

Analisis Poster Film Ada Apa Dengan Cinta? Melalui Pendekatan Estetika Visual

(Analysis of the Movie Poster of Ada Apa Dengan Cinta? Through Visual Aesthetic Approach)

Naziah Nilda Syah¹, Yudi Arnanda²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komputer dan Desain, Universitas Selamat Sri

¹naziahnildasyah@uniss.ac.id ²gakribetkopasti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis unsur-unsur estetika visual pada poster film *Ada Apa Dengan Cinta?* (2002) menggunakan pendekatan tinjauan literatur. Penelitian ini berfokus pada unsur-unsur visual seperti komposisi, warna, tipografi, dan gambar, berdasarkan teori estetika visual dan prinsip-prinsip desain komunikasi visual. Metode yang digunakan adalah studi literatur, yang melibatkan pengumpulan dan tinjauan referensi relevan dengan mengamati aspek visual berupa poster dalam film nya. Analisis menunjukkan bahwa poster *Ada Apa Dengan Cinta?* secara efektif menerapkan prinsip-prinsip dasar desain komunikasi visual. Komposisi simetrisnya, penggunaan warna kontras yang harmonis, tipografi yang fungsional dan estetis, serta gambar close-up karakter utama berkontribusi pada daya tarik visual yang kuat dan keterlibatan emosional. Poster ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi tetapi juga sebagai representasi visual yang menyampaikan karakter dan tema naratif film. Studi ini menyimpulkan bahwa estetika visual memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan citra publik sebuah film melalui media promosinya. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi desainer komunikasi visual, praktisi industri film, dan peneliti di bidang desain dan komunikasi visual.

Kata Kunci: *poster film, estetika visual, desain komunikasi visual, Ada Apa Dengan Cinta?, analisis visual*

ABSTRACT

This study aims to analyze the visual aesthetic elements of the Ada Apa Dengan Cinta? (2002) movie poster using a literature review approach. The research focuses on examining visual elements such as composition, color, typography, and imagery, based on visual aesthetic theories and principles of visual communication design. The method applied is a literature study, which involves collecting and reviewing relevant references while observing the visual aspects of the poster. The analysis reveals that the Ada Apa Dengan Cinta? poster effectively applies the fundamental principles of visual communication design. Its symmetrical composition, harmonious use of contrasting colors, functional and aesthetic typography, and the close-up imagery of the main characters contribute to a strong visual appeal and emotional engagement. The poster serves not only as a promotional tool but also as a visual representation that communicates the film's characters and narrative themes. This study concludes that visual aesthetics play a significant role in enhancing the appeal and public image of a film through its promotional media. The findings are expected to serve as a reference for visual communication designers, film industry practitioners, and researchers in the field of design and visual communication.

Keywords: movie poster, visual aesthetics, visual communication design, Ada Apa Dengan Cinta?, visual analysis

1. PENDAHULUAN

Poster film merupakan salah satu elemen penting dalam strategi promosi sebuah film. Tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran,

poster juga menjadi media visual yang mengandung makna, simbol, serta estetika yang mencerminkan identitas dan pesan sebuah film. Pratista (2008) menyatakan bahwa poster film

termasuk dalam bagian dari teks visual yang dapat dianalisis karena mengandung struktur tanda, narasi tersirat, serta komunikasi visual yang menyampaikan citra dan nuansa film tersebut.

Film *Ada Apa Dengan Cinta?* (2002), karya Rudi Soedjarwo dan produksi Miles Films, menjadi salah satu tonggak kebangkitan perfilman Indonesia. Selain alur cerita dan penggarapan film yang berhasil menarik perhatian publik, strategi visualisasi promosi—terutama poster film—memegang peranan penting dalam membentuk daya tarik film ini. Poster *Ada Apa Dengan Cinta?* dikenal dengan gaya visual khas: penggunaan blok warna-warna primer yang kontras, tipografi yang mencolok, serta tata letak wajah dua tokoh utama (Cinta dan Rangga) yang bersebelahan namun berbeda ekspresi. Komposisi tersebut memberi kesan kuat akan konflik emosional dan dinamika hubungan antar tokoh yang menjadi inti cerita film.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bagaimana estetika visual dalam poster film berpengaruh terhadap persepsi penonton. Rahmawati (2015) menemukan bahwa unsur warna, tipografi, dan tata letak visual dalam poster film lokal berkontribusi dalam membentuk ekspektasi penonton terhadap genre dan kualitas film. Senada dengan itu, Nugroho (2019) dalam analisis semiotik terhadap poster film *Laskar Pelangi* menegaskan bahwa simbol-simbol visual dalam poster tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga berfungsi

menyampaikan makna emosional dan nilai-nilai sosial budaya yang diangkat oleh film.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis poster film *Ada Apa Dengan Cinta?* dengan menggunakan pendekatan estetika visual. Fokus analisis diarahkan pada elemen desain grafis seperti komposisi, warna, tipografi, dan simbolisme visual yang diyakini menjadi bagian integral dalam menyampaikan pesan serta membangun identitas visual film tersebut.

II. LANDASAN TEORI

Estetika Visual dan Prinsip Desain Komunikasi Visual

Dondis (1973) dalam bukunya *A Primer of Visual Literacy* menegaskan bahwa semua bentuk komunikasi visual memiliki unsur dasar yang membentuk “bahasa visual,” seperti titik, garis, bentuk, tekstur, warna, dan ruang. Pemahaman terhadap unsur-unsur ini memungkinkan perancang visual untuk menciptakan karya yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan. Dondis juga menyoroti prinsip penting dalam visual literacy seperti keseimbangan (*balance*), kontras (*contrast*), harmoni (*harmony*), dan emphasis (penekanan). Dalam konteks poster film, prinsip-prinsip ini berperan penting dalam menarik perhatian dan menanamkan kesan mendalam kepada audiens.

Kusrianto (2007), melalui karyanya *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, menekankan bahwa desain komunikasi visual bukan hanya soal keindahan, tetapi juga bagaimana elemen-elemen

desain mampu menyampaikan pesan secara efisien. Menurutnya, elemen seperti warna, tipografi, bentuk, dan komposisi harus diolah sedemikian rupa agar mencapai tujuan komunikasi. Kusrianto juga menambahkan bahwa keberhasilan sebuah desain visual diukur dari kemampuannya membangun daya tarik, mempermudah pemahaman, dan menciptakan dampak psikologis bagi audiens.

Poster Film sebagai Media Komunikasi Visual

Pratista (2008) dalam bukunya *Memahami Film* menyatakan bahwa poster film merupakan bagian dari sistem komunikasi visual yang memiliki fungsi promosi sekaligus representasi cerita film. Poster bukan hanya berisi informasi dasar tentang film (seperti judul, pemain, dan sutradara), tetapi juga menjadi media yang mengisyaratkan genre, suasana, dan konflik cerita kepada penonton. Poster dianggap sebagai “gerbang awal” yang membangun persepsi penonton sebelum mereka menyaksikan film. Pratista juga menekankan bahwa unsur visual dalam poster seperti gambar, warna, dan tata letak menjadi bagian dari strategi komunikasi yang efektif untuk menarik perhatian khalayak.

Pengaruh Warna dan Tipografi dalam Desain Visual

Dondis (1973) juga menegaskan pentingnya warna dalam komunikasi visual. Warna memiliki peran ganda: pertama, sebagai elemen estetis yang

menciptakan daya tarik; kedua, sebagai alat komunikasi yang mampu mengekspresikan suasana dan emosi. Dalam desain poster, pemilihan warna dapat membangun kesan tertentu terhadap cerita film — apakah ceria, misterius, romantis, atau menegangkan. Warna juga membantu mengarahkan fokus mata dan menciptakan dinamika visual yang menarik.

Tipografi pun menjadi bagian penting dari desain komunikasi visual, sebagaimana dikemukakan oleh Kusrianto (2007). Ia menyatakan bahwa tipografi dalam poster harus memenuhi dua syarat utama: estetika dan keterbacaan. Tipografi yang tepat akan memperkuat karakter pesan dan menciptakan identitas visual yang khas. Penggunaan variasi ukuran, jenis huruf, dan warna pada tipografi bertujuan untuk menonjolkan bagian-bagian penting, seperti judul film, dan mempermudah audiens memahami pesan yang disampaikan.

Penelitian Terdahulu tentang Poster Film dan Estetika Visual

Rahmawati (2015) dalam penelitiannya berjudul *Pengaruh Estetika Visual Poster Film terhadap Persepsi Audiens*, yang dipublikasikan di *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, meneliti bagaimana unsur visual pada poster film lokal mempengaruhi persepsi penonton. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan warna kontras, komposisi seimbang, dan tipografi yang tepat mampu membangun daya tarik yang signifikan dan membentuk ekspektasi

penonton terhadap kualitas film. Rahmawati menegaskan bahwa unsur estetika visual dalam poster memiliki peran penting sebagai faktor pembentuk kesan pertama penonton.

(Sya'dian, n.d.) (2019) dalam artikel ilmiahnya *Analisis Semiotika pada Poster Film Laskar Pelangi*, yang diterbitkan dalam *Jurnal Komunikasi Visual*, menganalisis unsur visual dalam poster film Indonesia. Meskipun menggunakan pendekatan semiotika, hasil penelitian Nugroho juga menyoroti pentingnya estetika visual seperti penggunaan warna, penempatan gambar, dan tipografi dalam menciptakan komunikasi visual yang kuat dan mampu mewakili pesan film. Penelitiannya memperkuat pandangan bahwa elemen visual poster tidak hanya sebagai hiasan, tetapi juga sebagai representasi makna dan identitas film.

Berdasarkan kajian pustaka yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa teori estetika visual dan prinsip desain komunikasi visual merupakan landasan penting dalam analisis poster film. Unsur-unsur seperti komposisi, warna, tipografi, dan tata letak memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk kesan dan mempengaruhi persepsi audiens. Penelitian-penelitian terdahulu juga memperlihatkan konsistensi temuan bahwa estetika visual poster berkontribusi besar dalam menarik minat penonton dan membangun persepsi terhadap film yang dipromosikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur (*literature review*), yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, membaca, dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Studi literatur bertujuan untuk memperoleh pemahaman teoretis dan empiris dari penelitian-penelitian terdahulu, serta memperkuat argumen analisis yang dilakukan oleh peneliti (Zed, 2004).

Menurut Ridwan (2015), studi literatur merupakan metode yang efektif digunakan ketika fokus penelitian berada pada pengkajian konsep, teori, dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan, tanpa terjun langsung ke lapangan. Metode ini juga memungkinkan peneliti untuk menganalisis objek studi yang bersifat visual—seperti poster film—dengan mengacu pada teori estetika visual dan desain komunikasi visual. Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari:

- 1. Data primer** berupa gambar resmi poster film *Ada Apa Dengan Cinta?* (2002) yang dianalisis secara visual.
- 2. Data sekunder** berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber penelitian terdahulu yang berkaitan dengan estetika visual, desain grafis, dan analisis poster film.

Analisis dilakukan melalui tahap-tahap berikut:

- 1. Identifikasi unsur visual** dalam poster, meliputi komposisi, warna, tipografi, dan citra visual.

2. **Penelaahan teori** yang relevan mengenai estetika visual dan desain komunikasi visual.
3. **Analisis deskriptif kualitatif**, yaitu menjelaskan hasil pengamatan poster berdasarkan teori-teori yang sudah ditelaah dari sumber literatur.

Pendekatan ini digunakan agar hasil analisis memiliki dasar konseptual yang kuat dan mampu memberikan kontribusi terhadap kajian akademik di bidang desain komunikasi visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah deskripsi poster film *Ada Apa Dengan Cinta?* Berdasarkan versi aslinya:

1. Dominasi warna: Kombinasi warna-warna blok cerah — merah, hijau, kuning, biru — dalam garis vertikal, membagi poster menjadi beberapa bidang.
2. Foto utama: Di sisi kanan terdapat wajah Dian Sastrowardoyo (Cinta) dan Nicholas Saputra (Rangga) yang ditampilkan secara close-up. Wajah Rangga hanya terlihat sebagian (separuh wajah), menciptakan kesan misterius. Cinta terlihat dengan ekspresi datar namun intens.
3. Tipografi: Judul film ditulis dalam font sederhana dengan warna putih: “*Ada Apa Dengan Cinta?*” Hurufnya dibuat semua huruf kecil, khas desain tahun 2000-an, menonjol di tengah poster.

4. Tagline (tidak selalu ditampilkan): “*Romansa Remaja yang Menggetarkan*” (pada beberapa versi promosi).
5. Pencantuman produser & sutradara: Logo Miles Films di bagian bawah atau atas.
6. Nuansa: Poster ini mengesankan kisah cinta remaja yang penuh warna, tapi juga menyiratkan ketegangan emosional. Desainnya simpel tapi ikonik.

Analisis poster film *Ada Apa Dengan Cinta?* dilakukan dengan menggunakan teori estetika visual (Dondis, 1973) dan prinsip desain komunikasi visual (Kusrianto, 2007), tanpa pendekatan semiotika. Fokus analisis terletak pada unsur-unsur desain seperti komposisi, warna, tipografi, dan citra visual sebagai elemen pembangun daya tarik estetika poster.



Gambar 1
Poster Film *Ada Apa Dengan Cinta?*
Sumber: Penulis, 2025.

1. Komposisi Visual: Keseimbangan dan Penataan Elemen

Poster ini menggunakan komposisi simetris dengan pembagian bidang secara vertikal. Wajah dua tokoh utama — Rangga dan Cinta — ditampilkan dalam posisi berdampingan, dipisahkan oleh garis blok warna.

a. Komposisi Terpusat

Tata letak yang terfokus pada wajah tokoh utama memperkuat identitas visual poster. Wajah Rangga diposisikan di sebelah kiri dengan arah pandangan ke kanan, sementara wajah Cinta berada di sebelah kanan dan menghadap lurus ke depan. Komposisi ini memberikan efek kontras ekspresif, seolah keduanya

berada dalam hubungan yang saling terhubung, namun dengan jarak emosional.

b. Pembagian Ruang

Penggunaan ruang yang berimbang antara gambar dan area kosong (negative space) memberikan kesan harmoni visual. Hal ini sesuai dengan prinsip bahwa ruang kosong dalam desain membantu audiens fokus pada unsur penting (Kusrianto, 2007).

c. Pusat Perhatian (*Focal Point*)

Poster diarahkan secara visual agar mata penonton tertuju pada wajah karakter, kemudian turun ke judul film di bagian bawah. Ini adalah strategi visual yang memperkuat komunikasi pesan.

2. Penggunaan Warna: Fungsi Estetis dan Psikologis

Warna adalah unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu menstimuli perasaan, perhatian dan minat seseorang (Almira Vasthi et al., n.d.). warna dalam poster menjadi elemen yang paling dominan dan menarik perhatian. Penggunaan warna primer — merah, biru, hijau, kuning, dan oranye — diolah dalam bentuk blok transparan yang membagi komposisi poster.

- a. Warna Merah (Rangga): Memberikan kesan kuat, intens, dan penuh emosi. Dalam estetika visual, warna merah

mampu menciptakan ketegasan dan daya tarik visual yang tinggi (Dondis, 1973).

- b. Warna Biru (Cinta): Memunculkan nuansa tenang, lembut, dan reflektif. Biru sering diasosiasikan dengan ketenangan dan kedalaman perasaan, mendukung citra karakter Cinta yang sensitif.
- c. Warna Hijau, Kuning, dan Oranye: Sebagai latar pendukung, warna-warna ini memberikan aksentuasi dinamis dan menghidupkan suasana poster, menonjolkan semangat remaja dan dinamika kisah cinta yang menjadi inti film.

Kombinasi warna-warna cerah yang saling kontras berperan dalam menciptakan visual interest sehingga poster mudah dikenali dan diingat. Hal ini sejalan dengan prinsip desain bahwa warna yang kuat dapat mempengaruhi persepsi emosi penonton (Rahmawati, 2015).

3. Tipografi: Fungsi Visual dan Informasi

Tipografi dalam poster ini berperan ganda: sebagai penyampai informasi dan sebagai elemen desain.

- a. Judul Film
Judul “*Ada Apa Dengan Cinta?*” menggunakan jenis huruf sans-serif berwarna-warni, dengan penekanan pada kata “Cinta?” yang berwarna lebih tebal dan mencolok.

- a) “Ada Apa Dengan” ditulis dengan variasi warna (hijau, merah, biru).

- b) “Cinta?” tampil dominan dengan gradasi merah ke hitam, menciptakan emphasis visual.

- b. Prinsip Keterbacaan dan Kontras
Penempatan tipografi di atas bidang putih menciptakan kontras tinggi, membuat teks mudah dibaca dan menarik perhatian. Warna putih sebagai latar berfungsi menonjolkan informasi teks, sesuai dengan prinsip legibility (Kusrianto, 2007).
- c. Konsistensi Desain
Tipografi tidak menggunakan unsur dekoratif berlebihan, selaras dengan keseluruhan tema desain yang sederhana dan efektif.

4. Citra Visual Tokoh: Representasi Karakter dan Emosi

Penggunaan close-up wajah Rangga dan Cinta memberikan efek emosional engagement kepada penonton.

- a. Wajah Rangga ditampilkan dengan ekspresi serius, memperkuat kesan karakter yang pendiam dan tertutup.
- b. Wajah Cinta ditampilkan dengan tatapan tajam ke arah depan, menciptakan kesan percaya diri dan penuh rasa ingin tahu.

Menurut teori estetika visual, penggambaran ekspresi wajah secara dekat berfungsi untuk menciptakan keterlibatan emosional dan memancing rasa penasaran penonton (Dondis, 1973).

Penempatan kedua wajah yang berdekatan tapi terpisah bidang warna memperkuat tema hubungan emosional yang menjadi inti cerita film.

5. Keseimbangan Desain: Prinsip Visual Dasar

Poster ini memenuhi prinsip-prinsip desain visual:

- a. *Balance* (Keseimbangan) — Tata letak simetris menciptakan stabilitas visual.
- b. *Contrast* (Kontras) — Kontras antara warna, ekspresi wajah, dan tipografi memperkuat daya tarik visual.
- c. *Unity* (Kesatuan) — Setiap elemen saling mendukung, tidak ada yang saling bertabrakan secara visual.
- d. *Emphasis* (Penekanan) — Fokus ditekankan pada wajah tokoh dan judul film, yang merupakan inti komunikasi visual.

Hasil akhirnya adalah desain yang bersih, kuat secara visual, dan efektif sebagai media promosi.

Berdasarkan analisis estetika visual, poster film *Ada Apa Dengan Cinta?* menampilkan komposisi yang harmonis dan kuat, dengan penggunaan warna yang menciptakan daya tarik emosional. Tipografi yang jelas, tata letak yang terorganisir, serta citra wajah karakter yang

ekspresif membentuk kesatuan desain yang efektif.

Keseluruhan unsur visual dalam poster ini mampu membangun citra film dan menarik minat audiens, menjadikan poster ini tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai karya desain yang memiliki nilai estetika tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis visual terhadap poster film *Ada Apa Dengan Cinta?* menggunakan pendekatan estetika visual, dapat disimpulkan bahwa poster ini dirancang dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip dasar desain komunikasi visual, yang meliputi komposisi, warna, tipografi, dan citra visual.

Poster menampilkan komposisi simetris dengan tata letak terpusat pada wajah dua tokoh utama, yang diatur seimbang dan harmonis sehingga menciptakan focal point yang jelas bagi audiens. Penggunaan warna-warna primer yang kontras tidak hanya memperkaya tampilan visual, tetapi juga berfungsi membangun atmosfer emosional yang sesuai dengan tema cerita film. Warna menjadi elemen utama yang memperkuat identitas visual poster dan memberikan kesan dinamis, khas masa remaja.

Tipografi dalam poster digunakan secara efektif, baik dari segi estetika maupun keterbacaan. Pemilihan font sans-serif dengan kombinasi warna berani memperkuat penekanan pada judul film, menjadikannya mudah dikenali dan diingat oleh penonton.

Citra visual berupa close-up wajah tokoh utama memberikan kekuatan emosional tersendiri. Penggambaran ekspresi tokoh menciptakan kedekatan dengan audiens serta membangun rasa ingin tahu akan isi cerita film. Secara keseluruhan, unsur-unsur estetika visual dalam poster *Ada Apa Dengan Cinta?* mampu menciptakan harmoni visual yang efektif sebagai media promosi sekaligus representasi isi film. Poster ini menjadi contoh bagaimana desain visual yang terencana dapat membangun daya tarik dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Saran

Bagi Desainer Komunikasi Visual, penting untuk selalu memperhatikan prinsip estetika visual dalam merancang media promosi, terutama poster film. Keseimbangan antara unsur warna, komposisi, tipografi, dan citra visual menjadi kunci utama keberhasilan desain dalam menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan secara efektif.

Bagi Praktisi Industri Perfilman, poster hendaknya diposisikan tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi visual yang mewakili identitas film. Desain poster yang kuat dapat menjadi salah satu faktor pendukung kesuksesan pemasaran film di pasar.

Bagi Peneliti dan Akademisi, kajian estetika visual terhadap media promosi film masih sangat terbuka untuk dikembangkan, baik melalui

pendekatan teori desain, psikologi persepsi, maupun analisis media. Penelitian serupa dapat dilakukan dengan memperluas objek kajian pada genre film yang berbeda atau pada media promosi visual lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Almira Vasthi, N., Suryani Setiadi, V., Studi Desain Komunikasi Visual, P., & Seni Rupa Dan Desain, F. (N.D.). *Prosiding Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual 2020* 86.
- Arsyad, A. (2011). *Media pembelajaran*. Raja Grafindo Persada.
- Dondis, D. A. (1973). *A primer of visual literacy*. MIT Press.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar desain komunikasi visual*. Andi.
- Lupton, E. (2014). *Graphic design: The new basics* (2nd ed.). Princeton Architectural Press.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' history of graphic design* (6th ed.). Wiley.
- Pratista, H. (2008). *Memahami film*. Homerian Pustaka.
- Rahmawati, D. (2015). Pengaruh estetika visual poster film terhadap persepsi audiens. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(1), 55–63.
- Ridwan, M. (2015). *Metode dan teknik menyusun kajian pustaka*. Alfabeta.
- Santosa, P. H. (2007). *Desain grafis: Petunjuk praktis untuk pemula*. Andi.
- Subagyo, P. J. (2016). *Metode penelitian dalam teori dan praktik*. Rineka Cipta.

- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sya'dian, T. (N.D.). *Analisis Semiotika Pada Film Laskar Pelangi*.
- Wibowo, A. (2013). *Tipografi dalam desain grafis*. Nuansa Cendekia.
- Zafira, I. (2014). Analisis unsur visual dan pesan komunikasi dalam poster film Indonesia. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 5(2), 45–56.
- Zed, M. (2004). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.

