Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi
Volume 6, Nomor 2, Juli 2026
E-ISSN : 2827-7945; P-ISSN : 2827-8127; Hal. 525-536
DOI: https://doi.org/10.55606/juitik.v6i2.2429
Tersedia: https://journal.sinov.id/index.php/juitik

Pengaruh Desain Poster Film Pabrik Gula Uncut terhadap Minat Menonton Mahasiswa di Jember

Fitriyanto[1*], Ferdian Ardani Putra[2], Abdul Latif Najmuddin[3]
[1-3]Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Jember, Indonesia
Penulis Korespondensi: fitriyanntoo33@gmail.com

Abstract. *This study intends to identify and evaluate how students in Jember Regency's viewing interest is affected by the Pabrik Gula Uncut film poster design. Film posters, as a kind of visual communication medium, are crucial in grabbing viewers' attention and influencing their first thoughts of a film. The Sociopsychological Theory, which highlights factors such as attitudes, perception, interests, and social opinions, and the Visual Communication Theory, which uses color, layout, visual components, and film identity as indicators for assessing poster design, are used in this study. A quantitative method and survey methodology are used in this study. To collect data, questionnaires were given to 87 student respondents in Jember Regency, who were chosen at random using probability sampling. To examine the study hypothesis, simple linear regression was employed to analyze the data. The results reveal a significance level of 0. 000 < 0. 05, suggesting that Ha is accepted and H0 is rejected. The 0. 800 coefficient of determination (R^2) shows that the film poster design explains 80% of the difference in students' viewing interest, whereas other factors that are not part of this study account for the remaining 20%. As a result, Jember Regency students' interest in watching the Pabrik Gula Uncut film is greatly impacted by its poster design.*

Keywords: *Pabrik Gula Uncut Film; Poster Design; Students*; *Viewing Interest; Visual Communication.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis dampak desain poster film Pabrik Gula Uncut terhadap minat menonton mahasiswa di Kabupaten Jember. Poster film sebagai media komunikasi visual memiliki peran penting dalam menarik perhatian serta membentuk kesan awal audiens terhadap sebuah film. Penelitian ini menggunakan Teori Sosiopsikologis yang fokus pada aspek persepsi, sikap, minat, dan opini sosial audiens, serta Teori Komunikasi Visual yang mencakup warna, tata letak, elemen visual, dan identitas film sebagai indikator penilaian desain poster. Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 87 responden mahasiswa di Kabupaten Jember yang dipilih menggunakan teknik probability sampling dengan metode random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,800 menunjukkan bahwa desain poster film memberikan dampak sebesar 80% terhadap minat menonton mahasiswa, sedangkan 20% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, desain poster film Pabrik Gula Uncut terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menonton mahasiswa di Kabupaten Jember.

Kata kunci: Desain Poster; Film Pabrik Gula Uncut; Komunikasi Visual; Mahasiswa; Minat Menonton.

1. LATAR BELAKANG

Film salah satu bentuk karya seni audiovisual yang hanya berfungsi sebagai media hiburan, akan tetapi menjadi sarana penyampaian pesan atau nilai-nilai tertentu kepada penontonnya(W. N. F. and Putra, 2024). Dalam proses promosi sebuah film, poster memiliki peran penting sebagai representasi visual pertama yang diterima oleh calon penonton. elemen pemasaran yang bersifat visual, poster mampu membentuk kesan awal, menciptakan ekspektasi, sekaligus mempengaruhi minat menonton terhadap masyarakat. film merupakan media yang kuat dengan dampak penting pada kemanusiaan. Bisa pendidikan, hiburan, dan itu juga dapat mempengaruhi ekspresi budaya dan persepsi di sekitar kita (Huda & Nafsika, 2023). Poster tidak hanya sekedar media promosi, tetapi juga alat yang efektif dalam membentuk

Naskah Masuk: 17 April 2026; Revisi: 16 Mei 2026; Diterima: 18 Juni 2026; Tersedia: 26 Juni 2026

kesan awal dan menarik minat calon penonton terhadap sebuah film atau acara. Bagi desainer, sensitivitas untuk memperhitungkan berbagai prinsip desain adalah harga tetap agar dengan mudah untuk mencapai hasil akhir yang memuaskan. Pada kenyataannya, semuanya tergantung pada rasa desainer, pelanggan, dan masyarakat umum (Putra, 2021). Maka dari itu poster merupakan alat promosi yang efektif karena dapat menarik perhatian publik menggabungkan elemen visual seperti warna, tipografi, gambar, dan tata letak.

Poster mampu membentuk kesan awal, menciptakan ekspektasi, sekaligus mempengaruhi minat menonton terhadap masyarakat. Desain visual, termasuk poster film, memiliki peran strategis dalam memengaruhi persepsi audiens terhadap suatu produk. desain bukan hanya elemen estetis, melainkan juga saluran komunikasi strategis yang dapat membentuk kesan dan keterlibatan audiens (Fediansyah, 2021). Kombinasi elemen visual seperti warna, bentuk, dan simbol mampu memicu asosiasi dan emosi tertentu dalam benak audiens, yang pada akhirnya memengaruhi cara mereka menanggapi dan menilai objek visual tersebut (Maulani, 2024). Dalam konteks ini, desain poster film menjadi alat yang bukan hanya menarik perhatian, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi dan minat audiens terhadap film itu sendiri.

Poster sebagai media komunikasi visual memiliki berbagai ukuran yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan penggunanya. Dalam industri perfilman, poster umumnya menggunakan ukuran standar yang memiliki panjang dan lebar sekitar 27 x 40 inci atau 68.6x101 (Sujarweni, 2023). cm, yang dirancang untuk kebutuhan promosi film baik di bioskop, mall, atau media publikasi lainnya. Pemilihan ukuran bertujuan agar poster dapat terlihat jelas dari jarah jauh serta mampu menari perhatian penonton secara maksimal. Dengan ukuran yang tepat, pesan visual yang disampaikan dalam poster film menjadi lebih efektif dalam membangun persepsi serta minat menonton terhadap audiens (Clashgraphics.com, 2023).

Film pabrik gula merupakan sebuah film horor di sutradarai oleh Awi Suryadi di ambil berdasarkan cerita viral karya Simpleman. Film yang dirilis pada tanggal 31 Maret 2025 ini banyak diperbincangkan perihal poster coming soon-nya karya Wencislaus (@jwenrozari), yang menampilkan seorang wanita yang berpakaian minim berwarna merah diatas seorang pria yang terbaring dikelilingi oleh sosok bayangan hitam. Poster tersebut menuai banyak kritik dari masyrakat karena poster tersebut dinilai terlalu vulgar untuk mencerminkan genre horor. Akibat kritik tersebut, pihak produksi merilis dua versi poster film, pertama versi reguler yang sudah lulus sensor (17+) dan yang ke-dua versi Uncut atau (21+) yang menampilkan adegan tanpa sensor (Putri, 2025).

Selain dari sisi visualnya yang mencolok, Film Pabrik Gula juga menarik perhatian karena melibatkan aktor dan aktris ternama seperti Arbani Yasiz, Erika Carlina, Bukie Mansyur, Ersya Aurelia, Wafi Zihan, Benidictus Siregar dan Arif Alfiansyah sukses membuat Masyarakat menyambut dengan antusias. Film ini berhasil mencatatkan lebih dari 4 juta Penonton hanya dalam 15 hari penayangan di bioskop Indonesia, serta sempat tayang di 15 bioskop Amerika pada April 2025 (Wayan, 2025). Fenomena desain poster versi uncut ini membuka diskusi tentang bagaimana elemen visual tertentu dapat memicu daya tarik maupun penolakan dari audiens. Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai kelompok usia produktif dan aktif di media sosial menjadi target penting untuk dianalisis. Elemen visual seperti bentuk, warna, dan simbol mampu memengaruhi persepsi dan keterlibatan audiens terhadap objek visual, termasuk dalam media promosi seperti poster film.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa desain poster juga menjadi salah satu strategi promosi yang digunakan untuk menarik perhatian calon penonton. Maka dari itu, desain poster tersebut harus diperhatikan dan diteliti terlebih dahulu, terutama dari segi visual seperti warna, gambar utama, tipografi, serta pesan yang ingin disampaikan. Karena jika penonton sudah merasa tertarik dan cocok dengan visual posternya, maka secara tidak langsung akan muncul rasa penasaran hingga akhirnya memutuskan untuk menonton film tersebut. Hal ini termasuk dalam bentuk perilaku konsumen, di mana penonton akan memperhatikan terlebih dahulu informasi visual dari film yang akan ditonton, lalu memilih apakah film tersebut sesuai minat, preferensinya. Poster yang dirasa menarik akan terus melekat di pikiran audiens dan bisa menjadi bahan rekomendasi bagi teman atau keluarga . Oleh sebab itu, penting untuk mengetahui apakah desain poster film memiliki pengaruh terhadap minat menonton, khususnya di kalangan mahasiswa se Kabupaten Jember.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Sosiopsikologi

Teori sosiopsikologis merupakan salah satu pendekatan dalam ilmu komunikasi yang menekankan pada hubungan antara individu dan lingkungan sosialnya. Pendekatan ini fokus pada bagaimana perilaku, sikap, dan kepribadian seseorang dipengaruhi oleh interaksi sosial serta proses komunikasi yang terjadi di sekitarnya. Dalam konteks komunikasi massa, teori ini menjelaskan bagaimana pesan yang disampaikan melalui media dapat mempengaruhi sikap dan perilaku khalayak.

Menurut Littlejohn & Foss (2009), teori sosiopsikologis menitikberatkan pada aspek individu dalam konteks sosial, di mana komunikasi dianggap sebagai alat untuk mempengaruhi

orang lain. Komunikasi dipandang sebagai proses yang melibatkan stimulus dan respon, dimana pesan yang diterima seseorang dapat menimbulkan perubahan dalam sikap, persepsi, maupun tindakan(Littlejohn & Foss, 2014).

Teori Komunikasi Visual

Teori komunikasi visual membahas bagaimana pesan dapat disampaikan melalui media visual dengan menggunakan elemen-elemen seperti gambar, warna, bentuk, garis, tekstur, dan tata letak. Komunikasi visual berfungsi untuk memperkuat pesan verbal dan membantu audiens memahami makna secara lebih cepat dan efektif (FOSS, 2009).

Menurut Dyer (1993), komunikasi visual tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi dan emosi melalui simbol-simbol visual yang digunakan. Elemen visual memiliki kekuatan untuk menyampaikan makna yang kompleks secara singkat dan efisien. Oleh karena itu, pemilihan elemen visual harus mempertimbangkan aspek estetika, psikologis, dan makna simbolik agar pesan disampaikan dapat diterima dengan baik audiens sasaran (Mardapi, 2024).

Kerangka Konsep

Kerangka berpikir berasal dari beberapa teori dan konsep yang cocok dengan masalah yang diteliti. Kerangka berpikir yang baik akan secara teoritis menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu, perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah desain poster film, sedangkan variabel terikatnya adalah minat menonton mahasiswa. Dalam hal ini, desain poster film memiliki keterkaitan dengan minat menonton mahasiswa.

Desain Poster Film

Dalam industri film, poster adalah elemen yang dekat dan saling melengkapi dengan film itu sendiri. Keduanya adalah bagian yang tak terpisahkan dan berhubungan(Fitri, 2022). Poster adalah perpaduan yang seimbang antara warna, gambar, dan huruf yang menyampaikan pesan agar bisa diterima oleh masyarakat. Poster film berperan sebagai sarana promosi yang digunakan untuk mengedarkan dan mengiklankan film yang diputar(Anggapuspa, 2021).

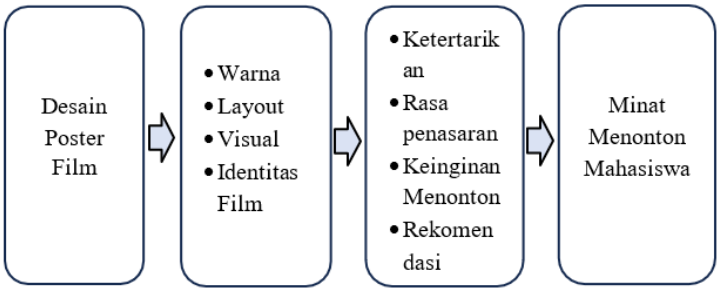
Indikator digunakan untuk mengukur variabel desain poster film penelitian terdiri atas empat aspek, yaitu warna, tata letak (layout), visual, dan identitas film. Warna menggambarkan seberapa menarik dan sesuai kombinasi warna yang digunakan dalam poster. Warna yang kontras dan sesuai dengan tema film dapat meningkatkan daya tarik visual serta memengaruhi emosi dan psikologi audiens. Tata letak (layout) mengacu pada bagaimana elemen visual seperti teks, logo, gambar utama, dan informasi film disusun dalam poster. Tata letak yang rapi

memudahkan audiens memahami pesan yang disampaikan. Visual mengacu pada keseluruhan tampilan estetika poster, seperti daya tarik gambar, gaya desain, efek, serta teknik penyajian visual lainnya. Identitas film menggambarkan elemen seperti judul film, genre, dan tema dalam poster yang bertujuan membangun ekspektasi penonton terhadap isi film

Minat Menonton

Minat merupakan kecenderungan dalam diri individu yang mengarah pada suatu perhatian atau ketertarikan tertentu. Menonton adalah aktivitas melihat atau mengamati dengan penuh perhatian.

Dalam penelitian ini, minat menonton diartikan sebagai sejauh mana individu merasa tertarik, penasaran, dan memiliki keinginan untuk menonton film setelah melihat desain poster yang digunakan sebagai media promosi.



Gambar 1. Kerangka Konsep

Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi sementara tentang jawaban yang mungkin untuk masalah penelitian. Hipotesis dibuat berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, dan dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang bisa diuji kebenarannya.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: H: Terdapat pengaruh desain poster film *Pabrik Gula Uncut* terhadap minat menonton mahasiswa. H0 (Hipotesis nol): Tidak terdapat pengaruh desain poster film *Pabrik Gula Uncut* terhadap minat menonton mahasiswa. Ha (Hipotesis alternatif): Terdapat pengaruh desain poster film *Pabrik Gula Uncut* terhadap minat menonton mahasiswa.

3. METODE PENELITIAN

Metode dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan yang didapat melalui prosedur statistik atau cara lain yang bersifat kuantitatif (pengukuran). Pendekatan kuantitatif

fokus pada gejala yang memiliki karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia dikenal sebagai variabel. Dalam pendekatan ini, hubungan antar variabel dianalisis menggunakan teori yang bersifat objektif (Sugiyono, 2022).

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur apakah ada pengaruh desain poster film Pabrik Gula Uncut terhadap minat menonton mahasiswa di Kabupaten Jember. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei.

Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi melalui daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang berisi beberapa pernyataan yang dijawab oleh responden secara mandiri. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang lebih mendalam dan akurat tentang hubungan antar variabel.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kabupaten Jember.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian. Jika populasi berjumlah besar, peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, sehingga digunakan sampel(Maulani, 2024).

Sampel penelitian adalah mahasiswa di Kabupaten Jember sebanyak 87 responden diperoleh berdasarkan hasil observasi awal. Teknik sampling digunakan adalah probability sampling dengan metode random sampling, yaitu pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata populasi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik sebagai berikut:

Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala diteliti. Penelitian menggunakan observasi non-partisipan, di mana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya berperan sebagai pengamat independen terhadap objek penelitian.

Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini digunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap variabel penelitian. Skala Likert memiliki gradasi jawaban dari sangat positif hingga sangat negatif, yaitu:

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Netral (N) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

nformasi yang telah menggunakan aplikasi secara langsung. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner menggunakan skala Likert 1–5 yang disebarkan kepada seluruh responden. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS untuk mengetahui tingkat validitas, reliabilitas, serta pengaruh variabel yang diteliti.

Sebagai penguat hasil penelitian, data mentah responden disajikan pada Tabel 4.1 dan Tabel 4.2 berikut.

Tabel 1. Data Tabulasi Data Variabel X

NO.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL X
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	5	3	3	4	3	3	2	27
3	2	3	2	3	4	3	3	4	24
4	5	5	5	4	5	4	4	4	36
5	4	5	4	4	5	5	4	3	34
6	4	3	4	4	3	3	4	3	28
7	3	3	4	4	4	4	4	4	30
8	5	4	3	2	4	4	2	3	27
9	4	3	4	3	4	4	5	4	31
10	4	4	3	3	3	3	5	4	29
11	1	1	1	2	2	1	1	1	10
12	3	2	3	3	2	3	4	3	23
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	3	4	4	4	3	4	3	4	29
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	2	3	5	4	2	2	5	1	24
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	3	2	1	1	2	3	4	3	19
19	5	4	4	5	5	4	4	5	36
20	5	5	5	5	5	5	4	5	39
21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
…	…	…	…	…	…	…	…	…	…

85	4	4	4	4	4	4	4	4	32

Sumber: Pengolahan Data Microsoft Excel, 2026.

Tabel 2. Data Tabulasi Data Variabel Y

NO.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL Y
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	3	3	2	4	4	4	2	26
3	3	3	4	4	3	3	3	4	27
4	5	5	5	4	5	5	5	3	37
5	4	4	4	3	3	5	5	3	31
6	4	3	3	2	3	3	2	2	22
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	5	4	4	4	3	3	3	3	29
9	4	4	4	3	4	4	3	3	29
10	5	4	4	3	4	3	5	3	31
11	1	2	1	3	2	2	3	3	17
12	3	3	4	4	2	4	4	3	27
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	3	3	4	3	3	3	4	3	26
15	4	4	3	3	4	4	3	3	28
16	2	4	4	3	3	3	5	1	25
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	3	2	2	2	4	2	4	2	21
19	5	4	4	5	4	4	4	4	34
20	5	5	4	5	5	5	5	5	39
21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
22	3	3	2	1	4	1	3	1	18
…	…	…	…	…	…	…	…	…	…
87	4	4	4	4	4	3	4	4	31

Sumber: Pengolahan Data Microsoft Excel, 2026.

Berdasarkan hasil pengujian, item pernyataan pada variabel penelitian memiliki nilai korelasi lebih tinggi dari nilai r tabel sehingga item dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan cocok digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Desain Poster Film Pabrik Gula Uncut (X)

Item	R hitulng	R talbel	Keteralngaln
X1	0,840	0.211	Vallid
X2	0,829	0.211	Vallid
X3	0,788	0.211	Vallid
X4	0,753	0.211	Vallid
X5	0,779	0.211	Vallid
X6	0,784	0.211	Vallid
X7	0,760	0.211	Vallid
X8	0,727	0.211	Vallid

Sulmber: IBM SPSS 25(Diolah)

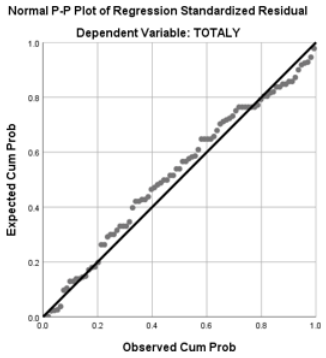
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Minat Menonton Mahasiswa (Y)

Item	R hitulng	R talbel	Keteralngaln
Y1	0,779	0,211	Vallid
Y2	0,851	0,211	Vallid
Y3	0,864	0,211	Vallid

Y4	0,756	0,211	Vallid
Y5	0,805	0,211	Vallid
Y6	0,853	0,211	Vallid
Y7	0,642	0,211	Vallid
Y8	0,713	0,211	Vallid

Sulmber: IBM SPSS 25(Diolah)

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji dengan uji asumsi klasik. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa data berdistribusi normal. Selain itu, hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10 sehingga tidak ada multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas juga menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami tanda-tanda heteroskedastisitas.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas SPSS

Sulmber: IBM SPSS 25

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895[a]	.800	.798	2.730

a. Predictors: (Constant), TOTALX

b. Dependent Variable: TOTALY

Gambar 3. Hasil Uji Determinasi

Sulmber: IBM SPSS 25

Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear mengetahui pengaruh desain poster film Pabrik Gula Uncut terhadap minat menonton mahasiswa di Jember. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis penelitian diterima. Hasil menunjukkan bahwa desain poster film Pabrik Gula Uncut berpengaruh secara signifikan terhadap minat menonton mahasiswa di Jember.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.685	1.435		1.872	.065		
	TOTALX	.884	.048	.895	18.452	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: TOTALY

Gambar 4. Hasil Uji Hipotesis SPSS

Sulmber: IBM SPSS 25

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain poster film Pabrik Gula Uncut memiliki peran penting dalam menarik perhatian mahasiswa di Jember untuk menonton film tersebut. Unsur-unsur visual yang terdapat pada poster, seperti pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, komposisi gambar, serta penyampaian pesan visual mampu membentuk persepsi dan ketertarikan responden terhadap film yang dipromosikan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa semakin menarik desain poster ditampilkan, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai film Pabrik Gula Uncut, menonton trailer, hingga memutuskan untuk menonton film tersebut. Poster berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual mampu membangun rasa penasaran & ekspektasi calon penonton.

Selain itu, desain poster yang mampu menampilkan nuansa cerita, genre film, serta identitas visual yang kuat memberikan pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa untuk menonton. Dengan demikian, poster film Pabrik Gula Uncut dapat dikatakan efektif sebagai media promosi dalam meningkatkan minat menonton mahasiswa di Jember.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat dirangkum desain poster film Pabrik Gula Uncut berpengaruh signifikan terhadap minat menonton mahasiswa di Jember. Oleh karena itu, aspek visual dalam desain poster perlu diperhatikan secara optimal karena menjadi faktor penting dalam menarik perhatian dan membentuk minat calon penonton terhadap sebuah film.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian *Pengaruh Desain Poster Film Pabrik Gula Uncut Terhadap Minat Menonton Mahasiswa di Jember*, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut. Desain poster film *Pabrik Gula Uncut* memperoleh tanggapan yang positif dari mahasiswa di Jember. Unsur-unsur visual yang terdapat pada poster, seperti warna, tipografi, ilustrasi, tata letak, dan penyampaian pesan visual dinilai mampu menarik perhatian serta memberikan kesan yang kuat kepada responden. Minat menonton mahasiswa di Jember

terhadap film *Pabrik Gula Uncut* berada pada kategori yang baik. Hal ini ditunjukkan dengan adanya ketertarikan responden untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai film, menonton trailer, serta keinginan untuk menyaksikan film tersebut. Berdasarkan analisis statistik menggunakan uji regresi linear, desain poster film *Pabrik Gula Uncut* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menonton mahasiswa di Jember. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis penelitian masuk. Semakin menarik desain poster, maka semakin tinggi pula minat menonton mahasiswa terhadap film *Pabrik Gula Uncut*. Dengan demikian, desain poster dapat menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi, menarik perhatian, dan meningkatkan minat calon penonton terhadap sebuah film.

DAFTAR REFERENSI

Aldo Syahrul Huda, A. S., Salsa Solli Nafsika, S. S. N., & S. S. (2023). Film sebagai media dalam mengubah cara pandang manusia dalam prinsip kemanusiaan. *Irama: Jurnal Seni Desain dan Pembelajarannya, 5*(1), 9–14.

Anggapuspa, A. S., & B. M. L. (2021). Analisis makna visual pada poster film *Bumi Manusia*. *Jurnal Barik, 3*(1), 235–247.

Clash Graphics. (2023). *Standard poster sizes guide*. https://www.clashgraphics.com/printing-tips/standard-poster-sizes-guide/

Fediansyah, M. R. (2021). Pengaruh penggunaan fotografi dalam poster film *5 Cm* terhadap minat penonton. *Spectā: Journal of Photography, Arts, and Media, 5*(1), 75–82. https://doi.org/10.24821/specta.v5i1.5495

Fitri, S. (2022). Daya tarik minat menonton film *KKN di Desa Penari*. *Jurnal Media Penyiaran, 2*(1), 58–63.

Foss, K. A., & Littlejohn, S. W. (2009). *Teori komunikasi*. Salemba Humanika.

Mardapi. (2024). Desain instrumen evaluasi yang valid dan reliabel dalam pendidikan Islam menggunakan skala Likert. *12*(8), 855–861.

Maulani, A. K. D., & M. S. (2024). Persepsi audiens terhadap logo "Pempek Nyonya Kamto." *CandraRupa: Journal of Art, Design, and Media, 3*(1), 40–46.

Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Erang.

Putra, W. N. F., & F. A. (2024). Pengaruh poster film *Gampang Cuan* di media sosial terhadap minat nonton mahasiswa Universitas Islam Jember. *Jurnal Paradigma Madani, 10*(2), 129–141.

Putri, N. K. (2025). *Poster film Pabrik Gula tuai kritikan warganet, dinilai terlalu vulgar*. Liputan6. https://www.liputan6.com/regional/read/5871029/poster-film-pabrik-gula-tuai-kritikan-warganet-dinilai-terlalu-vulgar?page=3

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori komunikasi*. Salemba Humanika.

Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2023). *Metodologi penelitian*. Pustaka Baru Press.

Wayan, D. L. (2025). *Film Pabrik Gula tayang di 15 bioskop Amerika mulai 18 April 2025, dari Chicago hingga Los Angeles*. Liputan6. https://www.liputan6.com/showbiz/read/5997267/film-pabrik-gula-tayang-di-15-bioskop-amerika-mulai-18-april-2025-dari-chicago-hingga-los-angeles