

Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi
Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

**Representasi Konflik Ekonomi dalam Film Agak Laen: Analisis
Semiotika Roland Barthes**

DOI: <https://doi.org/10.32509/dinamika.v11i2.5976>

Mohammad Ardy Noor Azmi, Arif Ardy Wibowo*

Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta
Jl. Kapas No.9, Semaki, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta
55166

*Email Korespondensi: 2200030143@webmail.uad.ac.id

Abstract

The film Agak Laen (2024) achieved remarkable commercial success with 9.13 million viewers by blending humor with portrayals of unemployment, poverty, and socioeconomic inequality that mirror contemporary Indonesian realities. This study analyzes the representation of economic conflict and the underlying ideology embedded in the film's narrative using Roland Barthes' semiotic approach. Employing a qualitative descriptive method, data were collected through documentation, literature review, and scene observation. Analysis of seven representative scenes through Barthes' three levels of meaning—denotative, connotative, and mythical—reveals the coexistence of contradictory economic myths. The film simultaneously naturalizes structural inequality through the myths “every job is a blessing” and “entrepreneurship as a universal solution,” while critiquing contemporary economic exploitation through “viral equals success” and “entertainment is innocent.” The findings demonstrate that popular cinema operates as a contested ideological terrain that both reproduces and challenges structural inequality. Practically, this study underscores the importance of critical media literacy and the potential of cinema as a pedagogical medium for fostering reflective and transformative understanding of economic realities.

Keywords: Representation; Economic Conflict; Indonesian Film; Roland Barthes' Semiotics; Agak Laen

Abstrak

Film *Agak Laen* (2024) meraih kesuksesan luar biasa dengan 9,13 juta penonton melalui narasi yang memadukan humor dengan realitas sosial seperti pengangguran, kemiskinan, dan ketimpangan ekonomi. Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi konflik ekonomi dan ideologi di balik konstruksi naratif film tersebut menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Metode penelitian bersifat kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi, studi literatur, dan observasi terhadap adegan film. Analisis terhadap tujuh adegan kunci menggunakan tiga tingkat makna Barthes—denotatif, konotatif, dan mitos—menunjukkan munculnya kontradiksi ideologis. Film ini menegaskan bahwa ketidakadilan struktural melalui mitos “setiap pekerjaan adalah berkah” dan “wirausaha sebagai solusi universal”, namun secara bersamaan mengkritik eksplorasi ekonomi digital dengan mitos “viral equals success” dan “entertainment is innocent”. Temuan menegaskan bahwa film populer berfungsi sebagai ruang kontestasi ideologi ekonomi yang secara simultan mereproduksi dan menantang ketimpangan struktural. Secara praktis, penelitian ini menyoroti pentingnya literasi media kritis dan potensi

sinema sebagai sarana edukatif dalam memahami realitas ekonomi kontemporer secara reflektif dan transformatif.

Kata Kunci: Representasi; Konflik Ekonomi; Film Indonesia; Semiotika Roland Barthes; Agak Laen

Pendahuluan

Film "Agak Laen" (2024) telah menjadi fenomena dalam perfilman Indonesia dengan meraih lebih dari 9,13 juta penonton dan menjadi film komedi terlaris ketiga sepanjang masa di Indonesia (Variety, 2024). Kesuksesan komersial yang luar biasa ini tidak hanya menunjukkan daya tarik sebagai hiburan semata, tetapi juga mencerminkan resonansi sosial yang mendalam dengan realitas kehidupan masyarakat Indonesia kontemporer. Film ini menyajikan potret yang kompleks tentang berbagai jenis pengangguran yang mengakar dalam struktur ekonomi Indonesia, termasuk pengangguran struktural, frictional unemployment, dan open unemployment yang telah menjadi masalah serius dalam pembangunan nasional (Statistik, 2023).

Dalam konteks ekonomi Indonesia, isu pengangguran dan kemiskinan masih menjadi tantangan utama yang memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak. Data menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka di Indonesia masih mencapai 5,32% pada Februari 2023, dengan angka pengangguran terdidik yang cenderung meningkat (BPS, 2024). Kondisi ini menciptakan paradoks dimana lulusan SMA mengalami kesulitan dalam melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi akibat keterbatasan ekonomi keluarga, sementara lulusan sarjana justru menghadapi kesulitan dalam memperoleh pekerjaan yang layak karena berbagai faktor struktural seperti nepotisme, korupsi, dan praktik pungli yang masih mengakar dalam sistem ketenagakerjaan Indonesia (Pratama & Sari, 2023). Kondisi sistemik ini pada akhirnya menciptakan lingkaran setan kemiskinan yang tergambar dalam narasi film "Agak Laen".

Dalam konteks representasi media, film sebagai medium kultural memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi publik tentang isu-isu ekonomi dan sosial (Setiawan & Yoedtadi, 2025). "Agak Laen" tidak hanya memberikan hiburan yang mengundang tawa, tetapi juga berperan sebagai sarana kritik sosial terhadap realitas ekonomi masyarakat Indonesia. Film ini mampu menyajikan kompleksitas isu ekonomi melalui alur cerita yang ringan dan mudah dipahami berbagai kalangan, tanpa mengesampingkan aspek hiburannya (Ubaidillah & Patriansah, 2024). Sehingga peneliti tertarik untuk menganalisisnya menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes.

Analisis Semiotika Roland Barthes adalah model semiotika dengan tiga level analisis yang saling terkait yaitu; denotatif, konotatif, dan mitos. Semiotika Barthes dipilih karena kemampuannya mengungkap ideologi dan mitos yang tersembunyi di balik representasi media, yang krusial untuk menganalisis bagaimana ketimpangan ekonomi dinormalisasi dalam konstruksi budaya populer dan bagaimana sistem ekonomi yang tidak adil dilegitimasi melalui naturalisasi dalam media massa. Keunggulan pendekatan Barthes terletak pada kemampuannya membongkar proses bagaimana realitas sosial-ekonomi yang sebenarnya merupakan konstruksi historis disajikan sebagai sesuatu yang alamiah dan tak terhindarkan, sehingga ketimpangan struktural tampak sebagai bagian dari tatanan natural yang tidak perlu dipertanyakan. Dalam analisis kelas sosial dan ekonomi, semiotika Barthes memberikan framework yang komprehensif untuk mengungkap bagaimana kelas-kelas sosial dan masalah ekonomi direpresentasikan dalam berbagai medium, termasuk film (Barthes, 1977).

Menurut (Wati & Achiriah, 2024) denotasi merupakan level makna yang paling dasar dalam sistem semiotika, dimana tanda dan objek memiliki hubungan yang eksplisit

dan dapat diverifikasi secara empiris.

Konotasi mengacu pada makna budaya, emosional, dan ideologis yang terkandung dalam tanda, yang memerlukan pemahaman tentang konteks sosial budaya untuk dapat diinterpretasikan dengan tepat (Nahda et al., 2024).

Mitos, menurut (Barthes, 1972) merupakan sistem komunikasi yang mentransformasi sejarah menjadi alam, sehingga kondisi sosial yang sebenarnya merupakan konstruksi historis tampak sebagai sesuatu yang natural dan tidak dapat diubah. Dalam konteks analisis ekonomi, mitos berfungsi sebagai mekanisme ideologis yang menormalisasi ketimpangan dan ketidakadilan ekonomi dengan cara menyajikannya sebagai bagian dari tatanan alamiah yang tidak perlu dipertanyakan (Kevinia et al., 2022).

Mitos tidak bekerja secara independen, melainkan melalui proses naturalisasi yang kompleks. Sebagaimana dijelaskan Barthes, "*myth does not deny things, on the contrary, its function is to talk about them; simply, it purifies them, it makes them innocent, it gives them a natural and eternal justification*" (Barthes, 1972). Dalam konteks representasi ekonomi, mitos beroperasi dengan cara mengubah masalah struktural menjadi masalah individual, mengalihkan fokus dari ketidakadilan sistemik ke kegagalan personal, dan menormalisasi kondisi ketimpangan sebagai bagian dari kompetisi alamiah dalam masyarakat (Prasetya, 2022).

Mitos ekonomi yang sering dikonstruksi dalam media meliputi individualisasi kemiskinan (kemiskinan sebagai hasil pilihan personal), romantisasi perjuangan ekonomi (kemiskinan sebagai katalisator karakter), dan naturalisasi ketimpangan (kesenjangan ekonomi sebagai hasil kompetisi yang fair) (Sari & Achiriah, 2024).

Film "Agak Laen" telah di teliti menjadi bahan kajian dari berbagai sudut pandang. Penelitian yang dilakukan oleh (Kusmawan et al., 2024). mengeksplorasi representasi persahabatan dalam film ini melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, yang memberikan wawasan mengenai cara hubungan antarpersonal dibentuk dalam alur naratif. Penelitian ini fokus pada representasi persahabatan dalam film "Agak Laen", yaitu bagaimana hubungan antar tokoh dalam film tersebut digambarkan. Hal ini bisa dilihat dari tindakan, dialog, dan simbol-simbol yang muncul dalam film.

Penelitian kedua dilakukan oleh (Ubaidillah & Patriansah, 2024) yang mengkaji dimensi kritik sosial dalam "Agak Laen" melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Penelitian ini mengkaji tentang Analisis denotatif dengan menguraikan makna literal dari tandatanda dalam film, seperti adegan pertemuan di pasar malam yang penuh dengan kekacauan komedi dan karakter utama yang mengalami situasi lucu dan absurd. Analisis konotatif mendalamai makna budaya dan sosial yang lebih dalam dari tanda-tanda tersebut, seperti bagaimana humor yang dihasilkan dari interaksi antar karakter mencerminkan atau mengkritik norma-norma sosial.

Penelitian ketiga dilakukan oleh (Febriyani & Dwiningtyas Sulistyani, 2024), menggunakan teori analisis John Fiske. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana posisi film terkait dengan ableism yang merupakan diskriminasi kepada penyandang disabilitas dalam film serta memahami ideologi yang ingin disampaikan lewat adegan yang berkaitan dengan karakter penyandang disabilitas.

Penelitian keempat dilakukan oleh (Ramadhan et al., 2025) menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk membedah bagaimana narasi film membangun simbolisasi terhadap isu diskriminasi terhadap penyandang disabilitas. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan metode deskriptif-kualitatif untuk mengungkap bagaimana representasi diskriminasi disabilitas dalam film ini.

Berdasarkan tinjauan tersebut belum ada kajian yang menyoroti representasi konflik ekonomi, sehingga penelitian ini bertujuan menganalisis representasi konflik ekonomi dalam film "Agak Laen" dengan menggunakan semiotika Roland Barthes. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian representasi ekonomi di sinema Indonesia serta memperkaya penerapan semiotika Barthes pada media populer.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif yang memandang realitas sebagai konstruksi sosial yang dapat dipahami melalui interpretasi makna yang mendalam. Paradigma konstruktivis, sebagaimana dikemukakan oleh (Berger & Luckmann, 1966), menekankan bahwa realitas sosial merupakan hasil konstruksi yang melibatkan proses interpretasi yang kompleks. Dalam konteks penelitian ini, paradigma konstruktivis memungkinkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana representasi konflik ekonomi dikonstruksi dalam film "Agak Laen" melalui berbagai elemen sinematik dan naratif.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis semiotika Roland Barthes yang memberikan framework sistematis untuk menganalisis makna dalam teks media. Metodologi semiotika Barthes menggunakan dua aspek fundamental yaitu petanda (signified) dan penanda untuk mencari makna tanda dari setiap scene dalam film secara komprehensif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mengacu pada teori semiotika Barthes yang memungkinkan analisis yang mendalam terhadap makna denotatif, konotatif, dan mitologis dalam representasi konflik ekonomi (Barthes, 1977).

Rancangan penelitian ini disusun secara sistematis dengan 4 tahap untuk mencapai tujuan analisis representasi konflik ekonomi dalam film "Agak Laen".

Tabel 1. Rancangan Penelitian

Tahap	Aktivitas	Output
Tahap 1: Persiapan	Menonton film "Agak Laen" secara menyeluruhan	Pemahaman naratif keseluruhan
	Identifikasi tema konflik ekonomi	Daftar tema ekonomi dalam film
Tahap 2: Pengumpulan Data	Dokumentasi scene relevan	Capturing 7 scene representatif
	Studi literatur teori dan penelitian terdahulu	Kerangka teoretis
	Observasi detail elemen visual dan audio	Catatan observasi
Tahap 3: Analisis Data	Analisis denotatif	Makna literal tanda
	Analisis konotatif	Makna budaya dan emosional
	Analisis mitos	Ideologi tersembunyi
Tahap 4: Interpretasi	Triangulasi temuan	Pola representasi konflik ekonomi
	Komparasi dengan teori dan penelitian terdahulu	Kontribusi teoretis

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik utama yang saling melengkapi. Pertama, dokumentasi yang menggunakan film "Agak Laen" sebagai sumber data primer, dengan melakukan capturing terhadap scene-scene yang relevan dengan representasi konflik ekonomi. Kedua, studi literatur yang dilakukan dengan mengkaji secara komprehensif penelitian terdahulu dan teori yang relevan untuk memberikan landasan teoretis yang kuat (Nahda et al., 2024). Ketiga, observasi yang dilakukan dengan mengamati secara detail dan sistematis scene-scene yang merepresentasikan konflik ekonomi, termasuk aspek visual, audio, dan naratif yang terkandung dalam setiap scene.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan yang sistematis sesuai dengan framework semiotika Roland Barthes. Tahap pertama adalah analisis denotatif yang dilakukan dengan mengidentifikasi makna literal dari tanda-tanda visual dan audio yang terdapat dalam setiap scene. Tahap kedua adalah analisis konotatif yang dilakukan dengan mengungkap makna budaya dan emosional yang terkandung dalam representasi, yang memerlukan pemahaman tentang konteks sosial budaya Indonesia. Tahap ketiga adalah analisis mitos yang dilakukan dengan memahami sistem nilai dan ideologi yang dinaturalisasi dalam representasi konflik ekonomi, sehingga dapat diungkap bagaimana film ini mengkonstruksi pemahaman tentang masalah ekonomi (Kevinia et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih scene-scene yang secara spesifik dan eksplisit merepresentasikan konflik ekonomi dalam film "Agak Laen". Kriteria pemilihan scene yang digunakan meliputi beberapa aspek penting. Pertama, adanya visual yang secara langsung menggambarkan masalah ekonomi yang dialami oleh karakter. Kedua, representasi interaksi antar karakter dalam konteks ekonomi yang menunjukkan dinamika sosial yang terkait dengan masalah ekonomi. Ketiga, simbolisme visual yang berkaitan dengan status ekonomi dan kondisi sosial yang dapat dianalisis secara semiotic (Wati & Achiriah, 2024).

Tabel 2. Alur Analisis Scene

Kode Scene	Kriteria Pemilihan	Tingkat Analisis
Gambar 1	Visualisasi pekerjaan informal	Denotasi: Posisi fisik di hot seat Denotasi: Posisi fisik di hot seat Konotasi: Pengangguran terselubung Mitos: "Setiap pekerjaan adalah berkah"
Gambar 2	Representasi usaha mandiri	Denotasi: Rumah hantu sepi Konotasi: Entrepreneurship terpaksa Mitos: "Wirausaha solusi pengangguran"
Gambar 3	Konflik hutang dan perjudian	Denotasi: Dikejar penghutang Konotasi: Lingkaran setan kemiskinan Mitos: Individualisasi kemiskinan
Gambar 4	Stigma mantan narapidana	Denotasi: Kesulitan mencari kerja Konotasi: Double burden ekonomi-sosial Mitos: "Kesempatan kedua"
Gambar 5	Tekanan biaya pernikahan	Denotasi: Ritual adat mahal Konotasi: Ekspektasi sosial vs realitas ekonomi Mitos: "Kemewahan = status sosial"
Gambar 6	Transformasi melalui viral	Denotasi: Perubahan jumlah pengunjung Konotasi: Ekonomi berbasis perhatian Mitos: "Viral equals success"
Gambar 7	Korban serangan jantung	Denotasi: Insiden medis di wahana Konotasi: Komodifikasi ketakutan

Kode Scene	Kriteria Pemilihan	Tingkat Analisis
Mitos: "Entertainment is innocent"		

Hasil dan Pembahasan

Tabel 3. Ringkasan Scene yang Dianalisis

No	Kode Adegan	Deskripsi Singkat Adegan	Konteks Ekonomi yang Direpresentasikan
1	1	Oki bekerja di "hot seat" pasar malam	Pengangguran terselubung
2	2	Pengelolaan rumah hantu yang sepi pengunjung	Entrepreneurship terpaksa
3	3	Jegel dikejar penghutang karena berjudi	Kemiskinan dan perjudian
4	4	Oki sebagai mantan narapidana kesulitan memperoleh pekerjaan	Stigma terhadap mantan narapidana
5	5	Bene tertekan biaya pernikahan adat Batak	Tekanan ekonomi dalam pernikahan
6	6	Transformasi rumah hantu hingga menjadi viral	Ekonomi berbasis viral/tren
7	7	Korban serangan jantung di rumah hantu	Eksplorasi ketakutan sebagai komoditas ekonomi

Representasi Konflik Ekonomi Struktural



Gambar 1. Representasi Pengangguran Terselubung
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Dalam analisis denotatif, scene ini menunjukkan Oki yang duduk di "hot seat" sebuah permainan yang digantung di tiang pada setting pasar malam yang ramai namun sepi pengunjung. Visual yang disajikan memperlihatkan seorang pemuda yang bekerja di sektor informal dengan upah yang tidak menentu dan sangat bergantung pada jumlah pengunjung yang datang. Setting pasar malam dengan pencahayaan yang redup dan atmosfer yang tidak glamor memperkuat representasi kondisi ekonomi yang tidak stabil (Permana et al., 2020).

Dalam analisis konotatif, adegan ini merepresentasikan pengangguran terselubung melalui beberapa mekanisme visual dan naratif yang mencerminkan kondisi ekonomi Indonesia kontemporer. Film menggunakan latar pasar malam sebagai metafora sektor informal yang menjadi "safety net" bagi angkatan kerja Indonesia yang tidak terserap di sektor formal. Posisi Oki di "hot seat" merepresentasikan kondisi precarious work yang dialami 60% pekerja Indonesia yang berada di sektor informal menurut data BPS (2024).

Ketidakpastian pendapatan yang dialami Oki mencerminkan karakteristik fundamental ekonomi Indonesia yang didominasi oleh sektor informal dengan produktivitas rendah. Kondisi ini terjadi karena struktur ekonomi Indonesia yang masih

berbasis komoditas dan belum mampu menciptakan industrialisasi yang menyerap tenaga kerja terdidik secara optimal. Ekspresi keresahan Oki mengrepresentasikan dampak psikologis dari "skills mismatch", yaitu kondisi 8,5 juta lulusan perguruan tinggi Indonesia yang bekerja di bawah kualifikasi mereka.

Fenomena ini menjadi masalah struktural karena model pembangunan ekonomi Indonesia yang growth-oriented namun tidak employment-intensive. Investasi masuk ke sektor padat modal seperti pertambangan dan manufaktur otomatis, sementara sektor padat karya seperti industri kreatif dan jasa berbasis pengetahuan belum berkembang optimal. Praktik nepotisme dan korupsi dalam rekrutmen yang mencapai 40% dari total rekrutmen di sektor formal menurut survei Indonesia Corruption Watch (2023) semakin mempersempit akses kesempatan yang setara. Kondisi ini memaksa lulusan terdidik masuk ke sektor informal sebagai satu-satunya alternatif bertahan hidup secara ekonomi.

Pada level mitos, adegan ini mencerminkan bagaimana gagasan "setiap pekerjaan adalah berkah" telah dinaturalisasi dalam budaya Indonesia, terutama di masyarakat yang religius. Menurut (Barthes, 1972), mitos adalah bentuk wacana yang mengubah realitas sosial-historis menjadi sesuatu yang dianggap alamiah dan tidak perlu dipertanyakan. Dalam konteks ini, keyakinan bahwa menerima pekerjaan apapun adalah bentuk rasa syukur berfungsi sebagai mekanisme ideologis yang menutupi ketidakadilan struktural dalam distribusi kesempatan kerja.

Mitos ini bekerja dengan cara menormalisasi eksplorasi tenaga kerja dan mengalihkan perhatian dari kegagalan sistem ekonomi dalam menciptakan lapangan kerja yang layak. Temuan ini sejalan dengan konsep Barthes tentang naturalisasi, di mana kondisi historis-sosial disajikan sebagai kondisi alamiah yang tak terhindarkan.

Berbeda dengan penelitian Prasetya (2022) yang menganalisis representasi kelas sosial dalam film Gundala dengan fokus pada dikotomi hero-villain, studi ini mengungkap dimensi yang lebih kompleks yaitu bagaimana sistem ekonomi menciptakan pengangguran terselubung sebagai mekanisme struktural. Penelitian ini juga memperluas temuan Ubaidillah & Patriansah (2024) yang mengidentifikasi kritik sosial secara umum, dengan secara spesifik membongkar mitos ekonomi yang beroperasi pada level ideologis.



Gambar 2. Representasi Entrepreneurship Terpaksa
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Denotasi dari scene ini menunjukkan beberapa karakter utama yang mengelola wahana rumah hantu di pasar malam yang sepi pengunjung. Rumah hantu yang dikelola dengan modal terbatas dan fasilitas seadanya, selalu sepi pengunjung dan tidak mampu menghasilkan keuntungan yang memadai. Visual yang disajikan menunjukkan kondisi usaha yang tidak profesional dengan properti yang tidak memadai dan sistem operasional yang tidak efisien.

Konotasi dari scene ini mengungkap bagaimana entrepreneurship dalam konteks ini bukanlah pilihan strategis melainkan solusi darurat terhadap kegagalan sistem ekonomi Indonesia dalam menyediakan lapangan kerja yang memadai. Dalam konteks dimana lapangan kerja tidak tersedia atau tidak sesuai dengan skill yang dimiliki tenaga

kerja, banyak individu yang terpaksa menciptakan lapangan kerja sendiri meski dengan modal, skill, dan pengalaman yang terbatas (Anindya & Indriastuti, 2023). Indonesia menghadapi fenomena "jobless growth" dimana pertumbuhan ekonomi 5% annually tidak diikuti dengan penciptaan lapangan kerja yang proporsional, dengan sektor formal hanya mampu menyerap 38% dari total angkatan kerja dan memaksa sisanya masuk ke sektor informal dan entrepreneurship paksa. Rumah hantu yang sepi pengunjung dan tidak menguntungkan merefleksikan kondisi 64% UMKM Indonesia yang beroperasi dengan profit margin di bawah 10% dan rentan bangkrut dalam 2 tahun pertama, sementara ketidakprofesionalan operasional yang ditampilkan mengrepresentasikan keterbatasan akses terhadap pendidikan bisnis, permodalan, dan teknologi yang dialami 95% pelaku UMKM Indonesia. Fenomena ini secara spesifik terjadi karena struktur ekonomi Indonesia yang dual - sektor modern yang padat modal namun employment elasticity rendah, dan sektor tradisional yang padat karya namun produktivitas rendah. Entrepreneurship menjadi "solusi palsu" karena kebijakan pemerintah yang mempromosikannya sebagai jawaban pengangguran justru mengalihkan tanggung jawab negara dalam menyediakan lapangan kerja formal kepada individu, tanpa menyediakan ekosistem pendukung yang memadai seperti akses permodalan, pendampingan bisnis, dan pasar yang terjamin, yang diperburuk oleh dominasi konglomerat yang menguasai 60% market share di berbagai sektor dan membatasi ruang gerak UMKM untuk berkompetisi secara sehat.

Mitos yang dikonstruksi dalam scene ini adalah "wirausaha sebagai solusi pengangguran" yang banyak diangkat dalam kebijakan dan media di Indonesia. (Barthes, 1972) menjelaskan bahwa mitos bekerja dengan meminjam tanda-tanda yang sudah ada dan memberi makna baru yang menormalkan kondisi sosial tertentu. Dalam hal ini, entrepreneurship dipromosikan sebagai jawaban universal terhadap pengangguran, seolah menjadi jalan keluar yang dapat diakses semua orang tanpa mempertimbangkan hambatan struktural seperti keterbatasan modal, pendidikan, dan jaringan usaha. Padahal, sebagaimana diingatkan oleh (F. E. Putri & Silvianita, 2024) wacana ini merefleksikan ideologi neoliberalisme yang menekankan tanggung jawab individu sambil mengabaikan hambatan struktural seperti keterbatasan modal, pendidikan, dan jaringan usaha. Dengan demikian, mitos ini tidak hanya mengalihkan perhatian dari kegagalan sistem dalam menyediakan lapangan kerja layak, tetapi juga memperkuat legitimasi terhadap ketimpangan ekonomi yang sudah ada.

Temuan ini memperdalam analisis Anindya & Indriastuti (2023) tentang viral marketing dengan mengungkap konteks ekonomi politik yang lebih luas, yaitu bagaimana entrepreneurship dipromosikan sebagai ideologi untuk mengalihkan kegagalan struktural sistem ketenagakerjaan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang melihat entrepreneurship sebagai solusi, studi ini mengkritisi bagaimana wacana entrepreneurship justru melegitimasi ketimpangan struktural.

Representasi Konflik Ekonomi Individual



Gambar 3. Representasi Kemiskinan dan Perjudian
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Denotasi dari representasi karakter Jegel menunjukkan sosok yang digambarkan sebagai penjudi yang tengah dikejar-kejar oleh penghutang dan terlilit oleh hutang yang semakin menumpuk. Visualisasi karakternya menunjukkan seseorang yang selalu dalam tekanan dan ketakutan, dengan penampilan yang menunjukkan kondisi ekonomi yang sulit dan tidak stabil.

Analisis konotatif mengungkap bahwa karakter Jegel merepresentasikan lingkaran setan kemiskinan yang secara sistemik diproduksi oleh struktur ekonomi Indonesia yang timpang. Masalah sosial seperti perjudian memang cukup menjadi momok di berbagai daerah di Indonesia, yang semakin kompleks dengan merebaknya judi online di kalangan masyarakat (Syah & Salim, 2024).

Perjudian menjadi respons terhadap kemiskinan karena keterbatasan akses terhadap saluran mobilitas sosial yang sah dalam masyarakat Indonesia, di mana jalur formal seperti pendidikan berkualitas, akses permodalan usaha, dan jaringan profesional tertutup bagi kelas bawah sehingga perjudian menjadi satu-satunya peluang yang dipersepsi untuk "pelarian cepat" dari kemiskinan.

Data Otoritas Jasa Keuangan (2023) menunjukkan bahwa 60% masyarakat Indonesia dengan pendapatan di bawah UMR tidak memiliki akses terhadap layanan perbankan dan investasi formal, menciptakan eksklusi finansial yang mendorong masyarakat mencari alternatif investasi berisiko tinggi termasuk perjudian, sementara tekanan psikologis yang dialami Jegel mengrepresentasikan kondisi 28,5 juta rakyat Indonesia yang hidup di bawah garis kemiskinan dan mengalami stres kronis karena ketidakpastian ekonomi.

Lingkaran setan ini sulit diputus karena struktur ekonomi Indonesia yang oligarkis—di mana 1% populasi teratas menguasai 46,6% total kekayaan nasional—menciptakan struktur peluang yang terbatas bagi kelas bawah, dengan sistem pendidikan yang bias kelas menengah-atas, keterbatasan akses kredit mikro (hanya 20% UMKM yang dapat dibiayai bank), dan lemahnya jaring pengaman sosial yang membuat mekanisme pelarian yang sehat menjadi tidak dapat diakses bagi mayoritas rakyat, sehingga perjudian, meskipun destruktif menjadi satu-satunya bentuk "investasi" yang tampak dapat diakses bagi mereka yang tereksklusi dari sistem finansial formal.

Mitos yang dibangun melalui representasi karakter Jegel adalah bahwa kemiskinan merupakan akibat dari perilaku individual yang buruk dan tidak bertanggung jawab. Menurut (Barthes, 1972), mitos bekerja dengan mengalihkan perhatian dari akar permasalahan struktural menuju penjelasan yang bersifat personal atau moral, sehingga kondisi sosial-historis tampak alamiah. Dalam konteks ini, kemiskinan digambarkan sebagai hasil pilihan hidup, seperti berjudi atau mengelola uang secara buruk yang seolah-olah sepenuhnya berada dalam kendali individu.

Pandangan ini sejalan dengan apa yang disebut sebagai *individualizing ideology*, yang memisahkan kemiskinan dari faktor-faktor struktural seperti distribusi sumber daya yang timpang, keterbatasan akses terhadap pendidikan, dan diskriminasi sosial-ekonomi (Erwin et al., 2024). Akibatnya, mitos ini dapat menutupi peran sistem ekonomi yang tidak adil dan melemahkan dorongan untuk melakukan perubahan struktural.

Temuan ini mengkritisi individualisasi kemiskinan yang tidak dibahas secara mendalam dalam penelitian Kusmawan et al. (2024) tentang persahabatan. Studi ini mengungkap bahwa representasi Jegel bukan sekadar karakter komedi, melainkan kritik terhadap eksklusi finansial sistemik yang memaksa kelas bawah mencari alternatif ekonomi ilegal atau berisiko tinggi.



Gambar 4. Representasi Stigma Mantan Narapidana
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Denotasi dari karakter Oki menunjukkan seseorang yang merupakan mantan narapidana yang masih kesulitan mencari pekerjaan yang layak, sementara kondisi sang ibu yang sedang sakit membutuhkan biaya pengobatan yang tidak sedikit. Visual yang disajikan menunjukkan dilema antara kebutuhan ekonomi yang mendesak dengan keterbatasan akses terhadap kesempatan kerja yang layak.

Konotasi dari karakter Oki merepresentasikan double burden yang dialami oleh mantan narapidana di Indonesia, yaitu stigma sosial yang melekat dan keterbatasan akses terhadap peluang ekonomi yang layak. Stigma terhadap mantan narapidana dalam masyarakat Indonesia masih sangat kuat dan berdampak pada kesulitan mereka untuk mendapatkan pekerjaan ketika kembali ke tengah masyarakat (Wibisono & Sari, 2021). Kondisi ini diperburuk dengan tanggung jawab untuk membiayai keluarga, khususnya biaya pengobatan yang semakin mahal, yang menciptakan tekanan ekonomi yang sangat berat.

Mitos yang dikonstruksi melalui representasi karakter Oki adalah bahwa mantan narapidana layak mendapat kesempatan kedua untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi masyarakat. (Barthes, 1972) menegaskan bahwa mitos dapat berfungsi ganda: di satu sisi memberikan harapan atau legitimasi moral, namun di sisi lain menutupi realitas struktural yang menghambat pemenuhan harapan tersebut. Dalam hal ini, mitos "kesempatan kedua" menampilkan masyarakat sebagai ruang inklusif, padahal, sebagaimana dicatat oleh penelitian terbaru tentang reintegrasi sosial (Majid, 2020), stigma sosial dan minimnya dukungan kebijakan reintegrasi membuat mantan narapidana kerap terjebak dalam lingkaran kemiskinan. Dengan demikian, mitos ini bekerja secara ambivalen, memberi kesan bahwa inklusi sosial-ekonomi adalah prinsip yang dijunjung, namun sekaligus menormalisasi kondisi ketika inklusi tersebut tidak benar-benar diwujudkan dalam kebijakan dan praktik sosial.

Berbeda dengan penelitian Ramadhan et al. (2025) yang fokus pada diskriminasi disabilitas, studi ini mengungkap bentuk diskriminasi ekonomi lain yaitu stigmatisasi mantan narapidana yang menciptakan hambatan struktural dalam akses ketenagakerjaan. Temuan ini memperluas pemahaman tentang berbagai bentuk eksklusi ekonomi yang beroperasi dalam masyarakat Indonesia.



Gambar 5. Representasi Tekanan Ekonomi dalam Pernikahan
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Denotasi dari konflik yang dialami karakter Bene menunjukkan permasalahan pernikahan yang terkait dengan tradisi pernikahan suku Batak yang membutuhkan biaya yang sangat besar, dengan beban jumlah tamu undangan yang membludak dan berbagai ritual adat yang memerlukan pengeluaran yang signifikan. Visual yang disajikan menunjukkan tekanan yang dialami oleh pasangan muda yang harus memenuhi ekspektasi sosial dan budaya yang tinggi.

Konotasi dari representasi ini menunjukkan bahwa pernikahan dalam tradisi Batak seringkali menjadi ajang kompetisi sosial dan demonstrasi status ekonomi keluarga. Pernikahan yang mewah dan meriah menjadi simbolisasi kesuksesan dan prestise suatu keluarga dalam masyarakat, sehingga keluarga seringkali terpaksa mengeluarkan biaya yang sangat besar bahkan hingga berhutang untuk memenuhi ekspektasi sosial tersebut. Fenomena ini menunjukkan bagaimana ekspektasi budaya dapat menjadi mekanisme yang melanggengkan ketimpangan, di mana keluarga dengan ekonomi terbatas harus mengorbankan stabilitas finansial untuk memenuhi ekspektasi sosial, kondisi yang diperburuk oleh tekanan sosial yang membuat penyimpangan dari tradisi dianggap sebagai pengkhianatan budaya atau kegagalan sosial. Akibatnya, pernikahan yang seharusnya menjadi perayaan cinta berubah menjadi demonstrasi kemampuan ekonomi, menciptakan dilema antara mempertahankan nilai-nilai tradisional dengan kebutuhan praktis kehidupan modern yang semakin menantang kemampuan finansial keluarga muda Indonesia (Gunawan, 2022).

yang dibangun melalui scene ini adalah bahwa pernikahan yang mewah dan meriah merupakan indikator kesuksesan dan status sosial yang tinggi. Menurut (Barthes, 1972), mitos beroperasi dengan menormalkan Mitos konstruksi sosial-historis menjadi sesuatu yang dianggap alamiah. Dalam konteks ini, kemewahan pernikahan dipersepsikan sebagai keharusan budaya yang melekat pada kehormatan dan prestise keluarga. Penelitian terkini menunjukkan bahwa mitos semacam ini sering kali menjadi instrumen ideologis untuk mempertahankan sistem nilai konsumtif, di mana keberhasilan diukur dari kemampuan mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Manek, 2024). Temuan menunjukkan bahwa tradisi pernikahan adat tertentu dapat membebani ekonomi keluarga secara signifikan. Akibatnya, mitos ini tidak hanya memicu konsumerisme berlebihan, tetapi juga mendorong keluarga mengalokasikan sumber daya secara tidak proporsional demi memenuhi ekspektasi sosial, tanpa mempertimbangkan dampak ekonomi jangka Panjang.

Temuan ini melengkapi penelitian Manek (2024) tentang viral marketing dengan mengungkap dimensi tekanan ekonomi yang berasal dari ekspektasi budaya tradisional. Studi ini menunjukkan bahwa ketimpangan ekonomi tidak hanya diproduksi oleh sistem ekonomi modern, tetapi juga dilanggengkan oleh praktik budaya yang menuntut konsumsi berlebihan sebagai simbol status sosial.

Representasi Konflik Ekonomi Sistemik



Gambar 6. Transformasi Rumah Hantu: Representasi Ekonomi Viral

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Denotasi dari scene ini menunjukkan transformasi rumah hantu yang semula sepi menjadi semakin menarik setelah direnovasi dan mulai viral di media sosial. Visual yang disajikan menunjukkan perubahan yang drastis dari kondisi sepi pengunjung menjadi ramai dengan antrian yang panjang, yang terjadi dalam waktu yang relatif singkat.

Konotasi dari scene ini merepresentasikan fenomena perubahan fundamental dalam logika ekonomi dari ekonomi berbasis produksi menuju ekonomi berbasis perhatian, di mana kesuksesan dalam konteks ini tidak lagi ditentukan oleh kualitas produk atau efisiensi operasional, melainkan oleh kemampuan menciptakan konten viral dan mempertahankan perhatian publik. Transformasi rumah hantu dari sepi menjadi ramai menggambarkan karakteristik ekonomi digital kontemporer yang sangat mudah berubah dan tidak dapat diprediksi, di mana viralitas menjadi mata uang baru yang dapat mengubah nasib dalam waktu singkat namun sekaligus menciptakan ketergantungan pada faktor-faktor yang tidak dapat dikontrol seperti algoritma platform, siklus tren, dan minat publik yang mudah berubah. Kondisi ini mencerminkan demokratisasi peluang sekaligus intensifikasi ketidakpastian dalam lanskap ekonomi (F. E. Putri & Silvianita, 2024), menunjukkan bagaimana ekonomi digital modern menawarkan akses yang lebih luas terhadap kesempatan ekonomi namun dengan risiko volatilitas yang jauh lebih tinggi dibandingkan model ekonomi tradisional.

Mitos yang dikonstruksi melalui representasi ini adalah bahwa "viral equals success" yang menjadi ideologi dominan dalam ekonomi digital kontemporer. (Barthes, 1972) menjelaskan bahwa mitos bekerja dengan menaturalisasi fenomena sosial sehingga tampak sebagai kebenaran universal. Dalam konteks ini, keberhasilan yang diraih melalui viralitas media sosial dipersepsikan sebagai jalur cepat menuju kesuksesan, seolah dapat dicapai tanpa mempertimbangkan faktor-faktor fundamental seperti kualitas produk, keberlanjutan usaha (*sustainability*), atau stabilitas jangka panjang. Penelitian terbaru menegaskan bahwa ekonomi berbasis perhatian (*attention economy*) telah menggeser paradigma bisnis dari kualitas substansi ke kemampuan memicu keterlibatan audiens (Ardiansyah, 2023). Dengan demikian, mitos ini berpotensi mengaburkan risiko-risiko struktural di balik fenomena viral, termasuk ketergantungan pada tren sesaat dan kerentanan terhadap perubahan algoritma atau minat publik.

Temuan ini memperdalam analisis Ardiansyah (2023) tentang viral marketing dengan mengungkap konsekuensi ekonomi jangka panjang dari ketergantungan pada viralitas. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang melihat viral sebagai strategi pemasaran positif, studi ini mengkritisi bagaimana mitos "viral equals success" menciptakan ketidakstabilan ekonomi dan mengalihkan fokus dari pembangunan bisnis yang berkelanjutan.



Gambar 7. Korban Berpenyakit Jantung: Representasi Eksplorasi Ketakutan
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Denotasi dari scene ini menunjukkan seorang pria yang masuk ke wahana rumah hantu untuk bersembunyi dan mengalami serangan jantung saat terkejut melihat hantu. Visual yang disajikan menunjukkan kondisi darurat medis yang terjadi sebagai akibat dari wahana yang dirancang untuk menakuti pengunjung, dengan korban yang ternyata memiliki kondisi kesehatan yang tidak memungkinkan untuk mengalami tekanan psikologis yang tinggi.

Konotasi dari scene ini merepresentasikan sisi gelap industri hiburan yang memanfaatkan emosi dasar manusia untuk keuntungan ekonomi tanpa mempertimbangkan risiko dan konsekuensi yang mungkin timbul secara memadai, di mana korban yang ternyata adalah calon anggota legislatif yang dilaporkan hilang menunjukkan ironi bahwa korban merupakan bagian dari elite politik yang seharusnya memiliki akses terhadap layanan kesehatan dan sistem keamanan yang lebih baik. Adegan ini juga mengkritik komodifikasi ketakutan dalam industri hiburan kontemporer, di mana ketakutan dan nilai kejutan menjadi produk yang dapat diperjualbelikan dengan industri hiburan modern yang seringkali berlomba menciptakan pengalaman yang semakin ekstrem untuk menarik perhatian audiens tanpa mempertimbangkan risiko psikologis dan fisik yang mungkin timbul. Kondisi ini mencerminkan prioritas keuntungan di atas keselamatan yang menjadi ciri khas ekonomi neoliberal (A. Putri, 2024), menunjukkan bagaimana logika pasar yang mengutamakan profit maximization dapat mengabaikan aspek kemanusiaan dan tanggung jawab sosial dalam penyelenggaraan bisnis hiburan yang seharusnya memberikan kesenangan tanpa membahayakan konsumen.

Mitos yang dibangun melalui representasi ini adalah bahwa "entertainment is innocent" yang mempromosikan pandangan bahwa industri hiburan sebagai sektor yang netral, aman, dan semata-mata bertujuan memberikan kesenangan. (Barthes, 1972) menyatakan bahwa mitos bekerja dengan menghapus jejak sejarah atau konteks sosial suatu fenomena sehingga terlihat alamiah dan bebas dari pertanyaan kritis. Dalam konteks ini, hiburan dipersepsi sebagai ruang bebas risiko, padahal, industri hiburan kerap mengandung praktik eksploratif demi mengejar keuntungan ekonomi (Harto et al., 2021). Kasus dalam adegan ini memperlihatkan bahwa ketika aspek keselamatan dan kesehatan pengunjung diabaikan, hiburan dapat menimbulkan konsekuensi serius. Mitos ini, dengan demikian, menutupi fakta bahwa hiburan bukan hanya produk budaya, tetapi juga bagian

dari industri yang tunduk pada logika kapitalisme, di mana profit sering kali menggesampingkan kesejahteraan konsumen.

Temuan ini melengkapi penelitian Harto et al. (2021) tentang strategi pemasaran digital dengan mengungkap sisi gelap komodifikasi emosi dalam industri hiburan. Studi ini menunjukkan bahwa di balik kesuksesan viral marketing terdapat eksploitasi emosi dasar manusia yang berpotensi membahayakan konsumen, aspek yang diabaikan dalam penelitian pemasaran konvensional.

Kontribusi Teoritis Penelitian

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi konseptual yang membedakannya dari studi-studi sebelumnya.

Pertama, Penelitian ini mengungkap "ambivalensi mitologis" dalam representatif ekonomi di film populer. Berbeda dengan asumsi konvesional yang melihat media populer sebagai aparatus ideologis monolitik yang sekadar mereproduksi hegemoni kelas dominan, studi ini membuktikan bahwa film "Agak Laen" secara simultan memproduksi dan mendekonstruksi mitos ekonomi. Film ini tidak hanya melegitimasi ketimpangan melalui naturalisasi "setiap pekerjaan adalah berkah", tetapi juga mengkritisi eksploitasi ekonomi kontemporer seperti "viral equals success" dan "entertainment is innocent". Temuan ini menantang dikotomi sederhana antara teks resistensi hegemonik versus teks resistensi dalam kajian budaya.

Kedua, penelitian ini memperluas teori semiotika Barthes dengan mengidentifikasi mekanisme "kontradiksi produktif" dalam konstruksi mitos. Jika Barthes (1972) menekankan bagaimana mitos menaturalisasi sejarah menjadi alam, penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks media populer kontemporer, mitos dapat beroperasi secara kontradiktif dalam satu teks yang sama. Kontradiksi ini bukan kelemahan naratif, melainkan ruang kontestasi ideologis yang memungkinkan audiens untuk terlibat secara kritis dengan representasi ekonomi.

Ketiga, penelitian ini mengkonseptualisasi ulang fungsi film komedi sebagai "pedagogi tersembunyi" dalam pendidikan ekonomi publik. Berbeda dengan penelitian Kusmawan et al. (2024) yang fokus pada persahabatan atau Ubaidillah & Patriansah (2024) yang mengkaji kritik sosial secara umum, studi ini menunjukkan bahwa film komedi dapat menjadi medium yang lebih efektif dalam mengkomunikasikan isu ekonomi struktural dibandingkan pendidikan formal. Kemampuan film untuk mengemas kritik ekonomi kompleks dalam struktur naratif yang menarik secara emosional membuat pesan lebih mudah diakses dan dipahami oleh audiens luas.

Keempat, penelitian ini mengidentifikasi transformasi logika ekonomi dari production-based ke attention-based economy yang tercermin dalam representasi viral marketing. Temuan ini melengkapi penelitian Ardiansyah (2023) dan Putri & Silvianita (2024) dengan mengungkap konsekuensi sosial-ekonomi jangka panjang dari ketergantungan pada viralitas, termasuk intensifikasi ketidakpastian ekonomi dan demokratisasi peluang yang paradoksal.

Refleksi Perbedaan Konseptual

Secara konseptual, penelitian ini berbeda fundamental dengan kajian-kajian terdahulu tentang film "Agak Laen" dalam beberapa aspek kritis.

Pertama, berbeda dengan pendekatan Kusmawan et al. (2024) yang menggunakan semiotika Peirce untuk menganalisis persahabatan, penelitian ini mengadopsi perspektif ekonomi-politik yang menempatkan konflik ekonomi sebagai unit analisis utama. Jika Kusmawan et al. fokus pada relasi interpersonal dalam dimensi mikro, studi ini

mengungkap bagaimana relasi ekonomi struktural membentuk dinamika sosial dalam dimensi makro. Perbedaan epistemologis ini menghasilkan temuan yang kontras: sementara Kusmawan et al. menekankan solidaritas sebagai solusi individual, penelitian ini mengkritisi bagaimana solidaritas tanpa perubahan struktural justru dapat melanggengkan keimpangan.

Kedua, berbeda dengan Ubaidillah & Patriansah (2024) yang mengidentifikasi kritik sosial secara deskriptif, penelitian ini melangkah lebih jauh dengan membongkar mekanisme ideologis yang beroperasi di balik representasi. Jika Ubaidillah & Patriansah berhenti pada level konotasi (makna kultural), studi ini menembus hingga level mitos (ideologi tersembunyi) untuk mengungkap bagaimana film secara bersamaan melegitimasi dan mengkritisi ketimpangan ekonomi. Kontribusi teoretis utama terletak pada identifikasi "ambivalensi mitologis" yang menunjukkan kompleksitas operasi ideologi dalam budaya populer kontemporer.

Ketiga, berbeda dengan Febriyani & Dwiningtyas Sulistyani (2024) serta Ramadhan et al. (2025) yang fokus pada diskriminasi disabilitas, penelitian ini memperluas spektrum analisis ketimpangan dengan mengungkap bahwa eksklusi ekonomi beroperasi melalui berbagai mekanisme yang saling bersinggungan mulai dari stigmatisasi mantan narapidana, tekanan budaya dalam pernikahan, hingga eksploitasi dalam industri hiburan. Temuan ini menunjukkan bahwa ketimpangan ekonomi tidak dapat dipahami secara terpisah dari berbagai bentuk diskriminasi sosial lainnya, melainkan beroperasi dalam sistem yang interseksional.

Keempat, secara metodologis, penelitian ini mengintegrasikan analisis semiotik Barthes dengan data ekonomi makro (BPS, OJK, ICW) untuk mengkontekstualisasikan temuan dalam realitas struktural Indonesia. Jika penelitian sebelumnya cenderung menganalisis teks secara otonom, studi ini menghubungkan representasi sinematik dengan kondisi sosio-ekonomi aktual, sehingga menghasilkan interpretasi yang lebih kaya secara kontekstual. Pendekatan ini membuktikan bahwa analisis semiotik tidak harus a historis atau a sosiologis, melainkan dapat diperkaya dengan data empiris untuk menghasilkan kritik yang lebih tajam terhadap konstruksi ideologis dalam media.

Kelima, dari perspektif teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan konsep "contested terrain" dalam kajian budaya dengan menunjukkan bahwa film populer tidak sekadar mereproduksi ideologi dominan atau menawarkan resistensi, melainkan menjadi arena pertarungan ideologis yang ambigu. Temuan tentang konstruksi mitos yang kontradiktif di mana film secara bersamaan menormalisasi dan mengkritisi ketimpangan—menantang binarisme konvensional dalam cultural studies dan membuka ruang untuk memahami media populer sebagai situs negosiasi ideologis yang dinamis dan kompleks.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes terhadap representasi konflik ekonomi dalam film "Agak Laen", temuan paling signifikan adalah ditemukannya paradoks ideologis dalam konstruksi mitos ekonomi yang beroperasi secara simultan sebagai instrumen legitimasi dan resistensi terhadap ketimpangan struktural. Film ini tidak sekadar mereproduksi dominant discourse tentang ekonomi, melainkan menciptakan ruang kontestasi ideologis yang memungkinkan audiens untuk sekaligus menerima dan mempertanyakan naturalisasi kemiskinan dan pengangguran.

Temuan teoretis yang sukses dalam penelitian ini adalah identifikasi mekanisme "ambivalensi mitologis" di mana satu teks budaya dapat secara bersamaan memproduksi dan mendekonstruksi mitos ekonomi yang sama. Kondisi ini menunjukkan bahwa budaya

populer tidak beroperasi sebagai aparatus ideologis sederhana melainkan sebagai arena kontestasi di mana berbagai ideologi berkompetisi dan bernegosiasi. Temuan ini menantang asumsi konvensional dalam kajian budaya yang cenderung melihat media populer sebagai instrumen hegemoni yang relatif monolitik.

Implikasi teoretis yang transformatif terletak pada rekonsensualisasi fungsi media hiburan dalam pembentukan wacana ekonomi. Film "Agak Laen" membuktikan bahwa hiburan massa dapat berfungsi sebagai "pedagogi tersembunyi" yang lebih efektif daripada pendidikan ekonomi formal. Hal ini dimungkinkan karena kemampuannya mengemas kritik ekonomi kompleks dalam struktur naratif yang menarik secara kognitif.

Implikasi praktis yang paling mendesak adalah perlunya perubahan fundamental dalam pendidikan literasi media dari model konsumsi pasif menuju kerangka keterlibatan kritis. Temuan menunjukkan bahwa audiens perlu dibekali kemampuan untuk mendekripsi dan menganalisis kontradiksi mitologis dalam representasi ekonomi, bukan hanya mengidentifikasi bias atau propaganda yang eksplisit.

Implikasi kebijakan yang strategis adalah potensi pengintegrasian sinema populer sebagai alat komplementer dalam komunikasi kebijakan ekonomi. Dibandingkan dengan pendekatan top-down yang konvensional, film populer terbukti mampu memfasilitasi diskusi publik tentang isu ekonomi struktural dengan cara yang tidak defensif dan tidak konfrontatif, sehingga dapat menjadi medium yang efektif untuk sosialisasi kebijakan ekonomi yang sensitif secara politik.

Kontribusi utama dari penelitian ini terletak pada pembukaan jalur baru bagi kajian komunikasi ekonomi di Indonesia, sekaligus menghadirkan inovasi metodologis melalui penerapan analisis semiotik dalam mengkaji representasi ekonomi pada produk-produk budaya. Temuan ini memiliki potensi untuk diterapkan secara luas dalam menganalisis representasi ekonomi pada berbagai bentuk budaya populer lainnya, mulai dari konten media sosial hingga kampanye pemasaran yang viral.

Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui dan menjadi pertimbangan dalam interpretasi temuan. Pertama, analisis terbatas pada satu film tunggal ("Agak Laen") sehingga generalisasi temuan terhadap sinema Indonesia secara keseluruhan memerlukan kehati-hatian. Meskipun film ini meraih kesuksesan komersial luar biasa dengan 9,13 juta penonton, pola representasi konflik ekonomi yang ditemukan belum tentu konsisten dengan film-film Indonesia lainnya yang memiliki konteks produksi, target audiens, atau genre yang berbeda.

Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan analisis tekstual yang berfokus pada film sebagai artefak budaya, tanpa mengeksplorasi dimensi resensi audiens. Temuan tentang konstruksi mitos ekonomi yang kontradiktif belum diverifikasi dengan bagaimana audiens aktual menginterpretasikan dan memaknai representasi tersebut. Studi resensi audiens diperlukan untuk memahami apakah ambivalensi mitologis yang teridentifikasi dalam teks juga dialami oleh penonton, atau justru audiens cenderung menginterpretasikan film secara selektif sesuai dengan posisi sosial-ekonomi dan orientasi ideologis mereka.

Ketiga, penelitian ini belum mengeksplorasi dimensi produksi dan ekonomi politik industri film yang melatarbelakangi konstruksi naratif. Pertanyaan mengenai intensi kreatif sutradara, penulis skenario, dan produser; pertimbangan komersial dalam proses produksi; serta pengaruh struktur kepemilikan studio terhadap representasi konflik ekonomi belum terjawab dalam penelitian ini. Analisis production studies dapat

memberikan konteks yang lebih komprehensif tentang bagaimana dan mengapa representasi tertentu dipilih atau dihindari.

Keempat, analisis terbatas pada tujuh scene representatif yang dipilih melalui purposive sampling. Meskipun pemilihan ini didasarkan pada kriteria yang ketat, kemungkinan terdapat scene-scene lain yang juga merepresentasikan konflik ekonomi dengan cara yang berbeda namun tidak teridentifikasi dalam penelitian ini. Analisis yang lebih komprehensif terhadap keseluruhan durasi film dapat mengungkap pola-pola representasi tambahan yang memperkaya atau bahkan menantang temuan yang telah diidentifikasi.

Kelima, penelitian ini belum mengeksplorasi dimensi interseksionalitas secara mendalam, khususnya bagaimana konflik ekonomi bersinggungan dengan kategori sosial lain seperti gender, etnis, usia, dan disabilitas. Meskipun beberapa scene mengindikasikan interseksi ini (misalnya tekanan ekonomi pernikahan adat Batak, stigma mantan narapidana), analisis sistematis tentang bagaimana berbagai bentuk ketimpangan saling membentuk dan memperkuat satu sama lain masih perlu dilakukan.

Arah Penelitian Lanjutan

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian ini, beberapa arah penelitian lanjutan dapat dikembangkan untuk memperdalam pemahaman tentang representasi konflik ekonomi dalam sinema Indonesia.

Pertama, penelitian resepsi audiens sangat diperlukan untuk memvalidasi temuan tentang ambivalensi mitologis dan memahami bagaimana berbagai segmen masyarakat menginterpretasikan representasi konflik ekonomi dalam film "Agak Laen". Metode etnografi media atau focus group discussion dapat digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana audiens dari latar belakang sosial-ekonomi yang berbeda kelas bawah, menengah, dan atas; pekerja formal dan informal; generasi yang berbeda memaknai dan bernegosiasi dengan mitos-mitos ekonomi yang dikonstruksi dalam film. Penelitian ini dapat mengungkap apakah audiens mengalami ambivalensi yang sama dengan yang teridentifikasi dalam teks, atau justru menginterpretasikan film secara selektif sesuai dengan posisi dan kepentingan mereka.

Kedua, penelitian dapat diperluas dengan menganalisis dimensi interseksionalitas secara sistematis untuk mengungkap bagaimana konflik ekonomi bersinggungan dengan kategori sosial lain seperti gender, etnis, usia, dan disabilitas. Analisis interseksional dapat mengungkap mekanisme ganda atau bahkan triple burden yang dialami oleh kelompok marginal tertentu, serta bagaimana berbagai bentuk ketimpangan saling memperkuat dalam konstruksi budaya populer. Penelitian ini dapat menggunakan framework interseksionalitas dari Crenshaw atau Collins untuk membongkar kompleksitas penindasan yang beroperasi dalam representasi ekonomi.

Ketiga, penelitian kuantitatif tentang dampak film populer terhadap literasi ekonomi masyarakat dapat dilakukan untuk mengukur efektivitas sinema sebagai medium pendidikan ekonomi alternatif. Penelitian eksperimental atau quasi-eksperimental dapat menguji apakah menonton film dengan representasi konflik ekonomi yang kritis meningkatkan pemahaman audiens tentang isu ekonomi struktural, mengubah sikap terhadap ketimpangan, atau mempengaruhi perilaku ekonomi. Penelitian ini dapat membandingkan efektivitas film dengan metode pendidikan ekonomi konvensional (kuliah, buku teks, infografis) dalam meningkatkan literasi ekonomi kritis.

Keempat, studi tentang dampak jangka panjang dari konstruksi mitos ekonomi dalam film populer terhadap kebijakan publik dan wacana politik perlu dilakukan. Penelitian dapat menganalisis bagaimana representasi ekonomi dalam film-film populer

Indonesia mempengaruhi agenda setting media massa, diskursus kebijakan ketenagakerjaan, dan bahkan platform politik partai atau calon legislatif. Analisis wacana kritis dapat digunakan untuk menelusuri bagaimana frame ekonomi yang dikonstruksi dalam film beredar dan diadopsi dalam arena politik formal.

Kelima, penelitian dapat mengembangkan model pedagogi kritis berbasis film untuk pendidikan ekonomi di tingkat pendidikan menengah dan tinggi. Berdasarkan temuan bahwa film dapat berfungsi sebagai "pedagogi tersembunyi", penelitian action research dapat menguji efektivitas penggunaan film populer sebagai media pembelajaran ekonomi dengan pendekatan dialogis dan kritis, di mana mahasiswa tidak hanya menonton tetapi juga menganalisis dan mendiskusikan representasi ekonomi dalam konteks teori ekonomi politik.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian ini, beberapa saran untuk penelitian selanjutnya perlu dipertimbangkan. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi resensi audiens terhadap representasi konflik ekonomi dalam film "Agak Laen" melalui metode etnografi atau focus group discussion untuk memahami bagaimana berbagai segmen masyarakat menginterpretasikan dan memaknai mitos-mitos ekonomi yang dikonstruksi dalam film.

Daftar Pustaka

- Anindya, F., & Indriastuti, H. (2023). The rise of viral marketing and brand awareness influence purchase decisions of Somethinc products. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 7(1), 173–183.
- Ardiansyah. (2023). *The influence of viral marketing and product innovation on interest in purchasing Memories Coffee with brand image as a mediating variable*. Maulana Malik Ibrahim State Islamic University (UIN).
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Hill and Wang.
- Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. Fontana Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books.
- BPS. (2024). *Kedaan angkatan kerja di Indonesia Februari 2024*. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Erwin, Cindrakasih, R. R. R., Sari, A., & Hita. (2024). *Pemasaran digital (Teori dan implementasi)*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Febriyani, R., & Dwiningtyas Sulistyani, H. (2024). Representasi Ableism Penyandang Disabilitas dalam Film Agak Laen. *Interaksi Online*, 13(1), 619–633.
- Gunawan, D. G. (2022). The influence of halal labels, electronic word of mouth and product quality on Safi skincare purchasing decisions through brand image and brand trust. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 45–62.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Belah Doeren's marketing strategy through digital marketing on purchasing decisions mediated by brand image. *ATRABIS: Journal of Business Administration (e-Journal)*, 7(1), 67–74.
- Kevinia, C., Syahara, P. S., Aulia, S., & Astari, T. (2022). Analisis teori semiotika Roland Barthes dalam film Miracle in Cell No.7 versi Indonesia. *Journal of Communication Studies and Society*, 1(2), 38–43.
- Kusmawan, I., Kusumawati, N., & Nurdiansyah, C. (2024). Representasi Persahabatan dalam Film Agak Laen (Analisis Semiotika Charles Sander Peirce dalam Film Agak Laen). *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(4b) (SE-Articles), 2550–2561. <https://doi.org/10.32672/mister.v1i4b.2300>

- Majid, A. (2020). Representasi Sosial dalam Film “Surat Kecil Untuk Tuhan” (Kajian Semiotika dan Sosiologi Sastra). *Diskursus: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 2(02), 101. <https://doi.org/10.30998/diskursus.v2i02.6668>
- Manek, R. (2024). The influence of E-WOM and viral marketing on decisions to purchase ice cream Mixue in Kupang City. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 9(3), 245–262.
- Nahda, L. M., Hariyadi, H., & Rizkidarajat, W. (2024). Analisis semiotika Roland Barthes pada representasi dan konstruksi sosial perempuan dalam serial Gadis Kretek. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(1), 113–131.
- Permana, R. S. M., Puspitasari, L., & Indriani, S. S. (2020). Industri film Indonesia dalam perspektif sineas Komunitas Film Sumatera Utara. *ProTVF*, 3(2), 185–201.
- Prasetya, L. T. (2022). Representasi kelas sosial dalam film Gundala (Analisis semiotika Roland Barthes). *Jurnal Audiens*, 3(3), 91–105.
- Pratama, R., & Sari, A. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengangguran terdidik di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 21(2), 156–172.
- Putri, A. (2024). Fenomena Viral Marketing dalam Industri Hiburan Indonesia. *Jurnal Komunikasi Massa*, 15(2), 123–145.
- Putri, F. E., & Silvianita, A. (2024). Viral marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian konsumen GNJ Store di Jakarta. *Jurnal E-Bis*, 8(1), 310–320.
- Ramadhan, A. A., Mahriani, R., & Jaya, E. P. (2025). *Representasi Diskriminasi Penyandang Disabilitas dalam Film Agak Laen (Analisis Semiotika Roland Barthes)*. Sriwijaya University.
- Sari, S. I., & Achiriah. (2024). Representasi tantangan jurnalis pada film dokumenter “Cyber Hell: Exposing an Internet Horror” (Analisis semiotika Roland Barthes). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(2), 1902–1912.
- Setiawan, R., & Yoedtadi, M. (2025). Representasi Kesenjangan Sosial dalam Film Dua Hati Biru. *Jurnal Koneksi*, 9(1), 15–28.
- Statistik, B. P. (2023). *Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia Februari 2023*. BPS Indonesia.
- Syah, I., & Salim, M. (2024). The influence of viral marketing and online customer reviews on TikTok on purchasing decisions for UNIQLO fashion products among Generation Z in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 245–268.
- Ubaidillah, M., & Patriansah, M. (2024). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film “Agak Laen” Produser Studio Imajinari. *VisArt: Jurnal Seni Rupa Dan Design*, 2(1), 49–65.
- Variety. (2024). *Indonesian Films Break All-Time Annual Admissions Record*. <https://variety.com/2024/film/asia/indonesian-films-break-all-time-annual-admissions-record-1236203847/>
- Wati, T., & Achiriah, A. (2024). Analisis semiotika Roland Barthes: representasi budaya patriarki dalam film Gadis Kretek. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(1), 95–112.
- Wibisono, P., & Sari, Y. (2021). Analisis semiotika Roland Barthes dalam film Bintang Ketjil karya Wim Umboh dan Misbach Yusa Bira. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 8(1), 125–142.