

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

*Sandwich Generation* adalah istilah untuk menggambarkan keadaan seorang anak yang telah dewasa namun harus menghidupi dua generasi yaitu generasi atas, orang tuanya yang telah lanjut usia dan generasi bawah yaitu anak-anaknya ataupun saudaranya. Kondisi seperti ini dianalogikan seperti *sandwich* dimana sepotong daging terhimpit oleh 2 buah roti. Roti tersebut diibaratkan seperti sebagai orang tua/adik (generasi atas) dan anak (generasi bawah), sedangkan isi utama *sandwich* berupa daging, mayones, dan saus yang terhimpit oleh roti diibaratkan bagai diri sendiri.

Istilah *Sandwich Generation* yang muncul pertama kali pada tahun 1981 melalui sebuah jurnal yang ditulis oleh seorang profesor bernama Dorothy Miller. Dalam jurnal tersebut dia mengatakan bahwa seorang anak yang telah dewasa dan memiliki keturunan mendapatkan tekanan yang luar biasa karena harus menghidupi orang tuanya yang sudah tua renta dan tidak produktif dalam bekerja mencari nafkah disisi lain dia harus menafkahi anak-anaknya yang sedang bertumbuh dan berkembang (Harun, 2024).

Jumlah generasi *sandwich* Indonesia meningkat 33,82% pada tahun 2021. Selain itu, data terbaru menunjukkan bahwa generasi milenial menghadapi tantangan yang lebih besar karena tanggung jawab merawat orang tua mereka. Proporsi ketergantungan kaum lanjut usia terus mengalami kenaikan dari 14,02%

menjadi 16,76% dari 2017 hingga 2021. Tingkat rumah tangga dengan anggota lansia tercatat sebesar 26,35% pada tahun 2017 dan 29,52% pada tahun 2021, sehingga setiap empat rumah tangga di Indonesia memiliki anggota lansia yang tinggal bersama mereka (Kamil, 2024).

Namun tidak hanya generasi milenial yang saat ini berperan sebagai generasi *sandwich*, menurut data Indonesia hampir separuh dari generasi Z (1996-2012) tersebut, atau sekitar 46,3%, menjalani peran sebagai *sandwich generation*. Dari jumlah tersebut, sekitar 73,38% generasi Z yang menjadi *sandwich generation* merasa bersalah jika tidak mampu memenuhi kebutuhan keluarga. Generasi Z, yang kini memasuki fase usia produktif, mulai menghadapi berbagai tantangan tersebut. Mereka terpengaruh oleh modernisasi dan kemajuan teknologi, namun tetap terikat oleh tanggung jawab tradisional terhadap keluarga (Annisa et. al. 2024).

*Sandwich generation* terjadi tidak mengenal jenis kelamin, dengan tanggungan yang banyak maka *sandwich generation* dituntut untuk memiliki finansial yang lebih stabil. Banyak cara para generasi *sandwich* ini untuk menjaga finansialnya tetap stabil, salah satunya dengan menerapkan gaya hidup *frugal*. Karena gaya hidup ini dianggap relevan untuk menjaga keuangan tetap stabil. Dengan mengatur keluar masuk keuangan, para *sandwich generation* memiliki tujuan untuk dapat mencukupi semua tanggungannya.

*Frugal living* merupakan arti dari dua kata yaitu *Frugal* (hemat) dan *Living* (hidup). Menurut Michaelis (dalam Asriyana et. al. 2024) mengenai gaya hidup *frugal living* ini didefinisikan sebagai sifat seorang konsumen yang memicu preferensi untuk melestarikan sumber daya dan menerapkan rasionalitas ekonomi

dalam ketercapaiannya, yaitu untuk menilai biaya peluang barang dan produk yang akan dibeli. *Frugal living* dapat diartikan sebagai gaya hidup yang menekan pengeluaran dengan teratur demi sebuah tujuan tertentu yang menjadi prioritas utama.

*Frugal living* tentu berbeda dengan gaya hidup mengirit bahkan pelit, dimana *frugal living* adalah gaya hidup yang seseorang mengalokasikan dana yang dimiliki dengan penuh kesadaran (*mindfull*), dimana seseorang perlu melakukan analisis yang baik dan strategi untuk mencapai tujuan keuangan di masa depan yang terukur (Sibuea dalam Inayati et. al., 2024). Artinya, pertimbangan terkait kelayakan akan tetap menjadi klausul utama dalam memilih gaya hidup namun tetap mengedepankan tujuan utama yaitu menghindari perilaku konsumtif apalagi sampai berlebihan.

Masyarakat umum banyak memandang *frugal living* sebagai gaya hidup hemat bahkan cenderung dinilai pelit bagi sebagian orang. Namun *frugal living* banyak digaungkan sebagian masyarakat yang sadar terhadap kesehatan finansial. Generasi Z menjadi yang terbanyak dalam menerapkan pola hidup ini, dikarenakan banyak dari Generasi Z yang terjebak dalam perilaku hidup konsumtif. Perilaku Generasi Z yang cenderung mengalokasikan dana yang dimiliki untuk konsumsi dapat diatasi dengan *frugal living*, karena *frugal living* mengajarkan konsep pengelolaan keuangan yang berorientasi jangka panjang (Hamidah, 2023 dalam <https://kolom.espos.id/generasi-z-dan-frugal-living-1613532> diakses pada 22 Oktober 2024).

Gaya hidup ini terkadang menjadi opsi utama bagi seseorang yang memiliki sebuah tujuan finansial tertentu. Namun banyak kasus di masyarakat luas yang salah mengartikan gaya hidup ini. Alih-alih menjadi hemat dengan pengelolaan keuangan yang tepat malah menjadikannya pelit dan terlalu hemat sehingga tidak lagi memikirkan kondisi kesehatan tubuh yang menjadi prioritas utama dalam hidup. Namun tidak sedikit juga yang berhasil dalam menerapkan gaya hidup ini dan membuktikan bahwa *frugal living* benar dan mampu mewujudkan keinginan dan cita-cita kita dengan syarat konsisten.

Kasus *frugal living* yang terkenal didunia yaitu kisah Saki Tamogami dari Jepang. Dimana Tamogami berhasil membeli tiga rumah diusia 34 tahun. Dirinya dapat membeli tiga rumah tersebut dikarenakan dirinya berhasil menjalankn gaya hidup frugal selama 15 tahun berarti sejak usianya 19 tahun. Bekerja sebagai agen properti mengharuskan Tamogami menggunakan gaji bulanannya dengan bijak. Tamogami biasanya mengeluarkan uang 200 yen atau sekitar Rp. 21.299 untuk makan dalam sehari. Semua itu dipangkasnya dengan biaya menjadi 45.10 yen atau sekitar Rp. 5000 saja per makanan untuk kebutuhan makan dalam sehari yang dirinya olah sendiri.

Tamogami berhenti membeli pakaian sejak usia 19 tahun dan hanya mengandalkan baju bekas dari kerabatnya. Hebatnya lagi, dirinya tidak membeli mangkuk untuk dirinya makan namun Tamogami makan langsung dari panci untuk menghemat lebih banyak uang. Tidak hanya mengandalkan gaji, namun Tamogami juga terkadang menjual rambutnya ketika sudah panjang dengan harga 3.100 yen atau sekitar Rp. 329.000 dimana penghasilan itu lebih dari cukup untuk menutupi

biaya hidupnya selama sebulan. Tamogami memotivasi dirinya sendiri dengan moto “Jangan pernah membeli apapun tanpa diskon”, dengan moto itulah dirinya mampu membeli rumah pertamanya di Saitama wilayah Kanto, di bagian utara Tokyo pada usia 27 tahun. Rumah itu dibelinya dengan harga 10 juta yen atau sekitar Rp. 1.064.000.000. Namun tidak puas di rumah pertamanya itu, dirinya langsung menyewakan propertinya tersebut untuk menambah penghasilan agar bisa membeli properti selanjutnya. Benar saja dua tahun setelah dirinya membeli rumah pertama, Tamogami mampu membeli rumah keduanya seharga 18 juta yen atau sekitar Rp. 1.915.000.000. Lalu pada 2019, dirinya berhasil mewujudkan mimpinya yaitu memiliki 3 rumah. Properti ketiganya seharga 37 juta yen atau seharga Rp 3.930.000.000.

Selain memiliki ketiga properti seharga miliaran tersebut, Tamogami juga berhasil mewujudkan mimpinya yaitu membuka kafe kucing yang bernama Café Yuunagi dan berada dilantai dasar rumah ketiganya. Meskipun sudah mencapai mimpinya, Tamogami masih menerapkan hidup *frugal* dikarenakan dirinya yang sudah terbiasa dan menggunakan pendapatan dari sewa dan gajinya untuk memperluas portofolio properti miliknya (Adhitiawarman, 2024 dalam <https://www.detik.com/properti/berita/d-7514397/begini-cara-frugal-living-wanita-34-tahun-bisa-beli-3-rumah-miliaran> diakses pada 21 Oktober 2024).

Penggambaran lainnya dari gaya hidup *frugal living* dapat ditemukan dalam media komunikasi massa berbentuk film. Menurut Wibowo (dalam Rizal, 2014) film adalah suatu alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khalayak umum melalui media cerita, dan juga dapat diartikan sebagai media ekspresi artistik bagi

para seniman dan insan perfilman untuk mengungkapkan gagasan dan ide cerita yang dimilikinya. Jadi dapat disimpulkan, bahwa film merupakan media komunikasi massa yang memiliki fungsi menyampaikan pesan kepada khalayak umum.

Film menjadi salah satu media komunikasi massa yang paling banyak diminati oleh masyarakat itulah mengapa film menjadi media yang efektif untuk menyampaikan suatu pesan. Dalam suatu film pastinya memiliki beberapa hal yang menarik perhatian penontonnya, baik alur cerita, emosi yang tercipta didalam film atau bahkan pemainnya yang memiliki penampilan menarik. Film menjadi media ekspresi seni untuk menyalurkan kreatifitas serta media budaya yang mencerminkan kepribadian bangsa dan kehidupan manusia. Film menjadi media yang sangat berpengaruh, melebihi media-media yang lain, karena secara audio dan visual dia bekerja sama dengan baik dalam membuat penontonnya tidak bosan dan lebih mudah mengingat, karena formatnya yang menarik (Ginting, 2016).

Secara umum jenis film terbagi menjadi tiga jenis (Pratista dalam Nuraini, 2023). Pertama adalah Film Dokumenter, yang merupakan penyajian fakta. Film jenis ini berhubungan dengan orang-orang, tokoh, peristiwa, dan lokasi yang nyata. Yang kedua adalah Film Fiksi, cerita dalam film fiksi merupakan rekaan di luar kejadian nyata. Untuk struktur ceritanya, erat hubungannya dengan hukum kausalitas atau sebab-akibat, memilki karakter protagonis dan antagonis, masalah dan konflik, penutupan, serta pola pengembangan cerita yang jelas. Sedangkan proses produksinya, cenderung memakan lebih banyak tenaga, waktu pembuatan yang lebih lama, serta jumlah peralatan produksi yang lebih banyak dan bervariasi.

Yang terakhir adalah Film Eksperimental. Film eksperimental tidak memiliki plot tetapi tetap memiliki struktur. Strukturnya sangat dipengaruhi oleh insting subjektif sineas seperti gagasan, ide, emosi, serta pengalaman-pengalaman batin mereka. Ciri dari film eksperimental yang paling terlihat adalah ideologi sineasnya yang sangat menonjol yang bisa dikatakan *out of the box* atau di luar aturan.

Dalam beberapa waktu terakhir, di Indonesia mulai muncul film-film yang *relate* dengan kehidupan nyata. Salah satunya tentang isu *frugal living* yang akhir akhir ini menjadi standar hidup namun terkadang salah cara pengaplikasiannya dalam kehidupan nyata. Sebagai salah satu isu sosial yang banyak sekali terjadi di masyarakat, film dengan pembahasan *frugal living* mampu menarik perhatian khalayak yang mereka anggap sebagai salah satu media edukasi tentang bagaimana gaya hidup dalam menekan pengeluaran demi sebuah tujuan. .

Salah satu film yang di dalamnya terdapat representasi dari *frugal living* adalah film “*Home Sweet Loan*”. Film yang diproduksi oleh Visinema Pictures ini merupakan sebuah film bergenre drama keluarga yang dirilis pada tanggal 26 September 2024. Film yang berdurasi 112 menit ini ditayangkan secara global di bioskop seluruh Indonesia. Film *Home Sweet Loan* ditonton lebih dari 1,5 juta penonton dalam 20 hari sejak perilisannya. Film *Home Sweet Loan* adalah adaptasi dari novel *best seller* karya Almira Bastari dengan judul yang sama.

Film *Home Sweet Loan* menceritakan tentang seorang bernama Kaluna, dimana Kaluna merupakan seorang pekerja kantoran yang masih tinggal di rumah peninggalan kakeknya bersama orang tua dan kedua kakaknya yang sudah berkeluarga. Tinggal bersama dalam satu atap inilah yang menjadikan Kaluna

memiliki tekad untuk memiliki rumah sendiri. Namun dengan keterbatasan gaji yang dirinya miliki, menjadikan mimpi Kaluna ini sangat sulit untuk diwujudkan. Tidak hanya itu, sebagai anak bungsu Kaluna juga dituntut untuk mengurus dan menanggung semua kebutuhan keluarganya dirumah. Keberadaan kedua kakaknya yang meskipun sudah berkeluarga dan memiliki pekerjaan tidak menjadikan hal itu untuk meringankan bebannya namun malah menambah beban Kaluna dikarenakan keterbatasan finansial kedua kakaknya.

Dengan mimpi yang dimiliki Kaluna untuk memiliki rumah sendiri, menjadikan Kaluna untuk menjalani hidup hemat dan mengatur sebaik mungkin pengeluaran keuangannya. Ditambah memiliki *side job* sebagai model produk kecantikan, membuat pemasukan Kaluna untuk mendapatkan rumah semakin nyata. Ketiga teman baiknya yang bernama Danan, Miya dan Tanish yang selalu menemani dan membantu Kaluna dalam mencari rumah impian yang sesuai dengan kriterianya. Mereka berusaha keras dalam membantu Kaluna dalam mencari rumah dalam iklan dimanapun termasuk sosial media.

Termasuk pinjaman kantor dicoba Kaluna untuk mendapatkan bantuan guna melakukan DP dan KPR rumah impiannya. Namun semua usaha itu terbentur realita ketika Kaluna mendapati kondisi finansial keluarganya yang tengah sulit. Orang tua dan kakaknya perlu mendapatkan bantuan finansial namun disatu sisi Kaluna tengah memperjuangkan cita-citanya dalam mendapatkan rumah. Masalah tersebut dikarenakan salah satu kakaknya terlibat hutang pinjaman daring yang menyebabkan sertifikat rumah mereka harus digadaikan. Kaluna terjebak di situasi

yang penuh dilema. Dirinya masih ingin memperjuangkan rumah yang menjadi mimpinya namun tidak mungkin membiarkan keluarganya terlilit masalah hutang.

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk menganalisis representasi *frugal living* yang terdapat dalam film *Home Sweet Loan* dengan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini ialah berupa “bagaimanakah representasi *frugal living* dalam film *Home Sweet Loan*?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi *frugal living* dalam film *Home Sweet Loan*.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dan menjadi referensi khususnya pada bidang ilmu komunikasi dengan kajian semiotika film yang mengangkat tentang fenomena *frugal living*.
2. Diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai analisis semiotika dalam film.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

#### 1. Bagi Pembuat Film

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi pembuat film dalam hal menyusun konsep ide sebuah film serta menjadi evaluasi atas film yang telah dianalisis.

#### 2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan masyarakat terhadap Komunikasi dalam pola hidup yang mengarah kepada *frugal living* .