



Pengaruh Terpaan Film Home Sweet Loan terhadap Sikap dan Persepsi Mahasiswa tentang Tantangan Generasi Sandwich

Areta Rahmania Ahnaf*, Euis Nurul Bahriyah, Sumartono, Amar Nugraha

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received August 14, 2026

Revised September 04, 2026

Accepted September 10, 2026

Available online September 18, 2026

Kata Kunci :

Terpaan media, Film, Generasi sandwich, Sikap, Persepsi

Keywords:

Media exposure, Film, Sandwich generation, Attitude, Perception



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2026 by Author. Published by CV. Rifainstitut

ABSTRAK

Fenomena generasi sandwich menempatkan kelompok usia produktif pada tekanan tanggung jawab ekonomi antargenerasi. Film Home Sweet Loan merepresentasikan dilema tersebut melalui pengalaman tokoh yang harus menyeimbangkan kebutuhan pribadi dan keluarga. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh terpaan film Home Sweet Loan terhadap sikap dan persepsi mahasiswa Universitas Mercu Buana mengenai tantangan generasi sandwich. Penelitian menggunakan paradigma positivistik, pendekatan kuantitatif eksplanatif, dan metode survei. Sampel berjumlah 100 mahasiswa aktif yang telah menonton film, dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan regresi linear sederhana menggunakan SPSS setelah pengujian validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil menunjukkan bahwa terpaan film berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap mahasiswa ($B = 0,500$; $t = 7,281$; $p < 0,001$; $R^2 = 0,351$) serta terhadap persepsi mahasiswa ($B = 0,279$; $t = 3,968$; $p < 0,001$; $R^2 = 0,138$). Pengaruh terhadap sikap lebih kuat dibandingkan pengaruh terhadap persepsi. Temuan ini menunjukkan bahwa film dapat menjadi stimulus komunikasi massa yang berkontribusi pada evaluasi, empati, dan pemaknaan mahasiswa terhadap isu ekonomi keluarga, meskipun persepsi juga dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

ABSTRACT

The sandwich generation phenomenon places economically productive groups under intergenerational financial pressure. The film Home Sweet Loan represents this dilemma through a character who must balance personal needs and family responsibilities. This study examines the effect of exposure to Home Sweet Loan on the attitudes and perceptions of Universitas Mercu Buana students regarding sandwich generation challenges. The study employed a positivist paradigm, an explanatory quantitative approach, and a survey method. The sample consisted of 100 active students who had watched the film and were selected using purposive sampling. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using simple linear regression in SPSS after validity, reliability, normality, linearity, and heteroscedasticity tests. The findings show that film exposure had a positive and significant effect on student attitudes ($B = 0.500$; $t = 7.281$; $p < 0.001$; $R^2 = 0.351$) and perceptions ($B = 0.279$; $t = 3.968$; $p < 0.001$; $R^2 = 0.138$). The effect was stronger for attitudes than for perceptions. These findings indicate that film can function as a mass-communication stimulus that contributes to students' evaluation, empathy, and interpretation of family economic issues, while perception remains substantially shaped by factors beyond the model.

1. PENDAHULUAN

Film tidak lagi hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi instrumen komunikasi massa yang merepresentasikan realitas sosial dan dapat membentuk cara khalayak memahami lingkungan di sekitarnya. Pada Generasi Z, konsumsi representasi audio-visual berlangsung beriringan dengan perubahan perilaku komunikasi di era digital,

*Corresponding author

E-mail addresses: aretarahmania04@gmail.com (Areta Rahmania Ahnaf)

sehingga pesan media memperoleh ruang yang semakin besar dalam proses pembentukan makna sosial (Zis et al., 2021). Salah satu isu yang memperoleh perhatian melalui representasi media adalah *sandwich generation*, yaitu kondisi ketika individu berada di antara tuntutan memenuhi kebutuhan diri sendiri dan tanggung jawab ekonomi terhadap anggota keluarga lintas generasi.

Dalam konteks Indonesia, isu tersebut relevan bagi mahasiswa yang sedang bergerak menuju kemandirian ekonomi. Skripsi yang menjadi dasar artikel ini mencatat rasio ketergantungan lansia sebesar 17,76 berdasarkan data Statistik, (2020), sekaligus menempatkan mahasiswa sebagai kelompok transisi yang mulai berhadapan dengan ekspektasi finansial keluarga. Kajian Fitriandita et al., (2025) juga menunjukkan bahwa fenomena generasi sandwich telah menjadi tema yang nyata dalam pengalaman dan pandangan mahasiswa. Karena itu, pembahasan generasi sandwich tidak hanya berkaitan dengan keputusan finansial, tetapi juga dengan cara individu mengevaluasi pembagian tanggung jawab, empati terhadap anggota keluarga, dan kesiapan menghadapi tuntutan ekonomi.

Film *Home Sweet Loan* mengangkat dilema tersebut melalui tokoh Kaluna, yang berusaha mengejar kebutuhan personal sekaligus menghadapi tekanan ekonomi keluarga. Film ini tayang pada 26 September 2024 dan, sebagaimana dicatat dalam sumber skripsi, meraih lebih dari 1,7 juta penonton sehingga memiliki jangkauan pesan yang luas (Kompas.com, 2024). Narasi yang dekat dengan kehidupan kelas menengah perkotaan membuat film tersebut relevan sebagai stimulus media untuk mengkaji bagaimana audiens muda merespons isu beban ekonomi lintas generasi.

Penelitian efek film sebelumnya memperlihatkan bahwa terpaan audio-visual dapat berkaitan dengan perubahan cara pandang dan sikap terhadap isu sosial. Munawaroh, (2021) menemukan pengaruh terpaan film pendek terhadap persepsi dan sikap mengenai status melajang. Rahmah, (2023) menguji intensitas menonton film *Yuni* dan persepsi mengenai pernikahan dini. Nugroho et al., (2025) menggunakan Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) untuk menjelaskan pengaruh film *Ngeri Ngeri Sedap* terhadap keterbukaan Generasi Z kepada orang tua, sementara Lestari & Andika, (2024) mengkaji terpaan film *Barbie* terhadap sikap feminitas. Pola penelitian tersebut menunjukkan perhatian yang kuat pada isu interpersonal dan identitas.

Celah penelitian terletak pada keterbatasan kajian yang menguji efek film terhadap isu ekonomi struktural lintas generasi. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang banyak berfokus pada relasi personal, penelitian ini menempatkan *Home Sweet Loan* sebagai stimulus yang membawa problem tanggung jawab finansial keluarga ke dalam proses kognitif dan afektif mahasiswa. Kebaruan penelitian juga terletak pada pengujian dua respons secara bersamaan, yaitu sikap dan persepsi, sehingga dapat dibandingkan seberapa besar kemampuan terpaan film menjelaskan masing-masing keluaran.

Penelitian menggunakan Teori S-O-R sebagai kerangka utama. Dalam model ini, pesan film diposisikan sebagai stimulus (S), mahasiswa sebagai organisme (O) yang memproses pesan berdasarkan perhatian, pengalaman, memori, dan kondisi sosial, sedangkan sikap dan persepsi menjadi respons (R). Ohorella & Prihantoro, (2022) menekankan bahwa stimulus media harus diproses oleh organisme sebelum menghasilkan respons. Dengan demikian, pengaruh media tidak dipahami sebagai perubahan otomatis, melainkan sebagai hasil interaksi antara kekuatan pesan dan kondisi internal audiens.

Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian bertujuan mengukur dan menganalisis pengaruh terpaan film *Home Sweet Loan* terhadap sikap dan persepsi mahasiswa Universitas Mercu Buana mengenai tantangan generasi sandwich. Hipotesis yang diuji adalah: (H1) terpaan film *Home Sweet Loan* berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa; dan (H2) terpaan film *Home Sweet Loan* berpengaruh signifikan terhadap persepsi mahasiswa.

2. KAJIAN LITERATUR

Teori Stimulus-Organism-Response

Teori Stimulus-Organism-Response menjelaskan perubahan respons sebagai hasil pemrosesan rangsangan oleh organisme. Pesan verbal dan simbol visual dalam media dapat berfungsi sebagai stimulus, tetapi dampaknya bergantung pada bagaimana audiens memberi perhatian, memahami, dan menerima pesan tersebut. Dalam penelitian ini, *Home Sweet Loan* bertindak sebagai stimulus yang menghadirkan gambaran mengenai beban finansial keluarga; mahasiswa bertindak sebagai organisme yang memaknai adegan berdasarkan pengalaman dan latar sosial; sedangkan sikap dan persepsi menjadi respons yang diukur.

Kerangka S-O-R relevan untuk menjelaskan komunikasi massa karena audiens tidak diposisikan sebagai penerima pasif. Penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa respons khalayak terhadap media dipengaruhi proses internal dan tingkat kedekatan pesan dengan pengalaman audiens (Nugroho et al., 2025; Ohorella & Prihantoro, 2022). Dalam konteks mahasiswa yang berada pada tahap transisi finansial, kedekatan isu dapat memperkuat keterlibatan pada stimulus dan meningkatkan peluang terbentuknya respons evaluatif maupun kognitif.

Terpaan Media, Sikap, dan Persepsi

Terpaan media mengacu pada pengalaman audiens ketika bersentuhan dengan pesan media. Pengukurannya tidak berhenti pada keberadaan fisik audiens di depan media, tetapi mencakup frekuensi, durasi, dan atensi terhadap isi pesan. Penelitian mengenai terpaan media menunjukkan bahwa intensitas akses dan perhatian dapat berkaitan dengan persepsi maupun respons khalayak (Abdurrohman et al., 2024; Damayanti & Dunan, n.d.). Pada penelitian ini, frekuensi mencakup kecenderungan menonton ulang, durasi menggambarkan penyelesaian tayangan, sedangkan atensi mengukur fokus terhadap alur dan pesan film.

Sikap dipahami sebagai evaluasi yang mencakup dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Pesan media dapat memperkuat keyakinan, memunculkan keterlibatan emosional, dan mendorong kecenderungan bertindak. Temuan Alhabsy et al., (2025) dan Arifin et al., (2024) menunjukkan bahwa karakter pesan dan intensitas informasi memiliki hubungan dengan sikap khalayak. Dalam penelitian ini, sikap dioperasionalkan melalui keyakinan mengenai beratnya tanggung jawab generasi sandwich, empati terhadap tokoh Kaluna, dan kecenderungan mendukung pembagian tanggung jawab keluarga secara adil.

Persepsi merupakan proses kognitif untuk menyerap, mengorganisasi, memahami, dan menilai stimulus. Dwiyantri et al., (2024) menempatkan persepsi sebagai proses pemaknaan terhadap informasi yang diterima individu. Karena persepsi dibangun melalui pengalaman dan kerangka interpretasi yang relatif kompleks, pengaruh sebuah film diperkirakan tidak berdiri sendiri. Penelitian ini mengukur persepsi melalui penyerapan stimulus, pemahaman, dan penilaian terhadap realitas generasi sandwich.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif eksplanatif dan sifat kausal. Metode yang digunakan adalah survei untuk menguji pengaruh variabel terpaan film (X) terhadap dua variabel dependen, yaitu sikap (Y1) dan persepsi (Y2). Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan hubungan antarvariabel diuji secara empiris melalui analisis statistik (Sugiyono, 2019).

Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Mercu Buana yang berjumlah 20.773 orang berdasarkan data internal yang digunakan dalam skripsi. Ukuran sampel minimum dihitung dengan rumus Slovin pada toleransi kesalahan 10% dan

menghasilkan 99,52, kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Pemilihan responden menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif Universitas Mercu Buana yang telah menonton film *Home Sweet Loan*, baik di bioskop maupun melalui layanan *streaming*.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms. Instrumen menggunakan skala Likert lima tingkat, dari sangat tidak setuju (1) sampai sangat setuju (5). Variabel terpaan media terdiri dari enam butir berdasarkan indikator frekuensi, durasi, dan atensi. Variabel sikap terdiri dari tujuh butir pada dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Variabel persepsi terdiri dari enam butir pada dimensi penyerapan stimulus, pemahaman, dan penilaian.

Keabsahan instrumen diperiksa melalui korelasi Pearson Product Moment dan reliabilitas Cronbach's Alpha. Seluruh butir dinyatakan valid karena nilai r hitung berada di atas r tabel 0,1966. Nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel adalah 0,753 untuk terpaan film, 0,703 untuk sikap, dan 0,748 untuk persepsi, sehingga instrumen memenuhi kriteria reliabilitas. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS. Sebelum regresi, dilakukan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas Glejser. Pengujian hipotesis menggunakan dua model regresi linear sederhana: $Y1 = a + bX + e$ dan $Y2 = a + bX + e$, disertai uji F , uji t , dan koefisien determinasi R^2 (Ghozali, 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dan Deskripsi Variabel

Penelitian melibatkan 100 mahasiswa aktif yang seluruhnya telah menonton film *Home Sweet Loan*. Responden didominasi perempuan (77%). Kelompok usia terbesar adalah 20–22 tahun (43%), diikuti 23–25 tahun (37%). Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan kelompok terbesar (38%), disusul Fakultas Psikologi (28%) dan Fakultas Ilmu Komunikasi (16%). Berdasarkan semester, responden terbanyak berada pada semester 7–8 (41%). Komposisi ini menunjukkan dominasi mahasiswa pada fase akhir studi dan transisi menuju kemandirian ekonomi.

Tabel 1. Karakteristik utama responden

Karakteristik	Kategori dominan	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	77	77%
Usia	20–22 tahun	43	43%
Fakultas	Ekonomi dan Bisnis	38	38%
Semester	7–8	41	41%

Secara deskriptif, terpaan film berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada perhatian terhadap pesan adegan (4,51), sedangkan rata-rata terendah pada kebiasaan menonton kembali adegan tertentu (4,19). Pada variabel sikap, item dengan rata-rata tertinggi adalah penilaian bahwa tanggung jawab keluarga sebaiknya dibagi secara adil (4,63). Pada variabel persepsi, pemahaman mengenai tekanan yang dialami generasi sandwich memperoleh rata-rata 4,65, sementara pemahaman alasan seseorang harus memenuhi kebutuhan diri sekaligus keluarga menjadi yang terendah (3,93). Pola ini memperlihatkan bahwa film sangat efektif menarik perhatian dan membangun empati, tetapi tidak seluruh aspek rasionalisasi beban ganda diterima dengan intensitas yang sama.

Tabel 2. Indikator dengan skor rata-rata tertinggi dan terendah

Variabel	Indikator/item	Mean	Kategori
Terpaan film	Memperhatikan pesan melalui adegan	4,51	Sangat tinggi
Terpaan film	Menonton kembali adegan tertentu	4,19	Tinggi
Sikap	Tanggung jawab keluarga dibagi secara adil	4,63	Sangat tinggi
Persepsi	Memahami tekanan generasi sandwich	4,65	Sangat tinggi
Persepsi	Memahami alasan memenuhi kebutuhan diri dan keluarga	3,93	Tinggi

Uji Prasyarat dan Model Regresi

Kedua model memenuhi prasyarat regresi. Nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,080 untuk model X–Y1 dan 0,150 untuk model X–Y2, sehingga residual berdistribusi normal. Uji linearitas menunjukkan *deviation from linearity* 0,132 pada X–Y1 dan 0,264 pada X–Y2; keduanya di atas 0,05. Uji Glejser menghasilkan signifikansi 0,110 dan 0,968, yang menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3. Ringkasan hasil regresi dan pengujian hipotesis

Model	B	Beta	t	F	Sig.	R	R ²
X → Sikap (Y1)	0,500	0,592	7,281	53,010	<0,001	0,592	0,351
X → Persepsi (Y2)	0,279	0,372	3,968	15,748	<0,001	0,372	0,138

Pengaruh Terpaan Film terhadap Sikap Mahasiswa

Hasil regresi membentuk persamaan $Y1 = 2,190 + 0,500X$. Koefisien regresi positif sebesar 0,500 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan skor terpaan film berkaitan dengan kenaikan skor sikap sebesar 0,500 satuan. Uji t menghasilkan $t = 7,281$ dengan $p < 0,001$, sedangkan uji F menghasilkan $F = 53,010$ dengan $p < 0,001$. Dengan demikian, H1 diterima: terpaan film *Home Sweet Loan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap mahasiswa mengenai tantangan generasi sandwich.

Nilai R sebesar 0,592 menunjukkan hubungan positif dengan tingkat kekuatan sedang. Koefisien determinasi R^2 sebesar 0,351 berarti 35,1% variasi sikap dalam model dapat dijelaskan oleh terpaan film, sedangkan 64,9% variasi tidak dijelaskan oleh model. Temuan ini memperlihatkan bahwa stimulus audio-visual memiliki kontribusi yang cukup berarti terhadap evaluasi dan kesiapan mental audiens, terutama karena pesan film tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengemas konflik keluarga melalui narasi emosional.

Dalam kerangka S-O-R, adegan yang menampilkan perjuangan Kaluna berfungsi sebagai stimulus yang diproses oleh mahasiswa sebagai organisme. Kedekatan usia dan situasi transisi menuju kemandirian finansial dapat membuat isu yang ditampilkan terasa relevan. Proses tersebut membantu menjelaskan tingginya skor empati dan dukungan terhadap pembagian tanggung jawab keluarga secara adil. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugroho et al., (2025) yang menunjukkan bahwa representasi konflik keluarga dalam film dapat berkaitan dengan sikap keterbukaan Generasi Z, serta dengan penelitian Lestari & Andika, (2024) mengenai keterkaitan terpaan film dengan sikap khalayak.

Kekuatan pengaruh terhadap sikap juga dapat dikaitkan dengan karakter *storytelling*. Narasi yang dekat dengan pengalaman audiens memungkinkan isu abstrak menjadi lebih

konkret dan emosional. Yulistiani, (2025) menempatkan strategi komunikasi emosional melalui *storytelling* sebagai mekanisme yang dapat membangun keterlibatan. Pada konteks penelitian ini, keterlibatan tersebut tampak pada kecenderungan mahasiswa untuk menilai pembagian tanggung jawab secara lebih adil setelah terpapar representasi beban keluarga.

Pengaruh Terpaan Film terhadap Persepsi Mahasiswa

Model kedua menghasilkan persamaan $Y_2 = 3,068 + 0,279X$. Koefisien positif 0,279 menunjukkan bahwa peningkatan terpaan film berkaitan dengan peningkatan skor persepsi. Nilai $t = 3,968$ dengan $p < 0,001$ dan $F = 15,748$ dengan $p < 0,001$ menunjukkan model signifikan, sehingga H2 diterima. Artinya, terpaan *Home Sweet Loan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa mengenai tantangan generasi sandwich.

Meskipun signifikan, kemampuan model menjelaskan persepsi lebih kecil daripada sikap. Nilai R sebesar 0,372 menunjukkan hubungan positif yang relatif rendah, sementara R^2 sebesar 0,138 berarti terpaan film hanya menjelaskan 13,8% variasi persepsi. Sebanyak 86,2% variasi lainnya tidak dijelaskan oleh model penelitian ini. Karena variabel lain tidak diuji, penelitian tidak dapat menentukan secara empiris faktor apa yang menyusun bagian tersebut.

Perbedaan ini dapat dipahami dari sifat persepsi sebagai struktur kognitif yang dibangun melalui pengalaman, pengetahuan, dan konteks sosial yang berlangsung lebih panjang. Dwiyantri et al., (2024) menunjukkan bahwa persepsi terkait penggunaan dan pemaknaan media merupakan proses interpretatif, bukan penerimaan informasi secara pasif. Film berdurasi terbatas dapat menjadi pemantik kesadaran, tetapi tidak secara otomatis menggantikan pengalaman finansial keluarga, literasi keuangan, atau sistem nilai yang telah terbentuk sebelumnya. Temuan deskriptif mendukung penjelasan ini karena item mengenai alasan seseorang harus memenuhi kebutuhan diri sekaligus keluarga memperoleh skor rata-rata paling rendah pada variabel persepsi.

Dengan demikian, film lebih kuat dalam menjelaskan kecenderungan evaluatif dan emosional daripada kerangka perseptual yang kompleks. Hasil ini penting karena menegaskan batas pengaruh media: signifikansi statistik tidak berarti bahwa film menjadi satu-satunya sumber pembentukan persepsi. Stimulus media bekerja bersama pengalaman dan pengetahuan audiens.

Sintesis S-O-R dan Kontribusi Penelitian

Integrasi kedua model mendukung relevansi Teori S-O-R. *Home Sweet Loan* berfungsi sebagai stimulus yang membawa isu ekonomi struktural melalui budaya populer; mahasiswa sebagai organisme memproses pesan dengan latar pengalaman dan kecemasan masa depan; sedangkan respons muncul dalam bentuk sikap dan persepsi. Perbandingan R^2 menunjukkan bahwa model memiliki daya jelas 35,1% untuk sikap dan 13,8% untuk persepsi. Dengan kata lain, stimulus film dalam penelitian ini lebih mampu menjelaskan variasi respons evaluatif-afektif daripada variasi pemaknaan kognitif.

Kontribusi penelitian terletak pada pergeseran fokus kajian efek film dari isu mikro-personal menuju isu ekonomi struktural lintas generasi. Penelitian juga menguji dua variabel dependen secara bersamaan sehingga memperlihatkan bahwa dampak media tidak homogen pada seluruh jenis respons. Temuan ini memperluas penggunaan S-O-R dalam kajian film populer dan menegaskan pentingnya memahami audiens sebagai organisme aktif, bukan penerima yang sepenuhnya ditentukan oleh media.

5. KESIMPULAN

Penelitian menyimpulkan bahwa terpaan film *Home Sweet Loan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap mahasiswa Universitas Mercu Buana mengenai tantangan generasi sandwich. Pengaruh tersebut ditunjukkan oleh koefisien $B = 0,500$, $t = 7,281$, $p < 0,001$, dan $R^2 = 0,351$. Artinya, dalam model penelitian ini, terpaan film menjelaskan 35,1% variasi sikap mahasiswa.

Terpaan film juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa, dengan $B = 0,279$, $t = 3,968$, $p < 0,001$, dan $R^2 = 0,138$. Pengaruh terhadap persepsi lebih terbatas, sehingga 86,2% variasi persepsi tidak dijelaskan oleh model. Perbandingan kedua hasil menunjukkan bahwa film lebih kuat dalam menjelaskan kecenderungan sikap daripada struktur persepsi yang terbentuk melalui pengalaman dan pengetahuan yang lebih kompleks.

Secara teoretis, hasil mendukung penerapan S-O-R untuk menjelaskan bagaimana film sebagai stimulus diproses oleh audiens dan menghasilkan respons berbeda. Secara praktis, film bertema realisme sosial dapat dimanfaatkan sebagai medium edukasi dan refleksi mengenai komunikasi keluarga serta literasi finansial. Penelitian berikutnya disarankan memasukkan variabel seperti literasi keuangan, kondisi ekonomi keluarga, atau pola komunikasi keluarga, serta memperluas populasi dan membandingkan jenis media lain.

6. REFERENSI

- Abdurrohman, Y., Sriharyani, Y., Syaiful, M., & Sembiring, C. D. A. (2024). Pengaruh Terpaan Media Sosial terhadap Persepsi Risiko Kesehatan: Survei pada Isu Polusi Udara Jakarta. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 28(1), 89–104.
- Alhabsy, L., Purwanto, E., & Baehaki, A. (2025). Pengaruh humor dalam iklan terhadap sikap konsumen Gen Z. *Communication Studies Journal*, 2(2).
- Arifin, W. W. A., Rusmulyadi, R., & Muslim, A. (2024). Berita politik dan sikap politik Generasi Z pada pemilihan presiden 2024. *Comdent: Communication Student Journal*, 2(2), 372–388.
- Damayanti, C. N., & Dunan, A. (n.d.). Karman.(2021). Pengaruh terpaan media dan kredibilitas tuan rumah (host) terhadap minat politik generasi Z. *Komunika. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 79–86.
- Dwiyanti, A., Syahputra, M. R., & Widhiandono, D. (2024). Persepsi Mahasiswa Terkait Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Saluran Penyebaran Berita Politik Di Harian Disway. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 4(02), 21–30.
- Fitrianinda, K., Safitri, D., & Istiqomah, N. (2025). Pandangan mahasiswa tentang generasi sandwich: Studi kasus mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum UNJ. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariat Menggunakan Program IBM SPSS 26. edisi ke-10. *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Kompas.com. (2024). Kaleidoskop: 10 film Indonesia terlaris tahun 2024. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/hype/read/2024/12/16/092707666/kaleidoskop-10-film-indonesia-terlaris-tahun-2024?page=all>
- Lestari, C. A., & Andika, D. (2024). Pengaruh Terpaan Film Barbie Terhadap Sikap Feminitas Perempuan Pada Pasangan. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 7(1), 1–14.
- Munawaroh, S. (2021). Pengaruh Terpaan Film Pendek “Kenapa Belum Nikah?” Terhadap Persepsi Dan Sikap Penonton Tentang Orang Yang Melajang.
- Nugroho, A. G. I., Ono, D. K., & Nugroho, D. R. (2025). Pengaruh terpaan film Ngeri-ngeri sedap terhadap sikap keterbukaan Generasi Z dengan orang tua di Kabupaten Bogor. *Komunikata* 57, 6(1), 31–41.

- Ohorella, N., & Prihantoro, E. (2022). Pengaruh Akun Instagram@ Sumbar_Rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi. *Komunika*, 18(2), 46–54.
- Rahmah, A. F. N. (2023). Pengaruh Intensitas Menonton Film Yuni Terhadap Persepsi Pernikahan Dini Pada Mahasiswi Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (E. Pratiwi (ed.)) [Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/74163>
- Statistik, I. B. P. (2020). Statistik penduduk lanjut usia. (*No Title*).
- Sugiyono, S. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D. *Bandung: Cv. Alfabeta*.
- Yulistiani, I. (2025). Strategi Komunikasi Emosional Dengan Storytelling Untuk Membangun Engagement Di Media Digital. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(02).
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi z di era digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.