

Resepsi generasi Z Surabaya terhadap konsep kompleksitas emosi dalam film *inside out 2*

Aulia Elizabeth Dewi Maharani^{1*}, Syifa Syarifah Alamiyah²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, UPN Veteran,
Jawa Timur, Indonesia

Email korespondensi: 21043010096@student.upnjatim.ac.id

Diterima: 24 Juni 2025; Direvisi: 27 Oktober 2025; Terbit: 30 Oktober 2025

Abstract

As a popular communication medium, film holds great potential in delivering educational messages to the public, including those related to emotional literacy. Inside Out 2 portrays the dynamics of emotional complexity experienced by adolescent characters and has generated various responses from audiences, particularly Generation Z. The aim of this study is to examine how Generation Z in Surabaya receives and interprets the concept of emotional complexity presented in the film. This study explores how Generation Z in Surabaya receives the concept of emotional complexity as presented in Inside Out 2, using Stuart Hall's reception analysis. A qualitative method was employed, with data collected through in-depth interviews involving eight informants from diverse social, educational, and age backgrounds. The findings reveal that informants fall into three reception positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. Most informants fully accepted the film's message, stating it helped them better understand emotions and fostered self-acceptance. Some informants negotiated the film's message based on cultural values and personal experiences, such as the emphasis on emotional toughness within Surabaya's local culture or being raised in an authoritarian parenting style. Meanwhile, others rejected the film's message, perceiving it solely as light entertainment without deeper meaning. Reception of the film was influenced by emotional literacy, personal experience, culture, and access to media and psychological education. Overall, Inside Out 2 was viewed by most informants not only as entertainment, but also as an educational medium that enhances awareness of the importance of understanding and managing emotions in a healthy way.

Keywords: Emotional complexity; reception analysis; generation z; inside out 2.

Abstrak

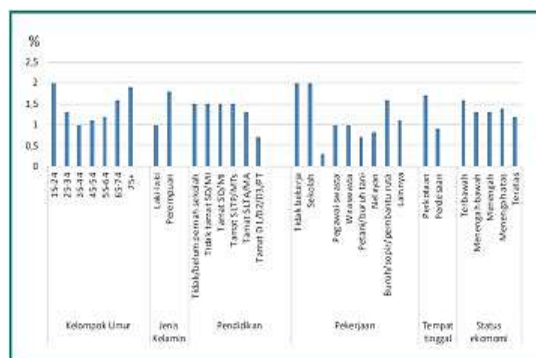
Film sebagai media komunikasi populer memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan edukatif kepada masyarakat, termasuk dalam hal literasi emosi. Film *Inside Out 2* menampilkan dinamika kompleksitas emosi yang dirasakan tokoh remaja, dan menuai berbagai tanggapan dari audiens, khususnya Generasi Z. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Generasi Z Surabaya menerima dan memaknai konsep kompleksitas emosi yang ditampilkan dalam film tersebut. Penelitian ini membahas mengenai penerimaan Generasi Z Surabaya terhadap konsep kompleksitas emosi dalam film *Inside Out 2* dengan menggunakan analisis resepsi dari Stuart Hall. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan data dikumpulkan melalui *in-depth interview* kepada delapan informan dengan latar belakang sosial, usia, dan pendidikan yang beragam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan berada dalam tiga posisi penerimaan yakni dominant-hegemonic position, negotiated position, dan oppositional position. Mayoritas informan menerima sepenuhnya pesan film karena merasa terbantu dalam memahami emosi dan menerima diri (*self-acceptance*). Sementara itu, sebagian informan menegosiasikan pesan film dengan latar belakang budaya dan pengalaman pribadi, seperti nilai ketangguhan yang kuat di lingkungan Surabaya atau pola asuh yang otoriter. Adapun informan lainnya menolak pesan film karena hanya melihat film ini sebagai hiburan semata tanpa makna reflektif. Penerimaan terhadap film ini dipengaruhi oleh faktor literasi emosi, pengalaman, budaya, serta akses terhadap media dan pendidikan. Film *Inside Out 2* dinilai sebagian besar informan bukan hanya sebagai hiburan, namun media edukatif yang mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya memahami dan mengelola emosi secara sehat.

Kata-kata kunci: Kompleksitas emosi; analisis resepsi; generasi z; inside out 2

Pendahuluan

Emosi adalah suatu perasaan yang muncul dalam diri manusia sebagai respons terhadap situasi tertentu, yang dapat memengaruhi pikiran dan perilaku dari suatu individu. Menurut (Goleman, 1995), emosi merujuk pada suatu perasaan serta pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis, dan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan serta pola komunikasi seseorang. Ketidakseimbangan emosi, seperti dalam hal mengendalikan perasaan, dapat berdampak negatif pada seseorang, termasuk meningkatkan risiko depresi (Hospital, 2023). Depresi ditandai dengan perasaan pesimis, sedih yang mendalam, dan perasaan kesepian yang berkepanjangan. Saat ini, banyak film mengangkat tema emosi untuk meningkatkan kesadaran tentang kompleksitas emosi manusia.

Pemahaman yang baik tentang emosi menjadi penting, terutama bagi Generasi Z yang menghadapi beragam tantangan dalam kehidupan modern. Kurangnya pemahaman terhadap emosi dapat berkontribusi pada meningkatnya gangguan depresi kalangan Generasi Z Indonesia. Banyak dari mereka tidak mengenali emosi yang mereka alami, tidak memahami berbagai jenis emosi, serta tidak mengetahui cara menyalurkannya dengan tepat. Survei dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2023 menyatakan, secara Nasional prevalensi depresi di Indonesia pada tahun 2023 sebesar 1,4% dan prevalensi depresi yang paling tinggi ditunjukkan pada kelompok anak muda (15-24 tahun), yakni sebesar 2%.



Sumber: badankebijakan.kemkes.go.id
Gambar 1 Prevalensi Depresi di Indonesia

Kondisi tersebut membutuhkan perhatian yang mendalam karena tingginya proporsi depresi, khususnya pada kelompok usia yang termasuk ke dalam kelompok Generasi Z. Menurut (Beresford Research., 2025), kelompok dari Generasi Z terlahir dari tahun 1997-2012 yang memasuki usia remaja hingga dewasa awal. Kota Surabaya sebagai salah satu tempat pusat pendidikan serta urbanisasi yang cukup tinggi di Indonesia juga tidak terlepas dari fenomena ini. Fenomena ini menjadi semakin kuat saat dikaitkan dengan kondisi

kesehatan mental Generasi Z di Surabaya, terdapat sejumlah data dan kasus yang menunjukkan peningkatan tekanan emosional pada usia anak muda. Sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia, Surabaya memiliki dinamika sosial, budaya yang kompleks, dan akademik yang secara tidak langsung turut mempengaruhi stabilitas emosional generasi mudanya.

Data dari Rumah Sakit Jiwa Menur Jawa Timur mencatat jumlah pasien jiwa anak hingga remaja (usia maksimal 18 tahun) mengalami peningkatan sepanjang tahun 2023, mencapai 4.765 orang (Elaine, 2023). Temuan ini menunjukkan adanya lonjakan kebutuhan layanan kesehatan mental pada kalangan usia muda di Surabaya. Selain itu, penelitian dari Universitas Airlangga Surabaya yang dilakukan pada beberapa SMA di Surabaya menemukan bahwa 56,7% remaja putri mengalami gangguan emosi, hal ini menunjukkan bahwa ketidakstabilan emosional di masa remaja menjadi permasalahan yang serius dan butuh perhatian khusus di Surabaya (Unair News, 2025).

Di sisi lain, Surabaya mempunyai perspektif dan kekhasan budaya lokal yang ikut membentuk cara anak muda mengenali dan menerima emosi. Budaya masyarakat Surabaya dikenal dengan karakter yang blak-blakan, tegas, dan egaliter, seringkali membuat ekspresi emosi dikaitkan dengan ketangguhan, keberanian, dan kekuatan, bukan kelembutan atau kerentanan. Pada konteks ini, generasi muda Surabaya seringkali dibesarkan dalam lingkungan yang menekankan ketahanan mental yakni kuat secara emosional, sehingga ekspresi emosi negatif seperti sedih, takut, atau cemas cenderung ditekan atau dianggap sebagai bentuk kelemahan untuk diungkapkan secara terbuka. Hal ini menunjukkan adanya jarak antara budaya lokal yang menekankan ketangguhan emosional dan kebutuhan Generasi Z untuk mengekspresikan seluruh spektrum emosi secara sehat dan terbuka.

Selain itu, Surabaya mempunyai ekosistem pendidikan yang kuat, akses terhadap layanan digital yang luas, serta lingkungan perkotaan yang semakin padat dan kompetitif. Hal ini memunculkan tekanan tersendiri yang dapat mempengaruhi cara Generasi Z mengekspresikan emosi mereka. Namun, dibalik kemajuan tersebut, pendidikan emosi di tingkat dasar dan menengah di Surabaya masih sangat minim. Kurikulum formal di jenjang SD, SMP, maupun SMA umumnya belum secara eksplisit mengajarkan literasi emosi atau kemampuan mengenali, mengelola, dan memahami perasaan secara sehat. Hal ini disebabkan, oleh kurangnya program pendidikan karakter yang menekankan aspek kesadaran emosional secara mendalam, baik di lingkungan sekolah negeri maupun swasta.

Kurangnya program kurikulum yang mengajarkan terkait literasi emosi di Surabaya

ini disebabkan karena adanya berbagai tantangan seperti kesiapan sumber daya manusia (guru), alokasi waktu yang minim pada setiap jadwal pembelajaran, dan perlunya direspon secara kritis dan komprehensif oleh para pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan pendidikan nasional yang harus dihadapi dan butuh proses yang panjang (Majidah, 2024). Maka dari itu, pemilihan Generasi Z Surabaya sebagai subjek penelitian bukan hanya karena faktor demografis atau prevalensi kesehatan mental semata, tetapi juga karena mereka merepresentasikan generasi yang berada di tengah-tengah tarik ukur budaya lokal yang keras dan nilai global yang lebih ekspresif dan terbuka secara emosional.

Fenomena ini mencerminkan pemahaman masyarakat Indonesia terhadap konsep emosi yang cenderung terbatas, khususnya dalam mengenali serta mengekspresikan berbagai jenis emosi. Keterbatasan ini disebabkan dari kurangnya literasi emosi, terutama dalam dunia pendidikan. Menurut Sharp, literasi emosi adalah suatu kemampuan dalam memahami, mengenali, mengelola dan mengekspresikan emosi dengan tepat (Ismi, 2024). Di Indonesia, literasi emosi belum banyak dikenal khususnya dalam dunia pendidikan, sehingga perlu dikenalkan dalam pembelajaran di sekolah.

Berbeda dengan budaya barat seperti Amerika Serikat, anak-anak sejak dini dikenalkan serta didorong untuk menamai, mengenali, dan membicarakan berbagai jenis emosi secara terbuka. Pendekatan pendidikan sosial-emosional atau *Social and Emotional Learning (SEL)* telah menjadi bagian dari kurikulum di banyak sekolah dasar dan menengah disana. Lain hal dengan budaya di Indonesia, yang cenderung lebih menekan ekspresi emosional, terutama emosi negatif. Oleh karena itu, pengenalan akan konsep emosi menjadi sangat penting bagi Generasi Z karena fase yang dijalani membutuhkan pengenalan emosi yang baik dan benar.

Dalam upaya tersebut, media, khususnya film animasi, memiliki peranan penting. Film animasi tidak lagi dianggap sebagai tontonan yang hanya ditujukan kepada anak-anak saja, melainkan juga dapat menarik perhatian penonton kalangan remaja hingga dewasa. Film animasi yang modern kini tidak hanya menawarkan hiburan/keindahan dari segi visual nya saja. Namun, film animasi kini juga menjadi refleksi terhadap isu-isu penting di sekeliling masyarakat dan menjadi media yang efektif dalam menyampaikan suatu pesan dinamika sosial budaya. Dengan tema-tema yang lebih relevan, termasuk isu- isu sosial seperti pengenalan emosi yang kompleks pada suatu individu seperti yang ditampilkan dalam film animasi *Inside Out*. Film ini mengenalkan konsep emosi di masa remaja yang kompleks dan menghadirkan beragam perasaan yang lebih spesifik dan mendalam.

Film *Inside Out* pertama (2015) menjadi salah satu contoh karya film animasi yang berani mengangkat tema emosi secara eksplisit, memakai konsep emosi seperti *Joy* (Kebahagiaan), *Anger* (Kemarahan), *Sadness* (Kesedihan), *Fear* (Ketakutan), serta *Disgust* (Jijik) untuk menggambarkan dinamika internal dari seorang tokoh utama anak bernama Riley. Dalam film *Inside Out* yang pertama ini menyuguhkan representasi visual dan naratif tentang bagaimana emosi dapat berperan penting dalam kehidupan sehari-hari dan mempengaruhi tindakan dari seseorang. Kemudian *Inside Out 2* menjadi sekuel yang rilis di tahun 2024, dengan membawa tema konsep emosi yang lebih kompleks dalam diri seseorang pada narasi utamanya, serta penekanan yang lebih spesifik pada perubahan emosional yang dialami oleh seorang anak saat beranjak menuju dewasa. Fokus pada *Inside Out 2*, menggambarkan realitas Generasi Z yang seringkali berjuang menghadapi tantangan identitas diri, tekanan sosial pada lingkungan terdekatnya, pengelolaan emosi, dan pencarian makna hidup pada konteks yang modern.

Konsep-konsep emosi baru yang muncul dan diangkat pada film *Inside Out 2* diantaranya Emosi *Anxiety* (menggambarkan kecemasan yang dialami Riley), *Envy* (menggambarkan kecemburuan), *Ennui* (menggambarkan emosi kejenuhan), dan *Embarrassment* (menggambarkan rasa malu yang seringkali muncul selama masa remaja Riley). Sebuah data menurut (Box Office Mojo, 2024), film ini menjadi salah satu film animasi dengan penonton terbanyak dalam tahun rilisnya. Hal ini menunjukkan bahwa film *Inside Out 2* berhasil menjadi film yang mempunyai dampak signifikan pada kalangan audiensnya dan sukses mendapatkan perhatian dari masyarakat.

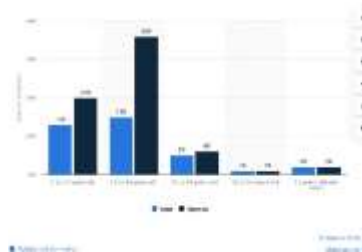


Rank	Title	Weeks in Release	Gross to Date	Per Screen Average	Number of Sites
1	Inside Out 2	1	\$1,234,567,890	\$12,345,678	10,000
2	Shogun	1	\$1,123,456,789	\$11,234,567	9,000
3	Deadpool & Wolverine	1	\$1,012,345,678	\$10,123,456	8,000
4	Twisters	1	\$901,234,567	\$9,012,345	7,000
5	Gladiator II	1	\$890,123,456	\$8,901,234	6,000
6	Bad Boys: Ride or Die	1	\$789,012,345	\$7,890,123	5,000
7	Kingdom of Heaven	1	\$678,901,234	\$6,789,012	4,000
8	Indiana Jones and the Temple of Doom	1	\$567,890,123	\$5,678,901	3,000
9	Indiana Jones and the Last Crusade	1	\$456,789,012	\$4,567,890	2,000
10	Indiana Jones and the Temple of the Crystal Skull	1	\$345,678,901	\$3,456,789	1,000

Gambar 2 Data film animasi dengan penonton terbanyak

Selain itu, berdasarkan data yang terdapat pada (Statista, 2024), film *Inside Out 2* berhasil menarik perhatian khususnya pada penonton usia anak muda, dengan persentase signifikan dari kelompok usia 18-34 tahun yang meliputi Generasi Z dan sebagian Generasi Milenial muda. Dilihat dari statistik ini menunjukkan bahwa film *Inside Out 2* sukses menarik perhatian penonton yang sedang berada pada fase transisi emosional nya, termasuk pada kalangan Generasi Z. Dengan pendekatan mendalam terhadap konsep emosi yang kompleks,

Inside Out 2 menjadi film yang memberikan refleksi bagi penontonnya tentang bagaimana mereka memahami konsep emosi. Generasi Z seringkali menggunakan media film sebagai sarana refleksi diri. Popularitas film *Inside Out 2* menunjukkan peningkatan minat audiens muda pada pengenalan konsep emosi yang kompleks di media yang populer seperti film animasi.



Gambar 3 Data Persentase Signifikan Penonton Usia Muda

Inside Out 2 menjadi representasi konsep serta pengenalan karakter emosi yang kompleks melalui pendekatan visual serta narasi secara kreatif. Studi dengan menggunakan pendekatan teori resepsi dari Stuart Hall dalam konteks konsep emosi dan Generasi Z sangat relevan dalam mengkaji konstruksi makna mengenai konsep emosi, bagaimana audiens menerima serta memaknai pesan-pesan dari media. Stuart Hall mencatat bahwa pesan yang dihasilkan komunikator serta pesan yang diterima tidak selalu simetris (Adriyana, 2018). Hal ini terjadi karena pesan yang dibuat (*encoding*) dan diterima (*decoding*) oleh media tidak selalu mempunyai makna yang sama sehingga analisis resepsi dapat membantu penelitian memahami mengapa khalayak memaknai pesan dengan cara yang berbeda.

Generasi Z bukanlah kelompok yang homogen, mereka memiliki interpretasi terhadap representasi emosi yang berbeda-beda bergantung pada usia, latar belakang, status pendidikan, dan lingkungan sosial budaya mereka. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana resepsi penonton Generasi Z di Surabaya mengenai konsep emosi yang kompleks dalam film *Inside Out 2* dengan mengacu pada teori emosi David Krech yang membagi emosi dalam empat kategori yakni emosi dasar, emosi yang dipicu oleh stimulasi sensorik, emosi yang berhubungan dengan penilaian diri, dan emosi yang berhubungan dengan orang lain. Dengan menggunakan metode resepsi Stuart Hall penelitian ini menganalisis apakah kelompok Generasi Z menerima pesan dalam film tersebut secara utuh (dominan hegemoni), menegosiasikannya, atau bahkan menolak sepenuhnya (oposisi).

Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif digunakan penulis dengan tujuan untuk mencari suatu data secara rinci yang

mempunyai makna terkait dengan penerimaan audiens terhadap film *Inside Out 2*. Kualitatif menjadi alat yang ampuh dalam mendapatkan suatu pemahaman yang mendalam serta bermakna dan komprehensif mengenai hubungan antara komunikasi dan budaya melalui sudut pandang dari orang lain (Rachmawati A. A., 2024). Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang tujuannya memahami kondisi, fakta, atau keadaan tertentu lainnya dan yang hasilnya dapat disajikan dalam bentuk laporan penelitian. Sujana dan Ibrahim berpendapat, bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan maupun menggambarkan suatu kejadian, gejala, serta peristiwa yang sedang terjadi saat ini (Soendari, 2012). Penentuan informan dilaksanakan dengan menggunakan *purposive sampling*, Informan yang dipilih mempunyai persyaratan tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti dan sesuai dengan topik penelitian. Informan berdasarkan kriteria adalah orang yang dianggap kredibel dalam menjawab permasalahan yang diteliti. Beberapa kriteria untuk informan diantaranya: Informan yang sudah menonton dengan seksama film *Inside Out 2* minimal sebanyak dua kali menonton, Informan merupakan Generasi Z (usia 13-28 tahun) dan merupakan warga kota Surabaya, Informan memiliki ketertarikan dengan topik konsep kompleksitas emosi, Informan berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan riset awal dengan menggunakan *screening question* berupa *google form*. *Screening question* ini bertujuan untuk mengidentifikasi sub-kelompok yang beragam dalam Generasi Z Surabaya berdasarkan perbedaan usia (SMP/SMA/Mahasiswa/Bekerja), status sosial ekonomi, daerah lingkungan tempat tinggal (misalnya perbedaan antar kecamatan), dan latar belakang sosial-budaya nya. Melalui *screening question* dengan *google form* ini, peneliti dapat menyaring informan sesuai dengan kriteria peneliti. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilaksanakan dengan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya yakni wawancara mendalam bersama informan yang sudah ditentukan sesuai dengan kriteria. Tujuan wawancara mendalam di penelitian ini untuk menggali data dari informan mengenai sikap, pendapat, dan pengalaman pribadi mengenai penerimaan atau resepsi Generasi Z di Surabaya terhadap gambaran emosi dalam film *Inside Out 2*. Peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi untuk menunjang pengumpulan data dari teknik wawancara mendalam yang memungkinkan terekamnya percakapan maupun gambar selama aktivitas wawancara mendalam berlangsung.

Peneliti memakai teknik analisis data *interactive mode* dari Miles dan Huberman yang menyatakan bahwa aktivitas pada analisis data terdapat 3 kategori yakni *data reduction*

(reduksi data), *data display* (penyajian data), serta *conclusion* (kesimpulan) (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan pendekatan resepsi dari Stuart Hall, yang membagi penerimaan audiens ke dalam tiga kategori utama: dominan hegemoni, negosiasi, dan oposisi. Data yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan informan akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola penerimaan mereka terhadap pesan-pesan emosional dalam film.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan *Screening Questions* melalui *Google Form* terlebih dahulu selama kurun waktu satu minggu. Calon informan yang mengisi *Google Form* kemudian disaring dan peneliti memilih 8 informan bervariasi yang sesuai dengan kriteria peneliti. Mereka berasal dari beragam latar belakang dengan pengalaman yang berbeda-beda, sehingga memberikan keberagaman perspektif dalam penerimaan pesan kompleksitas emosi dalam film *Inside Out 2*.

Tabel 1 Informasi Narasumber

Inisial	Jenis Kelamin	Usia	Status/ Pendidikan	Status Ekonomi Keluarga	Kecamatan Tempat Tinggal
RL	Perempuan	24 Tahun	Pekerja <i>Supervisor</i> Kafe	Menengah Ke atas	Dukuh Pakis
DW	Laki-Laki	21 Tahun	Mahasiswa	Menengah	Tenggilis Mejoyo Rungkut
FR	Perempuan	17 Tahun	SMA	Menengah Ke atas	
JA	Laki-Laki	14 Tahun	SMP	Menengah Ke bawah	Pakal
AC	Perempuan	22 Tahun	Mahasiswa Akhir	Menengah Ke atas	Gubeng
SN	Perempuan	18 Tahun	SMA	Menengah Ke atas	Mulyorejo
JR	Laki-Laki	25 Tahun	Pekerja Staff Administrasi	Menengah Ke bawah	Karang Pilang
CA	Perempuan	15 Tahun	SMP	Menengah	Tambak Sari

Kesadaran dan Pengetahuan Generasi Z Surabaya Terhadap Kompleksitas Emosi

Faktor Yang Membentuk Kesadaran Kompleksitas Emosi: Lingkungan, Media, dan Pengalaman Pribadi

Pemahaman individu terhadap emosi tidak terbentuk secara instan, melainkan dipengaruhi berbagai faktor diantaranya pengalaman hidup, lingkungan keluarga, budaya, serta akses terhadap literasi emosi. Dalam konteks ini, literasi emosi merujuk kepada kemampuan seseorang dalam mengenali berbagai emosi secara sehat (Goleman, 1995).

Sebagian informan menyatakan apabila mereka mulai menyadari beragam bentuk emosi bukan hanya dari lingkungan keluarga serta pengalaman emosi pribadi, tetapi juga kebiasaan membaca buku-buku seputar *self-improvement* dan melihat media digital seperti konten-konten literasi emosi di media sosial, *podcast*, dan video-video dari *influencer*/motivator yang membahas keberagaman emosi: *“Mayoritas saya belajar dari beberapa buku self-improvement, kayak Brené Brown, atau konten-konten dari psikolog di Instagram. Juga dari pengalaman pribadi sih... Saya mengalami sendiri jadi makin dewasa makin paham emosi itu beragam.”* [RL, 2025].

Sedangkan informan yang berasal dari latar belakang keluarga yang lebih otoriter dan kurang terbuka pada ruang ekspresi emosi, seperti informan 8, cenderung baru memahami pentingnya mengenali kompleksitas emosi setelah menyaksikan film seperti *Inside Out 2*. *“Justru aku baru ngerti banyak nama emosi dari film Inside Out 2 itu kak makanya aku jadi belajar banyak.”* [CA, 2025].

Variasi Tingkat Kesadaran terhadap Literasi Emosi (*Mixed Emotions*)

Salah satu indikator kemampuan literasi emosi yang lebih tinggi adalah kesadaran keberadaan emosi campuran (*mixed emotions*), yakni kondisi ketika seseorang merasakan lebih dari satu emosi secara bersamaan. Pada informan ditemukan bahwa tingkat kesadaran terhadap kompleksitas emosi yang bercampur berbeda-beda antar informan. Beberapa informan ada yang menunjukkan minimnya pemahaman terhadap emosi campuran seperti pada informan 7, yang berlatar belakang dari lingkungan yang tertutup untuk mengkespresikan emosi, menganggap bahwa menunjukkan emosi kepada orang lain adalah suatu kelemahan khususnya bagi laki-laki. *“Mungkin ada, kadang saya ngerasa kayak bingung atau nggak enak hati, tapi nggak tahu itu namanya apa. Jadi yaaa udah, saya anggap itu capek aja atau kesal, saya kurang tau arti jelasnya itu apa.”* [JR, 2025].

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informan 7 mengaku sering merasa tidak enak hati atau bingung, namun ia tidak tahu secara pasti apa nama emosi yang dirasakannya. Ia kemudian menyederhanakan emosinya sebagai bentuk capek, atau kesal tanpa mengidentifikasi secara lebih dalam. Sebaliknya, informan 5 menunjukkan tingkat literasi emosi yang lebih tinggi. Dirinya menyadari bahwa dirinya bisa merasakan berbagai emosi sekaligus dan mempunyai strategi mental tersendiri untuk memprosesnya. Dengan kemampuan memetakan akar masalah, mengenali jenis emosi yang dominan, hingga menentukan penyelesaian berdasarkan refleksi internal, informan ini menunjukkan kemampuan regulasi emosi yang matang dan merupakan bagian penting dari kecerdasan emosional (Goleman, 1995).

“Ya Pernah. Dan yang saya lakukan pertama kali adalah membreakdown semuanya di otak saya. Yang pertama, kenapa saya merasakan ini, apa

masalahnya, saya cari dulu dimana nih benang merah nya, setelah itu saya pahami dulu emosi-emosi saya, dan lihat mana yang lebih unggul emosinya, baru setelah itu bagaimana cara saya nyelesaikannya, itu di otak saya udah otomatis kaya begitu ya penyelesaiannya” [AC, 2025].

Perbedaan ini mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap kompleksitas emosi dalam diri sendiri sangat dipengaruhi oleh faktor pengalaman pribadi, pola asuh, serta akses terbuka terhadap edukasi emosi. Dalam hal ini, literasi emosi merupakan kunci penting yang dapat membedakan bagaimana individu mampu mengenali, memahami, dan meregulasi berbagai bentuk emosi yang mereka alami.

Peran Keluarga terhadap Ruang Ekspresi Emosional

Peran keluarga dalam membentuk pemahaman emosi cukup bervariasi. Beberapa informan mengaku mendapat dukungan emosional dari keluarga, terutama orang tua yang membuka ruang diskusi tentang membahas perasaan. Ketika orang tua bersikap responsif dan terbuka terhadap ekspresi emosional anak, maka anak akan cenderung memiliki pemahaman emosi yang lebih kompleks dan sehat. *“...tapi memang mereka terbuka untuk bahas emosi sama aku, jadi aku ngerasa selalu didukung dan dipahami sama mereka, dan syukurnya mereka gapernah salahkan aku, mereka selalu nuntun aku aja sih. Kalau aku mau curhat juga bebas sama orang tuaku..” [SN, 2025].*

Sebaliknya, keluarga yang cenderung menutup diri atau menunjukkan respons negatif terhadap ekspresi emosi justru dapat membuat anak menginternalisasi gagasan bahwa emosi tertentu sebaiknya ditekan atau diabaikan. Hal ini selaras dengan penelitian yang menyatakan bahwa orang tua yang menerapkan pola *emotion coaching*, yaitu mengakui dan membimbing emosi anak dapat membantu anak mengembangkan kecerdasan emosional yang lebih tinggi dibandingkan orang tua yang bersikap menghindari atau menolak emosi anak nya (Gottman, 1997). *“Orangtua aku tipe yang nggak terlalu suka ngomongin perasaan. Karena mereka juga agak galak sih dan tegas banget bahkan menurut aku sampai kadang terlalu tega sama aku. Kalau aku nangis, biasanya disuruh berhenti, nggak boleh cengeng, sama manja.” [CA, 2025].*

Minimnya Peran Sekolah dalam Literasi Emosi

Sementara itu, peran sekolah sebagai institusi pendidikan formal dalam memberikan edukasi emosi justru terlihat sangat minim. Pentingnya pendidikan emosi/karakter yakni untuk membentuk kepribadian yang baik dalam mengelola emosi, bukan hanya dalam hal pengetahuan akademis (Hayati, 2023). Dari delapan informan, tidak ada satupun yang menyebut pernah mendapatkan pendidikan spesifik tentang literasi emosi di sekolah. Beberapa hanya menyebut pelajaran Bimbingan Konseling (BK), Pendidikan Agama, dan PPKn namun pembahasan

emosi hanya sekilas dan tidak menyentuh aspek keberagaman emosi. *“Nahh kalau sekolah, kayaknya belum banyak edukasi soal emosi, paling pas ada pelajaran BK aja ya kak, itu pun lebih ke solusi masalah belajar dan tips- tips akademik aja, bukan spesifik belajar mengenali sama mengatasi emosi.”* [FR, 2025].

Perbedaan Pemahaman Emosi Berdasarkan Tahap Usia dan Pendidikan

Dalam proses memahami kompleksitas emosi, sebagian besar informan menunjukkan adanya perkembangan dan pemahaman emosi dasar menuju bentuk emosi yang lebih kompleks. Hal ini dapat dianalisis menggunakan klasifikasi emosi yang membagi emosi menjadi 4 bagian, yang pertama emosi dasar seperti senang, marah, takut, dan sedih, kedua, emosi sensorik seperti sakit dan jijik, ketiga emosi terkait penilaian diri seperti rasa bangga, malu, bersalah, dan menyesal; serta keempat emosi yang berhubungan dengan orang lain seperti cinta dan benci (Krech D. d., 1969) Beberapa informan, terutama yang masih duduk di bangku SMP, hanya mengenali emosi pada tataran kelompok pertama, emosi dasar, seperti senang atau sedih. Seperti pernyataan dari informan 4 yang mengaku saat ini hanya mengetahui macam emosi dasar saja, namun ada juga yang menunjukkan perkembangan dan mulai menyadari keberadaan emosi yang kompleks. *“Paling ya...berapa ya kak, yang aku tau sih seneng, marah, sedih udah itu aja paling ya yang aku ingat dan setau aku itu sih mbak... Itu yang aku tahu dari film juga, kayak Inside Out yang pertama itu.”* [JA, 2025].

Kemudian, pada informan yang menginjak bangku SMA, seiring bertambahnya pengalaman hidup dan tekanan sosial akademik, tampak bahwa sudah menyadari kehadiran emosi yang kompleks, seperti pada tataran kelompok emosi yang ketiga menurut Krech (1969) yakni emosi terkait penilaian diri seperti rasa bangga, malu, bersalah, dan menyesal serta yang keempat emosi yang berhubungan dengan orang lain cinta dan benci. Sejalan pada informan sebagai mahasiswa dan pekerja yang juga mengakui bahwa dirinya sudah mengetahui beragam emosi kompleks dan justru memang emosi-emosi itu yang dekat dengan pribadinya sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin memiliki banyak pengalaman dan akses literasi emosi yang baik, maka seseorang akan lebih matang dalam mengenali dan dapat mengelola emosi dengan baik.

“... aku lagi ngerasa overwhelmed, cemas dan marah. Jadi saya kewalahan atas semuanya dan akhirnya saya breakdown aja gitu, jadi saat saya mau ngelakuin sesuatu malah saya gabisa lakuin apa-apa... Tapi sekarang aku belajar mindful breathing dan berusaha positif mulai jalani aja dulu semuanya, setelah memulai insyaAllah belakangnya dimudahkan.” [AC, 2025].

Kesenjangan antara Budaya Surabaya dan Kebutuhan Ekspresi Emosional Generasi Z

Salah satu temuan menarik pada penelitian ini adalah benturan antara kebutuhan Generasi Z untuk mengekspresikan emosi secara terbuka dengan nilai-nilai budaya lokal yang

menekankan pentingnya tampil tangguh dan “kuat secara mental”. Dalam konteks budaya di Surabaya, dikenal adanya semangat arek Suroboyo yang identik dengan keberanian, tangguh, dan pantang mengeluh. Nilai ini secara historis tertanam kuat dalam masyarakat Surabaya sebagai bentuk ketahanan menghadapi tekanan hidup (Goenawan, 2016). Dalam wawancara, terlihat bahwa sebagian informan tumbuh di keluarga yang masih memegang nilai budaya Surabaya yang kuat khususnya soal ketangguhan mental. Contohnya, ada informan yang sejak kecil diajarkan bahwa “cowok gak boleh nangis, nanti dibilang cengeng”. Nilai seperti ini membuat mereka terbiasa memendam emosi karena takut dianggap lemah. Beberapa juga dibesarkan dengan pola asuh yang kaku dan otoriter, khas lingkungan urban Surabaya, ketika mengungkapkan perasaan sering kali dianggap tidak penting. Hal ini membuat mereka kesulitan memahami emosi yang lebih rumit seperti kecewa, bingung, atau cemas.

“Menurutku sih film ini banyak nunjukin emosi-emosi yang sebenarnya agak kurang pantes kalau diekspresikan seorang laki-laki, contohnya aja kayak scene Riley yang menunjukkan emosi kesedihannya di depan orang tua dan temannya, tapi kalau kita menangis didepan orang pasti bakal dicap lelaki lemah, lebih baik untuk dipendem sih emosi-emosi kayak gitu” [JR, 2025].

Pernyataan ini menampilkan adanya hambatan budaya lokal khususnya budaya yang melekat di lingkungan kota Surabaya yang seringkali menekan ekspresi emosi pada laki-laki. JR bahkan menganggap film *Inside Out 2* “terlalu kebarat-baratan” mencerminkan perbedaan nilai antara representasi emosi dalam media global dan nilai-nilai lokal yang masih menjunjung maskulinitas tradisional. Seperti yang dijelaskan dalam teori resepsi lintas budaya, interpretasi audiens terhadap media sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya yang dianutnya, termasuk norma sosial dan struktur keluarga (Liebes, 1990). Oleh karena itu, meskipun *Inside Out 2* membawa pesan tentang pentingnya memahami kompleksitas emosi, tidak semua audiens dapat memaknainya dengan cara yang sama.

Pandangan Audiens tentang Film *Inside Out 2*

Film *Inside Out 2* Sebagai Media Edukasi Kompleksitas Emosi

Sebagai media populer, film bukan hanya berfungsi sebagai hiburan semata, namun juga berpotensi besar dapat menyampaikan nilai-nilai edukatif, termasuk dalam hal literasi emosi. *Inside Out 2*, sebagai sekuel dari film animasi produksi *Pixar*, menyajikan cerminan emosi yang kompleks dan dekat dengan kehidupan remaja. Dalam konteks Generasi Z, yang sedang berada dalam fase pencarian jati diri dan penguatan emosional, film ini berpotensi menjadi sarana reflektif sekaligus edukatif.

Inside Out 2 dianggap berhasil mengajak penonton, khususnya Generasi Z, untuk memahami bahwa emosi tidak hanya terbatas pada senang dan sedih, melainkan ada banyak

spektrum lain yang turut membentuk kepribadian dan pengalaman batin. *Aku jadi tahu nama-nama emosi dan tahu kalau ngerasa cemas, iri, atau marah itu bukan berarti aku jadi orang yang jahat ya, semua itu wajar dan harus dipahami sama semua orang.*” [CA, 2025].

Film *Inside Out 2* Sebagai Inspirasi Mengelola Emosi

Dalam konteks pengelolaan emosi, film ini juga memberikan gambaran mengenai bagaimana seseorang bisa memahami, memilah, dan merespon emosinya secara lebih sadar. Seperti informan 6 yang terinspirasi terkait *self-acceptance*, bahwa kesalahan dan emosi negatif tidak membuat seseorang menjadi sosok yang lemah, namun justru memperkaya pengalaman emosional. Hal ini juga berdampak pada cara individu membangun kepercayaan diri serta menghadapi tekanan sosial.

...belajar dari Riley ya kalau memang kita itu ga harus selalu tampil sempurna, kita juga bisa melakukan kesalahan dalam hidup sehari-hari, dan emosi-emosi yang kita rasain itu emang bentuk kita merespon sesuatu, kalau kita lagi sedih yaudah gapapa buat sedih kalau emang ngerasa takut juga gapapa, tapi untuk emosi negatif memang kita harus kendalikan juga jangan sampai justru malah kita fokus ke emosinya bukan menghadapinya” [SN, 2025].

Film *Inside Out 2* Sebagai Media Hiburan

Tidak semua informan menginterpretasikan film ini secara reflektif, ada juga yang memposisikan film *Inside Out 2* hanya sebagai hiburan visual yang lucu dan menarik tanpa memaknai detail pesan edukatif di dalamnya. Hal ini menunjukkan apabila penerimaan terhadap film tidak selalu berada pada level kognitif yang mendalam, melainkan dapat pula bersifat dangkal bergantung pada preferensi menonton serta tujuan awal audiens dalam mengonsumsi film. Seperti pada pernyataan informan 4 yang menjadikan film ini sebagai hiburan semata “*Saya nonton cuma buat hiburan aja. Jadi ya nggak dapat pelajaran apa-apa juga. Paling ya kalau ada adegan yang lucu saya ketawa sama temen-temen jadi memang tujuannya buat hiburan sih nonton ini*” [JA, 2025]

Hal ini menunjukkan bahwa fungsi media dalam hal ini film animasi, tidak selalu diproses sebagai alat reflektif maupun edukatif oleh seluruh audiens. Menurut McQuail (2011), salah satu fungsi media massa yakni memberikan hiburan bagi khalayak, yakni menyediakan relaksasi, kenikmatan estetika, dan pelarian dari rutinitas tanpa harus ada keterlibatan kognitif mendalam.

Film *Inside Out 2* Relevan dengan Kebutuhan Emosional Gen Z

Mayoritas informan juga melihat bahwa fungsi edukatif dari film ini sangat relevan dengan kebutuhan emosional Generasi Z saat ini. Karakter-karakter seperti *Anxiety*, *Envy*, *Ennui*, hingga *Embarrassment* mencerminkan dinamika batin yang sering mereka alami, terutama di tengah tekanan akademik, sosial, dan identitas diri yang terus berkembang semakin hari.

Penggambaran ini menjadi penting karena Generasi Z dikenal sebagai generasi yang lebih terbuka membicarakan isu-isu kesehatan mental, namun sekaligus juga lebih rentan terhadap stres serta gangguan depresi akibat paparan media sosial, standar sosial, serta tuntutan pencapaian diri. Film *Inside Out 2* berperan sebagai media literasi emosional yang tidak hanya mendidik, tetapi juga memvalidasi perasaan penonton muda serta sebagai sarana reflektif yang mendorong audiens mengenali serta mengelola emosi kompleks yang mereka alami sehari-hari. “...*Film ini berani nunjukkan kalau emosi itu gak cuma happy-sad doang. Ada Anxiety, Envy, bahkan Embarrassment... harusnya relate banget sama anak jaman sekarang terutama Gen Z.*” [RL, 2025].

Penerimaan Konsep Kompleksitas Emosi pada Generasi Z Surabaya

Penerimaan Dominan Hegemoni

Posisi ini menunjukkan audiens menerima pesan dari pembuat media (Virlianti, 2025). Mayoritas pandangan 4 informan secara konsisten menunjukkan bahwa mereka tidak hanya memahami keberagaman emosi dalam kehidupan sehari-hari, namun juga menyetujui serta mengapresiasi bagaimana *Inside Out 2* mampu merepresentasikan kompleksitas tersebut secara relevan serta mendalam. Mereka menunjukkan bahwa film ini berhasil membuka ruang kesadaran tentang keberadaan emosi-emosi yang selama ini mungkin jarang dibicarakan, seperti *Anxiety, Envy, Embarrassment*, bahkan *Ennui*. Pandangan ini menunjukkan jika film *Inside Out 2* tidak hanya menjadi hiburan biasa, namun juga media reflektif yang membantu audiens memahami dirinya lebih baik.

Respon mereka juga memperlihatkan bahwa visualisasi emosi pada film dianggap sesuai dengan pengalaman emosional mereka sendiri sebagai bagian dari Generasi Z yang tumbuh di tengah arus informasi mengenai kesehatan mental dan *self-awareness*.

“Film ini sangat kompleks sih menurutku dia bisa nampilin emosi-emosi yang memang dialami banyak orang ada bahagia, sedih, sama marah, iri, malu, cemas, takut, bosan, bahkan rasa jijik juga.... Bagiku itu detail banget sih... Apalagi Riley kan memang masih digambarkan sebagai anak yang bertumbuh jadi dewasa awal-awal, pasti dia merasakan emosi-emosi yang lebih kompleks lagi dari kehidupan dia yang sebelumnya...” [SN, 2025].

Penerimaan Negosiasi

Penerimaan dari 2 informan berada pada posisi negosiasi terhadap *Inside Out 2*. Tampak menunjukkan adanya apresiasi terhadap representasi emosi kompleks, namun tetap disertai dengan catatan kritis yang membuat keduanya ada dalam posisi negosiasi terhadap pesan film. Seperti pada Informan 2, yang berasal dari keluarga dengan latar belakang religius yang kuat, menyatakan bahwa film ini mampu memberikan gambaran tentang emosi seperti

iri dan cemas yang jarang dibahas secara terbuka dalam lingkungan sekitarnya. Namun, ia merasa tidak sepenuhnya dapat terhubung dengan seluruh penggambaran karena beberapa emosi terasa asing dan belum pernah dialami secara langsung. Hal ini mencerminkan posisi negosiasi, saat seseorang menyetujui sebagian isi film namun tidak sepenuhnya melekat pada realitas emosionalnya.

“Menurutku, bagus sih, bisa ngasih gambaran tentang emosi yang jarang dibahas kayak rasa cemas atau iri dan lebih kompleks. Tapi mungkin susahnyanya adalah ada beberapa hal emosi, di film itu yang aku belum pernah alami, jadi aku gak begitu relate sih sama beberapa emosinya karena ngerasa baru aja gitu bagiku, ada sedikit dramatis di beberapa bagian film.” [DW, 2025]

Kesamaan pada kedua informan di posisi ini terletak pada keterbatasan ruang ekspresi emosi dalam lingkungan keluarga mereka, baik karena norma religius yang menekankan ketenangan batin, maupun karena pola asuh otoriter yang membatasi komunikasi emosional secara terbuka. Akibatnya, meskipun keduanya memahami bahwa film ini menyampaikan pesan positif tentang pentingnya mengenali beragam emosi, mereka belum sepenuhnya bisa menerima makna tersebut karena latar keluarga dan sosial mereka belum mendukung eksplorasi emosional secara menyeluruh.

Penerimaan Oposisi

Penerimaan dari dua informan menunjukkan penolakan terhadap makna dominan yang ditawarkan oleh film *Inside Out 2*, khususnya terkait kompleksitas emosi yang ditampilkan secara eksplisit. Keduanya menyuarakan kebingungan serta ketidaksetujuan terhadap banyaknya jenis emosi yang menurut mereka tidak relevan atau terkesan dilebih-lebihkan. Seperti pada Informan 7, menilai bahwa tidak semua emosi perlu dibicarakan secara terbuka. Ia melihat kecenderungan pada film ini sebagai bentuk “pengglorifikasian” terhadap perasaan-perasaan yang justru, menurut pandangannya, lebih baik apabila dipendam sendiri atau dikendalikan saja. Pandangan ini sangat dipengaruhi budaya lokal yang cenderung meminimalkan ekspresi emosi secara verbal, terutama pada laki-laki.

“Iya, terlalu kompleks malah. Saya sampai bingung nontonnya. Banyak banget emosi yang muncul yaah dan kadang kayak nggak penting. Nggak semua orang juga mikir sejauh itu soal perasaannya. Berlebihan sih menurut saya...kayak semuanya harus dianalisis dan diomongin. Bagi saya, ada emosi yang lebih baik dipendam atau dikendalikan aja, nggak perlu diumbar gitu loh. Jadi, kesan saya banyak juga yang mengglorifikasi perasaan-perasaan yang tidak penting” [JR, 2025].

Teori resepsi Stuart Hall terbukti efektif dalam menganalisis penerimaan audiens yang beragam. Perbedaan posisi penerimaan ini mencerminkan dinamika antara teks media dengan keberagaman latar belakang sosial audiensnya. Penerimaan akan khalayak dari pesan yang

disampaikan masuk pada proses *encoding*, yang dimaksud dengan kode yang disandi (*encode*) dan yang disandi balik (*decode*). Konteks itu, dapat diartikan menjadi pengirim serta penerima pesan melalui media yang digunakan dan dekat dengan khalayak yang dituju.

Kesimpulan

Penerimaan Generasi Z dalam menerima konsep kompleksitas emosi memiliki keragaman, karena disebabkan oleh latar belakang, pengalaman, pendidikan, keluarga, usia, status, budaya, dan wawasan dari masing-masing informan yang mengakibatkan keberagaman data yang diperoleh. Generasi Z yang masuk dalam posisi dominan hegemoni / menerima konsep kompleksitas emosi memiliki latar belakang keluarga, lingkungan, serta akses terhadap literasi emosi yang terbuka dan memiliki ruang untuk mengenal dan mengelola emosi sejak dini. Hal tersebut serupa dan relevan dengan kehidupan dan pengalaman emosional mereka sehari-hari. Generasi Z yang termasuk dalam posisi negosiasi, mempunyai pandangan pribadi yang telah tertanam dalam kehidupan yang akan mempengaruhi sudut pandang mereka. Beberapa pandangannya menyetujui dan merasa kompleksitas emosi yang ditampilkan sudah bagus dan sesuai, namun pandangan mengenai cara menghadapi emosi yang terkesan ditampilkan terlalu sederhana dan karakter emosi yang ditampilkan dalam film belum pernah dialami sebelumnya, menjadi pertimbangan lain yang membuat adanya penolakan. Terhadap Generasi Z yang masuk ke dalam posisi oposisi memiliki persamaan, berasal dari lingkungan yang cenderung tertutup, seringkali meremehkan apabila emosi diekspresikan, dan kurangnya akses terhadap literasi emosi. Bagi mereka konsep kompleksitas emosi dalam film *Inside Out 2* cenderung kebarat-baratan dan berlebihan. Penelitian ini menemukan bahwa budaya emosional yang masih cenderung kaku dan tertutup dalam beberapa keluarga di Surabaya masih menjadi hambatan bagi terbukanya ruang ekspresi emosi.

Daftar Pustaka

- Adriyana, L., & Darumoyo, K. (2018). Persepsi followers@ perpuseru terhadap akun instagram PerpuSeru menggunakan teori decoding-encoding. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, 6(2), 197-212.
- Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan. (2023). *Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. <https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/hasil-ski-2023/>
- Beresford Research. (n.d.). *Age range by generation*. Retrieved March 4, 2025, from <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>
- Box Office Mojo. (n.d.). *Yearly box office*. Box Office Mojo. Retrieved September 27, 2024, from <https://www.boxofficemojo.com/year/world/>
- Elaine, M. (2023, Desember 4). *RSJ Menur catat pasien jiwa anak-remaja meningkat*, 4.765

- orang selama 2023. Suara Surabaya.
<https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2023/rsj-menur-catat-pasien-jiwa-anak-remaja-meningkat-4-765-orang-selama-2023/>
- Goenawan, N. A., Kuntjara, A. P., & Sutanto, R. P. (2016). *Perancangan Buku Ilustrasi tentang Fenomena Budaya Arek Suroboyo* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*. Bantam Books.
- Gottman, J. M., Katz, L. F., & Hooven, C. (1997). *Meta-emotion: How families communicate emotionally*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hayati, N., Amaliyah, N., & Kasanova, R. (2023). Menggali Potensi Kreativitas Dan Inovasi: Peran Pendidikan Karakter Di MTS Miftahus Sudur Campor Proppo. *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(3), 111-128.
- Ismi, D. D. L. (2024). Pengaruh PBI bermuatan literasi emosi terhadap literasi emosi peserta didik kelas IV SD. *COLLASE (Creative of Learning Students Elementary Education)*, 7(1), 164-169.
- Krech, D. dan Richard S. Crutchfield. (1969). *Elements of Psychology*. New York: Cambridge University Press.
- Liebes, T., & Katz, E. (1990). *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas*. Oxford University Press.
- Majidah, I. Z., & Ahmadi, A. (2024). Pembelajaran sosial emosional: Menghadirkan pendidikan yang berpihak kepada siswa melalui Kurikulum Merdeka. *Jurnal Bimbingan dan Sosial Sains Berbasis Sekolah (JBSSB)*, 8(4), 579–596. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/JBSSB/article/view/15224>
- Siloam Hospitals. (2023). *Disregulasi Emosi: Penyebab, Gejala, dan Pengobatannya*. Diakses dari <https://www.siloamhospitals.com/informasi-siloam/artikel/apa-itu-disregulasi-emosi>
- Soendari, T. (2012). Metode penelitian deskriptif. 1-2. [http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PEND._LUAR_BIASA/19560214198003_2-TJUTJU_SOENDARI/Power_Point_Perkuliahan/Metode_PPKKh/Penelitian_Deskriptif.ppt_\[Compatibility_Mode\].pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._PEND._LUAR_BIASA/19560214198003_2-TJUTJU_SOENDARI/Power_Point_Perkuliahan/Metode_PPKKh/Penelitian_Deskriptif.ppt_[Compatibility_Mode].pdf)
- Statista. (2024). *Audience breakdown of Inside Out 2 by age and gender in North America*. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1537499/inside-out-2-audience-breakdown-age-gender-north-america/>
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. https://digilib.unigres.ac.id/index.php?p=show_detail&id=43
- Rachmawati, A. A. (2024). Analisis Resepsi Pria Terhadap Isu Abusive Relationship Dalam Drama Korea Nevertheless. *The Commecium*, 8(01). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/download/58723/45733>
- Unair News. (2025, Februari 20). *Pengaruh tingkat pendidikan orang tua terhadap gangguan emosi pada remaja putri di Surabaya*. Universitas Airlangga. <https://unair.ac.id/pengaruh-tingkat-pendidikan-orang-tua-terhadap-gangguan-emosi-pada-remaja-putri-di-surabaya/>
- Virlianti, D., Wahdiyati, D., & Khoar, A. (2025). Penerimaan khalayak tentang nilai-nilai perjuangan Ayah dalam lirik lagu Nina karya. Feast. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 11(1), 345-361.