

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Industri film Indonesia saat ini sedang berkembang pesat. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), 65-68 persen market share dikuasai film lokal dengan jumlah penonton film Indonesia hingga saat ini mencapai 62 juta orang yang mana minat masyarakat Indonesia terhadap film cukup tinggi. Film menjadi salah satu bentuk seni dan media yang paling populer di dunia. Popularitas film tidak lepas dari sifat audio visualnya yang dapat memberikan pengalaman menyaksikan cerita yang terasa lebih hidup dan menarik. Dengan keunggulan ini, film mampu menyampaikan beragam cerita, gagasan, serta emosi secara efektif kepada penonton dalam waktu yang relatif singkat (Salsabila & Febrianita., 2024). Secara harfiah, film adalah salah satu media massa dalam komunikasi massa yang memadukan dua unsur, yaitu audio dan visual (Harlistiyo, 2023).

Film merupakan bagian dari media komunikasi massa yang sering kali digunakan sebagai media yang menggambarkan kehidupan sosial dalam masyarakat menjadi sarana komunikasi paling efektif dan dapat memberikan gambaran-gambaran hidup dan pelajaran penting bagi penontonnya. Sebagai media komunikasi massa, film juga berperan sebagai media edukatif, informatif, dan persuasif. Selain itu, film juga memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan-pesan mendalam yang menggambarkan permasalahan sosial, seperti kemiskinan, diskriminasi, kesetaraan gender, dan ketidakadilan. Pesan yang ada

dibalik film dapat mempengaruhi dan membentuk masyarakat, tergantung pada pesan yang disampaikan (Adiprabowo & Putri, 2022). Film sering kali mengangkat isu-isu sosial yang relevan dan sangat dekat dengan kehidupan masyarakat. Menurut Effendy (2002:208) pengaruh film sangatlah kuat dan besar pada jiwa manusia karena karena penonton tidak hanya terpengaruh ketika menonton film tetapi terus sampai waktu yang cukup lama (Harlistiyo, 2023). Begitu juga menurut Al Fathoni & Manesah (2020), film memiliki kemampuan untuk menciptakan dan membentuk ideologi penontonnya (Adiprabowo & Putri, 2022).

Melalui sebuah film, banyak pesan yang ingin disampaikan kepada penonton terkait norma sosial maupun agama. Persoalan ini kemudian akan diangkat melalui film dengan memberikan pesan-pesan sosial, agama, budaya, dan lain sebagainya. Bahkan menurut McQuail (2003:13), seorang sutradara dapat menyalurkan keresahan yang dialami sesuai dengan pengalamannya melalui film yang dibuatnya kepada penonton (Rachmajati, 2022). Selain mampu menyampaikan pesan, film juga memiliki kemampuan untuk mempengaruhi sikap dan pola pikir penontonnya dalam melihat realitas sosial. Menurut Alex Sobur (2006), realitas yang tumbuh dan berkembang di masyarakat akan direkam melalui film yang kemudian akan diproyeksikan ke layar (Harlistiyo, 2023).

Salah satu film Indonesia yang menggambarkan realitas sosial yaitu film “Home Sweet Loan”. Film “Home Sweet Loan” adalah film drama Indonesia tahun 2024 yang mengangkat fenomena generasi sandwich. Film ini disutradarai oleh Sabrina Rachelle Kalangie yang diadaptasi dari novel best seller karya

Almira Bastari dengan judul yang sama. Film produksi Visinema Pictures ini tayang pada 26 September 2024 di bioskop yang dibintangi oleh Yunita Siregar, Derby Romero, Risty Tagor, dan Fita Anggriani. Film ini bercerita tentang Kaluna (Yunita Siregar), seorang pegawai perusahaan swasta dari kalangan menengah ke bawah yang bermimpi memiliki rumah idaman. Kaluna merupakan anak bungsu dari tiga bersaudara dengan dua kakak yang sudah berkeluarga. Suasana rumah yang ramai sering membuatnya merasa terganggu dan tidak nyaman, bahkan orang tua Kaluna meminta Kaluna untuk pindah dari kamarnya agar dapat digunakan oleh anak kakaknya. Hampir semua kebutuhan rumah tangga dicukupi oleh Kaluna yang juga ikut mengurus pekerjaan rumah tangga tanpa bantuan dari kedua kakaknya. Rasa kekesalan ini mendorong Kaluna untuk bertekad memiliki rumah sendiri. Meski dengan nilai *salary* yang pas-pasan, ia tetap optimis dan tekun menabung demi mewujudkan rumah impiannya. Namun sebagai generasi sandwich yang harus menanggung beban finansial keluarga, impiannya tidak mudah dicapai. Konflik keluarga yang terus muncul semakin mempersulit impiannya dan memaksanya untuk memilih antara memenuhi tanggung jawab keluarga atau mewujudkan impiannya.

Film ini menggambarkan perjuangan Kaluna sebagai seorang pegawai di perusahaan swasta yang menerapkan konsep *frugal living* yang biasa dilakukan oleh generasi sandwich. Kaluna melakukan berbagai cara untuk menghemat pengeluaran, seperti menggunakan transportasi umum, membawa bekal, tidak membeli kopi, tidak membeli baju baru, bahkan mencari kerja sampingan. Selain itu, film ini juga menyoroti ketidakadilan peran dalam pekerjaan rumah, di mana

anak perempuan seperti Kaluna diharapkan untuk melakukan lebih banyak pekerjaan rumah tangga dibandingkan dengan anak laki-laki, sehingga menambah beban yang harus ditanggung oleh Kaluna.

Film “Home Sweet Loan” merupakan film yang berhasil menarik perhatian banyak penonton, khususnya bagi mereka yang tengah menjalani hidupnya sebagai generasi sandwich. Sejak penayangan perdananya di bioskop Indonesia pada 26 September 2024 sampai 16 November 2024, film “Home Sweet Loan” sudah ditonton sebanyak 1.720.271 kali penonton. Film ini berhasil masuk beberapa nominasi di Festival Film Wartawan 2024 diantaranya, film terbaik, sutradara terbaik, aktris utama terbaik, penata kamera terbaik, penulis skenario terbaik, dua aktor pendukung terbaik, penyunting gambar terbaik dan berhasil memenangkan piala gunung khusus, aktor pendukung terbaik, dan penulis skenario terbaik. Selain itu, film ini juga berhasil menarik perhatian penontonnya karena sangat menggambarkan keadaan terkait fenomena generasi sandwich yang terjadi di Indonesia, terutama mengenai konflik emosional dan beban finansial yang dialami generasi sandwich.

Generasi sandwich adalah istilah yang merujuk pada individu yang berada diantara dua generasi (multigenerasi) yang harus mereka dukung dan bertanggung jawab memenuhi kebutuhannya yaitu orang tua dan anak atau saudara mereka serta mencerminkan tekanan ganda yang dialami oleh individu dengan usia produktif (Khalil & Santoso, 2022). Sedangkan beberapa adegan yang menginterpretasikan kehidupan Kaluna sebagai generasi sandwich dalam film ini adalah ketika kakaknya meminta bantuannya untuk membeli token listrik tanpa

basa basi seolah itu adalah hal yang biasa dilakukan oleh Kaluna. Dalam adegan yang lain, ketika atap kamar belakang yang digunakan oleh Kaluna ambruk dan ibunya meminta Kaluna untuk memperbaiki atap tersebut dengan gajinya. Adegan tersebut menggambarkan bagaimana posisi Kaluna di rumah, yaitu sebagai generasi sandwich. Konflik terberat yang dihadapi oleh Kaluna terjadi ketika kakaknya menjadi korban penipuan pembelian apartemen dan terjatuh pinjaman online dengan menggadaikan sertifikat rumah orang tuanya. Dalam situasi ini Kaluna dihadapkan pada dua pilihan sulit, antara merelakan semua tabungannya untuk membantu keluarganya atau tetap teguh melanjutkan impiannya untuk membeli rumah idamannya.

Istilah generasi sandwich pertama kali dikenalkan oleh *Dorothy A. Miller* yang merupakan seorang Profesor dan direktur praktikum University Kentucky, Lexington, Amerika Serikat dalam artikel akademiknya dengan judul “*The Sandwich Generation: Adult Children of the Aging*” pada tahun 1981. Istilah ini awalnya digunakan untuk menggambarkan wanita yang berusia 30 sampai 40 tahun yang harus menjaga orang tua dan keluarganya. Namun konsep generasi sandwich terus berkembang dan mendapat perhatian besar dari pihak peneliti, akademis dan profesional (Frassinetti et al., 2024).

Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret 2022, menunjukkan bahwa terdapat 8,4 juta penduduk Indonesia yang tergolong sebagai generasi sandwich. Proporsi generasi sandwich di Indonesia dapat diukur melalui rasio ketergantungan atau beban tanggungan (*dependency ratio*), yang membandingkan jumlah penduduk usia non-produktif dengan penduduk usia

produktif (Rohmah, 2023). Berdasarkan hasil survei Litbang Kompas 2022 menunjukkan sebanyak 56 juta penduduk Indonesia berada di usia produktif. Sejalan dengan data CNBC Indonesia bahwa terdapat 48,7% usia produktif (25-45 tahun) dan menanggung beban sebagai generasi sandwich (Puspadini, 2023).

Fenomena generasi sandwich saat ini dialami oleh berbagai kelompok generasi, mulai dari generasi Z, Y (milenial), X bahkan *baby boomers*. Namun, berdasarkan survei Kompas, generasi milenial menempati proporsi terbesar dengan angka 32,6 persen. Generasi sandwich juga ditemukan cukup besar di kalangan generasi Z dengan angka 16,3 persen. Meskipun mereka masih tergolong muda dan baru memasuki dunia kerja, banyak generasi Z yang terjebak dalam peran ganda, terutama ketika orang tua sudah lanjut usia atau ketika saudara-saudara mereka belum mencapai kestabilan ekonomi (Rahayu & Rifayani, 2024). Data BPS tahun 2022, mencatat bahwa sekitar 4,5 juta generasi milenial dan generasi Z di Indonesia tergolong dalam generasi sandwich. Kedua generasi ini menghadapi tantangan berat karena harus merawat orang tua dan memenuhi kebutuhan keluarga, sekaligus berusaha mengejar impian pribadi dan mencapai stabilitas finansial. Peran sebagai generasi sandwich ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan mereka, mulai dari finansial hingga kesejahteraan emosional (Amalianita & Putri, 2023).

Generasi sandwich perlu mempersiapkan kondisi finansial yang baik, mengingat beban finansial yang dihadapi akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya biaya hidup seperti tingginya biaya perumahan, pendidikan dan pelayanan kesehatan. Berdasarkan data Kompas 2022, generasi sandwich di

Indonesia mayoritas berasal dari kelas menengah ke bawah sebanyak 44,8 persen dan kelas bawah sebanyak 36,2 persen, yang harus menghadapi keterbatasan sumber daya finansial. Selain itu, survei yang dilakukan Tirto menunjukkan bahwa sekitar 48,7% dari generasi ini tidak memiliki dana darurat dan mengalami kesulitan dalam mengelola finansial mereka. Disisi lain, Bertini (2011) menyatakan bahwa generasi sandwich yang berasal dari kelas menengah atas tidak akan mengalami tekanan finansial yang sama seperti yang dialami oleh kalangan menengah ke bawah (Putri et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan ekonomi keluarga sangat mempengaruhi kemampuan generasi sandwich dalam mengatasi beban finansial.

Generasi sandwich terbentuk karena minimnya pengetahuan yang dimiliki generasi sebelumnya tentang manajemen dan perencanaan keuangan mereka (Dewi et al., 2024). Selain kurangnya literasi keuangan, fenomena generasi sandwich juga dipengaruhi oleh budaya kekeluargaan yang kuat di Indonesia. Dalam budaya ini, kesejahteraan keluarga lebih diutamakan daripada kepentingan individu. Anggota keluarga diharapkan saling mendukung baik secara finansial, emosional dan fisik. Anak yang telah memiliki penghasilan diharapkan untuk membantu memenuhi biaya hidup orang tua dan memberikan dukungan saudara-saudaranya yang lebih muda dan belum mandiri (Amalianita & Putri, 2023). Di Indonesia, berbagai sistem kekerabatan seperti patrilineal, matrilineal, dan parental yang mempengaruhi dinamika hubungan keluarga. Dalam sistem tersebut, generasi sandwich seringkali diharapkan untuk menjaga hubungan baik dengan kedua belah pihak keluarga baik dari sisi ayah maupun ibu (Annisa,

2023). Stereotip ini menganggap generasi sandwich sebagai tulang punggung keluarga yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan anggota keluarga dan ekspektasi dari keluarga besar.

Selain tekanan dari keluarga, generasi sandwich juga menghadapi tekanan dari lingkungan sosial. Ekspektasi ini berasal dari pandangan bahwa anak-anak yang berbakti harus mampu merawat orang tuanya yang lanjut usia. Anak yang tidak memenuhi harapan ini, sering kali dianggap tidak berbakti atau tidak memenuhi nilai kekeluargaan yang ideal dan bisa menghadapi cemoohan sosial dari lingkungan sekitarnya dan bisa mempengaruhi reputasi keluarga. Namun dalam penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa menjadi generasi sandwich bukanlah sebuah beban, namun menjadi berkah karena mampu merawat orang tua di masa tua mereka (Putri et al., 2022). Pengabdian ini bukan hanya untuk memberikan dukungan finansial, tetapi juga memastikan orang tua mendapatkan perawatan kesehatan yang layak serta perhatian emosional yang konstan (Zaidi & Mutholaah, 2023).

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk memahami persepsi generasi milenial dan generasi Z tentang konsep generasi sandwich dalam film “Home Sweet Loan” karena film ini menjadi representasi fenomena generasi sandwich saat ini. Banyak dari kedua generasi tersebut harus menanggung beban finansial yang semakin berat akibat kenaikan biaya hidup dan ketidakpastian ekonomi, terutama di kota besar seperti Surabaya. Mengacu pada teori persepsi, penelitian ini mengeksplorasi tiga tahap persepsi yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi untuk mengetahui persepsi generasi milenial dan generasi Z dalam

memaknai konsep generasi sandwich yang digambarkan dalam film tersebut. Melalui analisis ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana kedua generasi tersebut menghadapi tantangan yang dirasakan oleh generasi sandwich dalam kehidupan sehari-hari.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, ditemukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

“Bagaimana persepsi penonton dari generasi milenial dan generasi Z di Surabaya tentang konsep generasi sandwich dalam film “Home Sweet Loan”?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk memahami persepsi generasi milenial dan generasi Z di Surabaya tentang konsep generasi sandwich dalam film “Home Sweet Loan”.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis, yaitu :

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur tentang persepsi penonton terhadap film khususnya dalam kajian media dan sosial, serta memberikan kontribusi terhadap pemahaman akademis tentang bagaimana film dapat membentuk persepsi generasi milenial dan generasi Z terhadap isu atau fenomena sosial termasuk fenomena generasi sandwich.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran bagi masyarakat tentang fenomena generasi sandwich, sehingga mereka lebih peka terhadap tantangan yang dihadapi oleh individu dalam posisi tersebut. Hasil ini bisa mendorong percakapan sosial yang lebih luas mengenai pentingnya dukungan sosial dan ekonomi bagi mereka yang terjebak dalam situasi ini, baik dari keluarga, masyarakat, maupun pihak lain yang terkait. Pentingnya peran media dalam membentuk persepsi sosial terhadap isu-isu kontemporer. Pembuat film dapat memanfaatkan tema-tema ini untuk menciptakan karya yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik penonton mengenai tantangan yang dihadapi oleh generasi sandwich.