Analisis Faktor Penyebab Masyarakat Jabodetabek Menonton Film "Agak Laen" Sebagai Film Terlaris Menggunakan *Grounded Theory*

Dewi Anggini[1], Susan Ratna Salim[2], Dewi Lisdayanti[3], Jerry Heikal[4]
Universitas Bakrie
E-mail: dewianggini178@gmail.com[1], susanratnas@gmail.com[2]

Article History:
Received: 10 Desember 2024
Revised: 08 Januari 2025
Accepted: 11 Januari 2025

Keywords: *Film, Grounded Theory, faktor penyebab, hiburan.*

Abstract: *Penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor yang memotivasi masyarakat Jabodetabek menonton film komedi Indonesia "Agak Laen," yang sukses meraih lebih dari 9 juta penonton dan diputar di empat negara yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura dan Brunei Darussalam. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan Grounded Theory. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling yaitu teknik snowball sampling, penelitian ini melibatkan wawancara dengan sembilan informan berusia 20-50 tahun. Data dianalisis menggunakan teknik coding, menghasilkan 46 kode dari 12 kategori yang dirangkum menjadi lima tema utama: karakter pemain, karya film, hiburan/entertainment, kesehatan mental, dan promosi. Faktor utama yang mempengaruhi keputusan menonton adalah hiburan/entertainment dengan frekuensi tertinggi (19). Film ini dinilai menyajikan humor yang ringan, topik unik, serta cerita yang menarik, sehingga menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang mencari hiburan berkualitas. Selain itu, faktor-faktor seperti kualitas aktor, pesan sosial, dan promosi kreatif melalui media sosial turut memperkuat daya tariknya. Hasil ini memberikan wawasan penting bagi industri perfilman Indonesia dalam memahami preferensi penonton dan strategi promosi film.*

PENDAHULUAN

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film adalah lakon (cerita) gambar hidup1. Karya cipta seni dan budaya yang bisa dijadikan sebagai media komunikasi massa adalah film. Film termasuk dalam jenis media komunikasi massa yang bisa di pandang dan bisa dilihat. Dalam pembuatan film berdasarkan asas sinematografi kemudian dilakukan perekaman pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya. Rekaman film ini akan dihasilkan dalam segala bentuk, jenis dan ukuran melalui proses-proses tertentu yaitu proses kimiawi, proses elektronik dan proses lainnya yang dianggap butuh. Film yang sudah diproses bisa ditayangkan dengan adanya suara atau tanpa suara yang bisa ditayangkan dengan sistem proyeksi mekanik, elektronik atau lainnya. Sedangkan perfilman

dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan, jasa teknik, pengeksporan, pengimporan, pengedaran, pertunjukan, dan/atau penayangan film (UU No 8 tahun 1992).

Ekspresi seni dan budaya Indonesia dapat diwujudkan dengan media audio visual, ini adalah definisi film menurut Lawranta & Pramayoza (2021)3. Menurut permana (2019) film-film Indonesia menampilkan cerita tentang kehidupan masyarakat, budaya Indonesia, sejarah-sejarah yang ada dan nilai-nilai yang relevan dengan masyarakat Indonesia. Berbagai genre film mewarnai dunia perfilman Indonesia yaitu genre drama, genre komedi, genre horor, genre aksi, genre romantis dan genre lainnya. Film Indonesia memiliki peran yang penting untuk mengembangkan industri perfilman Indonesia, meningkatkan kesadaran masyarakat akan budaya Indonesia, mengangkat isu-isu sosial serta menyampaikan pesan penting kepada penonton.

Film dibangun dengan beberapa atribut untuk dipelajari seperti penulis cerita, produser film, aktor, aktris, genre film, subtitle film dan yang lainnya. Berdasarkan studi, ditemukannya atribut yang paling efektif dalam dunia perfilman adalah genre film dan kata kata yang digunakan dalam film. Film dengan genre komedi sudah ada dan mewarnai dunia perfilman Indonesia sejak tahun 1950-an, ada beberapa film komedi yang diproduksi pada masa itu dikatakan sukses karena menarik banyak penonton. Film komedi tersebut seperti film berjudul Krisis yang disutradarai oleh Usmar Ismail pada tahun 1953, film Pilihlah Aku yang disutradarai oleh Nawi Ismail pada tahun 1956, film Tiga Dara yang disutradarai oleh Usmar Ismail pada tahun 1956, film Heboh yang disutradarai oleh Nya' Abbas Akup pada tahun 1954) dan juga film Tamu Agung yang disutradarai oleh Usmar Ismail pada tahun 1955 (Suwardi 2006: 11).

Pada tahun 1989, terdapat 12 judul film komedi dengan persentase 11,5% dari 104 judul film yang diproduksi, kemudian pada 1990 ada 25 judul film komedi dengan persentase 28,75% dari 115 judul film yang diproduksi. Angka-angka tersebut memperlihatkan produktivitas genre film komedi Indonesia yang cukup pesat5. Tahun 2024 ini film bergenre komedi juga menjadi film yang banyak disukai dan ditonton oleh masyarakat Indonesia belakangan ini, film tersebut adalah film "Agak Laen". Karya dari Ernest Prakasa diterima baik oleh masyarakat indonesia dan berhasil menembus kurang lebih 9 juta penonton, hasil itu didapatkan dari penayangan selama kurang lebih 53 hari di bioskop. Film Agak Laen ini menceritakan tentang adanya persahabatan dari empat sekawan yang diperankan oleh Boris Bokir, Indra Jegel, Bene Dion dan Bene Dion. Mereka berempat dalam ceritanya mengelola rumah hantu di sebuah pasar malam. Rumah hantu ini awalnya sepi pengunjung namun seketika ramai setelah seorang pria meninggal dunia di dalamnya. Keempat pemain utama film "Agak Laen" ini berusaha untuk mencari cara agar wahana rumah hantunya tetap laris dan ramai pengunjung serta terhindar dari hukuman polisi6.

Perolehan penonton yang mencapai 9 juta ini memperkuat posisi film "Agak Laen" sebagai film komedi Indonesia paling laris sepanjang masa. Posisi ini mengalahkan posisi Film garapan Muhadkly Acho Warkop DKI Reborn, Jangkrik Boss! Part 1 terlampaui jauh yang hanya mendapatkan jumlah penonton 6.868.617. Dalam dunia perfilman Indonesia Film "Agak Laen" masih menduduki peringkat kedua film Indonesia terlaris dalam sejarah. Dengan angka jumlah penonton yang mencapai 9 juta ini membuat film "Agak Laen" tidak terlalu jauh dengan popularitas film KKN di Desa Penari (2022) yang menjadi film terlaris di Indonesia sepanjang masa. Film "Agak Laen" ini sebagai film yang ketiga dari Imajinari, film yang sebelumnya juga berhasil mendapatkan banyak penonton yaitu film Ngeri-Ngeri Sedap dan Jatuh Cinta di Film-Film. Film "Agak Laen" tidak hanya memberikan kesan komedi saja, tetapi juga memberikan elemen-elemen dan sensasi horor, misteri, romansa bahkan drama keluarga dan teman.

Film “Agak Laen” tidak hanya tayang di Indonesia saja, melainkan di negara tetangga juga ditayangkan seperti negara Malaysia, Singapura dan Brunei Darussalam. Respon para penonton di 3 negara tersebut menunjukan respon yang positif[9]. Selain di negara tetangga, film “Agak Laen” juga merambah Amerika Serikat dan tayang di jaringan bioskop Amerika Serikat mulai tanggal 22 Maret 2024 sampai dengan saat ini[10]. Film “Agak Laen” yang ditonton banyak oleh masyarakat dan ditayangkan di 4 negara lain ini cukup menjadi prestasi di dunia perfilman Indonesia, dengan adanya fenomena tersebut peneliti ingin melihat faktor-faktor yang mempengaruhi atau yang menyebabkan masyarakat Indonesia menonton film ini untuk mendapatkan gambaran ketertarikan orang Indonesia memilih menonton film komedi dan hal-hal apa yang menarik dalam film tersebut.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Massa

Menurut Ardianto, dkk (2017) komunikasi massa adalah sebuah penyampaian pesan melalui media massa kepada sejumlah besar orang atau khalayak umum. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa komunikasi massa dikatakan sebagai komunikasi massa jika sudah menggunakan media massa, jika ada komunikasi yang dilakukan oleh orang banyak/khalayak umum namun tidak disertai dengan peran media massa maka komunikasi tersebut bukan disebut komunikasi massa. Siaran yang disiarkan melalui radio dan televisi menjadi salah satu media massa dan sebagai media elektronik. Sedangkan untuk media yang bukan elektronik seperti surat kabar dan majalah masuk dalam media cetak. Media film juga menjadi salah satu media massa dan menjadi media komunikasi.

Fungsi komunikasi media massa adalah menyediakan informasi kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka yang terus berkembang. Media massa menyediakan beragam informasi tentang banyak hal yang terjadi di lingkungan sekitar. Komunikasi media massa memiliki beberapa fungsi khusus. Menurut De Vito (dalam Ardianto, dkk, 2017: 23), fungsi-fungsi tersebut meliputi:

- Meyakinkan Khalayak: Media massa dapat digunakan untuk meyakinkan audiens tentang suatu ide, pandangan, atau pesan tertentu.
- Menganugerahkan Status dan Meningkatkan Prestasi: Media massa dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap individu atau kelompok, memberikan pengakuan, dan meningkatkan prestasi mereka.
- Menciptakan Rasa Kebersatuan: Media massa dapat memperkuat rasa identitas dan kebersamaan dalam suatu kelompok atau masyarakat dengan menyajikan informasi atau narasi yang mempersatukan.
- Privatisasi (Kecenderungan Penarikan Diri): Media massa juga dapat mempengaruhi kecenderungan individu untuk menarik diri dari interaksi sosial atau situasi tertentu, seringkali karena informasi atau pandangan yang disajikan oleh media tersebut.
- Membentuk Hubungan Sosial: Media massa dapat memainkan peran dalam membentuk, memperkuat, atau bahkan merusak hubungan sosial antarindividu atau kelompok.

Dengan demikian, komunikasi media massa tidak hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi juga mempengaruhi pendapat, perilaku, dan hubungan sosial dalam masyarakat.

Pengertian Film

Alat yang bisa digunakan untuk menyampaikan berbagai pesan kepada banyak orang atau khalayak umum melalui media yang dapat berupa cerita, pengertian ini disampaikan oleh wibowo (2006). Selain itu juga dapat didefinisikan sebagai media ekspresi artistik bagi para seniman dan orang orang yang terlibat dalam dunia perfilman, tujuannya adalah untuk mengungkapkan gagasan dan ide ide cerita yang dimiliki.

Fungsi dan Pengaruh Film

Film sebagai salah satu media komunikasi massa memiliki beberapa fungsi yaitu berfungsi untuk menyampaikan pesan informasi, hal-hal yang berkaitan dengan edukasi dan untuk hiburan (entertain) melalui cerita atau gambaran yang disajikan kepada penonton atau khalayak umum. Film yang bukan hanya memberikan esensi hiburan ini menjadi daya tarik tersendiri yang berbeda dari media komunikas massa yang lainnya. Film diharapkan dapat mempengaruhi imajinasi khalayak/ masyarakat.

Film komedi adalah jenis film yang mengusung genre humor untuk menghibur penonton. Cerita dalam film komedi cenderung disajikan dengan ringan, meskipun terkadang menggunakan hiperbola atau kelebihan yang berlebihan untuk memicu tawa dari penonton. Di Indonesia, terdapat banyak judul film komedi yang telah diproduksi, contohnya adalah "Agak Laen" (2024) dan "Warkop DKI Reborn 1" (2016).

Adanya berbagai genre yang menghiasi dunia perfilman Indonesia, genre komedi atau humor menjadi salah satu genre yang diminati oleh masyarakat Indonesia. Humor memiliki kekuatan untuk menghibur, menarik perhatian, dan menimbulkan reaksi positif berupa tawa dari penonton. Teknik-teknik humor atau komedi dapat ditemukan dalam berbagai media, termasuk film, seperti yang dijelaskan oleh Hartono (2015:1)[13]. Film komedi memainkan peran penting dalam perkembangan dunia perfilman Indonesia seiring dengan perkembangannya. Genre ini telah melahirkan berbagai tokoh dan kelompok komedi yang telah menjadi ikon dalam industri film Indonesia, seperti Warkop DKI dimainkan oleh aktor yang dikenal dengan nama panggung Dono, Kasino, dan Indro. Setiap tokoh utama dalam film-film komedi Indonesia ini sering dikaitkan dengan berbagai tema dan pendekatan cerita komedi yang beragam.

Film mempunyai pengaruh yang cukup besar dan signifikan terhadap pembentukan pola pikir masyarakat/khalayak umum, hal ini juga menjadi peran film sebagai media komunikasi. Selain itu film dijadikan media sosialisasi dan publikasi untuk budaya yang bersifat mengajak atau persuasif. Adanya ajang festival film yang menampilkan berbagai film baik film dari dalam negeri atau luar negeri, ajang ini dijadikan sebagai media untuk pengenalan antar budaya. Tujuannya yaitu untuk melihat dan mengetahui bagaimana kehidupan masyarakat diberbagai negara.

Sukses sebuah film seringkali dipicu oleh daya tarik yang luas terhadap penonton, serta perencanaan pemasaran dan distribusi yang efektif, dimana biaya pemasaran turut mempengaruhi performa film dipasar (Wijiharjono, 2016)[14]. Kritik dan diskusi konsumen juga berperan penting dalam membentuk kinerja pasar film, dengan evaluasi popularitas konsumen yang memberikan dampak signifikan bagi industri film. Salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kesuksesan film di pasar adalah strategi peluncuran, yaitu ketika film tersebut pertama kali dipromosikan (Elberse dan Anand, 2007). Tidak hanya itu, kehadiran aktor atau bintang film ternama juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dalam industri film, seperti yang tercermin dari kenaikan harga saham perusahaan perfilman di pasar saham (Elberse, 2007). Dengan demikian, strategi pemasaran, evaluasi konsumen, dan kehadiran bintang film menjadi elemen-elemen penting dalam menentukan keberhasilan sebuah film di pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan pendekatan *grounded theory*. Secara umum desain dari pendekatan ini adalah prosedur kualitatif yang sistematis, dimana nantinya akan menghasilkan sebuah teori yang dapat menjelaskan pada tingkat konseptual yang luas, sebuah proses, tindakan atau interaksi tentang topik substantif. Selanjutnya melalui prosedur yang sistematis dilakukan pengumpulan data, mengidentifikasi kategori-kategori yang ada, menghubungkan kategori tersebut dan membentuk sebuah teori yang dapat menjelaskan proses tersebut (John W. Cresswell, 2015).

Grounded theory merupakan pendekatan penelitian yang menghasilkan teori baru ketika teori yang ada tidak mencakup masalah yang diteliti oleh peneliti. Pendekatan ini berfokus pada data, sehingga teori yang dihasilkan lebih sesuai dengan situasi yang diamati, berfungsi secara praktis, sensitif terhadap individu dalam konteksnya, dan mungkin mencakup semua aspek yang relevan. Penelitian menggunakan grounded theory membangun teori dari data yang diperoleh dari fenomena yang diamati, bukan berdasarkan teori yang sudah ada. Proses pembentukan teori dilakukan melalui analisis data secara induktif, dan teori yang dihasilkan harus memenuhi empat kriteria utama: kesesuaian *(fit)*, pemahaman (*understanding*), umum *(generality)*, dan kontrol *(control)*, serta membutuhkan kepekaan teoritis dari peneliti. (John W. Cresswell, 2015).

Grounded Theory melibatkan serangkaian langkah yang sistematis dalam penelitian, termasuk pengumpulan data, identifikasi kategori atau tema, pengaitan kategori-kategori yang ditemukan tersebut, kemudian melakukan pembentukan teori yang menjelaskan proses yang diamati. Dengan demikian, teori-teori yang dihasilkan adalah deskripsi tentang proses yang terjadi, termasuk tahapan-tahapan, tindakan, atau interaksi yang teramati selama penelitian berlangsung. (John W. Cresswell, 2015).

Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah wawancara satu lawan satu dengan menggunakan metode sampling non probabilitas, khususnya metode *snowball sampling*. Dalam snowball sampling, peneliti mulai dengan mengumpulkan data dari beberapa individu yang dapat diakses, dan kemudian meminta mereka untuk merekomendasikan individu lain yang mungkin sulit dijangkau oleh peneliti untuk melengkapi data. (Babbie, 2004: 184)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data, kami menggunakan metode wawancara dilakukan kepada 9 orang informan yang berada di wilayah Jabodetabek. Informan yang diwawancarai adalah seseorang baik itu laki-laki ataupun perempuan berusia 20-50 tahun yang memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda dan bekerja.

Tabel 1. Data Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia (thn)	Pendidikan	Pekerjaan	Domisili
1	Ratih Dewi P	Perempuan	23	S1	Project Staff	Tangerang selatan
2	Leli Ira	Perempuan	35	S1	Karyawan Swasta	Kab. Tangerang

3	Eky F	Perempuan	26	S1	Karyawan Swasta	Kota Tangerang
4	Ridwan	Laki-laki	42	S1	Karyawan swasta	Jakarta Selatan
5	Yesi Chandra	Perempuan	43	S1	Translator	Jakarta Barat
6	Carolina	Perempuan	41	S1	Dokter	Bekasi
7	Melvern Theodorik	Laki-laki	27	S1	PNS	Jakarta Pusat

Tabel 2. Hasil Kategori Coding

Responden	**Coding**	**Category**											
		Identitas Pemain	**Penyampaian nilai**	**Penyampaian humor**	**Topik Unik**	**Alur Cerita ringan**	**Interaksi sosial**	**Melepas Stress**	**Pengaruh sosial media**	**Culture**	**Rasa Ingin tahu**	**Diskon**	**Mendukung film indonesia**
Ratih	Suka dengan pemain film	1											
	Suka Karya-karya Ernest prakasa		1										
	Podcast agak laen								1				
	Jokes atau bercandaannya bisa diterima			1									
	Ceritanya ringan					1							
	Ceritanya lucu			1									
	1 PH dengan ngeri-ngeri sedap	1											

	Diskon bioskop											1	
Leli	1 PH dengan ngeri-ngeri sedap		1										
	Suka karya Ernest		1										
	Lucu/komedy			1									
	Suka pemain filmnya	1											
	Ajakan teman						1						
	Mendukung film indonesia												1
	Cerita film ga ngebosenin			1									
	Alur Cerita ringan					1							
Eky	Pemain filmnya	1											
	Genre komedy			1									
	Alur cerita ringan					1							
	Lucu/menghibur			1									
	Podcast agak laen								1				

	Suka logat sumatera									1			
	Bercandaannya ringan			1									
Ridwan	Diajak teman						1						
	Topik Unik, Horror Komedi				1								
	Ingin tau seperti apa yg penontonnya jutaan										1		
Yesi	Diajak teman						1						
	Penasaran katanya lucu										1		
	menjelang pemilu agar suasana hati penduduk cair							1					
	filmnya lucu			1									
Carolina	diajak teman						1						
	Penasaran katanya lucu										1		
	filmnya lucu			1									
	ingin refreshing							1					

Melvern	Genre komedi	1											
	Filmnya Ernest		1										
	Penasaran karena viral										1		
	Ingin Refreshing						1						
Feri	Podcast Agak Laen								1				
	Film tentang budaya Batak									1			
	Genre komedi	1											
	Diajak Teman					1							
Jerrycho	Budaya Batak									1			
	Komedi			1									
	Podcast Agak Laen								1				
	Diajak Teman						1						
Total		**6**	**4**	**10**	**1**	**4**	**6**	**2**	**4**	**3**	**4**	**1**	**1**

Tabel 3. Tabel Hasil *themes Coding*

Category	*Score*	*Themes*				
		Karakter Pemain (1)	**Karya Film (2)**	**Hiburan/ *entertainment*(3)**	**Kesehatan Mental (4)**	**Promosi (5)**
Identitas Pemain (1)	6	6				
Penyampaian Nilai (2)	4		4			
Penyampaian Humor (3)	10			10		
Topik Unik (3)	1			1		
Alur Cerita Ringan (3)	4			4		
Interaksi Sosial (4)	6				6	
Melepas Stress (4)	2				2	
Pengaruh sosial media (5)	4					4
Culture (2)	3		3			
Rasa ingin tahu (3)	4			4		
Diskon (5)	1					1
Mendukung Film Indonesia (2)	1		1			
Total	**46**	**6**	**8**	**19**	**8**	**5**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, peneliti mendapatkan coding-coding dan menentukan 12 kategori dan menghasilkan 5 tema. Tema tersebut adalah karakter pemain, karya film, hiburan/ entertainment, kesehatan mental dan promosi. Pada tema yang pertama yaitu karakter pemain memiliki frekuensi sejumlah 6, tema kedua yaitu karya film memiliki frekuensi sejumlah 8, tema ketiga yaitu hiburan/entertainment memiliki frekuensi sejumlah 19 dan tema keempat yaitu kesehatan mental memperoleh frekuensi sejumlah 8 dan tema kelima adalah tema yang memperoleh frekuensi paling sedikit yaitu berjumlah 5. Dari kelima tema ini faktor

pendukung utama yang paling mempengaruhi orang untuk menonton film berjudul "Agak Laen" adalah sebagai hiburan/*entertainment.*

KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan 9 informan pendidikan S1 dengan status bekerja dengan komposisi 4 pria dan 5 wanita yang diwawancarai untuk mendapatkan gambaran faktor penyebab masyarakat Jabodetabek menonton film komedi berjudul "Agak Laen". Hal yang melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah karena peneliti melihat fenomena yang terjadi yaitu adanya film komedi Indonesia yang mencapai +/- 9 juta penonton dan ditayangkan di 4 negara (Brunei, Malaysia, Singapura, Amerika Serikat). Dari hasil penelitian ini faktor yang menyebabkan masyarakat Jabodetabek menonton film komedi berjudul "Agak Laen" adalah sebagai hiburan/entertainment (penyampaian humor, topik unik, alur cerita yang ringan dan rasa ingin tahu) dengan frekuensi sejumlah 19 dari total 46.

DAFTAR REFERENSI

Ahmad, T. (2024, March 18). *4 Negara di Luar Indonesia yang Menayangkan Film Agak Laen, Tembus Amerika Serikat*. SINDOnews Lifestyle. https://lifestyle.sindonews.com/read/1342657/158/4-negara-di-luar-indonesia-yang-menayangkan-film-agak-laen-tembus-amerika-serikat-1710752606

Arianti, I., Tuwindar., Noristracya, B. S. T., & Heikal J. (2022) *View of Analisis Faktor Peningkatan Pakan Ayam Petelur PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Menggunakan Grounded Theory*. (n.d.). https://comserva.publikasiindonesia.id/index.php/comserva/article/view/418/695

Ariati, I. (2022, November 29). Analisis Faktor Peningkatan Pakan Ayam Petelur PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Menggunakan Grounded Theory. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, *2*(7), 1185–1192. https://doi.org/10.59141/comserva.v2i7.418

Azwar, M. S., & Heikal, J. (2024, January 30). *Analysis Of The Influence Of Employee Discipline On Employee Performance At Mandiangin Koto Selayan District Bukittinggi City Using Grounded Theory*. Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (Online). https://doi.org/10.47233/jebs.v4i1.1491

Babbie, E. (2004). The Practice of Social Research. Belmont, CA: Wadsworth.

Chaniago, R. H. (2018, January 2). Analisis Perkembangan Film Komedi Indonesia. *Nyimak (Journal of Communication)*, *1*(2). https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.482

Creswell, J. W. (2015, January 1). *Educational Research*. http://books.google.ie/books?id=6kk-nwEACAAJ&dq=Creswell,+J.+W.+(2015,+January+1).+Educational+Research.&hl=&cd=4&source=gbs_api

Daswirman, D., Syafer, E., Arda, E., & Heikal, J. (2023, September 2). *SWOT analysis of the transfer from structural positions to functional positions in the Regional Development Planning Agency (BAPPEDA) of Payakumbuh City using the Grounded Theory method*. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB). https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1132

Diniar, M. P. (2024, February 8). *Review Film Agak Laen: Komedi Unik dengan Berbagai Elemen yang Tembus 2 Juta Penonton Usai Seminggu Tayang - Jawa Pos*. Review Film Agak Laen: Komedi Unik Dengan Berbagai Elemen Yang Tembus 2 Juta Penonton Usai Seminggu Tayang -

Jawa Pos.
https://www.jawapos.com/entertainment/014139467/review-film-agak-laen-komedi- u nik-dengan-berbagai-elemen-yang-tembus-2-juta-penonton-usai-seminggu-tayang

Elberse, A., & Anand, B. (2007, October). The effectiveness of pre-release advertising for motion pictures: An empirical investigation using a simulated market. *Information Economics and Policy*, *19*(3–4), 319–343. https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2007.06.003

Elfira, R., Oki, H., Kettipusem, S. P., & Heikal, J. (2023, September 2). *SWOT Analysis At Inspektorat Of Kota Payakumbuh Through Grounded Theory Research Methods*. Business and Investment Review. https://doi.org/10.61292/birev.v1i4.38

Fauzan, H., & Heikal, J. (2024, April 2). *Grounded Theory Analysis on IT Consultant Company Survival Strategy in The Vuca Era*. e-journal.uac.ac.id. https://doi.org/10.31538/iijse.v7i2.4784

Film Agak Laen Bakal Tayang di Jaringan Bioskop Amerika Serikat Mulai 22 Maret. (2024, March 18). kontan.co.id.
https://momsmoney.kontan.co.id/news/filmagak-laenbakal-tayang-di-jaringan-bioskop
-amerika-serikat-mulai-22-maret

Givianty, V. T., Kurinawan, H., Julian, A., & Heikal, J. (2024, March 10). *FACTORS OF USING CASHLESS TRANSACTIONS IN RETAIL BUSINESS USING GROUNDED*
THEORY. ejournal.goacademica.com. https://doi.org/10.54783/jin.v6i1.909

Gusmeri, G., Desmalina, D., Harsemarozi, H., & Heikal, J. (2023, September 1). *Analysis Of Innovation "Puber Anak Melania" In Acceleration Of Birth Certificate Ownership For Children 0-18 Years In The Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Payakumbuh Using Grounded Theory*. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB). https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1129

Hartono, L. (2015). *Teknik Humor Dalam Film Warkop DKI*. Neliti. https://www.neliti.com/id/publications/83490/teknik-humor-dalam-film-warkop-dki.

Haryanti, U., Aulia, A., Iswara, N., & Haikal, J. (2023, September 1). *Analisa Rendahnya Pendataan Penduduk Non Permanen Di Kota Payakumbuh Dengan Menggunakan Metoda Grounded Theory*. Jurnal Ekonomi Manajemen Da Bisnis (JEMB). https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1130

Indonesia, C. (2024, March 25). *Agak Laen Tembus 9 Juta Penonton, Tinggal Beda 1 Juta dari KKN*. Hiburan.
https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20240325133447-220-1078666/agak-laen-tem bus-9-juta-penonton-tinggal-beda-1-juta-dari-kkn

Jaya, H. P., Soviatun, N., Akhsan, L., & Heikal, J. (2022, December 26). *Intention in Using Domestic Medical Devices Based On Grounded Theory*. jiss.publikasiindonesia.id. https://doi.org/10.59141/jiss.v3i12.757

Kamus Besar Bahasa Indonesia, https://kbbi.kemdikbud.go.id/ diakses pada 28 Maret 2024 Lawranta, G., & Pramayoza, D. (2021, December 31). *PENDEKATAN SUBJEKTIF DAN OBJEKTIF SEBAGAI METODE PENCIPTAAN FILM EKSPERIMENTAL SAYA DAN SAMPAH (POLUSI VISUAL)*. Ekspresi Seni. https://doi.org/10.26887/ekspresi.v23i2.1700

Masnur, M., & Heikal, J. (2024, January 15). *MOTIVASI PETANI MUDA DALAM PENGGUNAAN AGENS HAYATI TRICHODERMA SPP. PADA BUDIDAYA*
PERTANIAN DALAM STUDI GROUNDED THEORY. jurnal.mediaakademik.com.

https://doi.org/10.62281/gwnjr842

Pangerang, A. M. K. (2024, March 25). *Film Agak Laen Tembus 9 Juta Penonton*. KOMPAS.com.https://www.kompas.com/hype/read/2024/03/25/134243166/film-agak-laen-tembus-9-juta-penonton.

Permana, R. S. M., Puspitasari, L., & Indriani, S. S. (2019, September 30). *Industri film Indonesia dalam perspektif sineas Komunitas Film Sumatera Utara*. ProTVF.https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i2.23667

Putra, N. A. K., Heikal, J., Irawan, A., & Syahda, Z. N. (2024, March 17). *Analysis of Factors That Caused Fanwar Between K-Pop Fandom on Tiktok Using Grounded Theory Analysis*. dinastipub.org. https://doi.org/10.31933/dijdbm.v5i2.2379

Putri, M. S., & Heikal, J. (2023, March 31). *Analisis Kualitatif Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Gayo Menggunakan Metode Grounded Theory*. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.192

Pratama, A., & Heikal, J. (2024, February 29). *Strategic Integration of ESG Principles: An Analysis of Sustainable Business Practice at NWP Property*. infor.seaninstitute.org. https://doi.org/10.58471/scientia.v13i01.2208

Ramadona, D. D., Fitria, Y., Nazmi, F., & Heikal, J. (2023, August 29). *SWOT Analysis of Organic Waste Crushing Mechines Using Grounded Theory*. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Online, Padang). https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1127

Ridwan, D., & Heikal, J. (2023, August 25). *APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) IN TELEVISION INDUSTRY MANAGEMENT STRATEGY USING GROUNDEDTHEORY ANALYSIS: A CASE STUDY ON TVONE*.

infor.seaninstitute.org. https://doi.org/10.58471/scientia.v12i03.1881

Undang-undang Nomor 8 tahun 1992 tentang Perfilman

Wibowo, Fred. 2006. Teknik Program Televisi. Yogyakarta: Pinus Book Publisher. Hal:196 Wicaksono, M. H. S., Putri, J. H., Oktarini, D. I., & Heikal, J. (2024, January 16). *Analisis Faktor Perubahan Gaya Hidup Gen Z di Wilayah Jakarta dalam Memanfaatkan*

Fasilitas Fitness Center Menggunakan Grounded Theory. jurnal.mediaakademik.com. https://doi.org/10.62281/kpse2646

Wijiharjono, N. (2017, September 30). Kajian Perkembangan Penelitian Pemasaran Film. *Agregat: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(2), 247. https://doi.org/10.22236/agregat_vol1/is2pp247-271