

Peran Komunikasi Interpersonal dan Representasi Budaya Lokal dalam Menumbuhkan Minat Wisata melalui Film “Agak Laen”

Andika Saputra S¹, Aqillah Awanissa S², Fella Dahayu R³, Dwiwin Aldikia W^{4*},
Muhtalifan Rizki A⁵, Arsih Amalia Chandra P⁶, Wiyata⁷

Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang,
Indonesia

E-mail: dwiwinaldikia@gmail.com⁴

Alamat: Jl. Veteran No.10-11, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur

Korespondensi penulis: dwiwinaldikia@gmail.com *

Abstract: Film, as part of the creative industry, plays an important role in tourism promotion by presenting local cultural narratives in an engaging way. This study aims to analyze how the film *Agak Laen* (2024), which highlights Indonesian local cultural elements, can generate tourism interest through interpersonal communication between characters and authentic cultural representation. Using a qualitative approach with a literature study method, this research finds that the use of regional languages, visual symbols, and social interactions typical of local communities contribute to shaping the audience's perception of a tourist destination. Moreover, the interpersonal dynamics between characters strengthen social solidarity and create emotional attachment with the audience. The findings indicate that film can serve as a strategic medium for destination branding and cultural identity reinforcement.

Keywords: film, local culture, interpersonal communication, tourism, horror comedy movie

Abstrak: Film sebagai bagian dari industri kreatif memainkan peran penting dalam promosi pariwisata dengan menyampaikan narasi budaya lokal secara menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana film “Agak Laen” (2024), yang mengangkat unsur-unsur budaya lokal Indonesia, mampu menumbuhkan minat wisata melalui komunikasi interpersonal antar tokoh serta representasi budaya yang autentik. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, penelitian ini menemukan bahwa penggunaan bahasa daerah, simbol visual, serta interaksi sosial khas masyarakat lokal dalam film berkontribusi terhadap pembentukan citra destinasi wisata di mata penonton. Selain itu, dinamika komunikasi antar tokoh turut memperkuat nilai solidaritas sosial dan menciptakan keterikatan emosional dengan audiens. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa film dapat menjadi media strategis dalam branding destinasi wisata dan penguatan identitas budaya.

Kata kunci: film, budaya lokal, komunikasi interpersonal, pariwisata, film komedi horor

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri kreatif, khususnya media film semakin diakui sebagai sarana efektif dalam promosi pariwisata melalui penggambaran lokasi dan budaya lokal yang menarik (Kim & Richardson, 2003; Croy, 2010). Film tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang mampu mengenalkan budaya lokal sekaligus membangkitkan minat. Salah satu contohnya adalah film “*Agak Laen*” (2024), yang menempati posisi sebagai film Indonesia dengan jumlah penonton tertinggi kedua sepanjang 2024, dengan lebih dari 7,2 juta penonton (data per Juni 2024). Pencapaian ini menunjukkan daya tarik massal film tersebut sekaligus potensinya sebagai media promosi budaya dan pariwisata. Film ini menampilkan berbagai elemen budaya, bahasa, dan latar lokasi khas

Indonesia yang berpotensi mempengaruhi persepsi penonton terhadap destinasi, sekaligus menjadi studi kasus menarik untuk mengeksplorasi peran komunikasi interpersonal dan representasi budaya lokal dalam menarik minat wisata.

Penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara film dan pariwisata, seperti Hudson & Ritchie, (2006) yang menunjukkan bahwa film dapat membentuk *destination image* melalui visualisasi lokasi dan budaya. Namun, di Indonesia, tingginya penetrasi budaya asing melalui media populer seperti film, musik, dan drama menyebabkan generasi muda cenderung lebih tertarik pada budaya Korea atau Barat dibandingkan budaya lokal. Fenomena ini sejalan dengan temuan Hudson & Ritchie (2006) yang menyatakan bahwa film dan media visual memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk preferensi audiens, termasuk dalam hal penerimaan budaya. Selain itu Knapp & Daly (2011) menekankan peran komunikasi interpersonal pada film dalam membangun kedekatan emosional dengan penonton, sementara Hall (1997) menggarisbawahi pentingnya representasi budaya yang autentik untuk mempengaruhi persepsi audiens. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada film-film Barat atau drama Korea, sehingga kajian mengenai film komedi horor Indonesia masih sangat terbatas.

Kesenjangan (gap) inilah yang menjadi urgensi dalam penelitian ini. Pertama, belum banyak studi yang secara khusus menganalisis film komedi horor Indonesia memanfaatkan komunikasi interpersonal dan representasi budaya untuk mempengaruhi minat wisata. Kedua, perpaduan antara humor, horor, dan stereotip lokal dalam film ini menciptakan dinamika unik yang mungkin berdampak berbeda pada persepsi penonton dibandingkan dengan genre film lainnya. Ketiga, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi pelaku industri kreatif dan pemerintah dalam merancang strategi promosi pariwisata berbasis konten film. Selain itu, pentingnya penelitian ini juga didukung oleh pandangan para ahli. Menurut Morissan (2018), analisis media seperti film tidak hanya berperan dalam memahami pesan komunikasi tetapi juga mengungkap bagaimana representasi budaya dapat mempengaruhi khalayak. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kesenjangan akademis, tetapi juga memperkuat dasar teoritis bagi pengembangan strategi kreatif di industri pariwisata dan perfilman.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi interpersonal dalam film “*Agak Laen*” dalam membangkitkan minat wisata, mengkaji representasi budaya lokal dalam film dan pengaruhnya terhadap persepsi penonton, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan branding pariwisata melalui perantara film. Sebagaimana dikemukakan oleh Morissan (2018), film sebagai media massa tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memiliki kekuatan untuk membentuk citra destinasi melalui narasi visual dan interaksi

antar karakter (hlm. 45). Temuan serupa juga diungkapkan dalam laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021) yang menyatakan bahwa kolaborasi antara industri film dan pariwisata berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan, terutama melalui konten yang mempromosikan keunikan budaya lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademis dalam bidang komunikasi media dan studi budaya, tetapi juga manfaat praktis bagi industri pariwisata dan kreatif di Indonesia.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan proses saling bertukar pesan antara dua pihak atau lebih yang berlangsung dalam hubungan yang bersifat pribadi dan melibatkan pengaruh timbal balik (Devito, 2013). Dalam film, komunikasi antar tokoh tidak hanya tampak secara langsung melalui dialog, tetapi juga tersirat melalui interaksi yang mencerminkan nilai-nilai sosial serta budaya suatu masyarakat. Sebagai media naratif, film memberi ruang bagi penonton untuk menyerap pola-pola komunikasi yang dapat memengaruhi pandangan, sikap, hingga ketertarikan terhadap suatu hal, termasuk sektor pariwisata.

Burleson dan Samter (1990) menyatakan bahwa mutu komunikasi interpersonal mampu mempererat ikatan emosional interpersonal serta menumbuhkan afeksi terhadap hal atau pengalaman yang disampaikan. Dalam film *Agak Laen*, gaya komunikasi para tokohnya yang unik, dibalut humor, serta kental dengan logat dan nuansa lokal, menjadi unsur penting dalam menciptakan kedekatan budaya yang menarik bagi penonton.

2.2 Representasi Budaya dalam Media

Representasi budaya dalam film dapat dipahami sebagai cara di mana nilai-nilai, praktik, simbol, serta identitas budaya dibentuk dan disampaikan kepada audiens melalui konstruksi naratif dan visual. Stuart Hall (1997) menegaskan bahwa representasi bukanlah sekadar pantulan objektif dari kenyataan, melainkan hasil dari proses konstruksi makna yang sarat dengan pengaruh ideologi dan relasi kekuasaan. Dalam konteks tersebut, film berperan sebagai agen representasional yang tidak hanya menempatkan budaya lokal sebagai latar, tetapi juga mengangkatnya sebagai elemen estetis dan komersial yang memiliki daya tarik wisata.

Dalam film *“Agak Laen”*, hadirnya elemen-elemen budaya lokal seperti dialek khas Medan, humor berbasis konteks sosial, kuliner tradisional, hingga kebiasaan sehari-hari masyarakat, membentuk suatu pengalaman representasional yang dapat disebut sebagai *exotic*

familiarity. Fenomena ini menciptakan kedekatan yang sekaligus menghadirkan keunikan bagi penonton di luar daerah asal budaya tersebut. Representasi semacam ini berpotensi membangkitkan rasa ingin tahu serta dorongan untuk mengalami secara langsung budaya yang ditampilkan, sebagaimana dijelaskan oleh Urry dan Larsen (2011) melalui konsep *the tourist gaze*.

2.3 Media, Film, dan Pariwisata

Media massa memainkan peran strategis dalam membentuk persepsi kolektif masyarakat terhadap suatu destinasi pariwisata. Dalam hal ini, film berfungsi sebagai media promosi yang bersifat tidak langsung, namun efektif, dengan memanfaatkan kekuatan narasi, visualisasi, dan representasi budaya untuk menyampaikan daya tarik suatu wilayah. Beeton (2016) mengemukakan bahwa fenomena *film tourism* atau *screen tourism* dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan arus kunjungan wisatawan, mengingat daya pengaruh media visual yang tinggi dalam membentuk imajinasi dan keinginan audiens.

Meskipun tidak secara eksplisit diproduksi sebagai alat promosi pariwisata, film *Agak Laen* menyuguhkan berbagai elemen khas dari Sumatera Utara, seperti lanskap lokal, dinamika sosial, serta gaya hidup masyarakatnya. Penyajian ini menciptakan citra yang positif terhadap lokasi yang direpresentasikan, dan secara implisit mampu membangkitkan ketertarikan penonton, baik secara emosional maupun kultural untuk menjelajahi secara langsung pengalaman yang ditampilkan dalam narasi film tersebut.

2.4 Kajian Film sebagai Pendekatan Analisis

Dalam kajian ini, pendekatan analisis dilakukan melalui studi kepustakaan dan pemahaman konseptual terhadap isi film yang dikaji. Analisis film tidak terbatas pada aspek naratif atau visual semata, melainkan mencakup penafsiran atas ideologi, struktur komunikasi, serta konstruksi sosial yang terkandung di dalamnya (Bordwell & Thompson, 2010). Oleh karena itu, telaah terhadap film *Agak Laen* dilakukan bukan melalui observasi langsung terhadap setiap adegan, melainkan melalui kerangka teoritis yang mampu mengungkap konstruksi makna komunikasi dan budaya dalam konteks media.

Dengan pendekatan tersebut, kerangka teoritis ini menjadi pondasi dalam memahami bagaimana komunikasi interpersonal dan representasi budaya lokal yang dimediasikan melalui film dapat berkontribusi dalam membangun ketertarikan terhadap suatu destinasi wisata. Film, dalam hal ini, tidak hanya berperan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium simbolik yang menjembatani pengalaman imajinatif dan membentuk aspirasi untuk mengalami secara langsung realitas yang dihadirkan melalui representasi sinematiknya.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode & Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali konsep, teori, serta temuan-temuan terdahulu yang relevan dalam menganalisis peran komunikasi interpersonal dan representasi budaya lokal dalam menumbuhkan minat wisata melalui media film. Studi literatur memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara mendalam berbagai sumber tertulis seperti buku, artikel ilmiah, jurnal, skripsi, tesis, disertasi, dan publikasi lainnya yang mendukung topik kajian.

Dalam konteks ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menafsirkan data yang bersifat deskriptif dan analitis, yang diperoleh dari sumber-sumber pustaka. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun kerangka konseptual dan teoritis berdasarkan kajian literatur yang relevan, serta menganalisis keterkaitan antara film sebagai media komunikasi budaya dengan dampaknya terhadap persepsi dan minat masyarakat terhadap pariwisata.

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah film “*Agak Laen*”, yang dianalisis melalui perspektif kajian pustaka sebagai teks budaya dan media komunikasi. Film ini dipilih karena mengandung unsur-unsur lokalitas yang menonjol, baik dalam bentuk bahasa, simbol, interaksi sosial, maupun penggambaran latar tempat. Representasi budaya lokal yang diangkat dalam film ini dinilai memiliki potensi dalam membangun citra positif suatu daerah dan menumbuhkan minat audiens terhadap destinasi wisata yang diasosiasikan dengan cerita atau latar dalam film tersebut.

Analisis dilakukan dengan merujuk pada teori-teori yang membahas komunikasi interpersonal, representasi budaya, media dan pariwisata, serta kajian film. Sumber-sumber pustaka digunakan untuk menelaah sejauh mana elemen komunikasi dan budaya yang ditampilkan dalam film berkontribusi terhadap pembentukan persepsi wisata. Dengan demikian, film “*Agak Laen*” menjadi titik pusat analisis yang dikaji secara konseptual melalui pendekatan literatur, bukan melalui pengamatan langsung terhadap konten film.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Representasi Budaya Lokal dalam Film “*Agak Laen*”

Makna budaya meresap dalam setiap aspek praktik komunikasi, membentuk cara tokoh berinteraksi dan menyampaikan pesan. Film *Agak Laen* menampilkan representasi budaya

lokal yang kuat melalui berbagai unsur sinematik, mulai dari bahasa, latar, hingga karakter. Selain logat Medan yang dominan, film ini juga menyelipkan penggunaan logat Betawi yang turut memperkaya keberagaman bahasa daerah dalam dialog antartokoh. Keberadaan dua logat ini memperlihatkan dinamika interaksi antarbudaya yang umum terjadi di ruang-ruang urban Indonesia. Latar tempat seperti pasar malam, rumah hantu, dan kawasan permukiman padat menggambarkan kehidupan sosial masyarakat kelas menengah ke bawah, khususnya di wilayah Sumatera Utara. Interaksi antar tokoh yang sarat dengan humor, kekeluargaan, dan rasa kebersamaan merefleksikan nilai-nilai budaya yang masih hidup di tengah masyarakat. Penggunaan bahasa daerah, humor lokal, dan pola komunikasi dialogis bukan sekadar elemen komedi, tetapi juga cerminan identitas budaya yang kuat. Film ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai budaya seperti kekeluargaan, gotong royong, dan musyawarah mufakat memengaruhi cara tokoh menyelesaikan konflik dan membangun hubungan. Dengan demikian, film ini tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan wawasan tentang kompleksitas dan kekayaan budaya dalam praktik komunikasi. Secara rinci, berikut adalah representasi budaya lokal dalam film “*Agak Laen*” :

4.1.1 Representasi Budaya Lokal dan Bahasa sebagai Identitas



Gambar 1. Tokoh Utama “Oki” dengan Latar Belakang Budaya Batak

(Sumber: Film *Agak Laen*, 2024)

Dalam film “*Agak Laen*”, Oki Rengga menjadi salah satu tokoh yang kuat merepresentasikan budaya Batak melalui gaya bicaranya yang khas dan penggunaan logat Batak yang kental. Adapun beberapa bahasa atau gaya tutur yang digunakan oleh Oki, seperti:

"Marahlah dia nanti, bah!"

"Ai, napa jadi gitu pulak?"

Penggunaan bahasa ini tidak hanya menjadi penanda identitas etnis tokoh, tetapi juga berperan sebagai sarana ekspresi karakter yang spontan, blak-blakan, dan penuh humor menjadi ciri yang lekat dengan stereotip sosial masyarakat Batak di ranah budaya populer. Melalui dialog-dialognya, Oki Rengga menampilkan dinamika antarbudaya dalam masyarakat urban Sumatera Utara, sekaligus menunjukkan bagaimana bahasa daerah dapat menjadi elemen penting dalam memperkuat nuansa lokal dan menciptakan keakraban antar tokoh.



Gambar 2. Tokoh “Bang Tohar” dengan Latar Belakang Budaya Betawi

(Sumber: Film *Agak Laen*, 2024)

Karakter Bang Tohar, seorang polisi dalam film "*Agak Laen*", merefleksikan budaya Betawi melalui logat, pilihan kata, dan gaya interaksi yang khas. Dialek Betawi yang digunakan, seperti penggunaan kata “ente,” “gue,” dan “bang,” tidak hanya memperkuat identitas tokoh, tetapi juga menggambarkan kepribadian masyarakat Betawi yang dikenal ramah, humoris, dan terbuka. Sosok Bang Tohar tampil sebagai figur yang komunikatif dan menghibur, namun tetap menunjukkan sikap tegas sebagai aparat. Representasi ini turut memperkaya keragaman budaya dalam film, serta memperlihatkan bagaimana identitas lokal dapat hadir secara alami dalam dinamika cerita melalui karakter dengan latar budaya yang spesifik.

Sehingga, film "*Agak Laen*" menampilkan elemen budaya dari Sumatera, khususnya Minangkabau dan Melayu Deli, yang terlihat melalui latar tempat, karakter, serta simbol visual. Bahasa Melayu Deli yang dominan digunakan bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal. Penggunaan kode switching antara Bahasa Indonesia dan bahasa daerah mencerminkan solidaritas sosial dan kedekatan antar tokoh dalam konteks budaya setempat.

4.1.2 Simbol Visual dan Kehidupan Sosial dalam Film

Film “*Agak Laen*” menghadirkan gambaran nyata kehidupan masyarakat perkotaan Indonesia lewat simbol visual seperti pasar malam, rumah susun, dan kedai kopi yang merepresentasikan ruang sosial penuh solidaritas dan kekeluargaan. Pakaian sehari-hari seperti kaos oblong, sarung, peci, serta sesekali pakaian adat memperkuat konteks budaya lokal dan menciptakan kesan autentik. Menurut Barthes (1967), elemen visual seperti pakaian bukan sekadar estetika, tapi mengandung makna sosial dan ideologis.

Kisah empat sahabat yang menjalankan rumah hantu karena desakan ekonomi mencerminkan sulitnya mencari pekerjaan layak. Oki butuh biaya pengobatan ibu, Boris malu menganggur, Jegel terjebak utang, dan Bene belum direstui calon mertua karena status sosial. Kondisi ini menggambarkan realitas pengangguran terselubung dan keterbatasan lapangan kerja di Indonesia. Data BPS (2024) mencatat lebih dari 7,8 juta pengangguran, banyak diantaranya bergantung pada sektor informal.

Meski dibungkus komedi dan horor, film ini menyelipkan kritik sosial, seperti kematian caleg yang menyoroti ambisi politik dan ketidakpedulian terhadap keselamatan rakyat. Namun di tengah tekanan, nilai kekeluargaan tetap kuat. Para tokoh saling mendukung meski di balik jeruji. “*Agak Laen*” pun menjadi cermin realitas urban: keras, namun tetap hangat oleh solidaritas sosial.

4.1.3 Lokasi Wisata Lokal dan Implikasi Pariwisata

Film juga menampilkan spot wisata dan lokasi unik di Sumatera yang berpotensi mengundang perhatian penonton sebagai destinasi wisata. Salah satunya adalah pasar malam tradisional yang dekat dengan kehidupan warga lokal. Keberadaan pasar malam ini tidak hanya menjadi tempat hiburan, tetapi juga sarana pelestarian budaya dan interaksi sosial. Dalam film, pasar malam digambarkan sebagai tempat yang ramai dengan berbagai wahana dan kuliner khas. Salah satunya adalah rumah hantu dengan konsep unik yang menjadi latar adegan lucu sekaligus menegangkan, menciptakan kesan mendalam bagi penonton.

Selain itu, film ini juga menampilkan bianglala dengan pencahayaan warna-warni yang menciptakan atmosfer magis, serta berbagai permainan tradisional seperti panjat pinang dan balap karung yang mengingatkan penonton pada kebersamaan dan keceriaan masa kecil. Tidak hanya itu, stan foto vintage dengan properti-properti lucu turut memperkaya gambaran pasar malam sebagai tempat yang tidak hanya menghibur, tetapi juga instagramable. Representasi visual yang atraktif ini tidak sekedar menjadi latar

belakang cerita, melainkan juga membangun citra positif tentang daerah tersebut dan dapat meningkatkan minat untuk menjelajahi budaya dan pengalaman wisata, sehingga mendukung pengembangan pariwisata lokal secara implisit.

4.2 Dinamika Komunikasi Interpersonal dalam Film

Film "Agak Laen" secara mendalam menyoroti dinamika komunikasi interpersonal sebagai pedang bermata dua: sebuah alat esensial untuk kolaborasi, namun juga sebuah medium yang bisa membawa kehancuran jika tidak dilandasi oleh etika dan tanggung jawab. Pentingnya komunikasi ini pertama kali terlihat dari motivasi awal para tokoh. Didorong oleh desakan ekonomi, terutama karena Oki membutuhkan biaya untuk pengobatan ibunya yang sakit, mereka berempat berhasil membangun sebuah kesepakatan melalui komunikasi untuk membuka wahana rumah hantu. Meskipun awalnya sepi, kolaborasi ini menunjukkan sisi positif dari komunikasi interpersonal yang mampu melahirkan solusi kreatif.

Namun, sisi negatifnya terungkap secara dramatis setelah insiden serangan jantung yang menewaskan seorang pengunjung. Di sinilah komunikasi interpersonal mereka diuji pada titik paling kritis dan akhirnya gagal. Terjadi perdebatan sengit yang menggambarkan dua jalur pilihan. Di satu sisi, ada suara yang menyuarakan kepatuhan hukum dan moralitas, seperti yang diwakili oleh Bene, yang menyarankan, "Ayo kita laporkan, ini sudah termasuk pidana, lho." Argumen ini mendorong komunikasi yang jujur dan bertanggung jawab. Di sisi lain, muncul argumen yang didasari kepanikan dan kalkulasi untung-rugi jangka pendek, seperti yang dilontarkan oleh Jegel, "Eh, sudah, daripada kita laporin nanti malah makin besar masalahnya dan uang kita juga makin keluar banyak."

Pilihan mereka untuk mengikuti jalur kedua menunjukkan bagaimana komunikasi interpersonal sekalipun terjadi di antara teman-teman dekat bisa menjadi destruktif ketika tidak dibarengi dengan etika kepribadian yang baik dan landasan moral yang kuat. Keputusan yang lahir dari dialog yang sesat ini secara langsung memengaruhi nasib orang-orang terdekat mereka dan diri mereka sendiri. Alih-alih menyelesaikan masalah, komunikasi yang tidak etis ini justru menciptakan masalah baru yang lebih besar: mereka harus hidup dalam kebohongan, menipu keluarga, dan menghindari pihak berwajib. Pada akhirnya, kebenaran terungkap, dan mereka semua harus menghadapi konsekuensi hukum berupa hukuman penjara. Dengan demikian, film ini menegaskan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif tidak hanya diukur dari tercapainya kesepakatan, tetapi juga dari kualitas moral dan etika dari keputusan yang dihasilkannya.

4.2.1 Tuturan Verbal & Non-Verbal

Dialog dalam film "*Agak Laen*" mencakup berbagai bentuk tuturan, seperti sindiran, humor, perintah, dan konflik, yang mencerminkan dinamika sosial masyarakat. Makna juga disampaikan melalui ekspresi wajah, gestur, dan intonasi suara, yang memperkaya pemahaman penonton terhadap interaksi antar tokoh. Dalam "*Agak Laen*," dialog yang kaya (sindiran, humor, konflik) mencerminkan dinamika sosial. Lebih dari itu, komunikasi non-verbal seperti ekspresi wajah (gugup, sinis), gestur (gelisah, defensif), dan intonasi suara (sarkastik, lembut) memperkuat makna dan emosi. Kombinasi ini membuat interaksi tokoh terasa hidup dan relatable, memperdalam pemahaman penonton tentang hubungan dan dinamika sosial dalam film.

Selain dialog verbal, komunikasi non-verbal dalam film "*Agak Laen*" juga memainkan peran penting. Ekspresi wajah seperti kebingungan, rasa bersalah, dan kekhawatiran terlihat jelas dalam momen-momen krisis, seperti saat para tokoh bingung memutuskan apa yang harus dilakukan setelah insiden rumah hantu. Gestur tubuh seperti menggaruk kepala, menunduk, saling berpandangan diam-diam, serta perubahan nada suara yang lebih lirih atau meninggi saat marah memperkaya penyampaian makna. Menurut DeVito (2013), komunikasi non-verbal menyampaikan makna emosional yang lebih dalam dibandingkan kata-kata. Misalnya, ketika Jegel merasa tertekan, ia menunjukkan kecemasannya dengan memainkan tangan dan menunduk. Elemen-elemen ini memperkuat emosi yang tidak terucap dan memperdalam pemahaman penonton terhadap konflik dan dinamika emosional antar karakter.

4.2.2 Humor Lokal sebagai Bentuk Solidaritas

Humor lokal dalam "*Agak Laen*" berperan penting dalam memperkuat relasi sosial antar tokoh. Di dalam rumah hantu, yang menjadi panggung utama interaksi mereka, humor ini menjadi perekat yang efektif. Momen-momen seperti Jegel yang spontan mengumpat dengan bahasa Medan saat ketakutan atau bahkan berdebat langsung dengan pengunjung, menunjukkan kepribadiannya yang otentik dan tanpa filter. Boris, dengan logat Bataknya yang kental, mengubah sosok pocong yang seharusnya menakutkan menjadi komedian absurd yang sering berkelakar dengan lawakan-lawakan datarnya setelah gagal menakuti orang.

Kekuatan humor ini diperkaya oleh kehadiran Bene sebagai kuntilanak yang canggung dan pemikir, yang sering kali memberikan analisis logis namun gagal tentang cara menakuti pengunjung, menciptakan komedi dari kecerdasannya yang salah tempat. Ada juga Oki, yang berperan sebagai 'abang' atau pemimpin, yang humornya sering kali muncul dari ekspresi frustrasinya saat mencoba mengelola kekacauan yang diciptakan

ketiga temannya. Interaksi di antara mereka—misalnya saat saling menyalahkan di balik layar karena salah waktu saat muncul—adalah cerminan solidaritas yang unik. Mereka mungkin bertengkar, tetapi pertengkaran itu sendiri menjadi bagian dari candaan dan dinamika kelompok mereka.

Humor-humor ini, meskipun sederhana, mampu mencairkan suasana tegang dan menunjukkan solidaritas budaya di antara para karakter. Candaan khas daerah ini menjadi "bahasa" internal mereka untuk menghadapi stres. Hal ini tidak hanya membuat film terasa lebih relatable dan menghibur bagi penonton, tetapi juga secara nyata mempererat ikatan persahabatan mereka di tengah situasi yang absurd dan penuh tekanan.

4.2.3 Konflik dan Resolusi melalui Percakapan

"Agak Laen" secara efektif menampilkan berbagai jenis konflik yang pemicuan dan penyelesaiannya sangat bergantung pada dialog, mencerminkan kuatnya budaya komunikasi kolektif. Film ini tidak hanya menggunakan percakapan sebagai pelengkap, tetapi sebagai mesin utama yang menggerakkan narasi dan hubungan antar tokoh. Terdapat tiga lapisan konflik utama yang diselesaikan melalui interaksi verbal, yaitu konflik keluarga, pertemanan, dan profesional.

1. Konflik Antar Keluarga (Oki dan Ibunya)

Konflik keluarga terwujud dalam hubungan antara Oki dan ibunya. Sumber utama ketegangan adalah kondisi kesehatan sang ibu yang memerlukan biaya operasi besar, sementara Oki merasa tidak mampu dan tertekan oleh tanggung jawabnya sebagai anak. Dialog di antara mereka seringkali diwarnai oleh kepura-puraan; Oki berusaha terlihat tegar dan meyakinkan ibunya bahwa semuanya baik-baik saja, sementara sang ibu, dengan kepekaan orang tua, dapat merasakan kegelisahan anaknya. Resolusi konflik ini terjadi melalui percakapan yang jujur dan emosional. Ketika Oki akhirnya berhasil mengumpulkan uang, momen ia menyerahkannya kepada ibunya menjadi puncak dari resolusi ini. Dialog mereka yang penuh haru dan rasa syukur tidak hanya menyelesaikan masalah finansial, tetapi juga menegaskan kembali ikatan kasih sayang dan tanggung jawab timbal balik antara anak dan orang tua.

2. Konflik Antar Kelompok/Pertemanan (Bene, Boris, Jegel, dan Oki)

Ini adalah konflik sentral dalam film. Puncaknya terjadi setelah insiden meninggalnya seorang calon legislatif di dalam rumah hantu mereka. Momen ini memicu perdebatan paling sengit dan ikonik di antara keempat sahabat. Percakapan mereka adalah representasi sempurna dari "musyawarah" yang kacau balau namun fungsional. Masing-masing tokoh membawa perspektifnya: Jegel yang pragmatis dan panik, Boris

yang mencoba logis namun absurd, Bene yang paling takut dan terbebani moral, serta Oki yang berusaha menjadi penengah. Dialog mereka tumpang tindih, penuh teriakan, dan saling menyalahkan, namun dari proses komunal yang intens inilah lahir sebuah keputusan kolektif untuk menutupi insiden tersebut. Resolusi mereka bukanlah solusi yang benar secara hukum, melainkan sebuah pakta pertemanan untuk menghadapi konsekuensi bersama. Sepanjang film, dialog terus menerus menjadi alat mereka untuk menavigasi kebohongan, mengelola rasa bersalah, dan akhirnya, memperkuat ikatan mereka saat menghadapi kebenaran.

3. Konflik Antara Atasan dan Bawahan (Bene dan Karyawan Pasar Malam)

Lapisan konflik ini digambarkan dengan nuansa komedi, menyoroti dinamika di tempat kerja. Pada awalnya, Bene, sebagai manajer pasar malam, mengalami frustrasi karena para karyawannya bekerja seadanya, kurang motivasi, dan tidak menghargai otoritasnya. Dialog antara Bene dan bawahannya seringkali menunjukkan komunikasi yang tidak efektif, di mana instruksinya diabaikan atau ditanggapi dengan santai. Konflik ini tidak diselesaikan melalui satu percakapan formal, melainkan melalui perubahan situasi. Ketika rumah hantu mereka menjadi viral dan sukses besar, dinamika kekuasaan dan komunikasi pun berubah. Para karyawan menjadi lebih proaktif dan kolaboratif karena melihat adanya hasil nyata (keuntungan). Percakapan antara Bene dan mereka beralih dari keluhan menjadi koordinasi kerja yang lebih efektif. Resolusi ini menunjukkan bahwa dalam konteks profesional, komunikasi yang efektif sering kali didorong oleh tujuan dan kesuksesan bersama.

Secara keseluruhan, "Agak Laen" menekankan bahwa percakapan baik yang emosional, kacau, maupun kolaboratif adalah fondasi untuk menyelesaikan masalah. Film ini menggarisbawahi nilai musyawarah dan komunikasi terbuka sebagai cara untuk menavigasi dan memelihara hubungan sosial yang kompleks, meskipun hasilnya tidak selalu menghasilkan solusi yang sempurna atau tanpa konsekuensi.

4.3 Analisis Makna Budaya dalam Praktik Komunikasi

Dalam "Agak Laen", makna budaya meresap dalam setiap aspek praktik komunikasi, membentuk cara para tokoh berinteraksi dan menyampaikan pesan secara khas. Hal ini tidak hanya menjadi latar, tetapi inti dari narasi itu sendiri. Penggunaan bahasa, misalnya, melampaui sekadar dialog. Dialek Batak yang kental dari Bene, Boris, dan Oki, dengan intonasi yang tegas dan pilihan kata seperti "Bah!", menjadi penanda identitas kelompok yang kuat. Gaya bicara mereka yang ceplas-ceplos dan terkesan kasar adalah cerminan budaya komunikasi yang lugas dan terbuka. Humor yang ditampilkan pun sangat lokal, sering kali bersifat self-deprecating

(menertawakan nasib sendiri) dan situasional, yang relevansinya sangat kuat bagi penonton yang memahami konteks sosial ekonomi dan budaya Sumatera Utara.

Film ini secara gamblang menunjukkan bagaimana nilai-nilai budaya menjadi landasan dalam pengambilan keputusan dan penyelesaian konflik. Nilai kekeluargaan dan gotong royong tidak hanya tersirat tetapi dipraktekkan secara nyata. Ikatan di antara empat sekawan ini melampaui persahabatan biasa; mereka berfungsi sebagai unit keluarga yang saling menopang. Keputusan untuk bekerja sama membangun rumah hantu demi membiayai operasi ibu Oki adalah manifestasi murni dari semangat gotong royong. Bahkan dalam situasi paling genting—ketika mereka harus menyembunyikan sebuah mayat—ikatan solidaritas inilah yang membuat mereka tetap bersatu.

Praktik musyawarah mufakat juga digambarkan secara unik dan realistis. Proses pengambilan keputusan mereka jarang sekali berjalan mulus atau formal; sebaliknya, ia terjadi melalui perdebatan yang sengit, saling potong, dan penuh kepanikan. Namun, dari kekacauan dialogis tersebut, lahir sebuah kesepakatan kolektif. Ini adalah cerminan bagaimana musyawarah sering kali terjadi di tingkat akar rumput: bukan proses yang teratur, tetapi pergulatan ide yang pada akhirnya menyatukan semua orang dalam satu tujuan.

Lebih jauh, "Agak Laen" menyoroti bagaimana norma-norma sosial dan harapan masyarakat membentuk perilaku para tokoh. Tekanan untuk mencapai kesuksesan finansial, rasa takut sekaligus hormat kepada aparat dan pejabat, serta kepercayaan masyarakat terhadap hal-hal mistis menjadi motor penggerak plot. Cara mereka berinteraksi dengan polisi atau calon legislatif menunjukkan adanya hierarki sosial yang mereka pahami dan navigasi dengan hati-hati. Dengan demikian, film ini tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan wawasan mendalam tentang kompleksitas dan kekayaan budaya yang terwujud dalam setiap ucapan, keputusan, dan interaksi sehari-hari.

4.3.1 Makna Budaya dalam Praktik Komunikasi

Film "*Agak Laen*" menampilkan interaksi antar tokoh yang merefleksikan nilai-nilai sosial seperti gotong royong, hormat kepada orang tua, dan solidaritas komunitas. Dialog yang terjadi antara tokoh utama dan warga mencerminkan pentingnya kerja kolektif, terutama dalam situasi sulit, seperti saat mereka bersama-sama memperbaiki masalah di rumah hantu. Penggunaan kata sapaan, intonasi, dan tata krama dalam berbicara juga mencerminkan hierarki sosial yang dihargai, di mana istilah seperti "abang" dan "kakak" digunakan untuk menandai status sosial atau usia.

4.3.2 Representasi Budaya dan Daya Tarik Wisata

Film ini secara tidak langsung mempromosikan kebudayaan lokal yaitu pasar malam yang mungkin sudah banyak mati melalui narasi yang kuat dan visual yang khas. Penonton disuguhkan gambaran kehidupan lokal yang autentik, yang dapat membangkitkan rasa ingin tahu terhadap lokasi syuting dan budaya yang diangkat. Representasi budaya ini berfungsi sebagai daya tarik wisata, memberikan citra positif tentang daerah yang ditampilkan.

4.3.3 Potensi Film sebagai Media Promosi Pariwisata

Dengan cara yang tidak eksplisit, *"Agak Laen"* menunjukkan bahwa film dapat berfungsi sebagai alat strategis untuk memperkenalkan budaya lokal kepada khalayak luas. Melalui penggambaran yang menarik dan autentik, film ini dapat memengaruhi persepsi penonton terhadap suatu daerah sebagai destinasi wisata, sekaligus mendorong minat untuk menjelajahi dan mengalami budaya yang ditampilkan.

4.4 Pengaruh Representasi Budaya terhadap Persepsi Penonton

4.4.1 Identifikasi Budaya oleh Penonton Lokal

Sinema telah lama diakui sebagai medium yang kuat untuk membentuk dan memperkuat identitas nasional serta menumbuhkan kecintaan terhadap budaya lokal. Salah satu contoh paling menonjol dapat dilihat di Korea Selatan. Melalui gelombang "Hallyu" atau Korean Wave, industri film dan drama Korea tidak hanya berhasil mengekspor budayanya ke panggung global, tetapi juga secara signifikan membangkitkan rasa nasionalisme dan kebanggaan di kalangan warganya sendiri. Film-film seperti "Parasite" yang memenangkan Oscar atau drama historis yang megah menampilkan kekhasan sosial, bahasa, dan nilai-nilai Korea, yang membuat masyarakatnya merasa direpresentasikan dan dihargai di mata dunia. Fenomena ini memperkuat keyakinan bahwa budaya mereka unik dan layak untuk dirayakan.

Demikian pula di India, industri film Bollywood telah memainkan peran sentral dalam membangun narasi kebangsaan selama puluhan tahun. Di tengah keberagaman bahasa dan etnis yang luar biasa, sinema Bollywood berhasil menciptakan benang merah budaya yang dapat diterima secara luas. Melalui narasi yang sering kali menonjolkan nilai-nilai kekeluargaan, perayaan festival keagamaan seperti Diwali atau Holi, dan patriotisme, film-film ini secara konsisten memperkuat rasa memiliki terhadap identitas India. Bagi diaspora India di seluruh dunia, Bollywood menjadi jembatan emosional yang menghubungkan mereka kembali ke akar budaya mereka, memupuk rasa cinta dan kebanggaan yang diwariskan dari generasi ke generasi.

Fenomena penguatan identitas nasional melalui sinema ini bukanlah hal yang asing dan kini semakin terasa relevansinya di Indonesia, salah satunya melalui kesuksesan film seperti "Agak Laen". Penonton dari daerah yang sama dengan latar belakang budaya dalam film "Agak Laen" merasakan keterwakilan yang kuat, yang memperkuat ikatan emosional mereka dengan film. Melalui representasi yang akurat, film ini memungkinkan penonton lokal untuk melihat diri mereka dan pengalaman sehari-hari mereka tercermin dalam narasi. Hal ini membangkitkan rasa bangga terhadap budaya mereka dan memperkuat identitas budaya, serta meningkatkan dukungan terhadap film dan budaya lokal.

Dalam "Agak Laen", makna budaya meresap dalam setiap aspek praktik komunikasi, membentuk cara tokoh berinteraksi dan menyampaikan pesan. Penggunaan bahasa daerah, humor lokal, dan pola komunikasi dialogis bukan sekadar elemen komedi, tetapi juga cerminan identitas budaya yang kuat. Film ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai budaya seperti kekeluargaan, gotong royong, dan musyawarah mufakat memengaruhi cara tokoh menyelesaikan konflik dan membangun hubungan.

"Agak Laen" menyoroti bagaimana norma-norma sosial dan harapan masyarakat membentuk perilaku dan komunikasi tokoh, menciptakan gambaran yang kaya dan relatable tentang kehidupan sehari-hari dalam konteks budaya tertentu. Dengan demikian, film ini tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan wawasan tentang kompleksitas dan kekayaan budaya dalam praktik komunikasi.

4.4.2 Eksotisme dan Ketertarikan Penonton Non-Lokal

Bagi penonton dari luar daerah, film ini menawarkan keunikan budaya yang memberikan sensasi eksotis dan menarik. Elemen-elemen budaya lokal yang ditampilkan dapat membangkitkan rasa ingin tahu dan minat terhadap budaya serta pariwisata daerah tersebut. Film ini berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan penonton dari berbagai latar belakang, memperkenalkan mereka pada kekayaan budaya yang ada dan meningkatkan kesadaran serta minat terhadap pariwisata lokal.

4.5 Implikasi Temuan Penelitian

4.5.1 Kontribusi Film terhadap Pemaknaan Budaya

Film “*Agak Laen*” berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat yang membentuk pemaknaan budaya. Melalui narasi dan karakter, film ini memberikan konteks tentang nilai-nilai dan tradisi masyarakat, membantu penonton memahami kompleksitas budaya. Dengan menampilkan nilai-nilai seperti gotong royong dan solidaritas, film ini memperkuat pemahaman penonton tentang pentingnya nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari, sehingga berkontribusi pada pembentukan identitas budaya yang dinamis.

4.5.2 Relevansi terhadap Strategi Promosi Pariwisata

Temuan penelitian menunjukkan pentingnya kolaborasi antara sektor perfilman dan pariwisata. Film “*Agak Laen*” berfungsi sebagai alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan budaya lokal, menarik perhatian penonton untuk menjelajahi dan mengalami budaya yang diangkat. Kerja sama antara kedua sektor ini dapat membangun narasi budaya yang menarik dan otentik, serta mendorong pengembangan ekonomi lokal melalui peningkatan minat wisatawan terhadap destinasi yang ditampilkan dalam film.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Film “*Agak Laen*” berhasil menarik lebih dari 9 juta penonton, menjadikannya salah satu film terlaris di Indonesia tahun 2024. Film ini menunjukkan bagaimana komunikasi interpersonal antar tokoh, yang dipenuhi humor lokal dan nilai solidaritas, dapat membangkitkan minat wisata secara tidak langsung. Penggunaan bahasa daerah dan representasi budaya lokal seperti logat Medan, suasana pasar malam, dan rumah susun memperkuat citra daerah, baik bagi penonton lokal maupun luar daerah.

Representasi budaya dalam film ini tidak hanya memperkuat identitas budaya lokal, tetapi juga memperkenalkan daerah sebagai destinasi wisata yang eksotis dan menarik. Temuan ini mengafirmasi bahwa genre komedi horor Indonesia, seperti “*Agak Laen*”, memiliki potensi besar sebagai media promosi pariwisata, dengan memperkenalkan budaya lokal secara otentik. Oleh karena itu, penguatan kolaborasi antara industri film dan pariwisata perlu dilakukan, misalnya dengan mengemas lokasi syuting sebagai objek wisata atau mengadakan festival film berbasis budaya lokal. Film ini menunjukkan pentingnya komunikasi yang berbasis pada etika dan nilai sosial, serta potensi besar film sebagai alat untuk mempromosikan destinasi wisata dengan cara yang lebih menarik dan kreatif.

Ucapan Terima Kasih

Bagian ini disediakan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih, baik kepada pihak penyandang dana penelitian, pendukung fasilitas, atau bantuan ulasan naskah. Bagian ini juga dapat digunakan untuk memberikan pernyataan atau penjelasan, apabila artikel ini merupakan bagian dari skripsi/tesis/disertasi/makalah konferensi/hasil penelitian.

DAFTAR REFERENSI

- Beeton, S. (2016). *Film-induced tourism* (2nd ed.). Channel View Publications.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2010). *Film art: An introduction* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Burleson, B. R., & Samter, W. (1990). Effects of cognitive complexity on the perceived importance of communication skills in friends. *Communication Research*, 17(2), 165–182. <https://doi.org/10.1177/009365090017002002>
- Croy, W. G. (2010). Film tourism: Sustained economic contributions to destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 403–420. <https://doi.org/10.1080/09669581003653542>
- DeVito, J. A. (2013). *The interpersonal communication book* (13th ed.). Pearson Education.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications / Open University.
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2006). Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of Travel Research*, 44(4), 387–396. <https://doi.org/10.1177/0047287506286720>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Laporan strategi promosi pariwisata berbasis konten kreatif*. Kemenparekraf.
- Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216–237. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00062-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2)
- Knapp, M. L., & Daly, J. A. (Eds.). (2011). *The SAGE handbook of interpersonal communication* (4th ed.). Sage Publications.
- Morissan. (2018). *Teori komunikasi: Individu hingga massa* (Edisi ke-3). Kencana.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0* (3rd ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446251904>