

**DAYA TARIK FILM *IMPERFECT* TERHADAP MINAT MENONTON  
MAHASISWA/I UNIVERSITAS SAHID JAKARTA FAKULTAS ILMU  
KOMUNIKASI ANGKATAN 2015**

Lazuardi Adrian Adhiputranto dan Arie Nugraha  
Program Penyiaran, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia  
[lazuardiadian1@gmail.com](mailto:lazuardiadian1@gmail.com)

**Abstraks**

Film merupakan bagian dari produksi ekonomi suatu masyarakat dan ia mesti dipandang dalam hubungannya dengan produk-produk lainnya. Sebagai komunikasi (communication), film merupakan bagian penting dari sistem yang digunakan oleh para individu dan kelompok untuk mengirim dan menerima pesan (send and receive messages). Hal ini membuat setiap pesan yang ingin disampaikan dapat tersalurkan melalui film. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat daya tarik film *Imperfect* terhadap minat menonton mahasiswa Universitas Sahid Jakarta.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Objek penelitiannya adalah daya tarik film *Imperfect* terhadap minat menonton mahasiswa/I universitas sahid Jakarta fakultas ilmu komunikasi angkatan 2015. Penelitian ini memberikan hasil bahwa film *Imperfect* menarik minat mahasiswa universitas sahid Jakarta khususnya fakultas ilmu komunikasi Angkatan 2015 untuk menonton film *Imperfect*.

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa terdapat dampak atau hasil kepada mahasiswa universitas sahid Jakarta fakultas ilmu komunikasi angkatan 2015, karena daya tarik film *Imperfect* dapat mempengaruhi audience dengan pesan yang disampaikan dari film tersebut.

**Kata kunci:** daya tarik, minat, *Imperfect*, Fikom Universitas Sahid

**Abstract**

*Movies is a part of economic production of a society and the relationship with other products must be considered. As a communication, movies is an important part of the system which used by an individual and groups to send and receive messages. This makes every messages can be distributed with movies. Therefore, this research was done to see the appeal of the movie "Imperfect" to the interest in watching of the students of Jakarta Sahid University. This research is uses survey method with quantitative approach. The object of research is the appeal of the movie "Imperfect" to the interest in watching of the students of Jakarta Sahid University, Faculty of Communication, class of 2015. This research results that the movie "Imperfect" attracts the students of Jakarta Sahid University, especially from The Faculty of Communicatio, class of 2015 to watch the movie "Imperfect". In addition, this research shows that there are impacts or results to the students of Jakarta Sahid University, Faculty of Communication, class of 2015, because the appeal of the "Imperfect" film can affect the audience with messages from the movie itself.*

**Keyword:** attraction, interest, imperfect, Sahid University Faculty of Communication Sciences