

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Teori Resepsi

Analisis resepsi Stuart Hall adalah dimana individu maupun khalayak memahami proses pembuatan makna yang dilakukan ketika menonton tayangan suatu media. Analisis resepsi mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman sebuah simbol, pesan dan tanda dari sebuah tayangan atau adegan, dengan memahami bagaimana sebuah tayangan atau pesan diterima oleh khalayak. Dalam kajian resepsi, fokus utama terletak pada pengalaman pribadi penonton atau pembaca dalam berinteraksi dengan media. Pendekatan ini menyoroti bagaimana makna dibentuk bukan hanya dari isi media itu sendiri, tetapi juga dari bagaimana khalayak memaknainya berdasarkan pengalaman mereka masing-masing (Hall, 1980). Stuart Hall menjelaskan bahwa makna yang ingin disampaikan oleh pembuat pesan tidak selalu sama dengan makna yang ditangkap oleh audiens. Proses *encoding* (penyandian makna oleh pembuat pesan) dan *decoding* (penafsiran ulang oleh penerima pesan) tidak selalu berjalan secara selaras atau simetris.

Saat audiens melakukan proses *decoding* terhadap suatu tayangan atau pesan, mereka dapat menempati tiga posisi hipotetis:

1. Posisi Hegemoni Dominan (*Dominant Hegemonic Position*) Penonton menerima sepenuhnya makna dan ideologi yang disampaikan oleh media tanpa mempertanyakan atau menolaknya. Mereka cenderung setuju dan sejalan dengan pesan yang dikomunikasikan.

2. Posisi Negosiasi (*Negotiated Position*) Penonton menerima sebagian dari pesan yang disampaikan, tetapi juga memadukannya dengan pandangan pribadi atau pengalaman sosial mereka sendiri. Mereka tidak sepenuhnya setuju, tetapi juga tidak sepenuhnya menolak.
3. Posisi Oposisi (*Oppositional Position*) Penonton secara aktif menolak pesan atau ideologi yang disajikan oleh media, dan bahkan bisa menafsirkannya dengan cara yang bertentangan.

Pendekatan ini membuka ruang untuk melihat bagaimana satu karya media, seperti film, bisa dimaknai secara berbeda oleh tiap individu, tergantung latar belakang, nilai, dan pengalaman yang mereka bawa saat menontonnya.

Pesan-pesan yang disampaikan melalui media sebenarnya merupakan kombinasi dari simbol, tanda, dan makna. Dalam hal ini, biasanya sudah ada makna utama atau yang disebut sebagai *preferred reading* yakni makna dominan yang ingin disampaikan oleh pembuat pesan. Meski demikian, pemaknaan pesan ini tetap terbuka untuk di artikan secara berbeda oleh khalayak. *Preferred reading* dianggap sebagai makna yang dominan karena cenderung mengikuti pola interpretasi yang lebih diterima secara luas. Pembacaan ini kerap mengandung dan mereproduksi nilai-nilai ideologis, politik, atau institusional, serta berpotensi melembagakan cara pandang tertentu (Hall, 2011).

Dalam pendekatan metodologi resepsi, terdapat tiga langkah utama yang penting untuk dilakukan, yaitu pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi data penerimaan (Jankowski & Jensen, 2002). Ketiga tahapan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

### 1. Pengumpulan Data dari Audiens

Informasi dikumpulkan langsung dari audiens atau khalayak, biasanya melalui wawancara mendalam baik secara individu maupun dalam kelompok. Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi bagaimana pesan media tertentu memunculkan respons, pemikiran, atau wacana dalam diri penerimanya.

### 2. Analisis Data yang Diperoleh

Setelah data terkumpul, baik dari wawancara maupun diskusi kelompok terfokus (FGD), langkah berikutnya adalah mengolahnya. Data tersebut kemudian disusun dan dikelompokkan berdasarkan tema, pertanyaan, atau komentar yang relevan agar mudah dianalisis.

### 3. Interpretasi Pengalaman Bermedia dari Audiens

Tahap akhir adalah menafsirkan hasil temuan di lapangan dengan merujuk pada teori yang digunakan dalam studi. Dari sini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana audiens sebenarnya memaknai dan merespons pesan media yang diteliti.

Selama beberapa waktu terakhir, banyak studi mengenai film telah berkembang secara signifikan, termasuk analisis resepsi yang bertujuan untuk memahami bagaimana penonton menginterpretasikan dan merespons sebuah film. Walau bagaimanapun, penggunaan teori di atas juga mendukung gagasan bahwa pesan pengirim tidak selalu sesuai dengan harapan. Pengirim mungkin bisa merancang

pesan tetapi khalayak yang akan memaknai pesan tersebut tergantung dari cara berpikir dan latar belakangnya.

## 2.2 Komunikasi Massa

Istilah “massa” dalam komunikasi merujuk pada penerima pesan baik itu disebut sebagai sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, audiens, *decoder*, atau komunikan. Massa merupakan komponen penting dalam proses komunikasi, sehingga tidak bisa diabaikan begitu saja. Keberhasilan suatu komunikasi justru sangat bergantung pada bagaimana khalayak merespons pesan yang diterima (Cangara, 2013). Bagi seorang komunikator, komunikasi dianggap berhasil jika pesan yang disampaikan melalui media tertentu dapat diterima dengan baik, dipahami, dan mendapat tanggapan positif dari khalayak sesuai dengan tujuan awal penyampaiannya (Sendjaja, 2005). Sementara itu, Jalaludin Rakhmat mendefinisikan komunikasi massa sebagai salah satu bentuk komunikasi yang ditujukan kepada kelompok besar atau khalayak luas, dan disebarluaskan melalui media seperti surat kabar, majalah, radio, atau televisi. Karena pesan ini didistribusikan melalui media massa, maka informasi bisa sampai kepada banyak orang sekaligus dan dalam waktu yang singkat.

Secara bahasa, istilah "komunikasi massa" atau *mass communication* merujuk pada proses penyampaian pesan melalui media massa dengan kata lain, berkomunikasi menggunakan saluran media. Istilah ini sebenarnya merupakan singkatan dari "komunikasi media massa", yang pada dasarnya berarti penggunaan media untuk menjangkau massa atau publik secara luas. Jika diuraikan lebih detail, maka "komunikasi" berarti proses penyampaian pesan, "media" adalah saluran atau

sarana penyampaian pesan tersebut, dan "massa" merujuk pada kelompok orang banyak atau khalayak luas. Berdasarkan pandangan ini, komunikasi tidak bisa dipisahkan dari media dan proses komunikasi massa. Menurutnya, hanya melalui media komunikasi, pesan dapat tersampaikan dari sumber (baik individu maupun institusi) kepada khalayak secara efektif (Littlejohn, 2009).

Sementara itu, Joseph A. Devito (1982) dalam bukunya *Communicology: An Introduction to The Study of Communication* menjelaskan secara lebih rinci pengertian komunikasi massa. Ia menyebutkan dua poin utama:

1. Komunikasi massa ditujukan kepada khalayak yang sangat besar, meskipun tidak berarti mencakup seluruh populasi. Artinya, audiensnya luas dan biasanya sulit untuk diidentifikasi secara spesifik.
2. Komunikasi massa disalurkan melalui media audio dan/atau visual, seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, film, hingga buku. Pendekatan ini lebih menekankan bentuk dan saluran penyampaian pesan sebagai ciri utama komunikasi massa.

### **2.3 Definisi Film**

Film adalah sebuah media yang digunakan untuk komunikasi bagi sebagian khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan. Film sendiri memiliki definisi sebagai sebuah media komunikasi audio visual yang tak hanya memberikan hiburan, tapi juga menawarkan informasi, dan bahkan bisa menyentuh emosi penontonnya. Sementara itu, dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman, 2009, film didefinisikan sebagai karya seni dan budaya yang berfungsi sebagai pranata sosial sekaligus media komunikasi massa. Film dibuat

berdasarkan prinsip-prinsip sinematografi, baik dengan suara maupun tanpa suara, dan bisa dipertunjukkan kepada publik.

Sebagai bentuk seni yang kuat pengaruhnya, film memiliki kemampuan untuk memperkaya wawasan dan pengalaman hidup seseorang, bahkan dapat mengungkap sisi-sisi kehidupan yang lebih dalam (Malik, 2021). Karena kekuatan pengaruhnya ini, film bisa menjadi alat pendidikan yang efektif. Namun, pada saat yang sama, film juga sering kali dipantau dengan cermat karena potensi dampaknya yang negatif terhadap penonton.

### **2.3.1 Jenis Film**

Seiring perkembangan dunia perfilman, film kemudian terbagi menjadi berbagai jenis atau yang biasa dikenal sebagai genre. Film dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama, antara lain film cerita, film berita, film dokumenter, dan film kartun. Masing-masing jenis memiliki ciri khas tersendiri, baik dari segi isi, tujuan, maupun cara penyajiannya (Effendy, 2003) berikut penjelasan dari berbagai jenis film :

#### **A. Film aksi**

Film aksi adalah jenis film yang menyuguhkan banyak adegan penuh ketegangan dan adrenalin, sehingga mampu membuat penonton ikut terbawa suasana. Genre ini umumnya mengisahkan pertarungan antara tokoh protagonis dan antagonis, lengkap dengan adegan perkelahian, baku tembak, hingga kejar-kejaran yang menegangkan. Keseruan inilah yang membuat film aksi selalu menarik untuk ditonton, terutama bagi mereka yang menyukai dinamika cerita yang cepat dan intens.

**B. Film animasi**

Kartun juga disebut sebagai film animasi. Berbeda dari genre lainnya, animasi tak menggunakan aktor asli dalam pengambilan gambarnya. Gambar-gambar yang dihadirkan biasanya digambar langsung oleh animator sebelum kemudian dijahit dengan ceritanya lalu ditambahkan suara dari aktor-aktornya.

**C. Film komedi**

Film bergenre komedi adalah jenis tontonan yang mengutamakan unsur humor untuk menghibur penonton. Cerita dalam film komedi umumnya disajikan dengan ringan dan santai, karena tujuan utamanya adalah membuat penonton tertawa dan merasa terhibur sepanjang durasi film. Genre ini kerap menjadi pilihan saat seseorang ingin melepas penat atau mencari hiburan yang menyenangkan.

**D. Film Drama**

Film drama, adalah bentuk karya sastra yang menceritakan kisah dengan menekankan pada pengembangan karakter, konflik, dan emosi (Contessa & Huriyah, 2021). Genre drama merupakan salah satu genre film yang paling banyak diproduksi sekaligus paling diminati oleh penonton. Hal ini tak lepas dari kedekatannya dengan realitas sehari-hari cerita dalam film drama sering kali terinspirasi dari pengalaman hidup yang nyata dan akrab bagi banyak orang. Salah satu contohnya adalah film *1 Kakak 7 Ponakan*, yang mengangkat tema drama keluarga dengan latar isu sosial, yaitu beban ganda yang harus ditanggung generasi muda dalam keluarga—baik dari sisi finansial maupun emosional. Karena menyentuh persoalan yang dekat dengan kehidupan masyarakat, genre drama kerap

menjadi pilihan favorit yang mampu membangun empati dan koneksi emosional dengan penontonnya.

#### **E. Film Horor**

Genre horor selalu memiliki penggemarnya sendiri dan tak pernah kehilangan pasar. Film horor biasanya menyajikan ketegangan melalui kemunculan hantu atau elemen menyeramkan lainnya yang mampu membuat penonton merinding. Menariknya, justru banyak orang yang menikmati pengalaman menonton film horor karena sensasi adrenalin yang ditimbulkan mulai dari rasa tegang, kaget, hingga teriakan spontan saat dikejutkan oleh adegan-adegan menakutkan. Bagi sebagian penonton, rasa takut itulah yang justru menjadi daya tarik utama dari genre ini.

#### **F. Film Romantis**

Genre romantis kerap dipadukan dengan drama, karena kisah cinta hampir selalu melibatkan konflik dan emosi yang mendalam. Sebuah cerita cinta tanpa tantangan sering kali terasa datar bagi penonton. Oleh karena itu, drama menjadi elemen penting dalam membangun ketegangan dan dinamika dalam film bergenre ini. Penonton biasanya menikmati perjalanan cinta tokoh-tokohnya yang penuh liku, karena terasa lebih nyata dan menyentuh.

#### **G. Film Fiksi Ilmiah (Sci-Fi)**

Genre fiksi ilmiah, atau yang dikenal sebagai *science fiction (sci-fi)*, mengangkat tema-tema imajinatif yang didukung oleh latar ilmu pengetahuan dan teknologi. Film dalam genre ini sering mengeksplorasi kehidupan di luar angkasa, kecanggihan robot, dunia masa depan, atau makhluk-makhluk hasil imajinasi

kreator. Meskipun bersifat fiksi, elemen sains memberikan kesan realistis yang memikat penonton.

#### **H. Film Thriller**

Film *thriller* berada di ranah yang cukup dekat dengan film aksi, namun dengan ketegangan yang lebih intens dan nuansa yang lebih kelam. Genre ini sering kali menampilkan adegan-adegan yang memacu adrenalin, serta atmosfer yang menegangkan dari awal hingga akhir. Kekerasan atau pertumpahan darah bukanlah hal asing dalam film *thriller*, karena tujuannya adalah memancing rasa tegang dan penasaran penonton.

#### **I. Film Fantasi**

Genre fantasi membawa penonton ke dunia yang melampaui realitas. Ceritanya sering kali dibangun dari imajinasi liar sang pembuat film, menciptakan dunia yang penuh dengan keajaiban, makhluk magis, atau hukum-hukum alam yang tidak ada dalam kehidupan nyata. Film fantasi memungkinkan kreativitas berkembang tanpa batas, menjadikan setiap ceritanya sebagai pelarian dari dunia nyata yang penuh kejutan dan keajaiban.

### **2.4 Film Sebagai Media Komunikasi Massa**

Dalam konteks komunikasi, film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa. Komunikasi massa sendiri adalah proses penyampaian pesan melalui media massa modern, seperti surat kabar dengan sirkulasi luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan untuk khalayak umum, serta film yang biasanya diputar di bioskop. Film memiliki kekuatan besar sebagai media komunikasi massa. Tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, film juga efektif digunakan untuk tujuan

informatif dan edukatif. Dalam berbagai kegiatan penyuluhan atau pendidikan, film kerap dimanfaatkan sebagai alat bantu visual yang mampu menjelaskan materi dengan lebih jelas dan menarik (Effendy, 2008).

Menurut Wibowo, film memiliki sejarah panjang yang berakar dari obsesi manusia serta berbagai benturan kepentingan yang muncul dalam proses penciptaannya. Selain didorong oleh kemajuan teknologi dan penemuan-penemuan baru, lahirnya film juga dipengaruhi oleh gerakan-gerakan yang bernuansa estetis. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa film, sebagai media komunikasi massa, memiliki kekuatan besar dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Kekuatan ini muncul dari kemampuannya menggabungkan unsur audio dan visual yakni suara dan gambar bergerak yang menjadikan pesan lebih hidup dan mudah dipahami (Wibowo, 2013).

Seiring perkembangan teknologi komunikasi, cara manusia berkomunikasi pun turut berubah. Komunikasi kini tidak terbatas pada interaksi tatap muka, tetapi juga memanfaatkan berbagai media, yang dikenal sebagai media massa (Onong Uchjana, 2003). Dalam konteks ini, film tidak hanya berperan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media informasi yang efektif. Film mampu mempengaruhi pemikiran dan sikap penontonnya karena di dalamnya terdapat pesan-pesan atau simbol-simbol yang dapat membentuk cara pandang seseorang.

Film merupakan salah satu bentuk media komunikasi massa yang berfungsi menyampaikan pesan atau isyarat kepada khalayak melalui simbol. Simbol-simbol dalam film ini bisa berupa gambar, yang menjadi bagian penting dari komunikasi simbolik (Sobur, 2009). Film menunjukkan betapa kuatnya visual dalam

menyampaikan maksud dan makna kepada penonton. Dalam banyak situasi, gambar mampu mengungkapkan pesan dengan lebih efektif dibandingkan dengan deretan kata-kata. Sebagai media komunikasi, film adalah wadah ekspresi kreatif yang melibatkan berbagai cabang seni sekaligus. Hasil produksinya dapat diterima dan dinikmati seperti layaknya karya seni lainnya.

Film juga berfungsi sebagai sarana hiburan, media informasi, dan penyaji beragam unsur cerita seperti peristiwa, musik, drama, komedi, serta elemen teknis lainnya yang dirancang untuk dinikmati oleh masyarakat luas. Film adalah alat penting untuk menyebarkan pengetahuan tentang kehidupan sehari-hari orang. Film juga dapat dibuat sesuai dengan perasaan penonton karena fakta yang tumbuh dan berkembang di masyarakat. Jadi, ketika mereka selesai menontonnya, penonton dapat merasakan sensasi menjadi dekat dengan karakter film. Bukan hanya adegan film itu sendiri, tetapi juga maksud, tujuan, dan pesan yang disampaikan dalam film itu (Asri, 2020).

## 2.5 *Sandwich Generation*

Istilah *Sandwich generation* diciptakan dan dipopulerkan pertama kali oleh Dorothy Miller pada tahun 1981. Ia adalah seorang profesor di Universitas Kentucky sekaligus pekerja sosial (Diller, 2012; Zannah et al., 2025). Awalnya, istilah ini digunakan untuk menggambarkan perempuan berusia 30 hingga 40 tahun yang merasa "terjepit" antara tuntutan dari pasangan, anak-anak, orang tua, hingga pekerjaan atau atasan mereka. Namun, seiring perkembangan waktu dan perubahan demografis, istilah ini kini juga mencakup pria maupun wanita yang mengalami kondisi serupa (Diller, 2012). Menurut *Cambridge Dictionary* (2025) *sandwich*

*generation* merujuk pada kelompok orang yang harus merawat orang tua yang sudah lanjut usia sekaligus membesarkan anak-anak mereka. Dengan kata lain, mereka berada di posisi tengah seperti isi dari roti lapis yang menanggung tanggung jawab ganda antara dua generasi yang berbeda.

*Sandwich generation* merujuk pada kelompok individu yang berada di posisi menafkahi dua generasi sekaligus yaitu orang tua di atas mereka dan anak-anak di bawah mereka (Miller, 1981). Istilah ini menggambarkan posisi seseorang yang berada di tengah seperti daging dalam roti lapis, dengan dua generasi yang mereka tanggung diibaratkan sebagai roti yang mengapit. Generasi ini menghadapi tantangan besar dalam menyeimbangkan tanggung jawab merawat keluarga dengan tuntutan pekerjaan (Sudarji et al., 2022).

Secara lebih rinci, mereka harus menjalankan peran ganda: membesarkan anak-anak, mendukung proses mereka menuju kedewasaan, merawat orang tua yang telah lanjut usia, serta menjalankan tugas-tugas domestik (Burke, 2017). Beban yang diemban mencakup dukungan fisik sehari-hari, membantu transportasi, mengurus rumah tangga, memberikan dukungan finansial, mendampingi dalam urusan kesehatan, serta memberikan dukungan emosional dan spiritual. Bantuan ini diberikan kepada anggota keluarga yang tidak dapat menjalankan fungsi tersebut secara mandiri karena faktor usia, kondisi ekonomi, kesehatan, atau alasan lainnya (Salmon et al., 2017).

Fenomena ini kini semakin umum ditemui di masyarakat modern. Meski demikian, tanggung jawab menafkahi orang tua dan anggota keluarga lain sering kali dianggap hal biasa dan bahkan tabu untuk dipertanyakan, karena sudah menjadi

bagian dari tradisi turun-temurun. Namun, realitas ini bisa membatasi kemampuan generasi *sandwich* dalam memenuhi kebutuhan pribadi atau menabung untuk masa depan. Akibatnya, banyak dari mereka yang sulit keluar dari tekanan finansial dan terjebak dalam kelas ekonomi menengah ke bawah. Umumnya, generasi ini masih berusia muda dan berada di tahap awal karier, sehingga baik pendapatan maupun pengalaman mereka masih terbatas (Putri et al., 2022).

Salah satu beban utama yang dihadapi oleh generasi *sandwich* adalah tanggung jawab finansial. Selain harus mencukupi kebutuhan pribadi, mereka juga memiliki kewajiban untuk menafkahi orang tua yang sudah tidak berada dalam usia produktif, serta membiayai anak-anak mereka dalam proses tumbuh dan berkembang. Kondisi ini membuat generasi *sandwich* harus mengalokasikan sebagian besar penghasilannya, bahkan tenaga dan waktu, untuk memenuhi kebutuhan dua generasi sekaligus. Akibatnya, mereka sering kali memberikan jauh lebih banyak daripada yang mereka terima sebagai imbalan (Salmon et al., 2017).

Menurut Plante (2012), para *sandwich generation* masa kini menghadapi tantangan yang semakin berat, yaitu:

1. Harapan hidup yang semakin panjang membuat banyak orang memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas hidup di masa tua. Di Amerika, sudah menjadi hal umum jika orang tua tidak tinggal bersama anak dan cucu mereka. Akibatnya, mereka sering membutuhkan bantuan dari tenaga profesional seperti asisten rumah tangga, layanan medis, dan perawatan khusus yang biayanya tidak sedikit.

2. Anak-anak masa kini cenderung membutuhkan dukungan dan pendampingan orang tua dalam jangka waktu yang lebih lama dibandingkan generasi sebelumnya. Banyak yang menilai bahwa orang dewasa muda, terutama yang berusia 20 hingga 30 tahun, masih kesulitan untuk hidup mandiri dan sering kali tetap bergantung secara finansial maupun emosional pada orang tua mereka. Tidak jarang setelah lulus kuliah, mereka memilih kembali tinggal di rumah orang tua. Situasi ini bisa menjadi tantangan tersendiri, apalagi jika sang anak ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, sementara orang tua berada dalam kondisi ekonomi yang terbatas.
3. Struktur keluarga saat ini jauh lebih kompleks dibandingkan masa lalu. Perceraian yang semakin umum membuat satu individu bisa memiliki lebih banyak anggota keluarga yang perlu diperhatikan secara finansial mulai dari orang tua kandung, orang tua tiri, hingga anak kandung dan anak tiri. Kondisi ini tentu menambah beban dan tanggung jawab yang harus ditanggung dalam kehidupan keluarga modern.
4. Biaya hidup terus meningkat seiring dengan tingginya harapan akan kualitas hidup yang lebih baik. Anak-anak kini tumbuh di era yang serba modern, di mana permainan sederhana tak lagi cukup, dan orang tua pun ingin menjalani masa tua yang aktif, bukan hanya duduk santai di kursi goyang. Kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup mendorong meningkatnya kebutuhan mulai dari hiburan, perjalanan, pengobatan, hingga berbagai aktivitas tambahan yang semuanya memerlukan biaya yang tidak sedikit.

### 2.5.1 Tipe Sandwich Generation

Tipe-tipe *Sandwich generation* telah dikategorikan oleh pakar perawatan lansia dan keluarga yaitu Carol Abaya, serta didukung oleh berbagai literatur akademik dan organisasi sosial. Berikut adalah ringkasan tipe-tipe tersebut:

#### 1. Traditional Sandwich Generation

*Traditional sandwich generation* Tipe pertama dari generasi *sandwich* yang paling umum ditemui. Mereka biasanya adalah orang dewasa berusia antara 30 hingga 50 tahun yang secara bersamaan harus menanggung kebutuhan orang tua yang sudah lanjut usia dan anak-anak yang masih bergantung secara emosional maupun finansial. Inilah bentuk "klasik" atau "asli" dari generasi *sandwich* yang pertama kali dikenal. Dalam keseharian, mereka mungkin harus membiayai pendidikan anak-anak sekaligus menanggung biaya perawatan kesehatan orang tua. Tidak jarang, pola ini terus berlanjut ke generasi berikutnya, karena anak-anak mereka pun bisa saja tumbuh dan mengalami hal serupa, terjebak dalam siklus yang berulang ini.

#### 2. Club Sandwich Generation

Beban yang dipikul oleh *club sandwich generation* biasanya lebih berat dibandingkan dengan *traditional sandwich generation*. Mereka tidak hanya menanggung kebutuhan anak-anak dan orang tua, tetapi juga kakek-nenek mereka. Tipe ini umumnya berasal dari keluarga besar yang terdiri atas beberapa generasi. Misalnya, orang dewasa berusia 40 hingga 60 tahun yang harus merawat orang tua lansia, mendukung anak-anak dewasa yang masih kuliah atau belum mandiri secara finansial, dan bahkan sesekali mengurus cucu. Ada juga yang berusia 20 hingga 30 tahun, namun sudah ikut menanggung kebutuhan

orang tua dan kakek-neneknya. Contohnya, seorang perempuan berusia 45 tahun mungkin harus membiayai anaknya yang sedang kuliah, merawat orang tua yang sedang sakit, dan di saat tertentu juga membantu mengasuh cucunya dari anak pertamanya.

### **3. Open-Faced *Sandwich* Generation**

Ketiga, ada *Open-faced sandwich generation* adalah kelompok orang dewasa yang sudah berkeluarga dan memiliki anak, namun tanggung jawab mereka terhadap generasi sebelumnya tidak seberat tipe *sandwich* lainnya. Mereka biasanya hanya merawat atau membantu orang tua, tanpa harus sepenuhnya menanggung beban finansial. Bantuan yang diberikan bisa bersifat emosional, fisik, atau sebagian finansial. Dibandingkan dengan generasi *sandwich* tradisional, beban mereka cenderung lebih ringan. Misalnya, seseorang mungkin masih harus mengasuh anak-anaknya, tetapi juga rutin mengunjungi dan merawat orang tua yang tinggal sendiri.

### **4. Extended *Sandwich* generation (*Sandwich* Berkepanjangan)**

Orang dewasa yang harus terus menanggung anak-anak mereka bahkan setelah usia dewasa (karena pengangguran, masalah keuangan, atau masalah kesehatan), sekaligus mengurus orang tua lansia. Biasanya terjadi di tengah krisis ekonomi atau perubahan struktur keluarga. Seorang ayah membiayai anak berusia 30 tahun yang belum bekerja tetap, sekaligus membiayai kebutuhan ibunya yang berusia 80 tahun.

### **5. Boomerang *Sandwich***

Ketika anak-anak yang sebelumnya sudah mandiri kembali tinggal bersama orang tua karena krisis (seperti perceraian, PHK, pandemi, dll), menambah beban

ke generasi *sandwich*. Anak yang sudah menikah kembali tinggal bersama orang tua setelah bercerai dan membawa anak-anaknya.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, menggunakan beberapa penelitian terdahulu untuk dijadikan sebagai Referensi atau rujukan bagi penulis.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

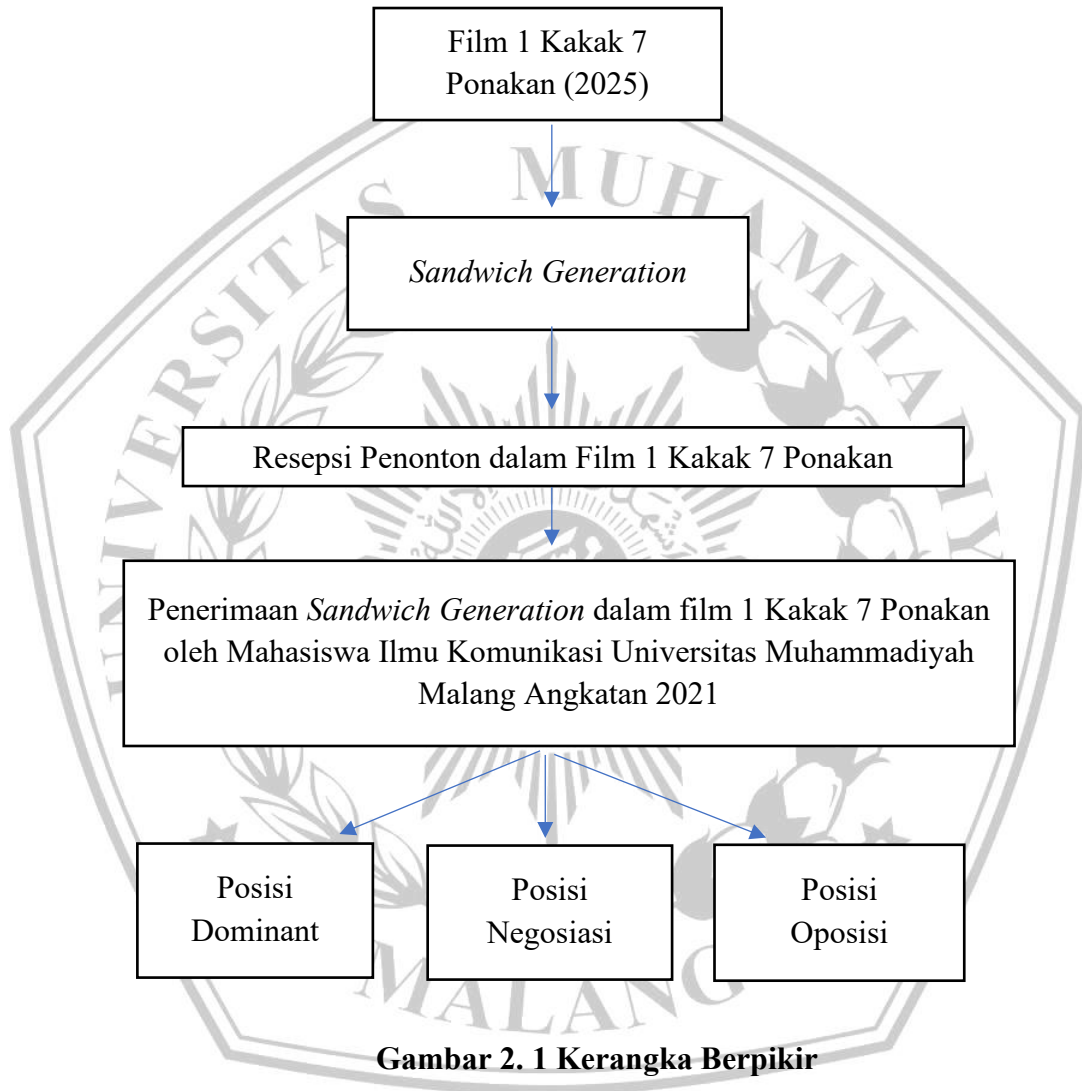
Judul	Penerimaan Penonton Pada Isu Pelecehan Seksual Dalam Film Dear David (Studi Resepsi Pada Anggota Komunitas Girl Up Universitas Airlangga)
Penulis	Dhita Tabina Irsanti. pada tahun 2023/2024
Metode	Teori Resepsi Stuart Hall ( <i>Encoding-Decoding</i> ) Kualitatif, wawancara, dengan purposive sampling
Hasil	Hasil penelitian resepsi penonton pada setiap adegan dalam Film Dear David menunjukkan empat partisipan berada pada kategori posisi negosiasi dan dua partisipan berada pada kategori oposisi. Menjelaskan perbedaan penerimaan audiens (negosiasi vs oposisi) terhadap pesan film
Persamaan	Menganalisis isu sosial melalui media film Keduanya meneliti bagaimana isu sosial ditampilkan dalam film dan bagaimana khalayak memahami atau menanggapi isu tersebut
Perbedaan	Subjek Audiens Relatif Homogen karena Hanya melibatkan anggota organisasi Girl Up yang cenderung sudah memiliki kesadaran gender tinggi. Ini bisa membatasi keberagaman sudut pandang audiens secara umum.  Kurangnya Perbandingan Perspektif Gender: Film <i>Dear David</i> menampilkan laki-laki sebagai korban pelecehan, namun penelitian belum menggali secara mendalam bagaimana perbedaan gender mempengaruhi cara penonton memaknai peran korban dan pelaku.

Judul	“Analisis Resepsi Terhadap Pembullying Pada Film (Studi Analisis Resepsi Film <i>A Silent Voice</i> Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 Universitas Semarang ).
Penulis	Muhammad Choliq Nurhadi. pada tahun 2022
Metode	Teori Resepsi Stuart Hall ( <i>Encoding-Decoding</i> ) Kualitatif, purposive sampling
Hasil	Hasil penelitian resepsi penonton pada setiap adegan dalam Film <i>A Silent Voice</i> menunjukkan bahwa partisipan didominasi posisi dominan dan negosiasi
Persamaan	Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi penelitian ini mengambil mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai subjek penelitian, menunjukkan fokus pada kelompok yang memiliki pengetahuan dasar tentang media dan analisis pesan.
Perbedaan	Penelitian <i>A Silent Voice</i> menggunakan responden yang berada di luar konteks budaya film (film Jepang, penonton Indonesia).

Penelitian Dhita Tabina Irsanti cenderung memiliki subjek yang homogen dari komunitas *Girl Up* yang memiliki kesadaran gender tinggi, sehingga respons terhadap isu pelecehan seksual dalam film *Dear David* lebih mengarah pada pemaknaan yang kritis dan sadar gender. Sementara itu, penelitian Muhammad Choliq Nurhadi G. menggunakan film Jepang (*A Silent Voice*) yang memiliki konteks budaya berbeda dengan para partisipannya di Indonesia, sehingga penerimaan pesan film mungkin dipengaruhi oleh perbedaan nilai-nilai budaya. Berbeda dengan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Irsanti (2023), yang membahas isu pelecehan seksual dalam *Dear David*, atau oleh Nurhadi (2022) yang meneliti resepsi penonton terhadap film Jepang *A Silent Voice*, penelitian ini

justu menyoroti persoalan sosial yang sangat dekat dengan realitas masyarakat Indonesia yakni beban ganda yang ditanggung generasi muda dalam keluarga.

## 2.7 Kerangka Berpikir



**Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir**

**Sumber:** Data Olahan Peneliti (2022)