

## Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi

Vol. 6, No. 2, Oktober 2025, pp. 174-183

### PEMAKNAAN MAHASISWA TERHADAP E-POSTER FILM 'HOME SWEET LOAN' DALAM KONTEKS GENERASI SANDWICH

#### PENULIS

<sup>1)</sup>Anabella Fathi Danishara, <sup>2)</sup>Leonard Dharmawan, <sup>3)</sup>Enden Darjatul Ulya

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengkaji pemaknaan mahasiswa terhadap e-poster film Home Sweet Loan dalam konteks generasi sandwich. Menggunakan pendekatan kualitatif konstruktivis, penelitian ini fokus pada cara mahasiswa menafsirkan pesan visual melalui pengalaman sosial, ekonomi, dan emosional mereka. Subjek penelitian terdiri dari delapan mahasiswa IPB University dan satu Art Director dari Visinema Pictures. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi visual, dan studi dokumentasi. Analisis menggunakan teori resensi Stuart Hall, teori Gestalt, serta konsep customer engagement. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima mahasiswa berada pada posisi dominan, tiga pada posisi negosiasi, tanpa posisi oposisi. Mahasiswa memaknai e-poster berdasarkan kesesuaian antara isi film dan elemen visual. Dimensi customer engagement yang paling menonjol adalah absorption dan dedication, menunjukkan keterlibatan emosional, kognitif, dan perhatian terhadap pesan. Prinsip-prinsip Gestalt, seperti penggunaan warna, ekspresi, dan komposisi ruang, terbukti efektif membentuk persepsi makna. Secara keseluruhan, visualisasi e-poster terbukti menjadi media yang komunikatif dan persuasif dalam menyampaikan pesan sosial tentang tekanan serta tanggung jawab generasi sandwich di era modern.

Kata Kunci

*Customer Engagement, E-Poster Film, Generasi Sandwich, Komunikasi Visual, Teori Resepsi*

#### ABSTRACT

*This study aims to explore university students' interpretation of the Home Sweet Loan e-poster in the context of the sandwich generation. Using a constructivist qualitative approach, the research focuses on how students interpret visual messages based on their social, economic, and emotional experiences as members of the sandwich generation. The research subjects consisted of eight students from IPB University and one Art Director from Visinema Pictures. Data was collected through in-depth interviews, visual observation, and documentary study. Analysis was based on Stuart Hall's reception theory, Gestalt theory, and the concept of customer engagement. The findings show that five students had a dominant position, while three adopted a negotiated position, with no opposition position found. Students interpreted the e-poster based on the alignment between the film's content and the visual elements displayed. The most prominent customer engagement dimensions were absorption and dedication, indicating emotional, cognitive, and focused attention on the message. Gestalt principles, such as color, expression, and spatial composition, were effective in shaping meaning perception. Overall, the e-poster's visualization proved to be a communicative and persuasive medium in conveying the social message about the pressures and responsibilities of the sandwich generation in the modern era.*

Keywords

*Customer Engagement, E-Poster Movie, Reception Theory, Sandwich Generation, Visual Communication*

#### AFILIASI

Prodi, Fakultas  
Nama Institusi  
Alamat Institusi

<sup>1,2)</sup>Komunikasi Digital dan Media

<sup>1,2)</sup>Institut Pertanian Bogor

<sup>1,2)</sup>Jl. Raya Pajajaran No. 15, Babakan, Bogor Tengah, Bogor, Jawa Barat 16128

#### KORESPONDENSI

Penulis  
Email

Anabella Fathi Danishara  
[anabella.shara13@gmail.com](mailto:anabella.shara13@gmail.com)

#### LICENSE



*This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).*

## I. PENDAHULUAN

Fenomena generasi *sandwich* semakin relevan dalam masyarakat Indonesia. Badan Pusat Statistik (dalam HS dan Karyono 2024) memperkirakan terdapat 67,90 juta masyarakat usia produktif yang memiliki tanggung jawab untuk menghidupi kelompok usia non-produktif dalam keluarganya. Istilah generasi *sandwich* diperkenalkan pertama kali oleh Dorothy Miller pada tahun 1981 dalam jurnal berjudul *The 'Sandwich' Generation: Adult of the Aging* (Husain *et al.* 2021). Generasi ini dianalogikan sebagai posisi tengah dalam roti *sandwich* yang terhimpit antara orang tua di atas dan anak atau saudara di bawah (Putri dan Prasetyo 2024).

Film *Home Sweet Loan*, disutradarai oleh Sabrina Rochelle Kalangie, merupakan salah satu film Indonesia yang mengangkat tema generasi *sandwich*. Film ini diadaptasi dari novel karya Almira Bastari yang diinformasikan melalui akun Instagram @homesweetloanfilm pada 16 Agustus 2024. Cerita film ini menggambarkan perjuangan Kaluna, anak bungsu yang terjebak dalam peran sebagai generasi *sandwich*. Ia ingin mandiri secara ekonomi dan memiliki rumah sendiri, tetapi harus tinggal bersama orang tua serta dua keluarga dari kakaknya, yang masing-masing memiliki anak dan masih bergantung kepada Kaluna dalam perihal finansial.

Poster digunakan sebagai media promosi visual film ini. Poster berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan makna dan informasi film secara singkat dan padat (Sari 2024). Chaysalina and Nadya 2022 menyatakan bahwa poster merupakan bentuk komunikasi yang efektif dalam industri film. Umami *et al.*, (2024) menekankan bahwa poster mampu menyampaikan pesan secara cepat. Penelitian Microsoft Kanada (dalam Mahelingga 2021) menunjukkan bahwa rentang perhatian manusia menurun menjadi delapan detik pada tahun 2013, lebih pendek dari ikan mas koki yang memiliki rentang perhatian sembilan detik. Kondisi ini menjadikan poster sebagai media yang lebih efektif daripada trailer film yang berdurasi dua hingga tiga menit (Yaumil 2023). Perkembangan teknologi mendorong transformasi poster menjadi e-poster, yaitu poster elektronik berbasis digital yang lebih menarik secara visual dibandingkan poster cetak (Prasetyo dan Laksmi 2020). E-poster film *Home Sweet Loan* disebarluaskan melalui media sosial. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII 2024), pengguna internet di Indonesia mencapai 275,773 juta, dan 60,4% di antaranya aktif di media sosial, terutama usia 18–34 tahun. Media sosial memungkinkan penyebarluasan pesan visual lebih luas dan cepat, sekaligus membuka ruang interpretasi yang beragam terhadap makna yang dikomunikasikan.

Teori resepsi Stuart Hall menjelaskan bahwa audiens tidak pasif menerima pesan, tetapi aktif menafsirkan berdasarkan latar sosial dan pengalaman mereka. Produsen membentuk makna pesan melalui proses *encoding*, dan audiens melakukan *decoding* untuk memaknai pesan apakah menyetujui (dominan), menegosiasi (negosiasi), atau menolak (oposisi) makna tersebut (Dwiputra 2021). Pernyataan ini mengangkat gagasan penting dari Stuart Hall yang menjadi dasar dalam teori analisis resepsi, khususnya konsep *encoding* dan *decoding* (Lestari, Aladdin, Wardana, & Samattan, 2025). Selain itu, teori Gestalt menurut Koffka (dalam Resmisari, 2023) menunjukkan bahwa manusia cenderung mengelompokkan elemen visual menjadi satu kesatuan makna berdasarkan prinsip visual seperti *proximity*, *similarity*, *closure*, *continuity*, dan *figure-ground*.

Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena merupakan generasi muda yang aktif di media digital dan berpotensi sebagai bagian dari generasi *sandwich*. Lestari dan Dwijayanti (2020) menyebutkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan untuk merespons dan memaknai pesan media secara kritis. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana teori resepsi Stuart Hall dapat menjelaskan pemaknaan mahasiswa terhadap e-poster film *Home Sweet Loan* dalam konteks generasi *sandwich*. Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan posisi pemaknaan mahasiswa terhadap e-poster film tersebut menggunakan teori resepsi, mengingat belum adanya penelitian sebelumnya yang secara khusus membahas e-poster film bertema generasi *sandwich* dengan pendekatan teori resepsi.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme untuk memahami bagaimana mahasiswa membangun makna terhadap e-poster film “*Home Sweet Loan*” berdasarkan pengalaman dan latar sosial mereka. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian (Rhamadhan *et al.* 2024). Konstruktivisme memandang realitas sebagai sesuatu yang subjektif dan dibentuk oleh interaksi sosial (Rustamana *et al.* 2024). Penelitian ini didasari teori resepsi Stuart Hall untuk menganalisis posisi *decoding* mahasiswa, teori visual Gestalt untuk menelaah elemen visual e-poster, dan teori *customer engagement* untuk melihat keterlibatan emosional serta perilaku mahasiswa.

Metode yang digunakan adalah analisis resepsi. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji bagaimana audiens menafsirkan pesan media dengan mempertimbangkan latar belakang sosial dan budaya (Dwiputra 2021). Penelitian dilaksanakan di Sekolah Vokasi IPB University dan melibatkan delapan mahasiswa IPB University serta satu Art Director Visinema Pictures sebagai responden. Teknik penentuan responden menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria atau pertimbangan khusus dari peneliti, di mana peneliti secara sengaja memilih individu yang dianggap memiliki kapasitas dan kredibilitas untuk memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian Sugiyono (dalam Barizki dan Apriani 2024). Kriteria yang digunakan adalah mahasiswa IPB University yang berasal dari latar belakang generasi *sandwich* dan telah menonton film “*Home Sweet Loan*”.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan kepada mahasiswa IPB University dari berbagai program studi dan angkatan serta kepada tim produsen e-poster “*Home Sweet Loan*” untuk memperkaya analisis. Teknik analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Widiawati, Barkah, dan DS 2022).

Analisis visual mengacu pada prinsip Gestalt (Pradana dan Kristiana 2021), sedangkan keterlibatan mahasiswa terhadap e-poster dianalisis menggunakan dimensi dari Hollebeek (dalam Anindyaputri *et al.* 2020) yaitu *absorption*, *dedication*, *vigor*, dan *interaction*.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Ringkas Objek Penelitian

E-poster film *Home Sweet Loan* menjadi objek utama dalam penelitian ini karena memuat pesan sosial tentang generasi *sandwich* yang hidup dalam tekanan ekonomi dan psikologis. Poster ini menampilkan Kaluna, tokoh utama, berdiri menopang tangga tempat anggota keluarganya duduk santai, mencerminkan beban yang ia tanggung sendiri. Konsep visual ini bukan hanya promosi, tetapi juga media komunikasi yang menyampaikan narasi kompleks secara singkat kepada khalayak, terutama generasi muda seperti mahasiswa.

Film ini sendiri tayang pada 26 September 2024, mengangkat kisah Kaluna, seorang pekerja kantoran dengan penghasilan terbatas yang harus menanggung seluruh kebutuhan keluarganya. Bersama tiga sahabatnya, ia mencoba meraih mimpi memiliki rumah sendiri di tengah tekanan sosial dan ekonomi. Tema ini kemudian divisualisasikan dalam bentuk e-poster yang diunggah melalui platform media sosial Instagram, untuk menjangkau khalayak muda, khususnya mahasiswa yang merupakan bagian dari generasi digital. Dalam penelitian ini, teori Gestalt digunakan untuk menganalisis konstruksi elemen visual dalam e-poster, teori resepsi Stuart Hall diterapkan untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai pesan visual tersebut sesuai dengan konteks pengalaman mereka, dan teori customer engagement digunakan untuk menilai sejauh mana keterlibatan emosional, kognitif, dan perilaku mahasiswa terhadap konten yang mereka konsumsi.

#### 3.2 Identitas Subjek Penelitian

**Tabel 1. Identitas Subjek Penelitian Mahasiswa IPB University**

Nama	Usia	Jenis Kelamin	Program Studi & Angkatan
RG	22	Perempuan	Komunikasi Digital & Media, 58
AM	20	Laki-laki	Teknik Mesin & Biosistem, 61
IA	22	Perempuan	Komunikasi Digital & Media, 58
RH	19	Laki-laki	Supervisor Jaminan Mutu Pangan, 60
SF	22	Perempuan	Komunikasi Digital & Media, 58
RC	21	Laki-laki	Komunikasi Digital & Media, 58
PM	22	Perempuan	Komunikasi Digital & Media, 58
MR	24	Laki-laki	Komunikasi Digital & Media, 58

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Mahasiswa ini dipilih karena memiliki pengalaman hidup sebagai bagian dari generasi *sandwich*, yaitu generasi yang harus menanggung beban ekonomi maupun emosional dari dua generasi lainnya dalam keluarga. Selain itu, responden dari pihak produsen adalah MG (28 tahun), menjabat sebagai Art Director di Visinema Pictures, rumah produksi yang dikenal dengan karya-karya bertema sosial dan keluarga. MG telah bekerja di Visinema selama kurang lebih dua tahun. Ia memulai kariernya sebagai senior graphic designer dan kini telah menangani sekitar delapan proyek film sebagai Art Director. Ia pertama kali menjabat sebagai Art Director

sejak film *Jalan Jauh Jangan Pulang*, dan saat ini tengah mengerjakan film *Jumbo*. Dalam proyek *Home Sweet Loan*, ia terlibat langsung dalam penyusunan e-poster yang menurutnya bertujuan menyentil isu.

Mahasiswa ini dipilih karena memiliki pengalaman hidup sebagai bagian dari generasi-generasi *sandwich* melalui visual simbolik seperti ekspresi Kaluna, properti rumah sempit, dan tumpukan beban di tangga.

Para responden berasal dari berbagai program studi dan angkatan. (1) RG, misalnya, adalah mahasiswa dari Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 58 yang tinggal bersama ibu dan adiknya. Ia telah bekerja sejak mengikuti magang berbayar dari pemerintah dan kini menjadi asisten dosen di kampusnya. Biaya kuliah ditanggung dari tabungan almarhum ayahnya sebelum meninggal, sedangkan kebutuhan harian dipenuhi bersama ibunya. (2) AM, dari Program Studi Teknik Mesin dan Biosistem angkatan 61, tinggal bersama ibu dan saudara-saudaranya. Ia bekerja sebagai *freelancer* desain grafis untuk memenuhi sebagian kebutuhannya dan berusaha mandiri secara finansial.

(3) IA, mahasiswa Komunikasi Digital dan Media angkatan 58, tinggal bersama keluarganya dan bekerja *freelance* untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Tekanan finansial yang dirasakan membuatnya belajar membagi waktu antara akademik dan tanggung jawab ekonomi.

(4) RH dari Program Studi Supervisor Jaminan Mutu Pangan angkatan 60 tinggal sendiri di perantauan dan bekerja *part-time*, *freelance*, serta sebagai konten kreator untuk memenuhi kebutuhan hidup. (5) SF, dari Komunikasi Digital dan Media angkatan 58, merantau dan tinggal di kos yang dibayarnya sendiri sambil bekerja sebagai *freelancer* untuk membiayai kuliah dan kebutuhan hidup, dengan dukungan beasiswa. (6) RC dari angkatan 58 juga tinggal sendiri karena orang tuanya telah meninggal dan bekerja sebagai editor serta videografer di PDAM Kota Bogor.

(7) PM bekerja sebagai *admin officer* di sebuah NGO dan membiayai kuliah serta sekolah adik-adiknya melalui hasil kerja dan beasiswa. (8) Sementara itu, MR, mahasiswa Komunikasi Digital dan Media angkatan 58, tinggal bersama orang tua dan adik, serta bekerja *freelance*, *driver online*, dan mengikuti berbagai proyek untuk mendukung kebutuhan pribadi dan keluarga.

Semua responden mengungkapkan pengalaman sebagai bagian dari generasi *sandwich*. Ada yang merasa bangga bisa membantu keluarga, tetapi juga mengalami tekanan dan kelelahan mental. RG menyatakan, “*Kadang saya harus mikir dua kali sebelum beli apa-apa buat diri sendiri, karena tahu ada yang lebih penting di rumah.*” AM juga menyebut, “*Saya ikut bantu biaya kuliah adik dan kadang juga keperluan rumah, meskipun saya sendiri masih harus ngumpulin uang buat hidup.*”

### 3.3 Analisis Visual berdasarkan Teori Gestalt

Analisis visual e-poster film *Home Sweet Loan* menggunakan pendekatan teori Gestalt yang mencakup lima prinsip utama, yakni (1) kedekatan (proximity), (2) kesamaan bentuk (similarity), (3) figur dan latar (figure-ground), (4) penutupan bentuk (closure), dan (5) kesinambungan (continuity). Kelima prinsip ini secara efektif digunakan oleh tim kreatif untuk menyampaikan pesan utama dari film dalam satu gambar statis.

- (1) Prinsip kedekatan terlihat jelas pada penempatan anggota keluarga Kaluna yang duduk berdekatan di sisi kiri tangga. Komposisi ini menekankan kenyamanan dan kedekatan antar anggota keluarga yang tampak santai dan bergembira. Sebaliknya, Kaluna berdiri sendiri di sisi kanan, menopang tangga. Posisi ini menyimbolkan keterpisahan emosional dan beban yang dipikul seorang diri. MG menyebutkan, “*Aku satuin si anggota keluarganya di tangga semua, karena mereka sama-sama nggak punya tanggungan seberat Kaluna*”
- (2) Kesamaan bentuk tampak dari ekspresi wajah dan pakaian para anggota keluarga yang seragam. Mereka mengenakan pakaian cerah dan menunjukkan ekspresi bahagia, seolah tidak memedulikan beban yang sedang ditanggung Kaluna. Kaluna sendiri tampil kontras dengan ekspresi lelah dan pakaian berwarna putih polos, yang memperjelas posisinya sebagai tokoh yang dibebani. MG menegaskan, “*Aku sengaja bikin mereka sama dalam ekspresinya... biar sama-sama nggak ada beban apapun si keluarganya, kecuali Kaluna*”
- (3) Prinsip figure-ground diaplikasikan melalui penggunaan warna dan posisi. Kaluna yang mengenakan warna mencolok dan berdiri di depan latar yang sederhana langsung menjadi pusat perhatian. Latar belakang yang lebih netral memungkinkan tokoh utama menjadi titik fokus. “*Secara warna kita nggak bisa tuh pilih warna yang nyaru... jadi makanya di bagian Kaluna kita buat agak kontras,*” ujar MG.
- (4) Prinsip closure digunakan melalui beberapa objek yang hanya sebagian terlihat, namun tetap dikenali

audiens sebagai benda utuh, seperti buku, kardus, dan elemen-elemen rumah tangga lainnya. Hal ini memperkuat suasana rumah yang penuh beban dan kesan kesemrawutan. MG menyatakan, “*Bukunya nggak sejajar, ada yang cuma kelihatan sedikit. Tapi tetap bisa dikenali.*”

- (5) Prinsip kesinambungan terlihat dari arah visual yang mengalir dari atas kiri ke kanan bawah—dari anggota keluarga menuju Kaluna. Tangga yang miring menjadi garis pandu yang mengarahkan pandangan audiens ke Kaluna. Ini memperkuat penekanan bahwa Kaluna adalah titik pusat dari seluruh struktur keluarga yang sedang ‘ditopang’. MG menjelaskan, “*Aku susun segala aspek elemennya biar nanti ketika kalian ngeliat e-poster ini tuh ujung-ujungnya akan tertuju ke si Kaluna ini.*”

Dengan menggabungkan kelima prinsip Gestalt ini, e-poster tidak hanya menjadi media promosi, tetapi juga berfungsi sebagai medium visual yang menggambarkan realitas sosial secara simbolis dan komunikatif.

### 3.4 Analisis Resepsi Mahasiswa berdasarkan Teori Stuart Hall

Teori resepsi dari Stuart Hall digunakan untuk memahami posisi mahasiswa sebagai khalayak dalam memaknai e-poster. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa lima mahasiswa berada dalam posisi dominan, yaitu (1) RG, (2) IA, (3) AM, (4) RH, dan (5) MR. Sementara itu, tiga mahasiswa lainnya menempati posisi negosiasi, yaitu (1) SF, (2) PM, dan (3) RC. Tidak ada responden yang berada dalam posisi oposisi.

Responden yang menempati posisi dominan menunjukkan pemaknaan yang sejalan dengan maksud produsen. Mereka merasa bahwa representasi Kaluna sangat sesuai dengan kenyataan mereka. RG mengatakan, “*Ekspresi wajah dia yang kelihatan lelah, ini sangat menggambarkan kondisi generasi sandwich.*” IA menambahkan, “*Kaluna seolah-olah menanggung semua beban keluarganya, dan itu relate banget sama saya.*” AM menyebut, “*Terus dia itu kayak nggak mendapatkan kehangatan dari keluarga.*” RH menyatakan, “*Kondisinya seperti saya. Saya merasa seperti Kaluna yang berusaha membahagiakan keluarga meskipun banyak tekanan.*” MR menegaskan, “*Kaluna digambarkan sebagai sosok yang kuat tapi rapuh. Saya juga merasa harus kuat buat keluarga, meskipun sebenarnya capek.*”

Makna dominan yang diterima oleh sebagian besar mahasiswa menunjukkan keberhasilan produsen dalam mengonstruksi pesan visual yang sesuai dengan realitas sosial target audiens. Mahasiswa yang berada dalam posisi ini tidak hanya memahami pesan secara denotatif, tetapi juga secara konotatif, di mana visual Kaluna dianggap sebagai simbol perjuangan dan pengorbanan generasi muda dalam menghadapi tekanan ekonomi. Elemen visual seperti pencahayaan redup, ekspresi wajah yang lelah, serta tangga yang seolah tak berujung menjadi tanda-tanda visual yang memperkuat persepsi mereka terhadap beban generasi sandwich. Dengan demikian, penerimaan dominan ini memperlihatkan adanya keselarasan makna antara pembuat pesan dan audiens.

Sementara itu, mereka yang berada dalam posisi negosiasi menunjukkan apresiasi terhadap pesan visual, namun juga memberikan kritik. SF berkomentar, “*Saya merasa e-poster ini cuma menekankan sisi ‘beban’ tanpa menampilkan bagaimana generasi sandwich berusaha bertahan.*” PM menyampaikan bahwa visualisasi kurang menggambarkan aspek harapan atau solusi. RC menambahkan, “*Tidak semua orang Indonesia memiliki permasalahan yang sama seperti poster ini. Banyak yang juga mengalami tapi tetap punya support system.*”

Posisi negosiasi ini memperlihatkan bahwa audiens tidak sekadar menerima pesan secara pasif, melainkan turut berperan aktif dalam proses interpretasi. Mereka memahami konteks besar yang ingin disampaikan pembuat e-poster, namun menilai bahwa pesan tersebut belum sepenuhnya merepresentasikan realitas sosial yang kompleks. Kritik yang muncul menandakan adanya proses pembacaan ulang (re-reading) terhadap pesan media, di mana audiens mencoba menyesuaikan makna dengan pengalaman hidup dan nilai-nilai pribadi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa teori resepsi Hall tidak hanya relevan dalam menjelaskan proses penerimaan pesan, tetapi juga mengungkap cara audiens membangun makna baru melalui proses negosiasi sosial.

Perbedaan posisi ini menunjukkan bahwa audiens memaknai pesan media berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan perspektif masing-masing. Teori Stuart Hall terbukti relevan dalam konteks ini karena menggambarkan dinamika antara produksi pesan media dan interpretasi audiens.

Selain menjelaskan dinamika komunikasi antara produsen dan audiens, teori resepsi Hall juga memberikan pemahaman bahwa media berfungsi sebagai ruang dialog makna. Dalam konteks penelitian ini, e-poster Home Sweet Loan tidak hanya menjadi alat promosi film, tetapi juga sarana refleksi sosial yang mengungkap bagaimana generasi muda memaknai tekanan dan tanggung jawab mereka dalam kehidupan

sehari-hari. Posisi dominan dan negosiasi yang muncul menunjukkan adanya proses pemaknaan yang berlapis antara penerimaan emosional, kritik rasional, dan refleksi identitas sosial. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa khalayak, khususnya mahasiswa, berperan sebagai subjek aktif yang turut mengonstruksi makna, bukan sekadar penerima pesan.

### 3.5 Analisis Customer Engagement

Keterlibatan mahasiswa dalam penelitian ini dianalisis melalui teori *customer engagement* yang terdiri dari empat dimensi utama, yaitu (1) *absorption*, yaitu keterhanyutan kognitif individu dalam konten sehingga mereka dapat terfokus penuh dan merasa terlibat secara mendalam; (2) *dedication*, yaitu komitmen emosional audiens terhadap suatu konten yang mereka anggap relevan dengan nilai dan pengalaman hidup mereka; (3) *vigor*, yaitu semangat dan antusiasme audiens untuk menyebarluaskan dan mendukung konten yang mereka nilai penting; dan (4) *interaction*, yaitu keterlibatan nyata dalam bentuk tindakan digital seperti menyukai, menyimpan, mengomentari, atau membagikan konten ke media sosial. Setiap dimensi memberikan gambaran tentang bagaimana mahasiswa tidak hanya menerima pesan visual, tetapi juga terlibat secara emosional dan kognitif.

Pada dimensi *absorption*, mayoritas responden menunjukkan ketertarikan dan keterhanyutan terhadap elemen visual dalam e-poster. RG menyatakan, “*Saya memperhatikannya cukup lama... yang paling menarik perhatian saya adalah ekspresi wajah karakter utamanya.*” AM juga menyebut bahwa elemen tangga yang miring menarik perhatiannya.

*Dedication* terlihat dari rasa bangga yang dirasakan mahasiswa karena film Indonesia mengangkat isu yang dekat dengan kehidupan mereka. IA mengungkapkan, “*Saya bangga film Indonesia mengangkat cerita yang relate.*” RH juga merasa bahwa visualisasi ini mewakili perjuangannya sebagai generasi *sandwich*.

*Vigor*, atau semangat untuk berbagi, muncul dari keinginan responden untuk menyebarkan pesan e-poster. PM menyampaikan, “*Saya membagikan agar orang lain sadar tentang realita ini.*” SF menambahkan, “*Saya ingin membagikan ke teman yang juga generasi sandwich.*” IA juga mengaku, “*Saya ingin share karena ini menyentuh, dan menurut saya banyak orang yang mungkin ngerasa kayak Kaluna.*”

Sementara itu, *interaction* ditunjukkan oleh tindakan nyata seperti memberi *like*, menyimpan, atau membagikan e-poster. Rohidi mengatakan, “*Saya like dan simpan posternya.*” RC menambahkan, “*Saya like dan simpan, tidak komentar atau share. Karena desainnya unik dan bisa jadi referensi buat desain saya.*” Meskipun beberapa responden tergolong pasif, mereka tetap menunjukkan keterlibatan yang bermakna.

### 3.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan ini bertujuan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana teori resepsi Stuart Hall dapat menjelaskan pemaknaan mahasiswa terhadap e-poster film *Home Sweet Loan* dalam konteks generasi *sandwich*. Data dianalisis dari hasil wawancara dengan delapan mahasiswa yang mewakili segmen generasi *sandwich*, serta tim produsen dari Visinema Pictures sebagai pencipta e-poster. Penjelasan diperkuat menggunakan teori customer engagement dan teori visual Gestalt.

Penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan mahasiswa terhadap e-poster beragam dan dipengaruhi oleh pengalaman hidup serta struktur sosial mereka. Teori resepsi Stuart Hall menjelaskan bagaimana mahasiswa tidak hanya menerima pesan begitu saja, tetapi juga menafsirkannya sesuai konteks masing-masing. Dari delapan responden, lima orang berada dalam posisi dominan, yaitu RG, IA, AM, RH, dan MR. Tiga orang lainnya menempati posisi negosiasi, yaitu SF, PM, dan RC. Tidak ditemukan responden yang berada pada posisi oposisi. Responden dalam posisi dominan menyatakan bahwa e-poster secara akurat menggambarkan konflik dan tekanan dalam kehidupan generasi *sandwich*. Sementara itu, responden dalam posisi negosiasi mengapresiasi pesan utama, tetapi mengkritik visualisasi yang terlalu menyoroti sisi tekanan dan kurang menunjukkan harapan atau dukungan sosial.

Dari hasil analisis visual dengan pendekatan Gestalt, jelas bahwa struktur visual e-poster telah dikonstruksi secara cermat dan terarah. Kelima prinsip Gestalt, yaitu (1) kedekatan (proximity), (2) kesamaan bentuk (similarity), (3) figur dan latar belakang (figure-ground), (4) penutupan bentuk (closure), dan (5) kesinambungan (continuity), diterapkan secara komprehensif untuk memperkuat penyampaian pesan. Prinsip kedekatan terlihat dari pengelompokan anggota keluarga yang duduk rapat di satu sisi tangga, sementara Kaluna berdiri terpisah, menggambarkan beban dan jarak psikologis. Prinsip kesamaan bentuk diwujudkan melalui pakaian dan ekspresi wajah keluarga yang seragam, mengisyaratkan ketidakpedulian kolektif terhadap

beban Kaluna. Prinsip *figure-ground* menempatkan Kaluna secara kontras dengan latar belakang, menjadikannya fokus utama secara visual. Penutupan bentuk hadir melalui detail visual seperti buku dan kardus yang tidak ditampilkan secara utuh namun tetap dikenali, menciptakan kesan ruang yang penuh dan sesak. Sementara prinsip kesinambungan tampak dari alur visual tangga yang mengarahkan pandangan dari keluarga ke Kaluna. Warna pakaian, ekspresi wajah, serta posisi tubuh dalam poster menyampaikan lebih dari sekadar estetika, melainkan membentuk narasi visual yang kuat. Hal ini membuktikan bahwa media visual mampu menjadi alat komunikasi yang menyampaikan pesan kompleks tanpa perlu penjelasan verbal.

Lebih jauh lagi, pemaknaan mahasiswa terhadap e-poster Home Sweet Loan memperlihatkan bagaimana konteks sosial memengaruhi proses decoding. Generasi sandwich hidup dalam tekanan ekonomi dan tuntutan peran ganda, sehingga mereka cenderung membaca pesan visual berdasarkan pengalaman eksistensial mereka sendiri. Dalam konteks ini, representasi Kaluna yang berdiri sendiri di tangga bukan sekadar simbol beban keluarga, tetapi juga refleksi atas rasa tanggung jawab yang melekat pada posisi sosial mereka sebagai penopang dua generasi. Dengan demikian, teori resepsi Stuart Hall tidak hanya menjelaskan perbedaan tafsir, tetapi juga menunjukkan bagaimana pengalaman hidup dapat membentuk preferensi makna yang diambil dari sebuah teks media.

Selain menjadi refleksi sosial, e-poster ini juga berfungsi sebagai ruang representasi bagi generasi sandwich untuk melihat cerminan diri mereka dalam media populer. Bagi sebagian mahasiswa, visualisasi Kaluna yang tampak lelah namun tetap berdiri tegak mencerminkan semangat bertahan di tengah tekanan hidup. Hal ini menegaskan bahwa media tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan, tetapi juga menciptakan ruang identifikasi emosional. Melalui proses ini, mahasiswa merasa “terlihat” dan diakui secara simbolik oleh media, yang secara tidak langsung memperkuat hubungan emosional mereka terhadap pesan film tersebut.

Selain itu, teori resepsi Stuart Hall memperlihatkan bahwa audiens tidaklah pasif. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi *sandwich* tidak hanya menerima pesan secara utuh, melainkan memaknainya melalui pengalaman pribadi. Hal ini terbukti dari beragam tanggapan yang muncul dari posisi dominan dan negosiasi. Responden seperti RG menyatakan, “*Ekspresi wajah dia yang kelihatan lelah, ini sangat menggambarkan kondisi generasi sandwich yang seringkali harus menahan stres dan tekanan demi menjaga stabilitas keluarga.*” IA juga menegaskan, “*Kaluna seolah-olah menanggung semua beban keluarganya, dan itu relate banget sama saya.*” Sementara itu, SF mengungkapkan kritik, “*E-poster ini cuma menekankan sisi ‘beban’ tanpa menampilkan bagaimana generasi sandwich berusaha bertahan dan mencari solusi dalam keterbatasan,*” sedangkan PM menyampaikan, “*Secara keseluruhan, bisa iya tapi engga juga si. Kurang greget aja dalam menonjolkan sisi generasi sandwichnya.*”

Penemuan ini menunjukkan bahwa pengalaman personal audiens sangat memengaruhi pemaknaan terhadap pesan media. Mahasiswa yang terbiasa hidup dalam tekanan ekonomi dan tanggung jawab keluarga lebih mudah berempati dan menyerap pesan secara emosional. Namun, mereka yang memiliki pengalaman berbeda atau *support system* yang lebih kuat cenderung menegosiasi makna dan menambahkan perspektif baru.

Dari perspektif komunikasi massa, hasil ini memperkuat pandangan bahwa makna media bersifat plural dan tidak pernah tunggal. E-poster Home Sweet Loan dapat berfungsi sebagai teks terbuka yang memungkinkan audiens melakukan pembacaan ulang sesuai dengan posisi sosial dan ideologi mereka. Mahasiswa dengan latar belakang ekonomi menengah ke bawah cenderung menafsirkan poster sebagai bentuk realisme sosial, sementara mereka yang berasal dari latar yang lebih mapan melihatnya sebagai bentuk kritik sosial terhadap ketimpangan ekonomi. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan adanya dinamika sosial-budaya yang berpengaruh dalam proses produksi dan penerimaan makna media.

Dalam konteks ini, teori Gestalt membantu memperjelas bagaimana elemen visual mampu mengarahkan persepsi audiens terhadap makna tertentu. Bentuk, warna, dan komposisi visual dalam e-poster bekerja secara simultan untuk membentuk impresi emosional. Mahasiswa yang lebih peka terhadap simbol visual cenderung menafsirkan elemen-elemen seperti posisi tubuh dan pencahayaan sebagai metafora dari tekanan psikologis. Dengan kata lain, prinsip Gestalt berfungsi sebagai mekanisme kognitif yang memediasi antara bentuk visual dan pemaknaan sosial. Proses inilah yang menjembatani pemahaman antara pesan yang dikodekan produsen dengan interpretasi audiens.

Selain itu, analisis Gestalt juga memperlihatkan bahwa keteraturan komposisi visual dapat memperkuat nilai estetika sekaligus memengaruhi arah interpretasi audiens. Misalnya, pencahayaan yang fokus pada tokoh utama menciptakan ilusi kedalaman makna yang menekankan isolasi emosional Kaluna. Dalam perspektif semiotik visual, hal ini menjadi penanda (signifier) yang membangun makna tersirat tentang kesendirian dan

perjuangan. Elemen-elemen kecil seperti ekspresi datar keluarga atau posisi kepala yang menunduk memiliki fungsi sintagmatik, saling melengkapi untuk menciptakan narasi visual yang utuh dan bermakna.

Dari sisi keterlibatan, teori *customer engagement* berhasil menjelaskan bahwa keterlibatan mahasiswa terhadap e-poster tidak bersifat tunggal. Empat dimensi keterlibatan *absorption*, *dedication*, *vigor*, dan *interaction*, menunjukkan bahwa mahasiswa terhubung pada berbagai level. Mereka tidak hanya melihat, tetapi juga merasa terhubung secara emosional, membagikan pesan ke lingkaran sosial, dan dalam beberapa kasus menyimpan atau menyukai e-poster sebagai bentuk apresiasi diam-diam.

Fakta bahwa beberapa mahasiswa menyatakan hanya memperhatikan tanpa berinteraksi juga mencerminkan tren keterlibatan pasif di era digital, yang dikenal sebagai ‘lurking’. Meskipun tidak aktif berkomentar atau membagikan, mereka tetap memiliki koneksi emosional terhadap pesan yang disampaikan. Ini memperkuat gagasan bahwa interaksi tidak selalu tampak secara publik.

Temuan ini menunjukkan bahwa pola keterlibatan audiens di era digital mengalami pergeseran dari partisipasi aktif menuju keterlibatan reflektif. Mahasiswa sebagai digital native lebih memilih mengekspresikan opini melalui cara non-verbal, seperti reaksi emosional, penyimpanan konten, atau sekadar membicarakannya di lingkaran pribadi. Dalam konteks ini, bentuk silent engagement justru menunjukkan kedalaman makna emosional yang tidak selalu diukur melalui metrik interaksi publik. Dengan demikian, keterlibatan pasif bukan berarti ketidaktertarikan, tetapi bentuk partisipasi yang lebih personal dan selektif.

Meski sebagian besar responden menunjukkan pola lurking atau keterlibatan pasif khas pengguna media digital, terdapat juga bentuk keterlibatan aktif dari sebagian kecil mahasiswa yang memperlihatkan minat lebih jauh terhadap isi pesan dan visual media tersebut. Artinya, meskipun makna berhasil diserap dan menciptakan keterikatan emosional, tetapi tidak mendorong aksi sosial atau komunikasi terbuka di ruang digital.

Hal ini sejalan dengan konsep participatory culture yang menandai perilaku audiens digital masa kini. Audiens tidak lagi hanya menjadi penerima pesan, melainkan juga bagian dari ekosistem makna yang aktif meskipun tidak selalu terlihat secara langsung. Dalam konteks e-poster *Home Sweet Loan*, keterlibatan pasif seperti menyimpan, menyukai, atau membicarakan secara pribadi tetap menjadi bentuk partisipasi kultural yang relevan. Artinya, pemaknaan dan keterlibatan berjalan bersamaan sebagai dua dimensi penting dalam membangun hubungan antara media dan audiens generasi muda.

Lebih jauh lagi, keterlibatan ini menunjukkan bagaimana media visual seperti e-poster dapat berfungsi sebagai titik temu antara produsen dan audiens. Dalam perspektif komunikasi dua arah, e-poster bukan hanya alat promosi, tetapi juga wahana dialog simbolik antara pembuat pesan dan penerima pesan. Ketika mahasiswa merasa representasinya terwakili dalam visual, mereka tidak sekadar menjadi konsumen, tetapi juga menjadi bagian dari proses reproduksi makna. Inilah

yang menjadi inti dari teori resepsi Stuart Hall: bahwa makna bukan sesuatu yang diberikan secara sepahak oleh media, melainkan hasil negosiasi antara produsen dan audiens yang saling mempengaruhi dalam konteks sosial-budaya tertentu.

Makna yang dirancang oleh tim produsen melalui elemen-elemen visual tidak serta-merta diterima begitu saja oleh mahasiswa. Konsep *encoding-decoding* dari Stuart Hall menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan oleh produsen mengalami proses pembacaan ulang oleh khalayak. Mahasiswa yang menempati posisi dominan menilai bahwa visual dalam e-poster menggambarkan generasi *sandwich* secara tepat karena sesuai dengan isi cerita filmnya. Mereka menganggap bahwa tekanan yang ditampilkan sudah cukup mewakili konflik utama yang dialami Kaluna dalam film. Sebaliknya, mahasiswa yang berada pada posisi negosiasi tetap memahami maksud dari pesan e-poster, tetapi memberikan penilaian kritis karena visual dinilai terlalu fokus pada beban, tanpa memperlihatkan sisi positif seperti dukungan sosial dan akhir yang bahagia. Perbedaan pemaknaan ini memperlihatkan bahwa khalayak khususnya mahasiswa memiliki peran aktif dalam menanggapi pesan visual yang disampaikan melalui media.

Dengan demikian, hasil pembahasan ini secara langsung menjawab rumusan masalah dalam penelitian, yaitu bagaimana mahasiswa generasi *sandwich* memaknai e-poster film *Home Sweet Loan*. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemaknaan mahasiswa tidak seragam, melainkan bervariasi tergantung pada pengalaman pribadi, konteks sosial, dan sejauh mana mereka terlibat secara emosional maupun kognitif terhadap isi pesan. Selain itu, penerapan teori Gestalt dan *customer engagement* berhasil memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana elemen visual dan keterlibatan audiens berperan dalam proses pemaknaan tersebut.

#### IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa, sebagai bagian dari generasi *sandwich*, memaknai e-poster film *Home Sweet Loan* secara aktif berdasarkan pengalaman pribadi dan konteks sosial mereka. Dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall, ditemukan bahwa lima dari delapan responden berada dalam posisi dominan, tiga berada pada posisi negosiasi, dan tidak terdapat posisi oposisi. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak sekadar menjadi penerima pesan visual, tetapi juga berperan sebagai subjek aktif dalam proses decoding pesan.

Analisis visual dengan teori Gestalt mengungkap bahwa elemen-elemen visual dalam e-poster seperti warna, ekspresi tokoh, dan komposisi ruang, didesain secara strategis untuk menyampaikan tekanan yang dialami oleh karakter utama sebagai representasi generasi *sandwich*. Sementara itu, keterlibatan mahasiswa terhadap e-poster dianalisis melalui teori *customer engagement*, dengan dimensi *absorption* dan *dedication* sebagai yang paling dominan. Beberapa responden juga menunjukkan keterlibatan pasif (*lurking*), namun tetap membentuk koneksi emosional terhadap konten.

Secara keseluruhan, e-poster terbukti efektif tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu membangkitkan empati, merepresentasikan isu sosial secara simbolik, dan mendorong keterlibatan audiens secara kognitif, emosional, dan konatif. Penelitian ini memperkuat relevansi pendekatan kualitatif dalam studi komunikasi visual, serta membuka ruang lebih luas untuk eksplorasi makna dalam media digital di kalangan generasi muda.

#### REFERENSI

- [APJII], Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2024. “Survei Pengguna Internet Indonesia 2024.” *APJII*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> (February 23, 2025).
- Anindyaputri, Rachmi, Agus Rusmana, and Neneng Komariah. 2020. “Hubungan Customer Engagement Melalui Instagram @perpustakaandikbud Dengan Minat Kunjungan Perpustakaan Di Kalangan Follower Aktif.” *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan* 8(2): 221. doi:10.24198/jkip.v8i2.25919.
- Chaysalina, Inne, and Nadya Nadya. 2022. “Analisis Poster Film ‘the Boys in the Striped Pajamas (2008)’ Menggunakan Pendekatan Semiotika Roland Barthes.” *Titik Imaji* 5(1): 69–76. doi:10.30813/.v5i1.3516.
- Dwiputra, Krisna Octavianus. 2021. “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 Di Klikdokter.Com.” *Jurnal Komunikasi Profesional* 5(1): 26–37. doi:10.25139/jkp.v5i1.3290.
- HS, Husna Hayati, and Otong Karyono. 2024. “Eksistensi Anak Generasi Sandwich Menurut Pandangan Islam.” *an-Nisa* 17(1): 41–50. doi:10.30863/an.v17i1.6731.
- Husain, Sabiq Aushaful, Wilodati Wilodati, and Rika Sartika. 2021. “Sandwich Parenting: Pola Asuh Keluarga Abad 21.” *Sosietas* 11(1): 69–82. doi:10.17509/sosietas.v11i1.36095.
- Lestari, Christina Arsi, and Risqi Inayah Dwijayanti. 2020. “Kecakapan Literasi Media Di Kalangan Generasi Milenial.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 18(1): 48. doi:10.31315/jik.v18i1.2781.
- Lestari, D., Aladdin, A. Y., Wardana, R. D., & Samattan, N. (2025). Penerimaan Audiens atas Kontroversi Film "Laura". *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*.
- Mahelingga, Dhevi Enlivena Irene Restia. 2021. “Kekuatan Infografis Dan Perannya Dalam Buku Pangan Fungsional.” *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi* 42(1): 119. doi:10.14203/j.baca.v42i1.625.
- Nanda Barizki, Rezzi, and Yohana Apriani. 2024. “Strategi Konten Kreatif Doteens Dalam Meningkatkan Audience Engagement Melalui Instagram Penulis 1.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 5(1): 29–36. <https://doi.org/10.55122/kom57.v5i1.1255>.
- Pradana, Wempi Satria, and Nova Kristiana. 2021. “Prinsip Gestalt Pada Label Kemasan Air Minum Ades.” *Jurnal Barik* 3(1): 44–53. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.
- Prasetyo, Bima Bijak, and Laksmi. 2020. “KAJIAN SEMIOTIK E-POSTER PERINGATAN HARI BUKU SEDUNIA PERPUSTAKAAN NASIONAL RI DI INSTAGRAM.” *Journal GEEJ* 7(2).

- Purnama Sari, Santi. 2024. "Analisis Makna Visual Pada Poster Film 'Siksa Neraka.'" *Creativa Scientia* 1(1): 1–16. <https://jurnal.utpas.ac.id/index.php/creativa-scientia/article/view/87>.
- Putri, Paramitha Amelia, and Arie Prasetyo. 2024. "Makna Generasi Sandwich Pada Film Cinta Pertama, Kedua, Dan Ketiga (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)." *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi* 5(2): 1344–51. doi:10.35870/jimik.v5i2.668.
- Resmisari, Ganis. 2023. "Analisis Prinsip Gestalt Pada Pola Monogram Brand Goyard Dalam Membentuk Persepsi Visual." *Reka Makna: Jurnal Komunikasi Visual* 3(2): 103–12. <https://ejurnal.itenas.ac.id/index.php/rekamakna/article/view/10791>.
- Rhamadhan, Mohammad Ryan, Alfan Bachtiar, Rezzi Nanda Barizki, Nur Desilawati, and Alamsyah. 2024. "Strategi Komunikasi Digital Bank Bca Dalam Mensosialisasikan Aman Transaksi Perbankan Untuk Menghindari Kejahatan Cyber Crime." 5(2): 159–69.
- Rustamana, Agus, Farell , Putry Maharani Adillah, Ninda Kiyan Maharani, and Abdiel Fayyedh. 2024. "Metode Penelitian Kualitatif." *Jurnal EQUILIBRIUM* 5(January): 1–7.
- Umami, Sahrul, Erliyana Efendi, and Haniyah Dhiya Mawwaddah. 2024. "Semiotika Roland Barthes Dalam Poster Film The Space Between." *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya* 6(3): 463–71. doi:10.30998/vh.v6i3.11147.
- Widiawati, Maharani, Rika Fathul Barkah, and Yulistina Nur DS. 2022. "Analisis Penerapan Pendidikan Lingkungan Hidup Di Sekolah Dasar." *Jurnal Pancar (Pendidik Anak Cerdas dan Pintar)* 6(1): 182.
- Yaumil, Syahrul. 2023. 13 Nucl. Phys. "EFEKTIVITAS UNDANG-UNDANG HAK CIPTA TERHADAP PELAKU SPOILER FILM DI MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM KASUS FILM MENCURI RADEN SALEH." UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.  
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73316/1/SYAHRUL YAUMIL - FSH.pdf>.