

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keluarga menjadi tempat terdekat seseorang untuk bertumbuh dan berdinamika. Departemen Kesehatan RI mendefinisikan keluarga sebagai unit terkecil dalam masyarakat yang terdiri dari kepala keluarga dan anggota lainnya yang tinggal satu atap dan saling bergantung (dalam (Wahid & Halilurrahman, 2019)). Duvall dan Logan (1986) menjelaskan bahwa keluarga merupakan sekumpulan orang yang terikat dalam perkawinan, kelahiran, atau adopsi, yang bertujuan menciptakan dan mempertahankan budaya, meningkatkan perkembangan fisik, mental, emosional, dan sosial dari setiap anggotanya (dalam (Nidyansari, 2018)). Kedua definisi keluarga tersebut menunjukkan bahwa keluarga tidak hanya terbatas pada ikatan darah, namun juga emosional.

Keluarga memiliki sejumlah fungsi yang sepatutnya dijalankan untuk mendukung anggotanya. Pada Peraturan Pemerintah No. 87 Tahun 2014, pasal 7 ayat 2, keluarga dikatakan memiliki 8 fungsi, fungsi keagamaan, sosial budaya, cinta kasih, perlindungan, reproduksi, sosialisasi dan pendidikan, ekonomi, dan pembinaan lingkungan (PP No. 87, 2014). *World Health Organization* (WHO) juga turut menjelaskan hal ini, keluarga disebutkan memiliki 5 fungsi, yaitu fungsi biologi, ekonomi, edukasi, psikologis, dan sosiokultural. Fungsi-fungsi ini saling bergantung satu sama lain dan berhubungan pula dengan kesehatan fisik maupun

psikis anggota keluarga (WHO, 1978). Maka dari itu, fungsi keluarga harus dijalankan sebaik dan seefektif mungkin.

Umumnya, fungsi psikologis merupakan fungsi yang paling sering dikaitkan dengan keluarga (WHO, 1978). Keluarga menjadi sumber dukungan utama, baik membantu memecahkan masalah (pribadi/keluarga) maupun memberi dukungan emosional (Leki et al., 2023). Keluarga bertugas memberikan rasa aman, membentuk identitas diri, mendorong perkembangan kepribadian, memberikan perlindungan psikologis secara optimal, dan mengembangkan kemampuan sosialisasi dengan lingkungan luar. Fungsi ini menekankan pentingnya kesehatan emosional yang stabil, sikap saling mendukung, ikatan cinta kasih, dan hubungan yang sehat antara anggota keluarga (WHO, 1978).

Kaitannya dengan hubungan keluarga, diperlukan ikatan komunikasi yang baik. Komunikasi dalam keluarga merupakan sarana untuk bersosialisasi, sarana pendidikan anak, pemenuhan kebutuhan kognitif, dan sosioemosional. Komunikasi yang baik (penuh *respect*, jelas, berempati, dan rendah hati) mampu membantu menjaga keharmonisan dan keutuhan dalam keluarga (Yulianti et al., 2023). Selain itu, komunikasi yang efektif juga membantu keluarga dalam menemukan pemecahan masalah (Awaru, 2021). Keterbukaan menjadi hal penting dalam memastikan komunikasi berjalan efektif. Keterbukaan mengacu pada kemauan untuk membuka informasi pribadi, juga untuk mendengarkan dan bersikap jujur (DeVito, 2016). Komunikasi terbuka adalah proses ketika individu menyampaikan pesan secara terbuka dan tanpa rasa takut sehingga memungkinkan adanya proses pertukaran pendapat (Pamukti & Sa'diyah, 2024).

Ketika berkomunikasi, setiap anggota keluarga diharapkan mau “memberi”, juga “menerima”, karena sejatinya tujuan komunikasi tidak hanya memberitahu, tapi juga saling berbagi, baik pikiran, perasaan, atau aspek lainnya (Muhibuddin, 2024). Keterbukaan dalam komunikasi keluarga tersebut, dapat membantu meningkatkan kesejahteraan hidup dan ikatan keluarga (Yulianti et al., 2023).

Hidup berkeluarga saat ini diwarnai dengan adanya fenomena sosial yang disebut sebagai *sandwich generation*. Istilah *sandwich generation* diperkenalkan pertama kali oleh Dorothy Miller (1981), merujuk pada sekelompok orang dewasa berusia 30-40 tahun yang merawat anak sekaligus orang tuanya, baik secara finansial, fisik, maupun emosional. Chisholm (1999) mendefinisikan istilah ini sebagai sebutan untuk individu yang “karena keadaan”, merawat anak-anaknya dan orang tua yang sudah lanjut usia (dalam (Aji & Harani, 2023)). Definisi ini kini telah sedikit bergeser, tidak lagi terbatas pada usia tertentu dan lebih merujuk pada tanggungan finansial. *Sandwich generation* adalah mereka dari kelompok produktif, yang menanggung beban hidup generasi di atas (orang tua dan keluarga sepantaran) dan di bawahnya (saudara atau anak), terutama secara finansial. Sama seperti struktur *sandwich*, mereka terhimpit di antara 2 generasi (Yuniarto, 2024).

Fenomena ini mulai berkembang di Indonesia sejak beberapa tahun terakhir dan rasanya semakin ‘dekat’ bagi generasi muda. Data BPS (Badan Pusat Statistik) di tahun 2020 menunjukkan, sebanyak 71 juta penduduk Indonesia tergolong dalam *sandwich generation* (dalam (Medianti, 2023)). Hasil survei litbang Kompas di tahun 2022 menunjukkan, bahwa sebanyak 67% responden merupakan *sandwich generation*, yang jika diproporsikan dengan jumlah

penduduk Indonesia saat itu, diperkirakan sekitar 56 juta penduduk Indonesia merupakan *sandwich generation*. Mayoritas generasi ini datang dari kelas sosial ekonomi menengah ke bawah (Suwarna et al., 2022).

Jika dilihat dari sisi kultural Indonesia, *sandwich generation* dipersepsikan sebagai sebuah budaya yang wajar dan menjadi tuntutan sosial yang harus dipenuhi. Fenomena *sandwich generation* dipersepsikan sebagai hal yang lumrah, sebagai bentuk balas budi seseorang terhadap orang tua yang sudah membesarkannya. Tugas menanggung kehidupan generasi di atas (orang tua) menjadi tuntutan sosial dan kewajiban yang harus dipenuhi (Yuniarto, 2024). Hal ini tidak dapat lepas pula dari budaya kolektivisme pada masyarakat Indonesia yang sarat akan nilai kekeluargaan (Sudarji et al., 2024). Masyarakat dalam kultur kolektivis lebih mengutamakan kepentingan kelompok dibandingkan kepentingan individu (Schermer et al., 2023). Melihat pada konteks keluarga, budaya ini mendorong anggota keluarga untuk selalu membantu satu sama lain, baik keluarga inti maupun keluarga besar (Khalil & Santoso, 2022), dan terdapat kecenderungan untuk mendahulukan kepentingan keluarga di atas kepentingan pribadi.

Berada dalam situasi semacam ini, *sandwich generation* nampaknya rentan mengalami banyak tekanan. Utamanya tentu ada pada tekanan finansial, mengingat sebagian besar dari mereka berasal dari kelas menengah ke bawah. Penelitian menunjukkan bahwa generasi ini 2 kali lebih berpotensi mengalami masalah finansial (Lei et al., 2023). Sayangnya, siklus ini memiliki kemungkinan untuk terus terulang, melihat kondisi saat ini membuat mereka tidak memiliki tabungan dan perencanaan finansial untuk jangka panjang (Yuniarto, 2024).

Tanggungan menjadi *sandwich generation* secara tidak langsung juga berdampak pada kondisi mental yang ikut tertekan. Masih dalam penelitian yang sama, *sandwich generation* disebutkan lebih rentan mengalami masalah emosional (Lei et al., 2023). Mereka sering merasa bersalah jika tak mampu memenuhi kebutuhan keluarga, khawatir akan masa depan diri sendiri, dan mudah mengalami *stress/burnout* (Sinaga, 2025). Konflik peran juga dialami oleh kelompok ini, mereka kesulitan menyeimbangkan antara kehidupan pribadi, keluarga, dan karir, sehingga akhirnya kondisi ini berdampak pula pada tekanan psikologis dan kelelahan fisik (Syahiti et al., 2025). Melalui laporan Kompas, Tantan Hermansah, seorang sosiolog UIN Jakarta, menyatakan bahwa generasi ini dipaksa bekerja keras tanpa bisa mencapai kesejahteraan seutuhnya, terutama mereka yang berpendapatan rendah (Suwarna et al., 2022). Hal ini terlihat dalam survei yang dilakukan media tirto.id, hampir 60% dari responden *sandwich generation* mengaku kondisi ini berpengaruh terhadap kondisi kesehatan mental mereka (Hartanto, 2023). Sebuah penelitian kualitatif menunjukkan bahwa *sandwich generation* mengalami tekanan mental yang signifikan, faktor utamanya ada pada kondisi ekonomi, tuntutan sosial, dan kurangnya dukungan emosional (Sari & Artha, 2025). Tekanan-tekanan ini sering kali akhirnya juga berdampak pada disharmoni dalam keluarga *sandwich generation* (Syahiti et al., 2025).

Oleh karena itu, diperlukan keterbukaan dalam komunikasi keluarga *sandwich generation*. Komunikasi terbuka memungkinkan mereka untuk membicarakan perasaan, beban, atau tekanan yang dihadapi sebagai tulang punggung keluarga. Dengan begitu, keluarga dapat saling memahami kondisi

psikologis dan beban satu sama lain serta memberi dukungan (Pamukti & Sa'diyah, 2024). Hal ini sangat penting dalam menunjang kondisi psikologis *sandwich generation*, mengingat mereka memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk memiliki masalah emosional. Agus Hasan Hidayat, seorang pegiat kesehatan mental dan aktivis REMISI (Revolusi dan Edukasi Masyarakat untuk Inklusi Sosial Indonesia), mengatakan bahwa bercerita dan saling mendengarkan dapat membantu *sandwich generation* dalam mengurangi beban psikis yang dimiliki (Sebayang, 2023). Dengan komunikasi terbuka pula, keluarga *sandwich generation* dapat bersama-sama menemukan solusi untuk masalah yang dihadapi, termasuk masalah finansial (Syahiti et al., 2025), sehingga tidak saling memberi tekanan. Selain itu, selaras dengan fungsi psikologis dan afektif keluarga, keterbukaan komunikasi membantu keluarga untuk dapat saling mendukung.

Sayangnya, praktik yang ada di keluarga *sandwich generation* Indonesia justru sebaliknya. Jika dilihat dari budaya komunikasi di Indonesia secara umum, masyarakat Indonesia umumnya tergolong sebagai *indirect communicators*, di mana sering kali mereka cenderung mengungkapkan pesan secara ambigu atau tidak jelas menekankan pada norma kesopanan, dan berupaya menjaga wibawa lawan bicara ketika berkomunikasi (Cultural Atlas Editors, 2016). Dengan demikian, ini mengarahkan praktik komunikasi menjadi lebih tertutup sebagai upaya menjaga kesopanan, dan menjadi sebuah hal yang umum untuk dilakukan. Selain itu, tuntutan sosial yang mempersepsikan *sandwich generation* sebagai tanggung jawab yang sudah seharusnya, membuat individu di dalamnya sering kali tidak punya pilihan (Yuniarto, 2024). Bahkan, mereka sering merasa bersalah

ketika tidak mampu memenuhi kebutuhan keluarga (Sinaga, 2025). Perasaan dan kebiasaan semacam ini sering kali menghambat seseorang untuk terbuka dalam berkomunikasi dengan keluarganya.

Melalui sebuah forum diskusi online, terkait dengan topik *sandwich generation*, beberapa orang membagikan ceritanya terkait sulitnya berkomunikasi dalam keluarga. Salah satu akun anonim membagikan ceritanya melalui kolom komentar, *“kadang bahkan untuk ngediskusiin situasi seputar topic ini aja ngerasa tabu, karena takut dipikirnya kurang berterimakasih sama orang tua.”* Hasil laporan BBC Indonesia juga menunjukkan hal yang serupa. Beberapa akun di media sosial X membagikan cerita kesulitan mereka dan bagaimana mereka merasa tidak dimengerti, *“Enggak semua orang tua pengertian dengan kesulitan anak. Harga rumah dan bahan pokok mahal, gaji pas-pasan, ya bagaimana nggak berat? Bakti ke orang tua juga nggak harus diukur dari uang”* (BBC News Indonesia, 2024). Sebuah studi fenomenologi terhadap *sandwich generation* menyebutkan bahwa beberapa dari generasi ini memiliki pengalaman komunikasi yang negatif dalam keluarga, yang mana mereka justru tidak mendapat dukungan dan apresiasi dari keluarga (Kinantika et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi dalam keluarga *sandwich generation* sering kali masih bersifat tertutup, terhalang tuntutan sosial dan anggapan “tabu”.

Komunikasi tertutup dalam keluarga *sandwich generation* dapat menimbulkan tekanan mental. Maka dari itu, keterbukaan dalam komunikasi keluarga adalah sebuah solusi, supaya masalah dapat dibicarakan dengan jelas dan anggota keluarga dapat saling mendukung (Pamukti & Sa’diyah, 2024).

Fenomena *sandwich generation* perlu mendapatkan perhatian khusus. Harapan “Indonesia Emas 2045” (keadaan di mana jumlah kelompok produktif mendominasi) bisa terganggu dengan adanya fenomena *sandwich generation*. Hal ini dikarenakan sebagian besar dari *sandwich generation* merupakan kelompok usia produktif (Yuniarto, 2024) sedangkan saat ini sekitar 83% dari kelompok lansia menggantungkan hidupnya dari bantuan finansial keluarga yang bekerja (Yonatan, 2025). Seiring meningkatnya kelompok produktif, *sandwich generation* memiliki kecenderungan untuk bertambah pula, karena pola saat ini menunjukkan bahwa kelompok lansia cenderung bergantung pada mereka. Ini artinya, isu ini akan semakin relevan untuk dibicarakan dan perlu untuk diketahui bahwa komunikasi keluarga yang tertutup dapat memperparah keadaan. Oleh karena itu, keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation* dapat menjadi sarana dalam menemukan solusi bersama.

Sebagaimana film merupakan media representasi realita sosial (Karkono, 2021), realita *sandwich generation* dan dinamika komunikasi keluarga tersebut diangkat oleh sutradara Yandy Laurens ke dalam sebuah karya, yakni film “1 Kakak 7 Ponakan”. Film ini menceritakan kisah perjuangan Moko (diperankan oleh Chicco Kurniawan) yang tiba-tiba harus menjadi sosok “orang tua” untuk keponakan-keponakannya setelah ditinggal meninggal oleh kakaknya (diperankan oleh Maudy Koesnaedi) dan suami kakaknya (diperankan oleh Kiki Narendra). Moko awalnya sudah merencanakan untuk mengambil beasiswa S2 Arsitektur di luar negeri, segera setelah lulus bersama pacarnya, Maurin (diperankan oleh Amanda Rawles). Rencana, hubungan asmara, dan impiannya harus berakhir

ditinggalkan karena ia harus mengambil tanggung jawab atas kehidupan keponakan-keponakannya. Saat keadaan berselang membaik, kakak kedua Moko dan suaminya pindah ke rumahnya, dan membuat Moko kembali terjatuh dalam situasi yang tidak menyenangkan. Film ini sebenarnya merupakan adaptasi dari sinetron karya Arswendo Atmowiloto di tahun 1996 dengan total 60 episode. Yandy selaku sutradara sekaligus penulis cerita, mengangkat kembali karya ini menjadi sebuah film, menggambarkan isu *sandwich generation* yang justru terasa semakin relevan dengan masyarakat modern saat ini (Ginanjari, 2025).

Tabel 1.1. 10 Film Indonesia dengan Perolehan Jumlah Penonton Terbanyak per 4/8/2025
(sumber: filmindonesia.or.id)

No	Judul Film	Penonton
1.	Jumbo	10.197.790
2.	Pabrik Gula	4.726.760
3.	Petaka Gunung Gede	3.242.843
4.	Komang	3.002.303
5.	Jalan Pulang	2.808.689
6.	Sore: Istri dari Masa Depan	2.617.966
7.	Qodrat 2	2.211.968
8.	Pengepungan di Bukit Duri	1.892.369
9.	Perayaan Mati Rasa	1.374.330
10.	1 Kakak 7 Ponakan	1.237.043

Film “1 Kakak 7 Ponakan” dirilis pada awal tahun 2025 ini, tepatnya pada 23 Januari 2025. Hingga akhir penayangan di bioskop, film ini berhasil mendapatkan jumlah penonton sebesar 1.237.043 (Riandi & Pangerang, 2025). Sampai dengan pertengahan 2025 (per 04/08/25), film ini berhasil menduduki peringkat 10 dalam klasemen film Indonesia dengan perolehan jumlah penonton terbanyak. Pada daftar peringkat tersebut, film “1 Kakak 7 Ponakan” menjadi salah satu dari 2 film yang mengangkat tema keluarga, dan menjadi satu-satunya

film yang membahas fenomena *sandwich generation*. Berakar dari fenomena *sandwich generation*, film ini mengeksplor cerita perjuangan seorang “kakak” untuk menghidupi keluarganya (Dewabrata, 2025).

Selama 2 tahun terakhir, dalam perfilman Indonesia, terdapat 2 film dengan popularitas yang cukup besar, yang membahas tentang fenomena *sandwich generation*. Film “Home Sweet Loan” karya sutradara Sabrina, secara khusus menggambarkan kehidupan sehari-hari seseorang yang tergolong dalam *sandwich generation*. Film ini dibuat dengan tujuan untuk menggambarkan realitas kehidupan sehari-hari *sandwich generation* sebagaimana adanya (Ginanjari, 2024). Meskipun sama-sama mengadaptasi fenomena *sandwich generation*, film “Home Sweet Loan” tidak secara khusus membahas keterbukaan komunikasi keluarga. Film “1 Kakak 7 Ponakan” menjadi film *sandwich generation* lainnya yang secara khusus dibuat untuk menyampaikan pesan ini (CNN Indonesia, 2025b).

Yandy Laurens sengaja memilih membuat karya ini karena melihat relevansi dan pentingnya isu *sandwich generation* untuk dibicarakan pada zaman ini. Melalui wawancaranya dengan CNN Indonesia, Yandy mengutarakan alasannya dalam memilih karya “1 Kakak 7 Ponakan”;

“Kayaknya jauh sebelum istilah sandwich generation populer di antara kita, ternyata itu sudah terjadi 10-20 tahun lalu, di keluarga-keluarga Indonesia dan sudah dibicarakan oleh mas Wendo melalui ceritanya.

..... nilai yang sama, visi yang sama, kalau kita bicarakan di generasi sekarang, dengan masalah yang sudah berganti masalahnya, tapi temanya kan masih sama. Rasanya masih relevan dan penting untuk kita bicarakan sekali lagi. Kayaknya itu alasan memilih 1 Kakak 7 Ponakan.”

Selain itu, masih dalam konteks *sandwich generation*, Yandy juga menyoroti adanya dinamika komunikasi yang unik dalam keluarga semacam ini. Ia melihat ada beberapa hal yang cenderung dianggap tabu untuk dibicarakan dalam keluarga padahal sebenarnya penting untuk dibicarakan.

“Di dalam cerita itu selain sangat dekat dengan kehidupan kita, ternyata juga punya nilai atau hal-hal yang ternyata tabu buat dibicarin, tapi Mas Wendo mau bicarin.”

“Ada layer yang, lho tadi kita mau lakukan transaksi uang ini, kasih uang buat sekolah dan segala macem, karena aku sayang, kok malah jadi kayak ganggu sayangnya ya. Nah dinamika itu yang kemudian melahirkan pikiran-pikiran yang kadang-kadang tabu tuh, yang jangankan dibicarakan, kita pikir aja kayak ngerasa bersalah, aduh enggak boleh mikir gitu, enggak boleh mikir gitu.”

“Nah film ini coba membicarakan area-area gelap itu. Dengan harapan semoga kalau habis nonton, banyak inisiatif obrolan terjadi di rumah dan ada hubungan yang terhubung kembali.”

Ketika tugas “menafkahi” yang seharusnya disematkan pada seorang bapak atau ibu, dialihkan pada orang lain, seperti kakak atau om, terdapat perubahan dinamika atau perasaan tertentu, yang terkadang terasa tabu untuk dibicarakan. Mereka yang memikul tanggung jawab menafkahi mungkin terkadang merasa lelah, terganggu, atau terbebani. Di satu sisi, bagi mereka yang ditanggung, terkadang muncul pula perasaan bersalah dan pemikiran semacamnya. Perasaan dan pemikiran semacam ini sering kali tidak diungkapkan, dianggap tabu karena mengganggu rasa sayang yang ada. Padahal, justru ketidakterbukaan tersebut lah yang terkadang memunculkan konflik. Film “1 Kakak 7 Ponakan” mencoba untuk menggambarkan dinamika tadi dan berupaya mengubah stigma “tabu” tersebut dalam masyarakat. Yandy selaku *filmmaker* berharap nilai keterbukaan komunikasi keluarga dapat ditangkap masyarakat dan memunculkan obrolan dalam keluarga yang sebelumnya sulit dilakukan (CNN Indonesia, 2025b).

Fenomena *sandwich generation* kini terasa kian relevan. Isu ini patut diperhatikan mengingat bagaimana sebagian besar dari generasi ini mengalami berbagai tekanan, termasuk tekanan mental. Dinamika komunikasi keluarga di dalamnya yang cenderung tertutup dan tabu untuk mengungkapkan perasaan yang sejujur-jujurnya, menjadi salah satu dampak juga penyebab yang memperparah tekanan tersebut. Yandy Laurens, seorang sutradara, berupaya mengeksplor dan menuangkan realitas ini ke dalam film “1 Kakak 7 Ponakan”. Dengan dasar isu sosial yang relevan dengan realita, film ini memiliki potensi untuk menanamkan nilai keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation*.

1.2. Rumusan Masalah

Keluarga merupakan tempat terdekat seseorang untuk bertumbuh. Keluarga memiliki beberapa fungsi yang harus dijalankan untuk mendukung anggotanya. Fungsi psikologis (pemecahan masalah, *emotional support*) menjadi fungsi yang paling sering dikaitkan dengan keluarga. Fungsi ini menekankan pentingnya hubungan dan ikatan emosional yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan komunikasi keluarga yang baik, yang mana keterbukaan komunikasi keluarga menjadi salah satu kunci penting untuk mencapai efektivitas tersebut. Hal ini semakin penting jika dikaitkan dengan fenomena *sandwich generation*, sekelompok orang yang harus menanggung generasi di atas dan di bawahnya. Berada dalam situasi ini, mereka memiliki kecenderungan untuk memiliki tekanan finansial dan emosional. Maka dari itu, diperlukan keterbukaan komunikasi agar keluarga dapat saling mendukung dan menyelesaikan masalah bersama-sama. Namun, praktik yang terjadi di Indonesia justru sebaliknya. Anggota dalam

keluarga sering kali merasa kesulitan untuk mengungkapkan perasaan, pikiran, dan keinginan, termasuk masalah yang dihadapi. Hal ini dikarenakan sering kali keterbukaan tersebut berbenturan dengan tuntutan sosial dan anggapan tabu.

Fenomena *sandwich generation* dan realita dinamika komunikasi keluarga yang cenderung tertutup ditangkap Yandy Laurens ke dalam film “1 Kakak 7 Ponakan”. Melalui film ini, Yandy selaku sutradara dan penulis cerita ingin menyampaikan pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation*. Berdasarkan *gap* realita yang ada, relevansi film dengan realita, serta potensi yang dimiliki film dalam menyebarluaskan nilai keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation*, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: bagaimana pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation* dideskripsikan dalam film “1 Kakak 7 Ponakan”?

Penelitian akan berfokus melihat pesan keterbukaan komunikasi keluarga *sandwich generation* di dalam film “1 Kakak 7 Ponakan” sebagaimana yang diinginkan *filmmaker*.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation* yang ada pada film “1 Kakak 7 Ponakan”.

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian diharapkan mampu berkontribusi pada dunia akademis, khususnya bidang ilmu komunikasi, dengan fokus topik pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation*.

1.4.2. Manfaat Praktis

Isu keluarga *sandwich generation* merupakan hal yang penting untuk dibahas, namun belum banyak upaya yang dilakukan untuk itu. Penelitian ini diharapkan dapat memberi *insight* sekaligus menjadi referensi bagi pekerja seni, khususnya para *filmmaker*, dalam memasukkan nilai dan realita tertentu pada film yang digarap, seperti pesan keterbukaan komunikasi keluarga dan fenomena *sandwich generation*.

1.4.3. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam kepada masyarakat Indonesia tentang pentingnya keterbukaan dalam komunikasi keluarga, terutama bagi mereka yang tergolong dalam *sandwich generation*, mengingat jumlah mereka yang banyak dan adanya potensi untuk bertambah. Lebih lanjut, diharapkan nilai tersebut mampu diimplementasikan ke dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang diharapkan *filmmaker*.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma

Thomas Kuhn (1962) mendefinisikan paradigma sebagai seperangkat asumsi mengenai suatu realita, yang menyediakan kerangka kerja konseptual dan filosofis untuk melakukan penelitian (dalam (Deshpande, 1983)). Paradigma didasarkan pada asumsi ontologis, epistemologis, dan metodologis. Ontologis, berkaitan dengan bentuk dan sifat realita, serta apa yang dapat diketahui dari realita tersebut. Epistemologis, kaitannya dengan sifat hubungan antara peneliti dengan hal yang diteliti. Metodologis, menyangkut

bagaimana peneliti menemukan hal yang diyakininya dapat diketahui. Ketiga aspek ini secara berurutan saling mempengaruhi dan terhubung (Guba & Lincoln, 1994).

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme. Paradigma ini menganggap realita memang nyata, namun tidak bisa dipahami secara sempurna karena kemampuan manusia yang terbatas dan banyak fenomena yang pada dasarnya memang sulit dipecahkan. Aspek ontologis ini disebut juga sebagai *critical realism*, yang artinya realita harus terus diuji secara kritis. Secara epistemologis, objektivitas tetap menjadi hukum ideal, namun dualisme dianggap tidak mungkin untuk dipertahankan. Menjaga objektivitas dapat dilakukan melalui penilaian dari kritisi atau melihat kesesuaian hasil penemuan dengan penemuan sebelumnya. Terkait metodologis, penelitian menekankan *critical multiplism* (versi pembaharuan triangulasi), dilakukan untuk membantah hipotesis yang ada (falsifikasi), dengan melakukan penelitian di situasi nyata, mengumpulkan informasi kontekstual, dan mempertimbangkan pandangan alternatif (Guba & Lincoln, 1994).

Paradigma ini digunakan karena peneliti ingin mendeskripsikan pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation* yang ada pada film “1 Kakak 7 Ponakan”.

1.5.2. *State of The Art*

1.5.2.1. *Representasi Komunikasi Keluarga pada Film “Home Sweet Loan” Analisis Semiotika Roland Barthes oleh Alya Azra Mutia Nasution dan Faridah (2025)*

Melihat relevansi isu sosial *sandwich generation* dalam film “*Home Sweet Loan*”, adanya penggambaran komunikasi keluarga, dinamika komunikasi interpersonal, dan bagaimana nilai religius mempengaruhi dinamika di dalam keluarga, penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasi makna tersembunyi melalui analisis tanda, simbol, dan kode, yang berkaitan dengan nilai-nilai tersebut. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika milik Roland Barthes. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi terhadap setiap adegan film “*Home Sweet Loan*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film telah merepresentasikan dinamika komunikasi keluarga yang kompleks dan menunjukkan pentingnya keterbukaan komunikasi serta dukungan emosional dalam keluarga (A. A. M. Nasution & Faridah, 2025).

1.5.2.2. Representasi Nilai Keluarga dalam Film 1 Kakak 7 Ponakan (Analisis Semiotika Roland Barthes) oleh Dwina Rahmaditya Azzahra, Rifka Aisy Mariska, Salvia Juliandra Putri, Purwanto Putra, Ahmad Riza Faizal, dan Zaimasuri (2025)

Selain sebagai hiburan, film dapat menjadi sarana pembelajaran, termasuk film “1 Kakak 7 Ponakan” yang mengajarkan nilai-nilai keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan tanda-tanda semiotika yang terkandung dalam film. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika milik Roland Barthes yang terbagi menjadi 3 level, denotasi, konotasi, dan mitos. Data diperoleh melalui studi dokumentasi/ pengamatan terhadap film, khususnya identifikasi adegan, dialog, ekspresi,

dan simbol yang menunjukkan nilai keluarga, beserta kajian pustaka terkait teori, studi film, dan konsep nilai keluarga. Hasil penelitian dibagi dalam 3 level semiotika. Secara denotasi, rumah adalah tempat berlindung sekaligus ruang konflik, sedangkan kantor adalah representasi keseimbangan hidup profesional dan keluarga. Secara konotasi, adanya penggambaran hubungan antar generasi dan tekanan sosial dalam keluarga. Secara mitos, film ini menantang stereotip tugas keperawatan yang biasanya dijalankan perempuan (Azzahra et al., 2025).

1.5.2.3. Representasi Komunikasi Dalam Konteks Keluarga (Studi Kasus Film “Home Sweet Loan”) oleh Putri Puspita Sari dan Fita Fatria (2025)

Film merupakan bentuk adaptasi dari realita yang ada. Begitu pula pada film “*Home Sweet Loan*” yang mengandung representasi dinamika komunikasi keluarga yang penuh dengan makna sosial seperti ketimpangan peran dalam keluarga, konflik, dan dinamika komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi komunikasi keluarga yang terkandung dalam film ini, baik secara verbal maupun nonverbal serta pengaruh kondisi ekonomi terhadap dinamika ini. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan data yang diperoleh melalui observasi terhadap beberapa adegan kunci pada film. Analisis data dilakukan dengan pendekatan deskriptif-interpretatif menggunakan teori sosiolinguistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tekanan ekonomi, keputusan sepihak, dan perbedaan generasi dapat memicu ketegangan emosional dan jarak sosial pada komunikasi keluarga. Selain itu, film ini juga menunjukkan pentingnya

keterbukaan dalam komunikasi keluarga dan bagaimana film bisa menjadi sarana refleksi akan isu sosial (P. P. S. Nasution & Fatria, 2025).

1.5.2.4. Interpretasi Family Values pada Film Keluarga Cemara oleh Maria Renata Winahyu, Sunarto, dan Muhammad Bayu Widagdo (2024)

Ketika membuat film, *filmmaker* memiliki nilai-nilai yang ingin disampaikan, yang menggambarkan realita kondisi sosial, begitu pula pada film “Keluarga Cemara”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat representasi nilai keluarga dalam film dan hal apa yang diinginkan *filmmaker* dalam membuat film ini. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis hermeneutik milik Schleiermacher yang terbagi menjadi 2 bagian yakni *cortex* (memperhatikan konteks pada objek) dan *nucleus* (memperhatikan konteks norma, nilai, ideologi). Analisis data dilakukan menggunakan teori kendali organisasi dan teori interpretasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *filmmaker* membuat film “Keluarga Cemara” untuk menanamkan nilai-nilai keluarga di dalamnya, mengingat banyaknya isu sosial mengenai keluarga pada realita. Dari 71 adegan dalam film, 17 adegan terpilih menggambarkan nilai keluarga, yakni *togetherness*, *stability*, dan *loyalty* (Winahyu et al., 2024).

1.5.2.5. Social control on the Sandwich Generation in the film “1 Kakak 7 Ponakan” oleh Bimo Aryo Mukti dan Muh. Fatoni Rohman (2025)

Sebagaimana yang digambarkan dalam film “1 Kakak 7 Ponakan”, fenomena *sandwich generation* yang sedang terjadi saat ini kerap dikaitkan sebagai konsekuensi atas kekosongan kontrol sosial. Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis kontrol sosial pada *sandwich generation* di film ini. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif sosiologi sastra dengan data yang diperoleh melalui observasi pada adegan-adegan film yang relevan dengan konsep kontrol sosial. Data dianalisis menggunakan teori kontrol sosial milik Travis Hirschi dengan melihat keterkaitan antara *attachment*, *involvement*, *commitment*, dan *belief*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal lebih banyak mempengaruhi kontrol sosial pada *sandwich generation* dibandingkan faktor eksternal (Mukti & Rohman, 2025).

Penelitian-penelitian yang telah dijabarkan di atas, masing-masing memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Secara keseluruhan, penelitian terdahulu sama-sama menggunakan film sebagai objek penelitian, beberapa memiliki kesamaan pada konsep *sandwich generation* dan atau konsep keluarga. Nilai kebaruan (*novelty*) pada penelitian ini terletak pada fokus utama penelitian yang meneliti pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation*, dengan objek penelitian berupa film “1 Kakak 7 Ponakan”, yang kemudian akan dianalisis menggunakan analisis hermeneutik milik Schleiermacher.

1.5.3. Teori Kendali Organisasi

Blau dan Scott (1962) mendefinisikan organisasi sebagai sekumpulan orang, yang secara kolektif, beraktivitas dan saling berkoordinasi dalam upaya mencapai tujuan organisasi (dalam (Wrench & Punyanunt-Carter, 2012)). Komunikasi organisasi adalah proses pertukaran pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling berkaitan, untuk menghadapi kondisi yang berubah-

ubah (Goldhaber dalam (Widiawati et al., 2023)). Keberjalanan fungsi organisasi dan ketercapaian tujuannya, bergantung pada komunikasi yang efektif (Atmaja & Dewi, 2018).

Penelitian ini diposisikan dalam level komunikasi organisasi, yang mana organisasi yang dimaksud adalah *Production House* (PH) film “1 Kakak 7 Ponakan”, yakni Mandela Pictures dan Cerita Films. Pada konteks penelitian ini, kedua organisasi ini menjadi satu sistem besar yang menaungi produksi film. Selama proses produksi hingga pemasaran, diperlukan komunikasi yang baik antara satu divisi dengan yang lainnya, mengingat organisasi adalah sebuah jaringan hubungan yang saling mempengaruhi. Komunikasi yang baik menjadi salah satu penentu tercapainya tujuan organisasi, seperti keberhasilan perilis film “1 Kakak 7 Ponakan”.

Komunikasi dalam organisasi dapat dilihat menggunakan teori kendali organisasi. Philip Tompkins, George Cheney, dan rekan lainnya, mengembangkan teori kendali organisasi, sebagai pendekatan untuk melihat bagaimana komunikasi dapat membentuk kontrol atas anggota dalam organisasi (Littlejohn & Foss, 2011). Tompkins dan Cheney menyebutkan strategi kontrol organisasi dapat bersifat *obtrusive* atau *unobtrusive*. Kontrol organisasi yang bersifat *obtrusive* bergantung pada faktor eksternal (peraturan, mesin, dan supervisor) untuk mengatur anggotanya dan tidak menekankan proses partisipasi yang aktif dan sukarela. Sebaliknya, kontrol yang bersifat *unobtrusive* menekankan keaktifan anggota dan mendorong mereka untuk membangun hubungan yang kuat serta menginternalisasi nilai

perusahaan ke dalam pribadi masing-masing individu (Gossett, 2009).

Terdapat 5 strategi kontrol organisasi (Littlejohn & Foss, 2011), yaitu:

- a. *Simple control*, dalam proses komunikasi, terdapat penggunaan kekuasaan yang sifatnya terbuka dan langsung dari pihak yang memiliki kewenangan.
- b. *Technical control*, komunikasi dan kontrol organisasi menggunakan perantara alat tertentu dan teknologi.
- c. *Bureaucratic control*, organisasi menggunakan peraturan formal perusahaan untuk mengontrol anggotanya.
- d. *Cultural control*, kontrol organisasi ada pada budaya organisasi, seperti *value* dan kebiasaan yang ada.
- e. *Concertive control*, organisasi menggunakan hubungan interpersonal dan kerjasama tim sebagai alat kontrol.

Berdasarkan definisi tersebut, terlihat bahwa *cultural control* dan *concertive control* merupakan strategi kontrol organisasi yang bersifat *unobtrusive*.

Cultural control merupakan strategi kontrol organisasi yang memanfaatkan aspek komunal dan sosial dari kehidupan organisasi. Organisasi mendorong anggotanya untuk mengadopsi nilai organisasi ke dalam dirinya dan menggunakannya untuk bertindak di lingkup organisasi. Mereka mendorong anggotanya untuk menciptakan hubungan interpersonal yang kuat dan menciptakan loyalitas terhadap organisasi. Strategi kontrol ini menekankan aspek internal anggotanya, anggota akan mengidentifikasi budaya organisasi lalu memastikan perilaku mereka telah sesuai. *Concertive control* merupakan perpanjangan dari *cultural control*, yang menekankan

teknik partisipatif untuk menumbuhkan rasa kepemilikan dan pemberdayaan yang kuat. Anggota bekerjasama untuk mencapai tujuan organisasi dan saling mengontrol satu sama lain melalui hubungan interpersonal yang kuat (Gossett, 2009). Dengan kontrol ini, tercipta sebuah keteraturan dan kesesuaian antara individu dengan kepentingan organisasi itu sendiri (Littlejohn & Foss, 2011).

Penelitian ini meneliti pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation* melalui film “1 Kakak 7 Ponakan”. Film “1 Kakak 7 Ponakan” yang dirilis di awal tahun 2025, berhasil mengumpulkan jumlah penonton sebanyak 1.237.043 dan menduduki peringkat 10 jumlah penonton terbanyak untuk Film Indonesia hingga pertengahan tahun 2025. Keberhasilan film ini menunjukkan adanya kontrol dan kendali organisasi yang baik. Seluruh bagian dalam organisasi bekerjasama untuk mencapai tujuan organisasi, yakni kesuksesan perilisan film “1 Kakak 7 Ponakan”. Yandy Laurens selaku penulis cerita dan sutradara, memiliki beberapa prinsip dalam membuat sebuah film, salah satunya memastikan komunikasi berjalan lancar selama proses bekerja, agar seluruh kru yang terlibat memiliki visi misi dan ekspektasi yang sama (C. Arifin, 2025). Selain itu, dalam video *behind the scenes*, terlihat sosok Yandy yang memimpin produksi dengan cara yang hangat dan ramah. Kehangatan tersebut menyebar, menciptakan atmosfer kerja yang menyenangkan namun tetap profesional. Ini menunjukkan bahwa hubungan dalam organisasi yang baik dapat menjadi alat kontrol organisasi yang membuat organisasi dapat berjalan dan mencapai tujuannya.

1.5.4. Teori Pendukung

1.5.4.1. *Lineation Theory*

Lineation theory merupakan teori media massa yang diperkenalkan oleh James Potter pada tahun 2009. Teori ini berupaya memberikan kerangka utuh tentang media massa, yang terdiri dari 4 elemen besar (organisasi media, audiens, pesan, dan efek media). Potter melihat kebanyakan ahli menghasilkan teori komunikasi massa yang hanya berfokus pada salah satu elemen. Meski menghasilkan pengetahuan yang berharga, Ia menilai literatur-literatur tersebut sangat terfragmentasi dan sulit diintegrasikan dalam gambaran besar tentang media massa. Oleh karena itu, Potter merumuskan *lineation theory* yang memberikan gambaran utuh tentang media massa, tidak berfokus hanya pada satu elemen saja (Littlejohn & Foss, 2011).

Potter menjelaskan teori ini dalam 4 elemen besar media massa. **Organisasi media**, didorong oleh kebutuhan untuk mengkomunikasikan suatu pesan tertentu dalam sebuah budaya, diikuti dengan pembentukan pesan tersebut, menarik audiens yang dituju, dan memastikan audiens terpapar secara berulang. Potter juga menjelaskan, meski organisasi media memiliki tujuan politik, sosial, atau lainnya, tujuan yang paling mendasar adalah tujuan ekonomi. **Audiens media**, fokus pada elemen ini ada pada kondisi paparan (*attentional/automatic/transported/self-reflexive*) dan tugas pemrosesan informasi yang dilakukan oleh audiens (*filtering/meaning matching/meaning construction*). **Pesan media**, dalam keberhasilan menyusun pesan dan menerima pesan, produser dan audiens menggunakan alat yang disebut

sebagai *narrative line*. **Efek media**, tidak serta merta bersifat sebab-akibat, namun juga ada faktor lain yang berinteraksi dengan pesan sehingga menimbulkan efek. Efek media bisa bersifat memicu sesuatu yang sudah ada, mengubah, memperkuat, atau memunculkan (Littlejohn & Foss, 2011).

Penelitian ini menggunakan film “1 Kakak 7 Ponakan” sebagai objek penelitian, dalam hal ini film merupakan produk dari organisasi media komunikasi massa (*production house*), sekaligus media komunikasi massa itu sendiri. Menurut *lineation theory*, meski didorong motivasi ekonomi, organisasi media juga didorong oleh kebutuhan untuk mengkomunikasikan pesan yang dirasa penting, dan memastikan pesan sampai ke audiens. Yandy Laurens selaku penulis cerita, mengambil ide cerita *sandwich generation* dan pesan keterbukaan komunikasi keluarga karena melihat relevansinya dengan realita saat ini dan penting untuk dibahas (CNN Indonesia, 2025b). Selain itu, Yandy sebagai bagian dari organisasi juga memastikan pesan yang akan ia sampaikan dapat diterima oleh penontonnya (Leba, 2024).

Secara khusus, penelitian akan meneliti pesan yang terkandung dalam film itu sendiri, sebagai hasil proses konstruksi pesan komunikasi dari organisasi media massa. Berdasarkan *lineation theory*, terkait aspek pesan media, terdapat alat yang disebut sebagai *narrative line*. *Narrative line* merujuk pada jalur atau serangkaian keputusan yang diambil produser dalam menyusun suatu pesan media, bukan mengenai cerita itu sendiri. Terdapat beberapa jenis formula dalam menyusun pesan, salah satunya adalah *realism*, membuat pesan nampak serealistik mungkin. Penelitian menunjukkan,

semakin realistis suatu pesan bagi audiens, semakin tinggi kemungkinan mereka terpengaruh. Hal ini dapat dilakukan dengan mengambil latar kontemporer, konteks kemanusiaan, dan menggambarkan kehidupan masyarakat sesungguhnya (Potter, 2009). Pada objek penelitian ini, penggambaran film “1 Kakak 7 Ponakan” dimaksudkan oleh sang sutradara, untuk dibuat serealistik dan sedekat mungkin dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, mengingat relevansinya (Mandela Pictures, 2025c).

1.5.5. Komunikasi Keluarga dan Keterbukaan Komunikasi

Keluarga merupakan unit terkecil dalam masyarakat yang terdiri dari kepala keluarga dan anggota lainnya, yang tinggal satu atap dan saling bergantung (dalam (Wahid & Halilurrahman, 2019)). Keluarga memiliki sejumlah fungsi yang sepatutnya dijalankan untuk mendukung anggotanya, seperti fungsi psikologis yang menekankan pentingnya kesehatan emosional yang stabil, sikap saling mendukung, ikatan cinta kasih, dan hubungan yang sehat antara anggota keluarga (WHO, 1978).

Komunikasi keluarga penting untuk mendukung efektivitas fungsi keluarga tersebut. Fitzpatrick membagi pola komunikasi keluarga berdasarkan intensitas orientasi konformitas/keseragaman (*conformity*) dan orientasi obrolan (*conversation*). Komunikasi dengan orientasi konformitas tinggi menekankan otoritas pada orang tua. Sebaliknya, komunikasi dengan konformitas rendah menghargai keberagaman dan kebebasan dalam hubungan komunikasi. Komunikasi dengan orientasi obrolan tinggi menyukai perbincangan, bersifat intens dan terbuka. Berdasarkan intensitas

keduanya, Fitzpatrick membagi pola komunikasi keluarga menjadi 4 tipe, konsensual (konformitas dan obrolan tinggi), pluralistik (konformitas rendah, obrolan tinggi), protektif (konformitas tinggi, obrolan rendah), dan *laissez-faire* (konformitas dan obrolan rendah). Dari keempat tipe tersebut, tipe pluralistik menekankan keterbukaan komunikasi, juga kebebasan dan keterlibatan individu dalam pengambilan keputusan (Littlejohn et al., 2017).

Keterbukaan merupakan salah satu kunci dalam membangun hubungan komunikasi yang baik, baik dalam lingkup interpersonal, maupun dalam keluarga. Keterbukaan atau *openness* mengacu pada kemauan untuk membuka informasi pribadi, juga untuk mendengarkan dan bersikap jujur. Berdasarkan definisi ini, terdapat 3 aspek utama dari keterbukaan komunikasi. Pertama, komunikator mengungkapkan informasi tentang dirinya sendiri kepada orang lain (*self-disclosure*), dengan kedalaman informasi yang mengikuti situasi pembicaraan dan kedekatan hubungan. Kedua, komunikator bereaksi secara spontan dan jujur terhadap apa yang didengar atau dilihatnya. Ketiga, komunikator bertanggung jawab dan mengakui perasaan dan pemikiran yang diungkapkan adalah miliknya (DeVito, 2016). Komunikasi terbuka dalam keluarga memungkinkan anggota keluarga untuk mengungkapkan informasi pribadi seperti perasaan, secara terbuka dan tanpa rasa takut, sehingga anggota keluarga lainnya dapat saling memahami dan bertukar pendapat (Pamukti & Sa'diyah, 2024).

Terkait 3 aspek utama dari keterbukaan dalam komunikasi, ketiganya dapat dijabarkan menjadi demikian:

- a. *Self disclosure*, pengungkapan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain dengan intensional, baik secara verbal maupun non-verbal (Greene et al., 2006). Pengungkapan diri dilakukan secara bertahap, dari informasi yang bersifat dangkal menuju informasi yang bersifat sensitif. Tingkatan tersebut mengikuti kedekatan hubungan dan juga kesediaan partisipan. Berdasarkan hal tersebut, secara garis besar, informasi dalam *self-disclosure* dapat dirincikan menjadi 3 macam informasi: informasi tentang diri sendiri secara umum; informasi yang harus diungkapkan; dan informasi tentang pemikiran, pengalaman, dan perasaan terdalam seseorang. **Informasi tentang diri sendiri secara umum** meliputi informasi umum dari lapisan terluar kepribadian seseorang yang tidak beresiko, seperti pekerjaan atau cerita keseharian. **Informasi yang harus diungkapkan** merupakan tipe informasi yang berada di tengah-tengah antara tingkat dangkal dan sensitif. Ini merupakan tipe informasi yang sebelumnya tidak diketahui orang lain, yang diungkapkan mengikuti situasi. Terakhir, **pengungkapan informasi mendalam yang sifatnya sensitif dan beresiko, yakni mengenai pemikiran, pengalaman, dan perasaan terdalam seseorang**. Informasi ini merujuk pada hal-hal yang ada di benak seseorang, yang bersifat privat dan tidak biasanya diungkapkan, (Apriyanti et al., 2024; Carpenter & Greene, 2016; DeVito, 2016; Greene et al., 2006).
- b. Komunikator dalam keluarga bereaksi secara jujur dan spontan terhadap apa yang dilihat atau didengarnya. Jujur dalam Kamus Besar Bahasa

Indonesia (KBBI) diartikan sebagai lurus hati; tidak berbohong (mengatakan apa adanya) (KBBI, 2024a). Bereaksi secara jujur artinya bereaksi sesuai dengan apa yang dimaksud, apa adanya tanpa ditambah atau dikurangi, baik dalam ucapan, sikap, maupun tindakan (Chairilisyah, 2016). Lain halnya dengan spontan, spontan dalam KBBI memiliki arti serta merta, tanpa dipikir, tanpa direncanakan; melakukan sesuatu karena dorongan hati, bukan karena anjuran lainnya (KBBI, 2024b). Bereaksi secara spontan artinya memberikan respon secara langsung, tanpa pikir panjang, dan murni atas dorongan dari dalam diri sendiri.

- c. Pengakuan dan tanggung jawab atas pemikiran dan perasaan milik pribadi. Komunikator bertanggung jawab dan mengakui perasaan dan pemikiran yang diungkapkan adalah miliknya (DeVito, 2016), dalam artian ia tidak mengkambinghitamkan orang lain atau melempar tanggung jawab tersebut pada orang lain (Barseli et al., 2019).

Proses keterbukaan dalam komunikasi berjalan dari pengungkapan informasi tentang diri sendiri yang bersifat umum/dangkal menuju informasi yang lebih bersifat personal. Keterbukaan komunikasi dapat dimulai dari informasi yang bersifat superfisial (apa yang terlihat di permukaan), sederhana, ringan, dan tidak beresiko (DeVito, 2016). Keterbukaan informasi kemudian berjalan secara bertahap menuju informasi yang bersifat lebih intim dan sensitif. Proses tersebut berkembang dari waktu ke waktu, mengikuti kedekatan dan kedalaman hubungan yang turut berkembang melalui proses komunikasi tersebut. Semakin kuat ikatan hubungan yang dimiliki seseorang

dan yang lainnya, maka semakin luas dan mendalam pula topik yang dapat dibicarakan (Carpenter & Greene, 2016; Greene et al., 2006). Pada tingkat yang lebih intim, informasi personal yang disampaikan sifatnya lebih sensitif dan beresiko lebih besar, bisa mencakup pikiran dan perasaan, termasuk nilai dan keyakinan pribadi seseorang (DeVito, 2016; Jourard, 1971).

Selain pengungkapan informasi diri, keterbukaan komunikasi dalam keluarga juga menuntut adanya kesediaan partisipan untuk mendengar lawan bicara dan memberikan respon timbal balik secara jujur. Keterbukaan komunikasi dilakukan secara resiprokal, artinya, ketika seseorang mengungkapkan suatu informasi, lawan bicara diharapkan pula untuk membalas dengan keterbukaan informasi pada tingkat yang sama. Apabila lawan bicara tidak membalas keterbukaan informasi yang ada, hal ini dapat menjadi indikasi adanya penolakan maupun penilaian bahwa keterbukaan informasi tersebut tidak pantas. Selain itu, dalam proses keterbukaan komunikasi, agar pihak-pihak yang terlibat dapat saling terbuka, dibutuhkan pula kesediaan untuk saling mendengar. Mendengarkan dalam proses ini tidak hanya sekadar diam mendengarkan, namun juga mendengarkan dengan pikiran terbuka dan penuh empati (Carpenter & Greene, 2016; DeVito, 2016).

Self-disclosure dalam proses keterbukaan komunikasi merupakan proses pengungkapan diri seseorang yang menyangkut hal yang mungkin sebelumnya tidak bisa ditunjukkan pada orang lain. Pengungkapan diri ini membantu seseorang untuk akhirnya mengidentifikasi masalahnya sendiri dan mungkin juga sekaligus menemukan solusi (Jourard, 1971). Keterbukaan

dalam komunikasi keluarga mampu membantu keluarga dalam menyelesaikan masalah bersama (Awaru, 2021), meningkatkan kesejahteraan hidup, keharmonisan, keutuhan, dan ikatan keluarga (Yulianti et al., 2023).

1.5.6. Fenomena *Sandwich Generation* di Indonesia

Sandwich generation pertama kali diperkenalkan oleh Dorothy Miller (1981) sebagai istilah untuk sekelompok orang dewasa yang berusia 30-40 tahun, yang merawat anak dan juga orang tuanya, baik secara fisik, finansial, maupun emosional. Chisholm (1999) mendefinisikan *sandwich generation* sebagai sebutan untuk individu yang “karena keadaan”, merawat anak-anaknya dan orang tua yang sudah lanjut usia (dalam (Aji & Harani, 2023)). Kini penggunaan istilah *sandwich generation* telah sedikit bergeser, tidak terbatas usia tertentu dan lebih sering dikaitkan dengan tanggungan finansial. *Sandwich generation* adalah mereka dari kelompok produktif, yang menanggung beban hidup generasi di atas (orang tua / keluarga sepantaran) dan generasi di bawahnya (saudara / anak), terutama secara finansial. Sama seperti *sandwich*, mereka terhimpit di antara 2 generasi (Yuniarto, 2024).

Sandwich generation terbagi menjadi 3 kelompok: *the traditional sandwich generation*, *the club sandwich generation*, dan *the open faced sandwich generation*. *The traditional sandwich generation*, merupakan kelompok orang yang harus menanggung kehidupan orang tua usia lanjut dan anak. *The club sandwich generation*, merupakan sekelompok orang yang dihimpit beban menanggung orang tua, anak, cucu dan atau kakek-nenek. *The open faced sandwich generation*, merujuk pada seluruh individu yang

merawat orang tua lanjut usia, namun bukan dalam konteks pekerjaan profesional (Putila & Effieta, 2023).

Orang-orang dalam kelompok ini memiliki kemungkinan untuk menghadapi beberapa tantangan. Secara umum, tantangan tersebut meliputi 3 aspek: finansial, fisik, dan psikologis/emosional. Secara finansial, mereka harus mencukupi kebutuhan ekonomi 2 generasi beserta kebutuhan lainnya. Hal ini terasa berat terutama bagi mereka yang berasal dari kelas ekonomi menengah ke bawah (Ardiyanto et al., 2024). Selain itu, mereka juga cenderung kesulitan untuk memiliki tabungan (Yuniarto, 2024). Tugas keperawatan *sandwich generation* tidak hanya bersifat finansial namun juga fisik, mengharuskan mereka membagi tenaga mereka di antara 2 generasi, sehingga mereka sering merasa lelah secara fisik dan mudah sakit (Sinaga, 2025). Kedua tantangan ini berkaitan pula dengan tantangan dalam aspek emosional. Mereka sering merasa bersalah jika tak mampu memenuhi kebutuhan keluarga, khawatir akan masa depan diri sendiri, dan mudah mengalami stress/*burnout* (Sinaga, 2025). *Stress* dalam konteks ini merujuk pada kelelahan secara emosional akibat menanggung 2 generasi secara bersamaan (Ardiyanto et al., 2024). Selain ketiga aspek ini, *sandwich generation* juga sering mengalami konflik peran, kondisi ketika mereka kesulitan menyeimbangkan antara peran mereka dalam kehidupan pribadi, keluarga, ataupun karir. Hal ini bisa berimbas pada kondisi fisik dan psikologis yang menurun (Syahiti et al., 2025).

Selain upaya strategis seperti pengaturan keuangan jangka panjang, komunikasi menjadi sarana perantara sekaligus solusi lain dalam mengatasi berbagai tantangan tersebut, terutama tantangan psikologis. Pada komunikasi keluarga *sandwich generation*, keterbukaan menjadi hal yang penting. Keluarga dapat menceritakan perasaan, pemikiran, dan pengalaman mereka secara terbuka, terutama terkait perannya dalam keluarga *sandwich generation*, serta saling memberikan dukungan (Pamukti & Sa'diyah, 2024; Syahti et al., 2025). Penting pula bagi keluarga *sandwich generation* untuk mengkomunikasikan secara terbuka terkait situasi keuangan dan tanggung jawab masing-masing, serta batasan dan keinginan yang ingin dicapai. Melalui komunikasi pula, keluarga tidak hanya menceritakan isi hati, namun juga mencari solusi bersama. Komunikasi terbuka dapat meminimalisir konflik yang dapat terjadi karena miskomunikasi, juga menyelesaikan konflik yang mungkin sudah ada (Syahti et al., 2025). Dengan membangun komunikasi keluarga yang terbuka pada *sandwich generation*, hubungan dalam keluarga dapat menjadi lebih dekat, harmonis, memiliki ikatan kepercayaan yang kuat, serta adanya dukungan dari satu sama lain yang dapat mengurangi beban anggota keluarga (Pamukti & Sa'diyah, 2024).

Di Indonesia sendiri, *sandwich generation* dipersepsikan menjadi sebuah budaya yang wajar dan menjadi tuntutan sosial yang harus dipenuhi. Melihat dari kacamata kultur sosiologis Indonesia, fenomena *sandwich generation* merupakan hal yang lumrah sebagai bentuk balas budi seseorang terhadap orang tua yang sudah membesarkannya. Tugas menanggung

kehidupan generasi di atas (orang tua) menjadi tuntutan sosial dan kewajiban yang harus dipenuhi (Yuniarto, 2024). Hal ini tidak dapat lepas pula dari budaya kolektivisme pada masyarakat Indonesia yang sarat akan nilai kekeluargaan (Sudarji et al., 2024). Masyarakat dalam kultur kolektivis lebih mengutamakan kepentingan kelompok dibandingkan kepentingan individu (Schermer et al., 2023). Pada konteks keluarga, hal ini mendorong anggota keluarga untuk selalu membantu satu sama lain, baik keluarga inti maupun keluarga besar (Khalil & Santoso, 2022), sehingga terdapat kecenderungan untuk individu mendahulukan kepentingan keluarga di atas kepentingannya.

1.5.7. Film

Film merupakan media komunikasi massa yang bersifat audio-visual, mampu menyampaikan pesan dalam waktu yang singkat, dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi audiensnya. Sifatnya yang audio-visual dapat mempermudah audiens dalam menangkap pesan, sekaligus mampu menyentuh aspek emosional penontonnya (Asri, 2020). Bazin (teoritikus film asal Prancis, 1967), menyatakan bahwa suatu film ditujukan untuk menangkap realita sosial yang ada, baik atau buruknya film dapat dinilai dari kreativitas dalam menyajikan realita (dalam (Karkono, 2021)).

Di Indonesia sendiri, industri perfilman telah diatur dalam hukum resmi seperti UU No 33 Tahun 2009. Sebagaimana yang tertulis dalam UU ini, film merupakan karya seni budaya sebagai pranata sosial dan media komunikasi massa, yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi, dengan suara ataupun tidak, dan dapat dipertunjukkan. Perfilman harus dijalankan

dengan memperhatikan asas tertentu, seperti asas kemanusiaan dan asas manfaat. Perfilman di Indonesia memiliki fungsi budaya, pendidikan, hiburan, informasi, pendorong karya kreatif, dan ekonomi (UU No 33, 2009). Ini artinya, dalam menghasilkan sebuah produk berupa film, usaha perfilman tidak hanya memiliki tujuan ekonomi, namun juga harus memberikan *value* dan manfaat sosial bagi masyarakat. Film sebaiknya mampu merefleksikan realita sosial yang ada dan mengkomunikasikan nilai penting di dalamnya. Dengan begitu, film dapat menjadi sarana dalam mendidik maupun meningkatkan kesejahteraan masyarakat, baik secara lahir maupun batin.

1.6. Asumsi Penelitian

Film “1 Kakak 7 Ponakan” merupakan produk organisasi yang dihasilkan oleh *production house* Mandela Pictures dan Cerita Films. Keberhasilan film “1 Kakak 7 Ponakan” menunjukkan adanya kendali dan kontrol organisasi yang baik dan terjaga. Kontrol organisasi tersebut mengandalkan budaya dan nilai kekeluargaan yang ada pada organisasi, serta hubungan dalam tim yang kuat. Melalui kontrol tersebut, anggota organisasi mampu bekerja sama dan mencapai tujuan organisasi, yakni menghasilkan film “1 Kakak 7 Ponakan” yang berhasil sukses di pasaran.

Selain tujuan ekonomi, *production house* sebagai organisasi media massa menghasilkan pesan komunikasi yang dirasa penting untuk disampaikan kepada masyarakat dalam suatu kultur. Film “1 Kakak 7 Ponakan” ingin menyampaikan pesan keterbukaan komunikasi keluarga *sandwich generation* karena relevansinya dengan masyarakat Indonesia saat ini dan bagaimana komunikasi terbuka dapat membantu mereka dalam menghadapi berbagai tekanan. Pesan komunikasi

disampaikan dengan menekankan aspek relevansi dan realistis tersebut. Penggambaran *sandwich generation* dibuat dekat dengan kehidupan nyata. Tidak hanya isi cerita yang mempotret ulang dinamika *sandwich generation*, pembuatan film juga menekankan aspek teknis yang realistis, dibuat menyerupai kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

Melalui film ini, Yandy Laurens selaku sutradara dan penulis cerita ingin menyampaikan pesan keterbukaan komunikasi keluarga dengan latar belakang *sandwich generation*. Keterbukaan dalam komunikasi keluarga akan dideskripsikan melalui 3 aspek utama keterbukaan komunikasi: *self-disclosure*, komunikator bereaksi secara jujur terhadap stimulus, dan pengakuan terhadap perasaan dan pemikiran yang diungkapkan. Proses komunikasi melibatkan komunikator secara bergantian, berkembang secara bertahap dari pengungkapan informasi yang dangkal menuju informasi yang mendalam. Adanya keterbukaan komunikasi keluarga pada film akan berdampak positif pada anggotanya.

Keterbukaan komunikasi keluarga yang mendalam menjadi hal ideal yang nantinya dicapai pada akhir film untuk menyelesaikan konflik yang terjadi. Secara khusus, keluarga dalam film ini digambarkan dengan latar belakang *sandwich generation* dan kelas ekonomi menengah ke bawah, sehingga anggota keluarga rentan mengalami tekanan finansial dan psikologis. Penggambaran komunikasi keluarga dalam film “1 Kakak 7 Ponakan” diasumsikan merupakan komunikasi yang bersifat tertutup pada awalnya, yang mana hal ini tidak tepat dan tidak solutif, terutama untuk keluarga *sandwich generation*. Maka dari itu, secara bertahap dalam pengembangan cerita, komunikasi keluarga akan digambarkan

bersifat lebih terbuka, sehingga membawa pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation*.

1.7. Operasionalisasi Konsep

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pesan keterbukaan komunikasi keluarga *sandwich generation* pada film “1 Kakak 7 Ponakan”. Maka dari itu, keterbukaan komunikasi keluarga akan menjadi konsep utama yang akan diteliti dengan memperhatikan *sandwich generation* sebagai konteks sosial yang melatarbelakangi dinamika keluarga dalam film. Berangkat dari konsep utama pesan keterbukaan komunikasi keluarga *sandwich generation*, penelitian akan mendeskripsikan konsep tersebut berdasarkan aspek-aspek keterbukaan, proses, serta dampaknya dalam film “1 Kakak 7 Ponakan”.

Tiga aspek utama dari keterbukaan komunikasi keluarga akan menggunakan aspek yang dijabarkan Joseph A. DeVito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book* (DeVito, 2016).

- a. **Aspek pertama, *self-disclosure***, pengungkapan informasi tentang diri sendiri kepada orang lain dengan intensional, baik secara verbal maupun nonverbal. Pada konteks keluarga *sandwich generation* di film “1 Kakak 7 Ponakan”, jenis informasi yang diungkapkan dipengaruhi pula oleh kondisi *sandwich generation* yang rentan mengalami berbagai tekanan, terutama secara finansial dan psikologis. Pengungkapan informasi dilakukan secara bertahap, mengikuti perkembangan hubungan dan kesediaan partisipan. Secara garis besar, informasi dalam *self-disclosure* dapat dirincikan menjadi 3 macam informasi:

- Informasi tentang diri secara umum, meliputi informasi umum dari lapisan terluar kepribadian seseorang yang tidak beresiko. Pada proses komunikasi keluarga, hal ini bisa meliputi informasi ringan seperti pekerjaan dan cerita keseharian anggotanya.
 - Informasi yang harus diungkapkan, kedalaman informasi ini berada di tengah antara tingkat dangkal dan sensitif. Ini merupakan tipe informasi yang sebelumnya tidak diketahui, yang diungkapkan mengikuti situasi, meliputi kondisi kesehatan fisik dan kondisi finansial.
 - Informasi mendalam yang sifatnya sensitif dan beresiko, yakni mengenai pemikiran, pengalaman, dan perasaan terdalam seseorang. Informasi ini merujuk pada hal-hal yang ada di benak seseorang, yang bersifat privat dan tidak biasanya diungkapkan, seperti perasaan lelah atau tertekan.
- b. **Aspek kedua berkaitan dengan respon yang diberikan komunikator** yang terlibat terhadap apa yang dilihat atau didengarnya (stimulus). Pertama, komunikator mampu bereaksi secara jujur, yakni reaksi yang apa adanya dan sesuai dengan apa yang dimaksudnya sedari awal. Kedua, komunikator memberikan reaksi secara spontan, yakni reaksi yang cepat, tanpa pikir panjang, dan murni dari dorongan dalam diri.
- c. **Aspek yang ketiga, komunikator mengakui perasaan dan pemikiran yang diungkapkan adalah miliknya**, serta bertanggung jawab sepenuhnya atas ucapannya tersebut.

Terkait proses keterbukaan komunikasi dalam komunikasi keluarga, operasionalisasi konsep menggunakan penjelasan dari beberapa literatur yang

membahas proses keterbukaan komunikasi (Carpenter & Greene, 2016; DeVito, 2016; Greene et al., 2006; Jourard, 1971). Proses keterbukaan komunikasi sendiri berkaitan dengan jenis informasi *self disclosure* di atas, secara urut berjalan dari pengungkapan informasi tentang diri sendiri yang bersifat umum/dangkal menuju informasi yang lebih bersifat personal. Keterbukaan informasi dilakukan secara bertahap selama proses komunikasi keluarga, mengikuti perkembangan hubungan komunikasi dan tingkat kepercayaan di dalamnya. Selain pengungkapan informasi diri, keterbukaan juga melibatkan adanya kesediaan lawan bicara untuk mendengar dan memberikan respon timbal balik secara jujur, termasuk membalas dengan pengungkapan informasi diri yang serupa. Mendengarkan dalam proses ini tidak hanya sekadar diam mendengarkan, namun juga mendengarkan dengan pikiran terbuka dan penuh empati.

Terkait dampak dari keterbukaan komunikasi keluarga, operasionalisasi konsep menggunakan literatur yang mengkaji dampak keterbukaan komunikasi keluarga secara umum maupun pada *sandwich generation* (Jourard, 1971; Pamukti & Sa'diyah, 2024; Syahti et al., 2025; Yulianti et al., 2023). Terdapat 4 dampak keterbukaan dalam komunikasi keluarga yang dapat diidentifikasi:

- a. Anggota keluarga dapat mengidentifikasi masalah, menemukan solusi bersama untuk masalah yang dihadapi, serta menyelesaikan konflik yang ada.
- b. Anggota keluarga dapat saling memahami dan memberikan dukungan.
- c. Mengurangi beban psikologis pada anggota keluarga.
- d. Meningkatkan kesejahteraan hidup, ikatan, dan keharmonisan dalam keluarga.

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Tipe dan Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan tipe penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan terjadinya suatu fenomena, baik fenomena alam maupun buatan manusia. Penelitian ini berupaya memberikan gambaran lengkap tentang suatu kejadian, baik kronologi, karakteristik, maupun hal lainnya yang berkaitan dengan fenomena tersebut. Data penelitian kualitatif deskriptif berupa data kualitatif seperti kalimat verbal dan juga data bersifat apa adanya tanpa diberi perlakuan tertentu (Rusandi & Rusli, 2021).

Penelitian ini nantinya akan menggunakan analisis hermeneutik milik Schleiermacher. Analisis hermeneutik merupakan studi tentang seni memahami (*understanding*), khususnya dalam memahami teks. Memahami merupakan penghayatan kembali proses mental pengarang teks. Pengarang teks menyusun kalimat, kemudian audiens mendalami struktur kalimat dan pemikiran dibalikinya. Schleiermacher membagi analisis hermeneutik menjadi 2 bagian, interpretasi gramatikal dan interpretasi psikologis, keduanya saling terhubung membentuk lingkaran hermeneutik (Palmer, 1969). Pada penelitian ini, interpretasi gramatikal akan dibagi menjadi analisis gramatikal (unsur naratif dan sinematik) dan analisis semantik, sedangkan interpretasi psikologis meliputi tahap interpretasi tekstual.

1.8.2. Situs Penelitian

Penelitian dilakukan secara daring melalui situs internet penyedia layanan *video streaming*, Netflix, dan beberapa situs internet lainnya berupa literatur/reportase.

1.8.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merujuk pada film “1 Kakak 7 Ponakan” karya Yandy Laurens yang dirilis awal tahun 2025.

1.8.4. Jenis Data

Data yang digunakan pada penelitian ini berupa pesan komunikasi verbal dan bersifat kualitatif. Data diperoleh melalui pernyataan Yandy Laurens selaku sutradara dan penulis naskah film “1 Kakak 7 Ponakan” terkait pesan keterbukaan komunikasi keluarga beserta implementasinya pada film.

1.8.5. Sumber Data

1.8.5.1. Data Primer

Data primer penelitian diambil dari observasi terhadap film “1 Kakak 7 Ponakan” yang ditayangkan ulang melalui layanan *video streaming*, Netflix.

1.8.5.2. Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini didapat melalui video wawancara *filmmaker* di beberapa *platform* daring, reportase terkait film, *filmmaker*, dan fenomena *sandwich generation*, serta literatur terdahulu (jurnal, artikel, dan buku).

1.8.6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan observasi atau pengamatan mendalam terhadap subjek. Peneliti menonton, mengamati dengan cermat, menemukan serta

mencatat adegan penting pada film yang relevan dengan fokus penelitian. Selain itu, data juga didapatkan melalui pernyataan Yandy Laurens selaku *filmmaker* film “1 Kakak 7 Ponakan” terkait niat dan tujuan pembuatan film ini, berserta nilai yang terkandung di dalamnya. Pernyataan ini didapatkan melalui rekaman wawancara maupun laporan tertulis dalam reportase *channel* berita *online*. Informasi yang didapatkan akan dianalisis menggunakan analisis hermeneutik milik Friedrich Schleiermacher. Selain itu peneliti juga akan mengumpulkan literatur terdahulu yang berkaitan dengan fokus penelitian, sebagai data pendukung nantinya.

1.8.7. Analisis dan Interpretasi Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis hermeneutik milik Schleiermacher. Kata hermeneutika sendiri diambil dari nama karakter mitologi Yunani, Hermes, seorang pembawa pesan para dewa, juga penemu bahasa dan tulisan (Noth, 1990). Pada awal kemunculannya, hermeneutika dikaitkan dengan 3 disiplin ilmu humanistik, yakni teologi, filsafat, dan interpretasi sastra. Berdasarkan kamus internasional Webster, hermeneutika diartikan sebagai studi prinsip metodologis tentang interpretasi dan penjelasan, khususnya mengenai interpretasi Alkitab. Hermeneutika merupakan studi mengenai pemahaman (*understanding*), khususnya dalam memahami teks (Palmer, 1969).

Schleiermacher menyebut hermeneutika sebagai seni memahami, yang bukan merupakan bidang umum, namun bagian dari pluralitas hermeneutika. Menurutnya, hakikat hermeneutika pada tiap teks adalah sama,

baik pada dokumen legal, kitab keagamaan, maupun karya sastra. Meskipun terdapat perbedaan karakteristik tertentu, terdapat persamaan yang mendasari pemahaman secara umum. Semua teks tersebut disusun dalam bahasa, sehingga tata bahasa digunakan untuk menganalisis makna dibalik sebuah kalimat. Selain itu Schleiermacher juga menganggap seni menjelaskan berada di luar bidang hermeneutika. Hermeneutika hanya berupaya memahami apa yang diucapkan (Palmer, 1969).

Memahami merupakan penghayatan kembali proses mental pengarang teks. Pengarang teks menyusun kalimat, kemudian audiens mendalami struktur kalimat dan pemikiran dibaliknya. Schleiermacher membagi tahapan analisis hermeneutik menjadi 2, interpretasi gramatikal dan interpretasi psikologis, keduanya terhubung dan membentuk lingkaran hermeneutika (Palmer, 1969).

Interpretasi gramatikal menganalisis pernyataan berdasarkan hukum objektif dan umum, sedangkan interpretasi psikologis menganalisis berdasarkan hukum subjektif dan individual. Interpretasi gramatikal menelisik bahasa pesan, sedangkan interpretasi psikologis mencari individualitas dan pemikiran pengarang teks. Interpretasi gramatikal menggunakan metode komparatif dan berawal dari hal umum ke hal khusus dalam teks. Lain halnya, interpretasi psikologis menggunakan metode komparatif dan “ramalan”, yakni proses menjadi pengarang teks dan melihat proses berpikir dalam menyusun teks (Palmer, 1969).

Tujuan hermeneutika Schleiermacher adalah rekonstruksi pengalaman mental pengarang teks dalam menyusun pesannya, pesan tidak dilihat terpisah dari pengarangnya. Hermeneutika hanya bertujuan merekonstruksi pemikiran pengarang teks melalui interpretasi atas ujarannya sendiri, bukan menetapkan motif atau penyebab dari perasaan pengarang (psikoanalisis) (Palmer, 1969).

Melalui penjelasan yang lebih bertahap, Noth menuliskan terdapat 2 tahapan dalam analisis hermeneutik ini, yakni *cortex* dan *nucleus*. *Cortex*, menguak permukaan luar teks, menjelaskan makna dari tiap kata dan kalimat yang ada. *Cortex* dibagi lagi menjadi 2 tahap, *litera (grammar)* yang melihat struktur gramatikal dan *sensus* (semantik) yang berupaya memahami makna literal teks. *Nucleus* atau tahap *sententia/textual interpretation*, menganalisis pada level yang lebih dalam, menguak makna tersembunyi (Noth, 1990).

Tabel 1.2. Tahapan Analisis Hermeneutika

	Tahap analisa
<i>Cortex</i> (<i>surface structure</i>)	Analisa gramatikal (<i>litera</i>)
	Analisa semantik (<i>sensus</i>)
<i>Nucleus</i> (<i>deep structure</i>)	Interpretasi tekstual (<i>setentia</i>)

Interpretasi gramatikal di atas dapat disamakan dengan tahap *cortex* yang terbagi menjadi analisis grammar dan semantik, sedangkan interpretasi psikologis dapat disamakan dengan analisis interpretasi tekstual. Penelitian ini akan meneliti pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation* melalui film “1 Kakak 7 Ponakan”. Analisis akan dibagi menjadi

3 bagian: analisis gramatikal, analisis semantik, dan interpretasi tekstual. Penelitian ini menggunakan film sebagai objek penelitian, sehingga analisis gramatikal akan menganalisis unsur naratif dan unsur sinematik yang ada.

1.8.7.1. Analisis gramatikal

a. Unsur Naratif

Unsur naratif dapat dianalogikan sebagai materi yang akan diolah dalam sebuah film. Unsur naratif terdiri dari elemen-elemen yang berkaitan dengan tema film dan aspek cerita. Elemen tersebut saling berhubungan membentuk sebuah jalan cerita yang runtut dan memiliki nilai atau tujuan di dalamnya. Elemen naratif yang akan dianalisis dalam penelitian ini mencakup analisis tokoh, masalah/konflik, latar waktu, dan tujuan (Pratista, 2008).

● Analisis tokoh

Pada konteks film, tokoh atau pelaku cerita merujuk pada orang atau karakter yang menjadi fokus cerita. Tokoh dapat dibagi menjadi 2, tokoh utama dan tokoh pendukung (Natalia & Parnaningroem, 2024). Tokoh utama merupakan karakter sentral yang menggerakkan jalan cerita dari awal hingga akhir, serta paling banyak muncul berperan (Nurain et al., 2024). Sementara itu, tokoh pendukung merupakan karakter yang berperan untuk membantu tokoh utama dalam menyelesaikan masalah ataupun menjadi pemicu sumber permasalahan tersebut. Berdasarkan sifat karakternya, tokoh terbagi menjadi tokoh protagonis (baik) dan antagonis (musuh) (Pratista, 2008). Tokoh

protagonis biasanya merupakan karakter utama yang memiliki sifat baik dan mewakili karakter ideal bagi penonton. Lain halnya dengan tokoh antagonis, mereka biasanya digambarkan memiliki sifat negatif dan muncul sebagai sumber permasalahan (San & Gischa, 2022). Kaitannya dengan sifat karakter, tokoh utama biasanya dicirikan sebagai karakter protagonis, sedangkan tokoh pendukung dapat tergolong dalam keduanya, tergantung perannya (Pratista, 2008).

- **Analisis masalah/konflik**

Masalah/konflik merupakan penghalang tokoh utama protagonis dalam mencapai tujuannya, biasanya timbul akibat perbedaan tujuan atau keinginan antara tokoh protagonis dan tokoh antagonis (Pratista, 2008).

Masalah/konflik berkaitan langsung dengan jalan cerita sebuah film. Secara keseluruhan sebuah cerita, terdapat 3 tahapan pada struktur narasi cerita, yakni permulaan, pertengahan, dan penutupan. Pertama, tahap permulaan menjadi titik awal keberjalanan cerita, tahapan ini akan memperkenalkan tokoh utama dan pendukung, karakter protagonis maupun antagonis, juga latar waktu dan tempat cerita. Tahapan ini biasanya juga memberikan gambaran latar belakang dari cerita dalam film nantinya. Kedua, tahap pertengahan, disinilah masalah/konflik dikembangkan. Konflik mulai muncul, biasanya akibat dari aksi di luar perkiraan tokoh utama maupun pendukung. Konflik akan meningkat hingga sering memuat konfrontasi fisik, dan akhirnya mencapai puncaknya. Pada puncak konflik ini, tokoh sering

digambarkan mengalami titik terendahnya, baik secara fisik maupun psikis. Tahap terakhir, penutupan, puncak konflik mencapai konfrontasi akhir, menggambarkan tingkat ketegangan yang tinggi. Namun, setelahnya, jalan cerita akan mulai menemui resolusinya. Pada akhir cerita, tujuan tokoh akan dibahas lagi, bisa digambarkan berhasil dicapai, bisa juga gagal (Pratista, 2008).

Gustav Freytag menjelaskan alur cerita secara lebih bertahap, menggunakan teorinya yakni “*Freytag’s Pyramid*”. Ada 5 tahap dalam jalan cerita naratif: eksposisi (*introduction*), komplikasi (*rising action*), klimaks (*climax*), penurunan konflik (*falling action*), dan resolusi (*denouement*). Tahap eksposisi, awalan cerita yang memperkenalkan karakter, latar, dan situasi. Tahap komplikasi, munculnya konflik dan ketegangan mulai terasa. Tahap klimaks, puncak konflik dan ketegangan yang ada. Tahap penurunan konflik, ketegangan perlahan menurun dan jalan cerita bergerak menuju penyelesaian. Terakhir, tahap resolusi, konflik telah selesai dan cerita ditutup dengan penyelesaian masalah (dalam (Fransiska & Manesah, 2025)).

- **Analisis latar waktu**

Latar waktu menunjukkan waktu spesifik atau kapan terjadinya sebuah peristiwa dalam jalan cerita film. Sebuah film tentu terikat dengan unsur waktu ini. Kaitannya dengan penyajian urutan waktu cerita, terdapat 2 pola, yakni pola linier dan nonlinier (Pratista, 2008).

Pola linier merupakan pola yang biasanya paling umum digunakan dalam film. Film diceritakan secara runtut danurut waktu kejadiannya, mulai dari awal hingga akhir, tanpa interupsi yang berarti. Melalui runtutan peristiwa yang urut, hubungan kausalitas dalam narasi dapat diidentifikasi dengan mudah. Pola ini dapat dianalogikan dengan urutan A-B-C-D-E. Meski terkadang diselingi dengan adegan kilas balik, selama adegan tersebut tidak mengubah jalan cerita, maka film tergolong dalam pola linier (Pratista, 2008).

Pola nonlinier, pola yang lebih jarang digunakan dalam cerita. Pola ini menyajikan cerita secara tidak urut, memanipulasi urutan peristiwa, sehingga membuat hubungan kausalitas tidak nampak jelas. Jika dianalogikan, urutan penyajian pola nonlinier seperti D-B-C-A-E, alur cerita lompat dari satu peristiwa ke peristiwa lainnya secara tidak urut. Pola nonlinier juga dapat disajikan dengan urutan terbalik seperti E-D-C-B-A, yang mana cerita justru diawali dengan penggambaran reaksi, baru aksi yang memicu (latar belakang) (Pratista, 2008).

- **Analisis tujuan**

Tujuan yang dimaksud merupakan tujuan atau cita-cita yang ingin dicapai oleh tokoh utama. Tujuan dapat berupa tujuan fisik maupun tujuan nonfisik. Tujuan fisik bersifat material, jelas, dan nyata. Tujuan nonfisik bersifat nonmaterial dan tidak nyata/abstrak (Pratista, 2008). Tujuan tokoh merupakan hal yang penting, ini menjadi inti pengembangan tema dan plot cerita dalam film. Analisis tujuan dapat

dilakukan dengan meminjam konsep Robert Fritz, yakni model pengambilan keputusan. Terdapat 3 jenis tujuan yang biasanya ingin dicapai: tujuan fundamental, *primary*, dan *secondary* (Weiland, 2025).

Tabel 1.3. Jenis Tujuan Tokoh dalam Film

Tujuan	Keterangan
Fundamental	Tujuan yang paling mendasar, yang kadang juga tidak disadari tokoh itu sendiri. Tujuan ini menjadi landasan dari segala tujuan turunan lainnya, memotivasi segala tindakan dan pilihan karakter.
Primer	Tujuan yang dilakukan untuk mendukung tujuan fundamental. Tujuan ini akan mewakili plot cerita secara garis besar.
Sekunder	Tujuan atau langkah-langkah strategis yang dilakukan untuk mencapai tujuan primer. Tujuan ini diuraikan dalam <i>scene</i> pada film.

b. Unsur Sinematik

Unsur sinematik dianalogikan sebagai gaya pengolahan dari materi sebuah film. Unsur sinematik meliputi aspek teknis dalam pembuatan film yang terlihat dalam film. *Mise-en-scene* merupakan sebutan untuk seluruh elemen yang nampak di depan kamera. Terdapat 4 elemen *mise-en-scene* yang akan dianalisis pada penelitian ini, yakni *setting* atau latar, tata cahaya, tata busana dan tata rias, serta pemain film dan pergerakannya, ditambah dengan analisis pengambilan gambar itu sendiri (Pratista, 2008).

● Analisis pengambilan gambar

Terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan teknik pengambilan gambar, seperti ukuran pengambilan gambar (*shot size*), *angle*, dan teknik pergerakan kamera.

Berikut beberapa jenis ukuran pengambilan gambar (*shot size*) yang biasa digunakan (Tamsil, 2022):

Tabel 1.4. Ukuran Pengambilan Gambar (*Shot Size*) dalam Produksi Film

<i>Shot Size</i>	Deskripsi
<i>Extreme Close Up (ECU)</i>	Menunjukkan detail atau hanya satu bagian tertentu dari objek atau ekspresi objek.
<i>Close Up (CU)</i>	Menunjukkan objek sebagai fokus utama, memperlihatkan dari atas kepala sampai bahu, dengan sedikit <i>background</i>
<i>Medium Close Up (MCU)</i>	Menunjukkan objek dari bagian atas kepala sampai dada
<i>Medium Shot (MS)</i>	Menunjukkan setengah bagian dari objek, yakni dari atas kepala hingga pinggang
<i>Medium Long Shot (MLS)</i>	Menunjukkan $\frac{2}{3}$ bagian dari objek, yakni dari atas kepala hingga lutut
<i>Long Shot (LS)</i>	Menunjukkan objek secara utuh, yakni dari atas hingga kaki
<i>Extreme Long Shot (ELS)</i>	Menunjukkan pemandangan latar belakang secara utuh, dengan objek yang terlihat kecil

Angle kamera merupakan posisi sudut pandang kamera dalam mengambil gambar (Tamsil, 2022). Terdapat beberapa jenis *angle* kamera yang umum digunakan:

Tabel 1.5. Jenis *Angle* Kamera

Angle kamera	Deskripsi
<i>Over The Shoulder Shot (OTS)</i>	Pengambilan gambar dilakukan dari bahu salah satu tokoh, menampilkan tokoh lainnya atau pemandangan tertentu. Umumnya OTS menampilkan kepala dan pundak tokoh pada bagian <i>foreground</i> . Namun, OTS juga bisa divariasikan dengan menampilkan sedikit bagian tubuh tokoh pada <i>foreground</i> (Brown, 2022).

<i>Eye Level (EL)</i>	Posisi pengambilan gambar sejajar dengan garis mata tokoh yang direkam, atau dari ketinggian garis mata rata-rata observer/orang ketiga (± 165 cm). <i>Eye level angle</i> menghasilkan gambar yang tidak mendistorsi garis vertikal sehingga gambar subjek/objek/latar sesuai dengan kenyataannya (Mascelli, 1998).
<i>High Angle (HA)</i>	Pengambilan gambar dilakukan dari arah atas (posisi kamera miring ke bawah), menyorot subjek/objek di bawahnya (Mascelli, 1998).
<i>Low Angle (LA)</i>	Pengambilan gambar dilakukan dari arah bawah (kamera dimiringkan ke atas), menyorot subjek/objek di atasnya (Mascelli, 1998).

Terdapat beberapa teknik pergerakan kamera selama proses pengambilan gambar (Syabantoro & Agung, 2025):

Tabel 1.6. Teknik Pergerakan Kamera

Teknik pergerakan kamera	Deskripsi
<i>Pan</i>	Kamera tetap pada posisinya, menangkap gambar secara horizontal ke kiri atau kanan, memperlihatkan area tertentu atau pemandangan sekitar.
<i>Tilt</i>	Kamera tetap pada posisinya, menangkap gambar secara vertikal ke atas atau ke bawah, memberikan kesan ketinggian tertentu pada sebuah objek.
<i>Crab</i>	Kamera ikut bergerak secara horizontal, sejajar dengan subjek. Kamera ditempatkan dalam satu jalur lurus, biasanya sebuah rel panjang yang dibuat khusus.
<i>Tracking shot / dolly</i>	Kamera bergerak mendekati atau menjauhi objek, memberikan penekanan pada bagian tertentu dalam satu adegan. Hal ini menciptakan suasana tertentu yang dapat meningkatkan keterikatan emosional.
<i>Zoom</i>	Memperbesar gambar pada saat pengambilan gambar tanpa kamera perlu ikut bergerak.

<i>Pedestal</i>	Kamera bergerak secara vertikal, naik atau turun, dengan alat yang disebut sebagai <i>pedestal</i> .
<i>Handheld</i>	Kamera dioperasikan dengan tangan langsung, tanpa alat bantu, menciptakan hasil yang kasar dan alami. Biasanya digunakan untuk memberikan sentuhan emosional.

- **Analisis *setting* atau latar**

Setting merupakan seluruh latar serta properti di dalamnya yang digunakan untuk menggambarkan konteks keadaan terjadinya suatu peristiwa dalam film. Terdapat 3 jenis *setting*: *shot on location* (lokasi sesungguhnya), set studio, dan set virtual. *Setting* yang paling umum digunakan biasanya adalah *shot on location* (Pratista, 2008).

Terdapat beberapa fungsi dari penggunaan *setting*, yakni sebagai penunjuk ruang dan wilayah, penunjuk waktu, penunjuk kelas sosial, pembangun *mood* (suasana), penunjuk motif tertentu, dan pendukung aktif dalam adegan (*setting* sedemikian rupa dibutuhkan untuk melakukan adegan tertentu) (Pratista, 2008).

Analisis *setting* dalam tiap *scene* film dapat dibagi berdasarkan lokasi dan waktunya (Tarvainen et al., 2020).

Tabel 1.7. Jenis *Setting* dalam Film

<i>Setting</i>	Jenis	Keterangan
Lokasi	<i>Interior</i>	<i>Indoor</i> , di dalam ruangan
	<i>Exterior</i>	<i>Outdoor</i> , di luar ruangan
Waktu	<i>Daytime</i>	Terdapat cahaya matahari
	<i>Nighttime</i>	Tidak ada cahaya matahari

- **Analisis tata cahaya (*lighting*)**

Pencahayaan atau *lighting* digunakan untuk membantu memperjelas wujud objek dan menciptakan sisi terang dan bayangan. Terdapat beberapa teknik pencahayaan dalam proses produksi film, *key light*, *fill light*, *back light*, dan *practical light*. *Key light*, sumber cahaya utama diarahkan ke objek dan menjadi sumber yang paling dominan. *Fill light* merupakan teknik pencahayaan yang digunakan untuk mengisi cahaya pada tempat yang gelap, atau menghapus bayangan akibat *key light*. *Back light*, cahaya diarahkan dari belakang agar objek tidak menyatu dengan latarnya (Atikah, 2021). Terakhir, *practical light*, sumber cahaya yang terlihat langsung dalam sebuah *scene (in frame)* (SAE Indonesia Team, 2025).

Berdasarkan arah pencahayaannya, terdapat 5 jenis pencahayaan: arah depan (*frontal lighting*), arah samping (*side lighting*), arah belakang (*back lighting*), arah bawah (*under lighting*), dan arah atas (*top lighting*) (Pratista, 2008).

Tabel 1.8. Arah Pencahayaan dalam Produksi Film

Arah Pencahayaan	Keterangan
<i>Frontal lighting</i>	Cahaya jatuh merata pada objek sehingga menampilkan bentuk objek/tokoh dengan jelas dan mengurangi bayangan (Wiguna et al., 2024)
<i>Side lighting</i>	Menampilkan bayangan ke sisi samping lainnya, menambah dimensi (Susanti, 2024)
<i>Back lighting</i>	Bagian depan terlihat lebih gelap dan menampilkan bentuk siluet objek atau tokoh (Susanti, 2024)

<i>Under lighting</i>	Sumber cahaya dari bawah, diarahkan ke objek atau tokoh tertentu. Biasanya untuk memberikan kesan horor atau sumber pencahayaan alami seperti lilin (Pratista, 2008)
<i>Top lighting</i>	Menghasilkan bayangan ke arah bawah (Wiguna et al., 2024). Umumnya digunakan untuk mempertegas objek atau tokoh atau bisa juga merupakan sumber pencahayaan praktis seperti lampu di dinding atap (Pratista, 2008)

- **Analisis tata busana dan tata rias**

Tampilan atau tata rias dalam film biasanya dilakukan untuk menunjukkan usia atau untuk menggambarkan karakter nonmanusia. Tata rias juga digunakan untuk menggambarkan 1 aktor yang memerankan beberapa karakter (Pratista, 2008).

Tata busana atau kostum merujuk pada segala sesuatu yang dikenakan pemain, termasuk aksesoris. Terdapat beberapa fungsi kostum: penunjuk latar ruang dan waktu, penunjuk kelas sosial (mengikuti latar waktu cerita), penunjuk kepribadian tokoh, motif penggerak dalam cerita (aksesoris berperan penting dalam alur cerita), dan untuk menggambarkan citra tokoh. Kostum sebagai penunjuk kelas sosial, misalkan pakaian mewah dan rapi, dengan aksesoris lengkap menunjukkan kelas sosial tinggi, pun sebaliknya. Guna menunjukkan hal ini, biasanya kostum tokoh utama lebih mendetail dibandingkan tokoh lainnya. Kostum sebagai penunjuk kepribadian tokoh, misalnya karakter yang baik mengenakan pakaian dengan rapi, sebaliknya karakter nakal mengenakan pakaian sekenanya. Kaitannya dengan

kepribadian, perubahan kepribadian juga diikuti dengan perubahan gaya busana. Warna kostum pada film biasanya juga menjadi simbol tertentu, seperti warna hitam yang menunjukkan kejahatan dan warna putih yang dimaknai sebagai kebaikan (Pratista, 2008). Pada aspek tata busana dan tata rias, analisis dilakukan dengan melihat pakaian, tampilan secara keseluruhan (wajah, rambut, badan, dll) serta seluruh aksesoris/atribut yang ada pada tokoh.

- **Analisis pemain film dan pergerakannya**

Pemain film merujuk pada orang yang memerankan karakter tertentu dalam sebuah film. Terdapat 6 kategori pemain film: figuran, aktor amatir, aktor profesional, bintang, superstar, dan *cameo*. Terkait pergerakan, pemain film bergerak dalam aspek visual (ekspresi wajah dan gestur) dan audio (nada bicara). Pergerakan aktor atau akting, harus dilakukan sesuai dengan konteks dan jalan cerita film, termasuk genre-nya. Baik atau tidaknya akting seorang aktor dapat dinilai dengan memahami fungsi dan motivasi dari karakter yang diperankannya. Jika akting telah selaras dan mampu menggambarkan hal tersebut dengan tepat, maka akting dapat dikatakan layak dan baik (Pratista, 2008).

1.8.7.2. Analisis semantik

Analisis semantik merupakan tahapan untuk melihat makna literal dari teks (Noth, 1990). Analisis semantik mengkaji makna leksikal (arti dasar) atau arti konvensional dari kata, frasa, atau kalimat yang ada. Analisis semantik juga melihat polisemi makna pada kata dan makna referensialnya dengan dunia

nyata (Zaidin & Halim, 2023). Analisis semantik berfokus pada analisis ungkapan bahasa yang ada, kemudian dikaitkan dengan konteks di mana bahasa tersebut berada (konteks sosial, budaya, dan lingkungan), tanpa melihat penuturnya (Noth, 1990).

1.8.7.3. Interpretasi tekstual

Interpretasi tekstual merupakan tahapan untuk menganalisis teks pada level yang lebih dalam, menguak makna yang tersembunyi. Interpretasi ini dilakukan dengan mendalami elemen-elemen tekstual dan melihat konteks penggunaannya (Noth, 1990). Interpretasi tekstual juga memperhatikan motif pengarang teks dalam memproduksi teks tersebut (Palmer, 1969). Analisis dilakukan dengan melihat struktur tekstual secara keseluruhan dan dikaitkan dengan faktor nilai, norma, dan ideologi. Faktor-faktor ini berkaitan dengan latar belakang pengarang dan pembacanya (Noth, 1990). Film bertujuan untuk menangkap realita sosial yang ada (Karkono, 2021), sehingga nilai yang ingin disampaikan melalui film biasanya sesuai dengan norma dan ideologi yang sejatinya berlaku pada suatu budaya. Nilai merupakan keyakinan yang digunakan untuk memandu perilaku tertentu untuk mencapai suatu tujuan dalam konteks yang lebih luas (P. B. Smith & Schwartz, 1997). Pada penelitian ini, pada film “1 Kakak 7 Ponakan”, nilai yang ingin disampaikan mengacu pada pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation*, sebagaimana yang diyakini *filmmaker* (CNN Indonesia, 2025b). Keterbukaan yang dimaksud mengarah pada sikap saling mendukung

dan keharmonisan keluarga, sebagaimana yang diyakini masyarakat Indonesia (penonton) yang tercermin pada peraturan yang berlaku.

1.8.8. Kualitas Data/*Goodness Criteria*

Pada penelitian kualitatif ini, digunakan kualitas data *credibility* atau kredibilitas. Kredibilitas merujuk pada adanya konsistensi internal dan ketelitian dalam melakukan penelitian (Qazi, 1970). Kredibilitas dalam penelitian kualitatif dapat diperoleh melalui triangulasi data, atau teknik menggunakan berbagai sumber, metode atau teori. Penelitian ini ingin melihat pesan keterbukaan komunikasi keluarga pada *sandwich generation* melalui film “1 Kakak 7 Ponakan”. Penelitian dilakukan dengan menggunakan beberapa sumber untuk menjamin kredibilitas data.