

dengan tujuan utama mencapai stabilitas ekonomi. Ini tercermin dalam penggunaan *setting* kota Jakarta yang sedang sibuk dalam proses pembangunan.

Selanjutnya, film juga menghadirkan ikonografi tentang budaya pada awal Orde Baru, terutama dalam menggambarkan ketimpangan sosial. Hal ini ditunjukkan melalui mobil-mobil mewah yang dimiliki oleh karakter Sugito dan rekan-rekannya. Mobil-mobil tersebut menjadi simbol dari kesenjangan ekonomi, di mana hanya segelintir orang yang mampu membeli mobil mewah pada saat itu, sementara mayoritas rakyat Indonesia hidup di bawah garis kemiskinan.

Film ini juga menunjukkan pengaruh budaya westernisasi yang mulai merasuk ke dalam masyarakat Indonesia pada masa itu. Selain itu, penggambaran KKN tercermin dalam adegan di mana Palupi mengurus surat penduduk dan melakukan pemalsuan data, yang secara simbolis menandakan adanya budaya KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme) yang menghiasi kehidupan pada masa Orde Baru.

Secara keseluruhan, *Apa Jang Kau Tjari Palupi* (1969) bukan hanya sebuah film biasa. Film ini menjadi bukti nyata bahwa film bukan sekadar hiburan semata, melainkan juga merupakan sebuah produk budaya. Dalam film terkandung pesan-pesan yang hadir melalui simbol-simbol ikonografi, menjadi cerminan dari periode penting dalam sejarah Indonesia. Film ini, dengan segala keterbatasannya, memberikan gambaran yang dalam dan makna yang mendalam tentang kondisi sosial, ekonomi, dan budaya pada masa awal Orde Baru.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Syakir Media Press.
- Alfathoni, M. A. M., & Manesah, D. (2020). *Pengantar teori film*. Deepublish.
- Allen, J. (2000). *The films of Asrul Sani from 1966 to 1983: A new art for a new mankind*.
- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2016). *Film art: An introduction*. (11th edition). McGraw Hill.
- Grant, B. K. (2007). *Film genre: From iconography to ideology*. Wallflower.

- Hadi, D. W., & Kasuma, G. (2012). Propaganda Orde Baru 1966-1980. *Media Verleden*, 1(1), 1-109.
- Irawanto, B. (2004). Film propaganda: Ikonografi kekuasaan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8, 1-16.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jsp.11055>
- Kusumastuti, A. & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. LPSP Boardwell.
- Larasati, G. (2013). *Representasi cinta tanah air dalam film 5 Cm (Analisis Semiotika John Fiske mengenai representasi cinta tanah air dalam Film 5 Cm)*. (Bachelor thesis). Unikom.
- Moertopo, A. (1981). *Strategi pembangunan nasional*. CSIS.
- McQuail, D., & Izzati, P. I. (2010). *Teori komunikasi massa: Suatu pengantar*. Salemba Humanika.
- Pramaggiore, M. T. & Wallis T. (2008). *Film: A critical introduction*. Laurence King Publishing Ltd.
- Prayogo, W. A. (2009). *Kebijakan pemerintahan Orde Baru terhadap perfilman Indonesia*. (Bachelor thesis). Universitas Indonesia.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Semiawan, C. R., (2010). *Metode penelitian kualitatif: Jenis, karakteristik dan keunggulannya*. PT Grasindo.
- Setyohadi, T. (2002). *Sejarah perjalanan bangsa Indonesia dari masa ke masa*. Rajawali Corporation.
- Sobur, A., & Piliang, Y. A. (2003). *Semiotika komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Sulastomo. (2008). *Hari-hari yang panjang transisi Orde Lama ke Orde Baru*. Kompas.
- Wendi. (2017). *Analisis ikonografi pengaruh globalisasi dalam film panjang Indonesia bergenre roman remaja dari tahun 1970-2000* (bachelor thesis). Universitas Multimedia Nusantara.