

Pengaruh Terpaan Dan Isi Pesan Tayangan Sinetron Religius “Azab” Di Indosiar Terhadap Sikap Taqwa Mahasiswa Dalam Agama Islam

Andre Yona Putra¹, Herlinda²

^{1,2}Fakultas Komunikasi Universitas Gunadarma

Email correspondent: Andreyonaputra21@gmail.com

Abstrak

Salah satu cara perolehan pengetahuan dan pendidikan moral dan agama ialah melalui media massa. Beberapa fungsi pers adalah untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan (to inform), mendidik (to educate), mempengaruhi (to influence), serta berperan sebagai kontrol sosial (social control). Fungsi-fungsi ini tentunya baru terealisasi bila tayangan yang disajikan dinilai positif oleh pemirsa. Bila suatu tayangan disajikan secara menarik, mampu menarik minat untuk menonton, pesannya menggugah perasaan pemirsa sehingga mereka menilai tayangan tersebut layak ditonton, dinikmati, serta dipercaya kebenaran pesan yang disampaikan, maka, kecenderungannya adalah bahwa pemirsa tayangan secara sadar ataupun tidak cenderung bersikap positif terhadap isi pesan yang disampaikan, bahkan kemungkinan berperilaku sebagaimana disarankan dalam tayangan tersebut. Tujuan penelitian ini adalah tayangan televisi dengan tema religi diharapkan mampu menjalankan berbagai fungsi media massa, dalam hal ini menyediakan pengetahuan, memberikan pendidikan, serta menjadi kontrol sosial dalam hal moral dan keagamaan. Penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei. Variabel yang digunakan adalah Intensitas, Isi Pesan dan sikap taqwa dengan menggunakan teori S.O.R. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 180 responden dengan menggunakan teknik angket kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling yang meliputi orang-orang yang disaring atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 20. Berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara intensitas dan isi pesan dengan sikap taqwa dalam sinetron AZAB.

Kata kunci: Pengaruh, Religius, Sikap Taqwa, Sinetron AZAB, Terpaan Tayangan

Abstract

One way of acquiring knowledge and moral and religious education is through the mass media. Some of the press functions are to convey information or knowledge (to know), educate (to educate), influence (to influence), and act as social control. These functions are certainly realized when the impression presented is positively assessed by the viewer. When an impression is presented interestingly, it is able to attract interest to watch, the message inspires the audience so that they assess the impression worth watching, enjoyed, and trusted by the truthfulness of the message it Tendency is that impression viewers are consciously or not inclined to be positive about the content of the delivered message, even the possibility of behave as suggested in the impression. The purpose of this study is television shows with religious themes are expected to run various mass media functions, in this case providing knowledge, providing education, and Social control in moral and religious matters. This research is quantitative with the survey method. The variables used are intensity, the content of the message and the attitude of Taqwa using the theory S.O.R. This research took samples as much as 180 respondents using questionnaire poll technique. The sampling techniques used were purposive sampling which included those filtered on the basis of certain criteria that researchers made. The hypothesis testing in this study used simple linear regression with the help of SPSS version 20. Based on the analysis, it can be concluded that there is a significant influence between intensity and content of the message with a Taqwa attitude in the soap opera AZAB.

Keywords : Influence, Religious, Taqwa, Soap Opera AZAB, Cast View.

Pendahuluan

Menurut jurnal dari Chendi Liana, Herta Armianti, M. Ali dari Universitas Sahid Jakarta tahun 2017¹ proses pembentukan karakter bermula dari pengenalan nilai-nilai secara kognitif, yang berlanjut dengan penghayatan nilai-nilai secara afektif, yang diharapkan berujung pada penerapan dan pengamalan nilai-nilai tersebut secara nyata dalam kehidupan (praksis). Sebelum terwujud pengamalan nyata, dalam diri manusia bersangkutan harus bangkit keinginan atau dorongan alamiah yang sangat kuat (tekad), untuk mengamalkan nilai-nilai tersebut. Proses ini dapat diperoleh melalui pendidikan moral dan agama seseorang dari lingkungan pergaulannya, baik secara formal maupun informal. Selain itu, pengetahuan moral dan keagamaan dapat pula diperoleh melalui berbagai media, seperti dari buku, surat kabar (misalnya dari rubrik keagamaan), majalah, program acara radio, film bertemakan keagamaan, program acara di televisi, dan kini melalui internet.

Sebagaimana telah disebut di atas, salah satu cara perolehan pengetahuan dan pendidikan moral dan agama ialah melalui media massa. Beberapa fungsi pers adalah untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan (*to inform*), mendidik (*to educate*), mempengaruhi (*to influence*), serta berperan sebagai kontrol sosial (*social control*). Fungsi-fungsi ini tentunya baru terealisasi bila tayangan yang disajikan dinilai positif oleh pemirsa. Bila suatu tayangan disajikan secara menarik, mampu menarik minat untuk menonton, pesannya menggugah perasaan pemirsa sehingga mereka menilai tayangan tersebut layak ditonton, dinikmati, serta dipercaya kebenaran pesan yang disampaikannya, maka, kecenderungannya adalah bahwa pemirsa tayangan secara sadar ataupun tidak cenderung bersikap positif terhadap isi pesan yang disampaikan melalui tayangan tersebut, bahkan kemungkinan berperilaku sebagaimana disarankan dalam tayangan tersebut.

Di antara berbagai pesan religi yang disampaikan media massa cetak maupun elektronik, program acara atau tayangan televisi dengan tema religi diharapkan mampu menjalankan berbagai fungsi media massa, dalam hal ini menyediakan pengetahuan, memberikan pendidikan, serta menjadi kontrol sosial dalam hal moral dan keagamaan. Diharapkan tayangan religi semacam itu mampu mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat secara positif.

M.A. Subandi dalam bukunya Psikologi Agama dan Kesehatan Mental (2013 : 49) membagi perkembangan kehidupan beragama manusia ke dalam tiga (3) tahapan, yakni: keberagaman pada masa kanak-kanak, masa remaja, dan masa dewasa.¹ Menilik perkembangan pemikiran keberagaman seorang manusia sejak masa kanak-kanaknya saat dirinya masih cenderung menerima ajaran agama apa adanya, tanpa memikirkan terlalu jauh akan kebenarannya, kemudian berkembang di masa remaja, saat kehidupan beragamanya sangat dipengaruhi kondisi psikologis remajanya, akhirnya di masa dewasanya saat ia diharapkan sudah mencapai kematapan dan kedewasaan; maka penelitian ini tertarik untuk memfokuskan penelitian kepada golongan usia transisi dari usia remaja menuju dewasa. Kelompok masyarakat yang peneliti nilai sesuai untuk dijadikan subyek penelitian ialah kelompok mahasiswa, mengingat mereka termasuk kelompok masyarakat yang kritis dan cenderung mudah menerima nilai-nilai baru.

Mahasiswa, terutama mereka yang berkumpul dari berbagai latar belakang, diharapkan mempunyai pandangan yang obyektif mengenai suatu masalah, dan diharapkan mampu memilah berbagai pesan yang mereka terima untuk mereka terima sebagai pesan yang bermanfaat bagi diri dan kehidupannya, dan menimbang apakah suatu pesan layak mempengaruhi sikap mereka dan kecenderungan untuk berperilaku.

Namun baru-baru ini muncul sinteron religi baru yang berjudul “AZAB” yang tayang di Indosiar. Dilansi dari website resmi Indosiar yaitu www.indosiar.com/shows/azabsinetronAZAB tayang pada hari senin sampai sabtu pada pukul 17.00 sampai 18.30 WIB.

Di sinetron ini mempunyai keunikan dan ciri khas tersendiri yang bisa di temukan di judul dan juga cerita pada sinetron ini. Sinetron yang di sutradarai oleh Jogi ini pun mampu menjadi perbincangan warga Net di Indonesia pada waktu itu.

Namun pemilihan judul dan setingan cerita tidak serta merta begitu saja, ada alasannya mengapa Jodi memilih judul tersebut. Seperti ulasan dari www.era.id dimana sang sutradara Jodi di wawancara mengenai sinetron AZAB.

"Kalau mulai dari ide cerita, bikin skenario, bikin skenario mungkin dua hari tiga hari. Melibatkan berapa, itu tergantung. Rata-rata melibatkan biasanya bisa tiga, bisa empat ... Jadi, pakem itu dari kantor. Jadi, di PH ada tim kreatif sendiri. Mereka biasanya kasih ide, kasih cerita dasar dulu, itu dari kreatif. Nanti dikembangkan sendiri oleh penulis. Jadi, tim kreatif itu sendiri memang di luar tim produksi, tim penulis.," kata Jogi.

"Itu cuma buat menangkap penonton supaya mereka menarik. Dari judul saja mereka bisa tahu, mungkin tentang itu. Tapi, tentang itu, apa yang terjadi, kita bikin penasaran supaya mereka menonton. Jadi, dari judul saja mereka langsung tahu, dan penasaran. Kalau bikin panjang kan sudah jelas. Kalau judul pendek, enggak jelas, ceritanya tentang apa. Jadi, memang kita cuma kasih ide saja, ceritanya tentang ini, tapi apa yang terjadi, itu harus nonton," tutur Jogi.

Namun dengan judul dan cerita yang seperti itu pastinya tidak lepas dari konflik dan kontra dan berbagai kalangan, seperti KPI dan berbagai Ulama-ulama yang tidak setuju dan tidak membenarkan adanya tayangan dari sinetron AZAB itu sendiri. Karena menurut masyarakat dan beberapa kalangan beberapa alur cerita sinetron AZAB tersebut dianggap tidak masuk akal dan sama sekali tidak mendidik. Jika diperhatikan judul sinetron azab yang tayang di televisi imajinasi tim kreatif membuat sinetron tersebut terkesan aneh dan tidak masuk akal. Seperti dilansir dari entertainment.solopos.com KPI telah mengeluarkan peringatan tertulis untuk sinetron AZAB.

Dalam surat peringatan tertulis nomor 413/K/KPI/31.2/07/2018 KPI menemukan potensi pelanggaran pada program siara Azab Indosiar yang tayang 15 Juli 2018 pukul 17. 06 WIB. Sinetron tersebut dianggap tidak memperhatikan ketentuan perlindungan anak-anak dan remaja serta larangan menampilkan mayat yang mengerikan sesuai aturan. Peringatan tersebut diterbitkan setelah KPI melihat sinetron Azab Indosiar menampilkan mayat seorang pria dengan wajah hitam serta bibir terbuka penuh luka. KPI menilai hal tersebut berpotensi melanggar Pasal 15 Ayat (1) dan Pasal 30 Ayat (1) huruf d SPS KPI Tahun 2012 tentang perlindungan anak-anak dan remaja serta larangan menampilkan kondisi mayat yang mengerikan. Berdasarkan hal tersebut KPI Pusat memutuskan untuk memberikan peringatan.

Hal ini pun bisa mempengaruhi kualitas program religi di Indosiar, di lansir dari survei KPI yaitu, program TV Religi Indosiar berada di bawah rata-rata atau di posisi kedua dari bawah dimana Indosiar mempunyai nilai sebesar 3.05 sedangkan yang terkecil di posisi pertama yaitu diperoleh SCTV dengan nilai sebesar 3.02 dan yang mempunyai kualitas terbaik yaitu dari Metro TV yaitu dengan nilai 3.27. Hal ini menunjukkan program religi di Indosiar belum mempunyai kualitas yang bagus dan memenuhi standard program Religi dari KPI.

Tapi terlepas dari kontra ternyata sinetron religi AZAB mendapatkan rating yang sangat tinggi bahkan mendapatkan keuntungan yang di dapatkan dalam sinetron ini pun naik beberapa persen dari tahun 2017. Seperti dilansir dari www.tirto.id KPI boleh saja menegur stasiun TV, namun fenomena tayangan sinetron bertema AZAB ini ternyata mendapatkan banyak penggemar di masyarakat. Setidaknya ini tercermin dari kinerja perusahaan yang positif dengan adanya sinetron bertema azab. PT Surya Citra Media Tbk (SCMA) misalnya, termasuk yang terkerek dari tayangan bertema AZAB. Sinetron program Azab ini menurut hasil riset NH Korindo Sekuritas turut mendorong pertumbuhan kinerja perseroan.

PT Surya Citra Media Tbk (PDF), per 30 September 2018⁴ berhasil mengantongi pendapatan Rp3,79 triliun. Lebih tinggi 10,82 persen dibanding pendapatan 2017 yang sebesar Rp3,42 triliun. Laba usaha perseroan juga terdongkrak 4,7 persen dari Rp1,49 triliun periode sembilan bulan pertama 2017 menjadi Rp1,56 triliun di periode yang sama 2018. Berkat catatan positif itu, laba bersih yang dikempit perusahaan juga bertambah 9,17 persen dari Rp1,09 triliun di tahun lalu menjadi Rp1,19 triliun pada laporan keuangan per September 2018.

Pendapatan MNCTV (PDF) juga mengalami kenaikan sebesar 2,79 persen menjadi Rp5,53 triliun pada September 2018 dari Rp5,38 triliun periode yang sama tahun sebelumnya. Salah satunya disokong oleh pendapatan dari konten senilai Rp1,09 triliun atau naik 6,86 persen dibanding September 2017 yang senilai Rp1,02 triliun.

Mahasiswa yang menjadi sasaran penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Gunadarma Depok jurusan Komunikasi karena peneliti ingin melihat dari segi pandangan mahasiswa Komunikasi tentang permasalahan ini.

Dalam membentuk moral bangsa, media massa dapat berperan dalam menyajikan pesan-pesan berupa pengetahuan, pendidikan, serta kontrol sosial dalam hal moral dan keagamaan. Salah satu caranya adalah sebagaimana ditawarkan stasiun televisi Indosiar melalui tayangan religinya AZAB. Tujuan dalam penelitian ini adalah diharapkan tayangan semacam itu mampu mempengaruhi perilaku dan sikap masyarakat secara positif. Dari uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan pokok penelitian sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh terpaan acara religi AZAB di Indosiar terhadap sikap dan perilaku taqwa mahasiswa Komunikasi Universitas Gunadarma Depok 2015”

Metode

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Ilmu komunikasi jurusan Komunikasi Universitas Gunadarma tahun 2015. Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Maret sampai dengan bulan Agustus 2019 melalui penyebaran kuesioner.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011)²⁶. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi Universitas Gunadarma Depok angkatan 2015

Metode penelitian ini menggunakan korelasional. Korelasional ini menggunakan teknik pengambilan sampling, purposive sampling. Yang dengan rumus Yamane didapat 180 responden dari 327 mahasiswa Komunikasi Universitas Gunadarma Depok angkatan 2015. Berdasarkan populasi yang ada maka dalam pengambilan sampel penelitian ini dengan menggunakan rumus Taro Yamane atau Slovin dalam Ridwan (2005:65). Rumus dimaksud adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d = presisi atau batas toleransi kesalahan pengambilan sampel (0,05)

$$\begin{aligned}
 N &= \frac{n}{nd^2+1} \\
 &= \frac{327}{327.(0,05)^2+1} \\
 &= \frac{327}{327.0,0025+1} \\
 &= \frac{327}{0,1875+1} \\
 &= \frac{327}{1,1875} \\
 &= 179,917 \\
 &= 180
 \end{aligned}$$

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi yang luas dan ingin mengetahui pengaruh tertentu terhadap yang lain. Maka, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Rachmat Kriyanto (2006 : 55)¹³ mengatakan riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Menurut positivisme, ilmu yang valid adalah ilmu yang dibangun dari empirik. Dengan pendekatan positivisme dalam metodologi penelitian kuantitatif, menuntut adanya rancangan penelitian yang menspesifikkan objeknya secara eksplisit, dipisahkan dari objek-objek lain yang tidak diteliti. Metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang mewakili paham positivistik. Metodologi penelitian kuantitatif mempunyai batasan-batasan pemikiran yaitu: korelasi, kausalitas, dan interaktif; sedangkan objek data, ditata dalam tata pikir kategorisasi, interfalisisik dan kontinuasi.

Penelitian ini menggunakan skala Likert dalam mengukur tanggapan responden. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Penelitian ini menggunakan metode Uji Instrumen Seperti, Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Nomralitas, Uji Multi Kolinearitas, Uji Heterokedastisitas.

Begitu juga dengan metodenya yaitu menggunakan, Agresi Regresi Berganda, Uji F, Uji T, Uji Koenfisien Determinasi.

Hasil

Tabel I Gambaran Pengaruh Terpaan Dan Isi Pesan Tayangan Sinetron Religius “Azab” Di Indosiar Terhadap Sikap Taqwa Mahasiswa Dalam Agama Islam

Variabel	Terpaan		Isi Pesan		Sikap	
	Tidak Terpengaruh	Terpengaruh	Tidak Terpengaruh	Terpengaruh	Tidak Terpengaruh	Terpengaruh
Persentase	70%	30%	68%	32%	83%	17%

Pada tabel I Terpaan tidak terpengaruh 70%, terpengaruh 30%, isi pesan terpengaruh 68% dan tidak terpengaruh 32% serta sikap terpengaruh 83% dan tidak terpengaruh 17%.

Pembahasan

Pada penelitian ini dilakukan analisis Pengaruh Terpaan Tayangan Sinetron Religius “AZAB” di Indosiar Terhadap Sikap Taqwa dalam Agama Islam Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma Depok 2015, dimana terdapat 3 variabel yaitu variabel X1 (Intensitas), variabel X2 (Isi Pesan) dan variabel Y (Sikap Taqwa). Berdasarkan hasil perhitungan Taro Yamane telah di dapatkan sampel sebanyak 180 responden dari total populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma sebanyak 327 mahasiswa.

Bedasarkan hasil data kuesioner yang telah disebarkan kepada 180 responden secara langsung dengan menggunakan angket kuesioner, diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan (123%) lebih besar dibandingkan dengan responden laki-laki (57%) dimana seluruh reponden adalah mahasiwa Ilmu Komuniasi Universitas Gunadarma 2015.

Dari hasil data kuesioner yang diperoleh dan hasil olah data menggunakan SPSS versi 23, diketahui kuesioner dengan jumlah awal 25 butir pernyataan terdapat 3 pernyataan yang tidak valid yaitu nomer 3, 10, 14 setelah diuji menggunakan SPSS. Setelah melakukan uji validitas, maka pernyataan yang di sebar oleh peneliti kepada 180 reponden sebanyak 22 butir pernyataan.

Pada uji reabilitas, pernyataan variabel X1 (Intensitas), X2 (Isi Pesan) dan Y (SikapTaqwa) dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Instrumen pernyataan variabel X1 yang dijadikan sebagai kuesioner pernyataan dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha 0,877. Instrumen pernyataan variabel X2 yang dijadikan sebagai kuesioner pernyataan dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha 0,827. Instrumen pernyataan variabel Y yang dijadikan sebagai kuesioner pernyataan dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha 0,838.

Pada uji asumsi klasi berdasarkan hasil uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas menyatakan bahwa data yang diuji berdistribusi normal, tidak terjadi miltikolinieritas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji normalitas diketahui memiliki nilai signifikansi sebesar $0,7 > 0,05$. Pada hasil uji multikolinieritas memiliki nilai VIF sebesar 2,283 dan pada hasil uji heteroskedastisitas terlihat pada gambar Scatterplot titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka nol, dan data ttidak membentuk pola dengan jelas.

Bedasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diketahui diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut, $Y = 5,674 + 0,167 (X1) + 0,494 (X2) + 1,058$. dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa konstanta Y sebesar 5,674 artinya apabila nilai X itu 0 (tidak ada), maka variabel Y atau sikap taqwa sudah memiliki nilai. Nilai positif pada variabel X1 motif sebesar 0,167 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai pengaruh motif, maka nilai sikap taqwa bertambah sebesar 0,167, dan nilai positif pada variabel X2 motif sebesar 0,494 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai pengaruh motif, maka nilai sikap taqwa bertambah sebesar 0,494.

Dari hasil olah data yang diuji dengan nilai uji t mendapatkan hasil pada variabel X1 (Intensitas) nilai t hitung (3,908) > t tabel (1,653) angka tersebut menunjukkan haasil bahwa H₁ diterima yang berarti terdapatg pengaruh X1 terhadap Y. Sedangkan pada variabel X2 (Isi Pesan) nilai t hitung (6,875) > t tabel (1,653) angka tersebut menunjukkan haasil bahwa H₂ diterima yang berarti terdapatg pengaruh X1 terhadap Y.

Pada uji F didapatkan nilai F hitung 117,359 > F tabel 2,655 dan niali Sig. 0,000 < 0,05. Maka H₃ ditolak H₄ diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Intensitas (X1) dan Isi Pesan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap Taqwa (Y).

Dalam penelitian ini diperoleh determinasi (R) pada variabel X1 sebesar 0,675 atau 67,5%. Nilai ini menjelaskan bahwa hubungan antara intensitas dengan sikap taqwa hubungannya kuat. Sedangkan pada nilai R square intensitas sebesar 0,455 atau 45,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh

intensitas memberikan dampak sebesar 45,5% terhadap sikap taqwa dalam sinetron AZAB, sedangkan selebihnya 54,4% (100%-45,5%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain dari penelitian ini.

Dalam penelitian ini diperoleh determinasi (R) pada variabel X2 sebesar 0,730 atau 73%. Nilai ini menjelaskan bahwa hubungan antara isi pesan dengan sikap taqwa hubungannya kuat. Sedangkan pada nilai R square intensitas sebesar 0,530 atau 53%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh intensitas memberikan dampak sebesar 45,5% terhadap sikap taqwa dalam sinetron AZAB, sedangkan selebihnya 47% (100%-53%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain dari penelitian ini.

Dalam penelitian ini diperoleh determinasi (R) pada variabel X1 dan X2 sebesar 0,755 atau 75,5%. Nilai ini menjelaskan bahwa hubungan antara intensitas dan isi pesan dengan sikap taqwa hubungannya kuat. Sedangkan pada nilai R square intensitas sebesar 0,570 atau 57%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh intensitas dan isi pesan memberikan dampak sebesar 57% terhadap sikap taqwa dalam sinetron AZAB, sedangkan selebihnya 43% (100%-57%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain dari penelitian ini.

Pada hasil penelitian yang dilakukan dapat menjawab rumusan permasalahan yang diajukan pada pendahuluan, yaitu hasil dari penelitian intensitas dan isi pesan sinetron AZAB mempengaruhi sikap taqwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma 2015. Hal tersebut dapat dilihat dari uji hipotesis yang dilakukan oleh peneliti. Telah di dapatkan nilai Sig. X1 sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai Sig. X2 sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa, H_{01} dan H_1 diterima, H_{02} dan H_2 diterima, H_3 ditolak H_4 diterima. Selain pemaparan diatas, terdapat pula hasil analisis berdasarkan hasil kuesioner atau pernyataan-pernyataan yang telah disebarkan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma 2015 sebanyak 180 responden.

Dalam penelitian ini "Terpaan" peneliti jadikan 2 variabel yaitu variabel intensitas dan isi pesan. Hal ini peneliti dapatkan dari jurnal-jurnal atau penelitian terdahulu. Ada 6 indikator pada variabel intensitas (Berapa kali melihat sinetron AZAB, penayangan sinetron AZAB lebih sering, penulisan judul dalam sinetron AZAB mudah dibaca, lama waktu melihat sinetron AZAB, menyaksikan sinetron AZAB sampai selesai, penayangan sinetron AZAB tidak menyita waktu) dan sedangkan dari variabel isi pesan ada 3 indikator (Isi pesan yang disampaikan mempunyai daya tarik rasional, isi pesan yang disampaikan mempunyai daya tarik emosional, isi pesan yang disampaikan mempunyai daya tarik moral) dan variabel Y (sikap taqwa) mempunyai 3 indikator (Kognitif (mempengaruhi pemikiran), afektif (mempengaruhi emosi), konotatif (mempengaruhi sikap)).

Pada variabel X1 (Intensitas) dimensi frekuensi pertanyaan nomor 1 lah yang mempunyai jawaban paling banyak, yaitu sebanyak 70% yaitu para responden melihat sinetron AZAB lebih dari sekali dalam seminggu yang berarti terpaan sinetron paling berpengaruh dalam sikap taqwa memiliki frekuensi menonton lebih dari sekali dalam seminggu. Lalu dalam frekuensi durasi pernyataan nomor 6 lah yang banyak mendapatkan respon setuju dimana responden melihat sinetron AZAB lebih dari 30 menit. Hal ini menjelaskan pernyataan nomor 6 lah yang membuat terpaan terhadap sikap taqwa lebih efisien yaitu dengan waktu lebih dari 30 menit

Pada variabel X2 (Isi Pesan) pernyataan nomor 15 lah yang mempunyai respon setuju paling banyak yaitu sinetron AZAB mempunyai pesan moral mengenai apa yang baik dan benar dalam agama islam. Hal ini menunjukkan sinetron AZAB mempunyai pesan moral yang baik.

Lalu pada variabel terakhir yaitu variabel Y (Sikap Taqwa) pernyataan terakhir lah yang mempunyai jawaban positif paling banyak yaitu Saya siap untuk merubah sikap taqwa saya lebih baik lagi setelah melihat Sinetron Taqwa. Hal ini menjelaskan ada pengaruh dari terpaan sinetron AZAB terhadap sikap taqwa.

Jika dikaitkan dengan teori S.O.R yang dimana teori tersebut menjelaskan bahwa ada 3 komponen dimana S yaitu Stimulus yang berarti sinetron AZAB lalu dilanjutkan dengan O yaitu

Organism yang berarti Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma tahun 2015 dan yang terakhir yaitu R yang berarti Response yaitu Sikap Taqwa. Dalam penelitian ini peneliti berhasil menemukan hasil dimana terpaan sinetron AZAB yang ditayangkan di TV Indosiar mempunyai dampak mempengaruhi sikap taqwa, dimana hal ini bisa dilihat diuji t dimana hasil pada variabel X1 (Intensitas) nilai t hitung (3,908) > t tabel (1,653) angka tersebut menunjukkan hasil bahwa H₁ diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y dan variabel X2 (Isi Pesan) nilai t hitung (6,875) > t tabel (1,653) angka tersebut menunjukkan hasil bahwa H₂ diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

Hal ini tentu saja sangat unik dikarenakan sinetron religi AZAB mempunyai kualitas sinetron religi yang paling buruk diantara sinetron yang lain menurut KPAI, perihal tersebut bisa dilihat di BAB 1. Nyatanya kualitas TV tidak mempengaruhi penonton dalam memilih sinetron religi, hal ini diketahui di BAB 1 dimana hasil riset NH Korindo Sekuritas sinetron AZAB memberikan keuntungan hingga Rp3,79 triliun pada tahun 2018 dimana keuntungan ini naik hingga 10,82%. Dapat disimpulkan bahwa kualitas sinetron AZAB yang dinilai buruk tidak mempengaruhi penonton untuk tidak ditonton. Hal ini juga diikuti sertakan di kuesioner pada nomor 4, 5 dimana pernyataan tersebut mendeskripsikan tentang kualitas sinetron dan para responden menjawab bahwa sinetron AZAB mempunyai kualitas yang buruk. Lalu sinetron AZAB juga menjadi bahan olok-an dan bahan bercanda bagi sejumlah akun komedi di Instagram dan media sosial lainnya, dimana scene-scene yang unik potong dan di post untuk bahan candaan. Hal ini dikarenakan cerita yang tidak rasional dan konyol hal ini bisa diketahui dalam pernyataan kuesioner nomor 11 dimana responden mempunyai rata-rata jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju jika sinetron AZAB mempunyai cerita yang rasional.

Hal ini tentunya sangat tidak etis dimana sinetron yang peneliti uji adalah sinetron religi, dimana seharusnya sinetron religi mempunyai kualitas cerita yang baik agar penonton mendapatkan suatu pelajaran dan mempengaruhi sikap taqwa. Belum lagi sinetron AZAB malah mendapatkan teguran dari KPI dan para Ulama di Indonesia, dimana hal ini menjadi hal yang unik karena sinetron religius malah mendapat teguran dari pemerintah dan tokoh agama, dan juga judul yang aneh dan unik yang malah di jadikan bahan tertawa bagi masyarakat yang seharusnya hal itu tidak boleh di dapatkan dari sinetron religius.

Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui apakah dibalik sinetron religi kontroversial ini apakah masih mempunyai pengaruh yang dapat mempengaruhi sikap taqwa penonton. Oleh sebab itu juga peneliti menguji dengan menggunakan angket kuesioner yang dimana repondennya adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma tahun 2015 yang tentunya sudah memahami dan lebih mengetahui tentang media dibandingkan mahasiswa jurusan lain yang ada di Universitas Gunadarma Depok.

Hasil yang peneliti dapatkan adalah walaupun sinetron religi AZAB mempunyai kualitas buruk maupun sinetron yang dijadikan bahan meme oleh official account komedi di media sosial ternyata mempunyai pengaruh dimana dapat mempengaruhi sikap taqwa. Peneliti sudah menguji sedemikian rupa dimana peneliti mendapatkan hasil bahwa sinetron religi AZAB yang ditayangkan di Indosiar mempunyai pengaruh dalam mempengaruhi sikap taqwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma Depok tahun 2015.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Terpaan Tayangan Sinetron Religius AZAB di Indosiar Terhadap Sikap Taqwa Mahasiswa Dalam Agama Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Universitas Gunadarma Depok 2015), maka diperoleh kesimpulan yang dapat menjawab dari identifikasi masalah dalam penelitian ini.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa tayangan sinetron AZAB di Indosiar mempunyai pengaruh terhadap sikap taqwa. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan tayangan sinetron AZAB di Indosiar memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel sikap taqwa mahasiswa. Besarnya pengaruh terpaan sinetron AZAB terhadap sikap taqwa mahasiswa Komunikasi 2015 Universitas Gunadarma Depok memiliki nilai yang positif. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa terpaan tayangan sinetron AZAB di Indosiar dapat mempengaruhi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Universitas Gunadarma Depok 2015 setelah mengkonsumsi sinetron religi AZAB.

Dimensi organisme memiliki pengaruh yang paling besar terhadap timbulnya sikap taqwa mahasiswa yang menonton sinetron religius AZAB. Tayangan sinetron AZAB di Indosiar memberikan kontribusi terhadap sikap taqwa mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Universitas Gunadarma Depok 2015 dengan adanya nilai hubungan yang positif, artinya tingkat terpaan tayangan sinetron religius AZAB akan menyebabkan sikap taqwa yang tinggi pula.

Saran

Sinetron AZAB harus membenahi lagi tentang isi cerita dan judu yang akan disinggulkan kepada masyarakat Indonesia, terlebih lagi sinetron ini adalah sinetron religius yang dimana seharusnya tidak menjadi bahan lelucon di masyarakat.

Scene cerita dari sinetron AZAB seharusnya mempunyai scene yang masuk akal dan rasional dimana scenenya jadi tidak dijadikan bahan komedi dan bahan tertawaan oleh masyarakat Indonesia. Jangan hanya mengejar popularitas dengan menggunakan scene yang tidak rasional dan mendapatkan keuntungan semata, namun juga seharusnya membuat scene yang mempunyai dampak positif di masyarakat.

Saran bagi penelitian selanjutnya yaitu diharapkan dapat memperluas objek penelitian contohnya terpaan tayangan sinetron AZAB dengan sampel yang lebih besar sehingga dapat memberikan penelitian yang lebih representatif dengan menambahkan variabel misalnya gaya komunikasi seperti apakah yang lebih disukai oleh audiens, yang kemungkinan dapat berpengaruh kepada minat audiens untuk tetap menonton sinetron AZAB.

References

1. Abdul, Wahid, dan Muhammad Labib, *Cyber Crime*, Bandung, Reflika Aditama; 2005,
2. Abu Maryam Majdi Fathi Al-Sayed, *Taqwa: The Provision Of Believers*, PROVTSON OF MUJAHID: no2, Al-Firdous Ltd, London.
3. Ardianto, Elvinaro. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media; 2007.
4. Albert, J., Giammarresi, D dan Wood, D. 2000. *Normal Form Algorithms Extended Context-Free Grammars*. *Theoretical Computer Science*. Vol. 267. pp. 35-47. Pok Fu Lam. Hongkong.
5. Ancok, D & Suroso, F.N 2008. *psikologi islam: solusi islam atas problem- peroblem psikologi*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar.
6. Azwar, Saifuddin.2004. *Metode Penelitian*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Chaer, Abdul.1993. *Gramatika Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta. ----- *Linguistik Umum*. Jakarta : Rineka Cipta;2003
7. Berkman, H.W. dan Gilson, C., *Consumer Behavior: Concept and Strategies*. (second editions). Boston: Kent Publishing Company; 1981.
8. Burhan bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, 2009
9. Effendy, Onong Uchjana.*Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti;2003
10. Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2006
11. Griffin, Manajemen, alih bahasa Gina Gania, Erlangga, Jakarta; 2004.

12. Hovland,C.I.,Janis,I.L.,dan Kelley. Communication and persuasion.New Haven: Yale University Press; 1953.
13. Kriyantono, Rahmat. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : PT. Kencana Perdana; 2006.
14. Kotler. From mass marketing to mass customization. MCB UP Ltd: 1989.
15. Kuswandi, Wawan.. Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi), Jakarta : Rineka Cipta; 2008