaji representasi pesan budaya Tionghoa dalam film *Crazy Rich Asians* melalui pendekatan semiotika Roland Barthes dan teori komunikasi budaya. Hasil analisis menunjukkan bahwa simbol-simbol budaya yang muncul dalam lima adegan utama film tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai medium komunikasi yang menyampaikan nilai, identitas, dan ekspektasi sosial dalam masyarakat Tionghoa. Simbol-simbol tersebut dianalisis melalui tiga lapisan makna: denotasi, konotasi, dan mitos, serta dikaitkan dengan teori komunikasi ritual, interaksionisme simbolik, konstruksi sosial, dan negosiasi wajah.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa film ini berhasil menyampaikan pesan budaya secara halus namun kuat melalui elemen visual dan interaksi antar karakter. Simbol seperti bunga Tan Hua, dumpling, Mahjong, dan cincin zamrud menjadi titik masuk untuk memahami bagaimana budaya Tionghoa dikomunikasikan kepada audiens global. Setiap simbol membawa makna literal yang mudah dikenali, namun juga menyimpan lapisan konotatif dan mitologis yang merefleksikan nilai-nilai budaya yang lebih dalam dalam tabel berikut merangkum hasil analisis semiotik dari lima adegan utama:

Tabel 1 Penanda dan Petanda, 2025

Scene	Simbol Budaya	Denotasi	Konotasi	Mitos
1	Bunga Tan Hua	Mekar di malam hari	Keindahan yang rapuh dan langka	Kehadiran yang berharga namun belum tentu bertahan
2	Dumpling	Aktivitas memasak bersama	Kebersamaan dan penerimaan sosial	Makanan sebagai simbol cinta dan tradisi

3	Pernikahan Araminta-Colin	Prosesi mewah	Status sosial dan kehormatan	Perkawinan sebagai kelanjutan nama keluarga
4	Permainan Mahjong	Strategi permainan	Duel emosi dan moral	Kebijaksanaan dalam melepaskan demi kehormatan
5	Cincin Zamrud	Lamaran Nick kepada Rachel	Restu dan pengakuan	Legimitasi cinta melalui simbol keluarga

Pembahasan dimulai dari aspek umum, yaitu bagaimana film sebagai media komunikasi massa berfungsi sebagai ruang representasi budaya. Dalam konteks komunikasi ritual (Carey), adegan bunga Tan Hua menjadi momen kolektif yang mempertemukan komunitas dalam keheningan dan kekaguman. Tidak ada dialog panjang, namun ekspresi wajah dan bahasa tubuh karakter menyampaikan makna yang mendalam. Ini menunjukkan bahwa komunikasi budaya tidak selalu hadir dalam bentuk verbal, melainkan melalui partisipasi simbolik yang membentuk realitas bersama.

Selanjutnya, melalui teori interaksionisme simbolik (Mead), adegan membuat dumpling memperlihatkan bagaimana identitas sosial dibentuk melalui interaksi dan simbol. Rachel, sebagai outsider, mencoba memahami ritme sosial keluarga Nick melalui partisipasi dalam tradisi kuliner. Dumpling menjadi simbol penerimaan dan negosiasi identitas, di mana Rachel mulai membaca “naskah budaya” yang tidak tertulis.

Pada level yang lebih spesifik, teori konstruksi sosial (Burke) membantu menjelaskan bagaimana prosesi pernikahan Araminta dan Colin bukan hanya perayaan cinta, tetapi juga konstruksi visual tentang status sosial dan eksistensi keluarga. Air yang mengalir, bunga teratai, dan cahaya surgawi membentuk narasi tentang kemurnian dan kehormatan, yang memperkuat mitos bahwa pernikahan dalam budaya Tionghoa adalah institusi sosial yang sakral dan strategis.

Adegan Mahjong antara Rachel dan Eleanor menjadi titik kulminasi dalam dinamika komunikasi antarbudaya. Melalui teori negosiasi wajah (Ting-Toomey), permainan ini menjadi arena simbolik di mana Rachel memilih untuk kalah secara strategis demi menjaga martabat Eleanor. Gestur ini menunjukkan bahwa dalam budaya Tionghoa, kemenangan sejati kadang hadir dalam kebijaksanaan untuk melepaskan. Rachel tidak hanya memahami sistem nilai keluarga Nick, tetapi juga menunjukkan bahwa ia mampu berkomunikasi dalam bahasa simbolik yang dihormati oleh budaya tersebut.

Terakhir, adegan lamaran di pesawat memperlihatkan transformasi makna simbol cincin zamrud. Dalam teori interaksionisme simbolik, cincin bukan hanya benda, tetapi simbol restu dan pengakuan sosial. Rachel yang menerima cincin tersebut tidak hanya menerima lamaran, tetapi juga pengakuan sebagai bagian dari sistem nilai keluarga Nick. Adegan ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal dapat menyampaikan pesan yang lebih kuat daripada kata-kata, terutama dalam konteks budaya yang menjunjung tinggi simbol dan tradisi.

Selain lima adegan utama, terdapat beberapa elemen pendukung yang memperkaya representasi budaya Tionghoa dalam film. Misalnya, penggunaan warna merah dan emas dalam berbagai setting menunjukkan simbol keberuntungan dan kemakmuran. Musik tradisional yang muncul dalam beberapa transisi adegan juga memperkuat nuansa budaya yang ingin disampaikan. Bahkan karakter minor seperti Ah Ma (nenek Nick) berperan sebagai penjaga nilai tradisional yang menjadi penyeimbang antara generasi tua dan muda.

Dalam konteks komunikasi nonverbal, gestur Eleanor yang menatap Rachel dengan dingin, atau cara Rachel menunduk saat berbicara dengan orang tua Nick, adalah bentuk komunikasi yang sarat makna. Komunikasi nonverbal menyampaikan lebih dari 65% makna dalam interaksi sosial (Zaini et al., 2018). Maka, analisis semiotik dalam film ini tidak hanya terbatas pada objek visual, tetapi juga pada tindakan dan ekspresi yang membentuk dinamika antar karakter.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi antara pendekatan semiotika Barthes dan teori komunikasi budaya dalam analisis film. Penelitian sebelumnya cenderung memisahkan kajian simbolik dan komunikasi, sementara penelitian ini menunjukkan bahwa keduanya saling melengkapi dalam memahami representasi budaya. Dengan membaca film sebagai teks budaya,

penelitian ini memperlihatkan bahwa media populer dapat menjadi ruang negosiasi identitas, nilai, dan ekspektasi sosial yang kompleks.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa *Crazy Rich Asians* bukan hanya menyajikan kisah cinta, tetapi juga menjadi medium komunikasi budaya yang efektif. Melalui simbol, gestur, dan narasi visual, film ini menyampaikan pesan-pesan yang merefleksikan dinamika sosial dalam komunitas Tionghoa, serta membuka ruang bagi audiens global untuk memahami dan menghargai keberagaman budaya.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa film *Crazy Rich Asians* bukan hanya menyajikan narasi hiburan, tetapi juga menjadi ruang simbolik yang merepresentasikan nilai-nilai budaya Tionghoa secara kompleks dan berlapis. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, makna denotatif, konotatif, dan mitologis dari simbol-simbol budaya seperti bunga Tan Hua, dumpling, Mahjong, dan cincin zamrud berhasil diidentifikasi sebagai bentuk komunikasi budaya yang menyampaikan identitas, ekspektasi sosial, dan dinamika keluarga. Integrasi teori komunikasi ritual, interaksionisme simbolik, konstruksi sosial, dan negosiasi wajah memperkaya pembacaan terhadap interaksi antar karakter, serta memperlihatkan bagaimana komunikasi nonverbal dan tindakan simbolik menjadi medium utama dalam menyampaikan pesan budaya.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa representasi budaya dalam media populer memiliki dampak terhadap persepsi publik. *Crazy Rich Asians* berhasil membuka ruang bagi representasi Asia yang lebih kompleks dan manusiawi, meskipun masih terdapat kritik terhadap stereotip kemewahan yang ditampilkan. Namun, melalui pendekatan semiotik dan teori komunikasi budaya, kita dapat melihat bahwa film ini bukan hanya tentang glamor, tetapi tentang bagaimana individu berjuang untuk diterima, dihormati, dan tetap setia pada identitasnya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa representasi budaya dalam media populer memiliki dampak terhadap persepsi publik. *Crazy Rich Asians* berhasil membuka ruang bagi representasi Asia yang lebih kompleks dan manusiawi, meskipun masih terdapat kritik terhadap stereotip kemewahan yang ditampilkan. Namun, melalui pendekatan semiotik dan teori komunikasi budaya, kita dapat melihat bahwa film ini bukan hanya tentang glamor, tetapi tentang bagaimana individu berjuang untuk diterima, dihormati, dan tetap setia pada identitasnya.

Kebaruan dari manuskrip ini terletak pada pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teori komunikasi dengan analisis semiotik dalam kajian film populer. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi masyarakat komunikasi dengan menunjukkan bahwa media massa, khususnya film, dapat menjadi alat reflektif untuk memahami dan menjembatani perbedaan budaya. Secara teoritis, manuskrip ini memperluas pemahaman tentang bagaimana simbol dalam media tidak hanya merepresentasikan budaya, tetapi juga membentuk realitas sosial dan identitas kolektif. Temuan ini diharapkan dapat mendorong kajian lanjutan tentang komunikasi antarbudaya dalam media visual, serta memperkuat posisi film sebagai medium edukatif dalam membangun kesadaran lintas budaya.

Daftar Pustaka

- Asri, R. (2020). Membaca Film Sebagai Sebuah Teks: Analisis Isi Film "Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (NKCTHI)." *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 74. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i2.462>
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Hill and Wang. <https://books.google.co.id/books?id=jP-DBAAQBAJ>
- Bartosch, David & Peng, B. (n.d.). *International Communication of Chinese Culture*. 11(1). <https://link.springer.com/journal/40636/volumes-and-issues/11-1>

- BPMBKM. (n.d.). Tantangan dan Peluang Komunikasi Antarbudaya di Era Globalisasi. 1. <https://bpmbkm.uma.ac.id/2024/10/02/tantangan-dan-peluang-komunikasi-antarbudaya-di-era-globalisasi/>
- Dahlan, M. A. (2008). Manusia komunikasi, komunikasi manusia: 75 tahun M. Alwi Dahlan. Penerbit Buku Kompas. <https://books.google.co.id/books?id=qbH2FcyrPYwC>
- Farhan. (2023). Komunikasi: Arti, Proses, dan Pentingnya dalam Kehidupan Manusia. 1. <https://unsia.ac.id/komunikasi-arti-proses-dan-pentingnya-dalam-kehidupan-manusia/>
- Hall, S. (Ed. . (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage Publications. <https://psycnet.apa.org/record/1997-36930-000>
- Huda, A. S., Nafsika, S. S., & Salman, S. (2023). Film Sebagai Media dalam Mengubah Cara Pandang Manusia dalam Prinsip Kemanusiaan. Irama: Jurnal Seni Desain Dan Pembelajarannya, 5(1), 9–14. <https://ejournal.upi.edu/index.php/irama/article/view/50149>
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2024). teknik Search Engine Optimization. 2019, 35–43.
- Indira, D., Komsiah, S., & Syaifuddin, S. (2022). Analisis Semiotika Pada Musik Video BTS Permission To Dance di CD Album. Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 27(2), 178–186. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1906>
- J. Moleong, L. (2007). Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi (Cet.24). Remaja Rosdakarya. <https://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=7251&lokasi=lokal>
- Jeric, S. M. (2014). Komunikasi antarbudaya (analisis semiotik dalam film eat, pray, love).
- Kartika Dew, R. (n.d.). Pengertian, Makna, dan Alasan Manusia Disebut Sebagai Makhluk Sosial. Kompas.Com. Retrieved February 17, 2025, from <https://www.kompas.com/skola/read/2023/10/02/150000569/pengertian-makna-dan-alasan-manusia-disebut-sebagai-makhluk-sosial?form=MG0AV3>
- Matthew, T., & Riyani, Z. (2023). Analisis Semiotika pada Iklan Layanan Masyarakat di Media Massa: Jangan Golput Gunakan Hak Pilihmu. Prosiding Seminar Nasional, 1142–1152.
- Miller, D. L. (1973). George Herbert Mead: Symbolic Interaction and Social Change. The Psychological Record, 23(3), 294–304. <https://doi.org/10.1007/BF03394172>
- Mulyana, D. (2019). Pengantar Komunikasi Lintas Budaya Menerobos Era Digital dengan Sukses (Ed. Revisi). Bandung : Remaja Rosdakarya, 2007. <https://www.gramedia.com/products/pengantar-komunikasi-lintas-budaya-menerobos-era-digital-den>
- Pradopo, R. D. (1999). Semiotika: Teori, Metode, Dan Penerapannya Dalam Pemaknaan Sastra. Jurnal Humaniora, Vol.11 No., 76–84. <http://portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=2865>
- Sen, B. (2017). Information as Ritual: James Carey in the Digital Age. Cultural Studies ↔ Critical Methodologies, 17(6), 473–481. <https://doi.org/10.1177/1532708615625687>
- Stob, P. (2008). “Terministic screens,” social constructionism, and the language of experience: Kenneth burke’s utilization of William James. Philosophy and Rhetoric, 41(2), 130–152. <https://doi.org/10.1353/par.0.0001>
- Studi Media. (n.d.). Stuart Hall Representation. <https://media-studies.com/stuart-hall-representation/#:~:text=Perkenalan,diproduksi dan didefinisikan oleh masyarakat.>
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif (Cet.1). Alfabeta. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=22862>
- Tradition, S. C. (n.d.). Socio Cultural Tradition) FACE NEGOTIATION THEORY Stella Ting-Toomey.
- Wibowo, F. (2006). Teknik Program Televisi. Yogyakarta: Pinus Book Publisher. Hal:196 1. 1–16.
- Wuwung, M. C. J., Budiana, D., & Wijayanti, C. A. (2021). Representasi Budaya Jawa dalam Film Tilik. Jurnal E-Komunikasi, 9(2), 1–9.
- Zacharek, S. (2018). Crazy Rich Asians Is a Breakthrough in Representation. But It’s Also Simply Great Fun. TIME. <https://time.com/5368281/crazy-rich-asians-review/>
- Zaini, M., Kabupaten HST Kalimantan Selatan, B., & ULM Banjarmasin, F. (2018). Respon Guru Terhadap Pertanyaan Siswa Pada Pembelajaran Biologi di SMA. Jppms, 2(1). <http://journal.unesa.ac.id/index.php/jppms/>