



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul
SK BAN-PT NO: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

Upaya Disney untuk Meningkatkan Citra Amerika Serikat di
Tiongkok melalui Film Mulan 2020

Skripsi

Oleh

Esterina Putri Widjiyanti

6091801186

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana

Terakreditasi Unggul
SK BAN-PT NO: 2579/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

Upaya Disney untuk Meningkatkan Citra Amerika Serikat di
Tiongkok melalui Film Mulan 2020

Skripsi

Oleh

Esterina Putri Widjiyanti

6091801186

Pembimbing

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Hubungan Internasional Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Esterina Putri Widjiyanti
Nomor Pokok : 6091801186
Judul : Upaya Disney untuk Meningkatkan Citra Amerika Serikat melalui Film Mulan 2020

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 19 Januari 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

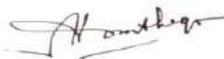
Ketua sidang merangkap anggota

Marshell Adi Putra, S.IP., MA

: 

Sekretaris

Dr. Atom Ginting Munthe, M.S.

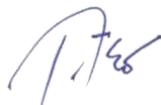
: 

Anggota

Mireille Marcia Karman, S.Sos., M.Litt.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Esterina Putri Widjiyanti

NPM : 6091801186

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Upaya Disney untuk Meningkatkan Citra Amerika Serikat di Tiongkok melalui Film
Mulan 2020

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 4 Januari 2023



Esterina Putri Widjiyanti

ABSTRAK

Nama : Esterina Putri Widjiyanti

NPM : 6091801186

Judul : Upaya Disney untuk Meningkatkan Citra Amerika Serikat di Tiongkok
melalui Film *Mulan* 2020

Adanya globalisasi yang menyebabkan perkembangan teknologi membuat penyebaran budaya dapat dilakukan oleh berbagai aktor, termasuk dengan aktor non-negara. Penyebaran budaya dapat dilakukan melalui berbagai media. Film merupakan media penyebaran budaya yang efektif di era globalisasi. Penelitian ini akan menjelaskan peran Film *Mulan* dalam mendukung penyebaran budaya Amerika Serikat terhadap Tiongkok dengan mengintegrasikan nilai-nilai Amerika Serikat dan budaya Tiongkok melalui film *Mulan*. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana Disney menyebarkan nilai-nilai Amerika Serikat yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Tiongkok. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peran media, *soft power*, orientalisme dijadikan dasar dalam menganalisis bagaimana upaya Disney menyebarkan budaya Amerika Serikat melalui film *Mulan*. Namun, upaya yang dilakukan Disney melalui film *Mulan* dengan menggunakan elemen-elemen Tiongkok mendapatkan respon negatif dari masyarakat Tiongkok karena penggambaran elemen-elemen Tiongkok yang keliru oleh Disney. Disney hanya ingin terlihat oriental namun tetap dengan pemahaman oriental dari perspektif barat. Di sisi lain langkah Disney yang mentransformasi cerita rakyat Tiongkok menjadi cerita feminisme modern membuktikan bahwa Amerika Serikat masih memiliki hegemoni budaya jika dibandingkan dengan Tiongkok. Selain itu langkah Disney untuk mentransformasi cerita *Mulan* menjadi cerita feminisme modern juga menunjukkan penetrasi budaya Amerika Serikat.

Kata Kunci: Film, *Mulan*, Disney, Peran Media, Orientalisme

ABSTRACT

Name : Esterina Putri Widjiyanti
Student Number : 6091801186
Title : *Disney's Efforts to Improve the Image of the United States
in China through the 2020 Mulan Film*

The existence of globalization, which generates technological developments, allows culture to spread through a variety of actors, including non-state actors. Culture can be disseminated through various media. Film is an effective medium for transmitting culture in the age of globalization. This study explains the role of the movie Mulan in spreading American culture to China by integrating American values and Chinese culture through the movie Mulan. The problem with this study is how Disney promotes American values that are at odds with Chinese values. This study uses qualitative research method with study case approach. The role of media, soft power, and orientalism will be used as a basis for analyzing Disney's efforts to spread American culture through the film Mulan. However, Disney's effort through the movie Mulan with Chinese elements was received negatively by the Chinese public because Disney misrepresented the Chinese elements. Meanwhile, Disney's move to transform Chinese folklore into modern feminist tales proves that the United States still holds cultural hegemony over China. Disney's move to turn it into a feminist narrative also marks its infiltration into American culture.

Keywords: *Film, Mulan, Disney, Media Role, Orientalism.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian "Upaya Disney dalam meningkatkan citra Amerika Serikat melalui film Mulan 2020" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan dapat bermanfaat bagi pembaca meskipun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis juga berharap skripsi ini setidaknya dapat menambahkan kepustakaan penelitian hubungan internasional yang berkaitan dengan film sebagai media penyebaran budaya.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang berperan dalam proses penulisan skripsi ini.

Bandung, Januari 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menyertai penulis di tiap langkah hidup penulis. Karena atas kasih karunia-Nya dan berkat-Nya yang tidak berkesudahan, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Untuk kedua orang tua penulis, Bapak Herry Widjiyanto dan Ibu Tutina Octavina, yang menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena Papa dan Mama selalu mendukung dan memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melakukan segala hal dan mendukung pilihan yang penulis tempuh dalam hidup. Terima kasih karena selalu setia mendampingi penulis ketika penulis hilang arah. Terima kasih telah menjadi panutan bagi penulis. Sampai hari ini, penulis masih berupaya sepenuh hati untuk membalas segala dukungan dan kebaikan orang tua penulis. Penulis berharap penulis dapat menjadi kebanggaan bagi kedua orang tua penulis. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh keluarga penulis, Kakak Josua Adika Widjiyanto, dan Adik Eunike Idelia Widjiyanti, dan Ompung Boru T.S Hutahaeon yang tak henti-hentinya mendoakan penulis.

Untuk Bang Atom, selaku Dosen Pembimbing penulis yang selalu sabar membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini. Terima kasih atas segala arahan yang telah diberikan hingga akhirnya skripsi ini rampung. Terima kasih Bang, karena telah menjadi teman diskusi, dan menjadi sosok yang mengajarkan penulis ketulusan, kejujuran, dan kerendahhatian. Meskipun proses penyusunan skripsi ini

sangat berliku, penulis sangat berterima kasih dan bersyukur dapat dibimbing oleh sosok hebat seperti Bang Atom. Semoga Bang Atom sehat dan bahagia selalu.

Untuk sahabat- sahabat penulis, Khallista Utami, Keifan Yusuf, Anjani Larasati, Sylvia Patalala, Jovanka Sinurat, Tristan Matias Natama, terima kasih karena selalu setia mendengar keluh-kesah penulis dalam hal apapun. Untuk Testarossa Auriga, Felicia Melody, Emir Saleh, Kirana Prameswari, Claus Sulaiman, Hilda Trishya, Jhonson Devaldi terima kasih karena telah mewarnai hari-hari penulis selama penulis menempuh perkuliahan di Unpar. Untuk Arsy Nasution yang telah menjadi teman diskusi selama pengerjaan skripsi ini, Untuk Elza Pramesthi, Tasya Kurnia, Daniel Sebastian, Inez Anjanique, Jonathan Christopher yang telah menemani hari-hari semester akhir penulis di Ciumbuleuit Regency, terima kasih atas segala perdebatan tanpa henti dan semua canda tawanya. Serta nama-nama lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, terima kasih karena telah bertumbuh bersama dan atas segala kenangan-kenangannya selama penulis berkuliah di HI Unpar.

Terakhir, skripsi ini di dedikasikan untuk mendiang Ompung Doli tersayang, T.D.O Gultom, *my greatest motivation in finishing this thesis these past few months, This is for him.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.2.1 Pembatasan Masalah.....	6
1.2.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	8
1.4 Kajian Literatur	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	11
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	16
1.6.1 Metode Penelitian.....	16
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	16
1.6.3 Sistematika Pembahasan.....	17
BAB 2 INDUSTRI PERFILMAN TIONGKOK.....	18
2.1 Industri perfilman Hollywood.....	18
2.1.1 Perkembangan Industri Perfilman Hollywood	20
2.1.2 Aktor penting dalam Industri Perfilman Hollywood.....	23
2.1.3 Globalisasi film Hollywood.....	26
2.2 Tiongkok sebagai Target Pasar Hollywood	31
2.2.1 Industri perfilman Tiongkok.....	34

2.2.2 Perkembangan Industri Perfilman Tiongkok.....	36
2.2.3 Globalisasi film Tiongkok	39
BAB 3 ANALISIS FILM MULAN SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN BUDAYA AMERIKA SERIKAT KEPADA TIONGKOK	41
3.1 Film Mulan sebagai Media Penyebaran Budaya Amerika Serikat.....	41
3.2 Orientalisme dalam Film Mulan.....	47
3.3 Efek Misinterpretasi Orientalisme dalam Film Mulan bagi Hollywood	55
BAB 4 KESIMPULAN	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Poster Propaganda Disney.....	24
Gambar 2. 2. Poster Mulan	31
Gambar 2. 3. Daftar 10 Film Hollywood Terlaris di Tiongkok.....	34
Gambar 2. 4. Daftar Film Terlaris di Tiongkok.....	36
<i>Gambar 3. 5. Rumah Hakka</i>	<i>48</i>
Gambar 3. 6. Riasan Mulan	49
Gambar 3. 7. Kredit Film Mulan.....	57

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan berkembang dengan pesat. Perkembangan teknologi, khususnya teknologi internet membuat masyarakat global dapat mengakses berbagai macam informasi dari berbagai belahan dunia. Adanya perkembangan internet juga menyebabkan perkembangan di bidang media.

Perkembangan internet yang semakin maju membuat media menjadi semakin menarik untuk diikuti. Sebelum kemajuan teknologi, media yang digunakan hanya sebatas radio, dan televisi. Sedangkan setelah adanya kemajuan teknologi, media yang digunakan menjadi lebih beragam, serta mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Konten-konten yang disalurkan oleh media berbagai macam, contohnya konten-konten hiburan seperti musik, seri televisi, film, serta berbagai konten media lainnya yang cenderung bersifat serba cepat, yang membuat masyarakat global ingin terus mengikuti perkembangan media agar tidak ketinggalan *trend* terkini.

Globalisasi memicu perkembangan media dalam kehidupan bermasyarakat dan mengakibatkan perubahan pola hidup masyarakat, yang berarti aspek-aspek di kehidupan sehari-hari masyarakat juga ikut bergeser. Adanya globalisasi membuat kegiatan sosial, politik, dan ekonomi di suatu negara dapat berdampak pula

terhadap negara lain. Hal ini menunjukkan bahwa globalisasi menghasilkan adanya perubahan isu-isu kajian hubungan internasional. Dengan adanya globalisasi cakupan kajian hubungan internasional tidak hanya terbatas pada isu tradisional seperti politik, atau isu-isu terkait militer saja, cakupan kajian hubungan internasional meluas ke isu-isu non-tradisional. Globalisasi juga menyebabkan aktor dalam hubungan internasional tidak terbatas pada aktor negara saja. Aktor-aktor seperti organisasi internasional, media, perusahaan multinasional juga dapat berperan dalam kajian hubungan internasional.

Penyebaran budaya dapat dilakukan melalui berbagai media. Film merupakan media penyebaran budaya yang efektif di era globalisasi ini. Melalui film, gambaran mengenai budaya dari suatu komunitas atau masyarakat dapat dikemas secara menarik dan disaksikan oleh penikmat film secara sadar maupun tidak. Film merupakan salah satu alat komunikasi internasional yang efektif digunakan bagi aktor-aktor internasional untuk dijadikan sebagai propaganda atau alat untuk menyebarkan paham maupun kampanye tertentu.

Penggunaan film merupakan media yang tepat karena mempunyai efektifitas yang lebih tinggi dari media lainnya. Maka dari itu film merupakan salah satu alat komunikasi internasional yang sering digunakan oleh aktor-aktor dalam hubungan internasional khususnya di era globalisasi ini dimana film merupakan media komunikasi global yang berpotensi besar.

Mulan merupakan film yang akan dibahas pada penelitian ini. Film yang dirilis pada 9 Maret 2020 dan 4 September 2020 di platform Disney+ ini merupakan

versi pembuatan ulang dari film animasi yang dirilis Disney dengan judul yang sama pada tahun 1998.¹ *Mulan* menceritakan tentang seorang gadis bernama Hua Mulan yang menyamar menjadi prajurit laki-laki untuk menyelamatkan ayahnya yang sakit.²

Alasan penulis memilih topik penelitian ini dikarenakan penulis melihat bahwa film *Mulan* merupakan film yang unik. Meskipun film ini berdasarkan cerita rakyat dari Tiongkok, Disney yang merupakan perusahaan yang berasal dari Amerika Serikat mencoba menyisipkan nilai-nilai budaya Amerika Serikat melalui film ini. Penulis juga tertarik melihat bagaimana Disney berusaha menarik pasar Tiongkok dengan membuat film yang mengangkat budaya negara tersebut namun tetap memasukan unsur-unsur budaya Amerika Serikat, seperti mendukung feminisme, serta mendukung kebebasan individu yang sebenarnya bukan merupakan budaya asli dari Tiongkok itu sendiri, bagaimana Disney mencoba untuk lulus dari kebijakan sensor pemerintah Tiongkok dengan mengintegrasikan budaya asli Tiongkok yang diselipkan nilai-nilai dari Amerika Serikat. Selain itu fakta bahwa penyebaran budaya dapat dilakukan melalui berbagai media, Film merupakan media penyebaran budaya yang efektif di era globalisasi ini. Melalui Film, gambaran mengenai budaya dari suatu komunitas atau masyarakat dapat dikemas secara menarik dan disaksikan oleh penikmat film secara sadar maupun tidak. Terlebih lagi film juga dapat menarik perhatian masyarakat dari berbagai

¹“Mulan,” IMDb (IMDb.com, September 4, 2020), <https://www.imdb.com/title/tt4566758/>.
Diakses 27 September 2021

² *Ibid.*

lapisan usia. Penonton terlibat dalam mengontrol apa dan bagaimana film dapat dilihat dan dikonsumsi.³ Film sering digunakan sebagai salah satu alat dari komunikasi internasional, bahkan merupakan salah satu alat terbaik dalam membentuk identitas dan menjelaskan identitas serta hubungan budaya antar negara.⁴ Film dapat mengedukasi, meningkatkan hubungan antar negara, mematahkan stigma, dan menyebarkan budaya secara implisit. Hal tersebut menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti dan dibahas.

1.2 Identifikasi Masalah

Sebagai rumah dari industri perfilman dunia, Amerika Serikat telah memunculkan berbagai perusahaan produksi film yang mampu memasarkan dan menyebarkan pengaruh budaya Amerika Serikat ke mancanegara. Salah satu perusahaan produksi film ternama asal Amerika Serikat yang bergerak di bidang hiburan keluarga adalah Disney. Disney didirikan oleh Walt Disney pada tahun 1923 di Kansas.⁵ Saat ini Disney juga merupakan salah satu konglomerat media terbesar di dunia dengan kepemilikan ABC, Marvel, Pixar, 20th Century Fox sebagai anak perusahaannya.⁶ Sejak berdirinya, Disney telah melahirkan karakter-

³Sophie Harman, "The Global Governance of Seeing," dalam *Seeing Politics: Film, Visual Method, and International Relations* (Montréal :: McGill-Queen's University Press, 2019), hal. 216.

⁴"Experts Answer: Film and Public Diplomacy," USC Center on Public Diplomacy, November 5, 2016, https://uscpublicdiplomacy.org/pdin_monitor_article/experts-answer-film-and-public-diplomacy. Diakses 11 Oktober 2021

⁵"Disney Company," Encyclopædia Britannica (Encyclopædia Britannica, inc.), <https://www.britannica.com/topic/Disney-Company>. Diakses 27 September 2021

⁶ *Ibid*

karakter animasi ikonik seperti Mickey Mouse, Minnie Mouse, Donald Duck, dan Goofy. Selain itu, Disney juga berhasil membuat film animasi Disney *Princess* ikonik salah satunya adalah Mulan yang berhasil merepresentasikan budaya Asia di mata global.

Dikenal sebagai perusahaan Amerika Serikat, Disney memproduksi konten hiburan yang diterima di seluruh dunia, termasuk film, acara televisi, serta taman hiburan yang tersebar di Asia, dan Eropa. Sebagian besar konten yang diproduksi Disney didasarkan pada budaya dan nilai-nilai Amerika Serikat seperti nilai individualisme, dan kebebasan.⁷ Sejak berdirinya Disney sangat mengedepankan nilai-nilai "*American Way*".⁸ Namun, Disney juga memproduksi konten berdasarkan cerita dan budaya negara lain, selain itu Disney memodifikasi cerita-cerita rakyat dari negara lain agar lebih sesuai dengan perspektif dan budaya Barat. Karena kecenderungan Disney untuk menyesuaikan cerita dari budaya atau negara lain dengan perspektif serta nilai-nilai budaya Barat, dan kurangnya representasi budaya yang sesuai dengan budaya aslinya, Disney kerap kali dikritik atas tindakan tersebut.

Mulan merupakan film besutan Disney yang mengadaptasi cerita rakyat Tiongkok. Film yang diproduksi oleh Disney ini berusaha mengadaptasi cerita asli Mulan dengan mengimplementasikan nilai-nilai Amerika Serikat yang liberal.

⁷ Smithsonian Magazine, "How Disney Came to Define What Constitutes the American Experience," Smithsonian.com (Smithsonian Institution, January 3, 2017), Diakses 23 Januari 2023 <https://www.smithsonianmag.com/history/how-disney-came-define-what-constitutes-american-experience-180961632/>.

⁸ *Ibid.*

Dalam Film *Mulan* dilibatkan proses pertukaran budaya yang rumit antara budaya Tiongkok dan Amerika Serikat, bagaimana Disney sebagai produser film yang berasal dari Amerika Serikat memandang budaya Tiongkok.

Disney mengemas ulang film *Mulan* yang berasal dari cerita rakyat Tiongkok tidak hanya untuk menarik pasar Tiongkok namun untuk menarik pasar internasional pula. Sebagai adaptasi dari cerita rakyat Tiongkok produksi Amerika Serikat, film *Mulan* menuai berbagai macam reaksi, baik reaksi dari segi budaya maupun politik. Selain itu film ini mendapat banyak kritik dari dunia internasional karena disinyalir mendukung Partai Komunis Tiongkok (PKT). Hal ini dikarenakan di akhir penayangan film *Mulan*, Disney mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Xinjiang karena telah mengizinkan Disney untuk mengambil adegan film di wilayah tersebut. Xinjiang dikenal sebagai wilayah tempat kamp konsentrasi Muslim Uighur.⁹

1.2.1 Pembatasan Masalah

Disney telah melakukan pengadaptasian film *Mulan* sebanyak 2 kali, yaitu pada tahun 1998 dan tahun 2020. Penelitian ini hanya akan membahas film *Mulan* yang diadaptasi pada tahun 2020. Alasan peneliti hanya memilih *Mulan 2020* adalah karena film tersebut merupakan versi terbaru yang mendapatkan berbagai macam reaksi positif dan negatif dari penonton global. Penelitian akan berfokus

⁹ Michelle Toh, "Backlash over Filming 'Mulan' in Xinjiang 'Generated a Lot of Issues,' Admits Disney," CNN (Cable News Network, September 11, 2020), <https://www.cnn.com/2020/09/11/media/disney-mulan-xinjiang-intl-hnk/index.html>. Diakses 4 November 2021

pada tahun 2020-2021. Pemilihan rentang waktu tersebut dikarenakan untuk melihat apakah film *Mulan* benar-benar menyebarkan nilai-nilai Amerika Serikat dan memberikan dampak terhadap masyarakat Tiongkok setelah perilisan film, apakah film ini memberikan dampak terhadap citra Amerika Serikat di Tiongkok setelah perilisan film *Mulan*. Pemilihan periodisasi waktu tersebut juga untuk melihat secara langsung apakah ada peningkatan pengertian paham-paham atau nilai-nilai Amerika Serikat terhadap Tiongkok setelah film dirilis. Pemilihan periodisasi waktu tersebut dikarenakan berdasarkan data yang dikumpulkan penulis dari Douban,¹⁰ komentar dan reaksi terkait film tersebut, terbanyak pada tahun 2020-2021.

1.2.2 Perumusan Masalah

Lewat penelitian ini, penulis ingin lebih dalam memahami bagaimana film dapat berperan sebagai media penyebaran budaya suatu negara terhadap negara lain. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah bagaimana *Disney* menyebarkan nilai-nilai Amerika Serikat yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Tiongkok melalui film *Mulan 2020*?

¹⁰ 劳伦·希内克 Lauren Hynek et al., “花木兰 Mulan,” 豆瓣, 4 September, 2020, <https://movie.douban.com/subject/26357307/>. Diakses 23 Januari 2023

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan peran film *Mulan* dalam mendukung penyebaran budaya Amerika Serikat terhadap Tiongkok dengan mengintegrasikan nilai-nilai Amerika Serikat dan budaya Tiongkok melalui film *Mulan*.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan baru terhadap pembaca terkait film *Mulan* dan perannya dalam menyebarkan nilai-nilai Amerika Serikat. Selain itu, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian terkait dengan komunikasi internasional melalui film yang nantinya akan dilakukan di masa depan.

1.4 Kajian Literatur

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa literatur yang dapat mendukung penulis dalam melakukan penelitian ini. Literatur yang digunakan merupakan referensi untuk penulis agar dapat mempertajam topik penelitian yang dibahas. Kajian literatur yang digunakan adalah buku berjudul *Hollywood Made in China* karya Aynne Kokas. Literatur kedua merupakan artikel jurnal dengan judul

Exploring Intercultural Communication through Literature and Film. Literatur yang ketiga yang digunakan adalah buku berjudul *Remade in Hollywood The Global Chinese Presence in Transnational Cinemas* oleh Kenneth Chan.

Pertama, buku berjudul *Hollywood Made in China* oleh penulis Aynne Kokas. Buku ini membahas mengenai bagaimana hubungan industri film Hollywood-China, bagaimana kebijakan-kebijakan Tiongkok mempengaruhi Hollywood. Buku ini juga menjelaskan Hollywood yang mengejar pasar Tiongkok dan Tiongkok yang ingin meraih kekuatan budaya global lewat kolaborasi dengan Hollywood.¹¹ Lebih lanjut buku ini juga membahas hubungan antara film, media dan *brand*.¹² Selain itu buku ini juga lebih lanjut menjelaskan hubungan kedaulatan budaya Sino-Amerika Serikat yang kompleks.¹³ Buku ini juga memberikan pemahaman bagaimana kolaborasi antara Hollywood-Tiongkok mengikutsertakan banyak pihak dalam membuat konten media global. Pihak-pihak yang dimaksud meliputi pekerja produksi film, eksekutif dari industri film, dan pemerintah pembuat kebijakan.¹⁴ Lebih lanjut buku ini memberikan pemahaman persimpangan industri media global pada tingkat tenaga kerja, kebijakan, investasi, dan pemasaran. Bab 3 pada buku ini juga membahas bagaimana *soft power* dari kebijakan Tiongkok mempengaruhi Hollywood. Dalam penelitiannya Kokas berargumen walaupun regulasi dari pemerintah Tiongkok sendiri cukup renggang dari tahun-tahun sebelumnya, namun pemerintah Tiongkok masih mampu untuk

¹¹ Aynne Kokas, *Hollywood Made in China* (Oakland: University of California Press, 2017).

¹² *Ibid* hlm.3

¹³ *Ibid*

¹⁴ *Ibid.* hlm.14

mengontrol konten produksi Hollywood di Tiongkok.¹⁵ Buku ini membantu penulis dalam memahami hubungan industri film Hollywood-Tiongkok dalam penelitian ini.

Literatur yang kedua adalah artikel jurnal yang berjudul *Exploring Intercultural Communication through Literature And Film* oleh John Condon.¹⁶ Artikel jurnal ini berisi tentang alasan sastra dan film dapat menjadi media yang lebih efektif dibanding dengan media tulisan. Artikel jurnal ini membantu penulis dalam menganalisis peran film sebagai salah satu media komunikasi internasional.

Terakhir, buku berjudul *Remade in Hollywood The Global Chinese Presence in Transnational Cinemas* oleh Kenneth Chan. Buku ini menjelaskan bagaimana kehadiran film Hollywood-Tiongkok juga sebagai kontradiksi kultural dan identitas Tiongkok karena harus disesuaikan dengan penonton global.¹⁷ Lebih lanjut dalam bukunya Kenneth Chan membahas film-film yang dikemas ulang Hollywood. Dalam buku ini, Kenneth Chan meneliti bagaimana upaya kolaborasi produksi transnasional dan multinasional menjadi sebuah norma, Chan juga turut meneliti apakah kemitraan Hollywood-China akan membentuk persilangan kultural dan bentuk sinergi film yang baru. Selain itu menurut Chan, tujuan dari film yang dikemas ulang adalah untuk menarik target demografis tertentu.¹⁸ Buku ini

¹⁵ *Ibid.* hlm.16

¹⁶ JOHN CONDON, "Exploring Intercultural Communication through Literature and Film," *World Englishes* 5, no. 2-3 (1986): hlm. 153-161, <https://doi.org/10.1111/j.1467-971x.1986.tb00722.x>.

¹⁷ Kenneth Chan, *Remade in Hollywood: The Global Chinese Presence in Transnational Cinemas* (Hong Kong University Press, 2009).

¹⁸ *Ibid.* hlm.10

membantu penulis dalam menganalisis upaya Hollywood menggunakan elemen-elemen Tiongkok dalam penelitian ini.

Ketiga literatur tersebut membahas hal yang berkaitan mengenai film. Dalam buku *Hollywood Made in China*, lebih membahas hubungan kompleks antara China dan Hollywood. Sementara penelitian ini lebih membahas tentang penyebaran nilai-nilai Amerika Serikat melalui film *Mulan*. Artikel jurnal Condon membahas tentang metode media baru dalam isu-isu internasional, sementara penelitian ini membahas film sebagai media penyebaran budaya yang lebih efektif dibandingkan dengan media-media konvensional lain. Buku Kenneth Chan membahas tentang bagaimana peran film Hollywood-Tiongkok dalam masyarakat transnasional.¹⁹ Sementara penelitian ini lebih membahas tentang bagaimana Disney mencoba merepresentasikan budaya Tiongkok dalam film *Mulan 2020*.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dewasa ini, media telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari seluruh masyarakat dunia. Peran media pada era globalisasi ini semakin kompleks dengan adanya perkembangan internet yang membuat media tidak hanya berperan sebagai wadah komunikasi, namun juga sebagai wadah pembentuk (*shapers*), cermin (*mirror*), dan representasi (*representations*).²⁰ Media sebagai pembentuk

¹⁹ Kenneth Chan, *Remade in Hollywood: The Global Chinese Presence in Transnational Cinemas* (Hong Kong University Press, 2009).

²⁰ Paul Hodkinson, *Media, Culture and Society: An Introduction* (Los Angeles etc.: SAGE, 2017), hlm. 40 -45.

menjelaskan bahwa konten yang disebarkan oleh media mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi orang dan membentuk masa depan. Peran media sebagai cermin adalah untuk merefleksikan kembali kepada kita peristiwa, perilaku, identitas, hubungan sosial atau nilai-nilai penting dalam masyarakat. Sementara media sebagai representasi merupakan penggambaran langsung dari masyarakat itu sendiri.²¹ Dalam konteks sosio-kultural, media terbagi ke dalam beberapa elemen, yaitu industri media , teknologi media, konten media dan pengguna media.²² Keempat elemen ini menunjukkan kekuatan dan signifikansi peran media bagi masyarakat global.

Film yang merupakan media penyebaran budaya memiliki peranan-peranan tertentu. Menurut Paul Hodkinson, sebagai media, film berperan sebagai wadah pembentuk (*shaper*), cermin (*mirror*), dan representasi (*representations*) dari masyarakat.²³ Media sebagai wadah pembentuk mempunyai kekuatan untuk memberikan dampak dan mempengaruhi pandangan masyarakat. Dalam hal ini, media sebagai pembentuk kemudian juga menjadi cermin yang merefleksikan perilaku, identitas, hubungan sosial, atau nilai penting dalam masyarakat. Media sebagai cermin mengingatkan bahwa konten dari media seringkali mempunyai hubungan erat dengan nilai-nilai budaya. Konten media tidak merefleksikan dan mencerminkan nilai-nilai budaya secara sempurna. Hal ini karena pembuat konten media sangat selektif dalam menggambarkan elemen-elemen yang dimasukan

²¹ *Ibid.* hlm.38

²² *Ibid.* hlm. 56

²³ Paul Hodkinson, *Media Culture and Society: An Introduction* (Los Angeles: SAGE, 2017).

dalam suatu konten media. Pembuat konten media tidak menawarkan cermin, namun serangkaian representasi yang selektif.²⁴ Sebagai contohnya konten dalam film *Mulan* menggambarkan budaya Tiongkok di permukaannya tetapi karena pembuat konten media film *Mulan* adalah Disney, maka Disney sebagai pembuat konten memilih elemen-elemen Tiongkok yang dapat dimasukkan dalam film, dan lebih banyak memasukan nilai-nilai budaya Amerika Serikat dalam film *Mulan*. Karena representasi media mempunyai sifat selektif, hal ini membuat representasi elemen-elemen budaya Tiongkok dalam film *Mulan* dapat berbeda dengan budaya Tiongkok yang sebenarnya.

Menurut John Condon, film dapat meningkatkan komunikasi antar budaya dalam dua cara yang sangat penting. Yang pertama adalah mengungkapkan pentingnya hubungan, nilai, dan gaya komunikasi tertentu yang mewakili budaya yang digambarkan. Kedua adalah menghadirkan tema lintas budaya itu sendiri sebagai tema utama sebuah film, perubahan dan identitas lintas budaya, hubungan antar etnis, dan sebagainya.²⁵ Dalam film *Mulan* yang diadaptasi oleh Disney, dapat dilihat bahwa Disney jelas menghadirkan tema lintas budaya dengan menggunakan cerita rakyat Tiongkok namun tetap menyelipkan nilai-nilai budaya Amerika Serikat dalam karakter *Mulan*.

Untuk menjalin hubungan yang baik dengan pihak lain atau dengan negara lain, dibutuhkan diplomasi. Diplomasi pada era globalisasi ini cenderung dilakukan

²⁴ *Ibid.*

²⁵ JOHN CONDON, "Exploring Intercultural Communication through Literature and Film," *World Englishes* 5, no. 2-3 (1986): hlm. 155, <https://doi.org/10.1111/j.1467-971x.1986.tb00722.x>.

dengan pendekatan *soft power*.²⁶ *Soft power* merupakan kemampuan negara untuk mempersuasi negara lain tanpa menggunakan cara-cara koersif.²⁷ Menurut Joseph Nye, *soft power* tidak menggunakan kekuatan militer dan tidak bersifat memaksa. Joseph Nye juga beranggapan bahwa sebuah negara membutuhkan *hard power* dan *soft power* dalam meraih tujuan dan kepentingan nasionalnya. Dalam buku *Soft Power The Means to Success in World Politics*, Joseph Nye terdapat 3 sumber dari *soft power*, yaitu *culture* (budaya), *political values* (nilai politik), dan *foreign policies* (kebijakan luar negeri).²⁸ Budaya merupakan seperangkat nilai atau praktik hidup yang membentuk suatu masyarakat. Bentuk budaya berbagai macam, contohnya seperti literatur, seni, pendidikan, serta budaya pop yang fokus pada media massa.²⁹ Ketika budaya suatu negara dapat mencakup nilai politik dan kebijakan negara lain secara universal, maka hal tersebut akan meningkatkan keberhasilan *soft power* negara tersebut terhadap negara lain. Pada era globalisasi ini, dimana teknologi dan laju informasi sudah sangat berkembang pesat, *soft power* merupakan salah satu cara yang paling efektif bagi suatu negara dalam mencapai kepentingan nasionalnya. Negara-negara yang mempunyai budaya yang lebih menarik cenderung akan lebih mudah mendapatkan kekuatan *soft power*. Negara-

²⁶ David J. Scheffer et al., "Soft Power: The Means to Success in World Politics," *Foreign Affairs*, June 3, 2020, <https://www.foreignaffairs.com/reviews/capsule-review/2004-05-01/soft-power-means-success-world-politics>. Diakses 11 Oktober 2021

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Joseph S. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New Delhi: Knowledge World, 2012).

²⁹ *Ibid.*

negara tersebut biasanya akan memiliki banyak saluran komunikasi yang membantu negara-negara tersebut untuk mem*framing* isu-isu tertentu.³⁰

Penulis menggunakan teori postkolonialisme dalam menganalisa Mulan versi adaptasi Disney. Postkolonialisme memandang bahwa bangsa barat lebih superior dari bangsa timur. Barat selalu mempunyai intensi untuk mendominasi dunia. Orientalisme merupakan konsep dari post-kolonialisme dan sudah menjadi teori sendiri. Menurut Edward Said, Orientalisme merupakan gaya barat untuk mendominasi, restrukturisasi, dan memiliki otoritas terhadap timur.³¹ Dapat dilihat bahwa bangsa barat selalu mencoba untuk merepresentasikan budaya timur, namun dengan pandangan barat. Hal ini tentu saja menunjukkan cara representasi yang salah dan merupakan aspek dari orientalisme, hal tersebut dapat ditemukan dalam film Mulan. Menurut teori orientalisme yang dikemukakan oleh Edward Said, orientalisme mengacu pada hegemoni barat dan politik kekuasaan. Teori orientalisme digunakan oleh penulis untuk menganalisis intensi Disney mengaplikasikan elemen-elemen maupun pandangan barat dalam film Mulan.

³⁰ *Ibid.*

³¹ Edward W. Said, *Orientalism* (New York: Vintage Books, 2004). hal.3

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Penulis akan menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus. Penulis menggunakan studi kasus karena metode tersebut merupakan metode yang tepat untuk menganalisis dan menjelaskan diplomasi Amerika Serikat terhadap Tiongkok melalui film *Mulan*. Metode studi kasus juga merupakan metode yang tepat dalam menjelaskan upaya *Disney* dalam menarik pasar Tiongkok sekaligus menyebarkan nilai-nilai Amerika Serikat terhadap Tiongkok. Metode kualitatif berfokus pada makna dan pemahaman dengan menggunakan data yang non-numerik, Penulis tidak memilih menggunakan metode kuantitatif dikarenakan penelitian yang akan dilakukan tidak berbasis saintifik, melainkan lebih bersifat holistik. Selain itu, penulis juga tidak melakukan mencari hubungan hubungan antar variabel, pengujian hipotesis, maupun menggunakan data numerik seperti yang dilakukan dalam metode kualitatif.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Penulis ingin menginterpretasi data dengan menganalisis konten isi film, studi pustaka melalui data-data berbasis dokumen maupun data-data berbasis internet. Peneliti akan menganalisa isi dari film *Mulan* yang menunjukkan nilai-nilai budaya Amerika Serikat. Bentuk data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer akan dikumpulkan penulis melalui film *Mulan* sendiri, *official press release* ataupun pernyataan resmi

dari pemerintahan Amerika Serikat dan pemerintahan Tiongkok terkait film *Mulan*. Selain itu, penulis akan mengumpulkan data sekunder melalui artikel yang mengandung penjelasan terkait topik yang diangkat. Data sekunder akan dikumpulkan penulis melalui pemberitaan-pemberitaan dan wawancara yang diterbitkan di media internasional.

1.6.3 Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, Bab 1 berisikan pendahuluan yang meliputi latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian literatur, kerangka pemikiran, metode penelitian, teknik pengumpulan data, serta sistematika pembahasan yang akan digunakan pada penelitian ini.

Bab 2 pada penelitian akan mengkaji hubungan industri film Hollywood dengan Tiongkok. Bagaimana *Disney* sebagai bagian dari Hollywood serta sebagai perusahaan multinasional mencoba untuk mempenetrasi pasar Tiongkok untuk profit dan untuk menyebarkan nilai-nilai serta ideologi dari Amerika Serikat.

Bab 3 penelitian berisi analisis film dalam menyebarkan budaya suatu negara menggunakan film *Mulan (2020)* sebagai media penyebaran budaya Amerika Serikat, serta menelaah peran film tersebut sebagai komunikasi internasional dan salah satu alat *soft power* Amerika Serikat.

Bab 4 adalah kesimpulan penelitian.