

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dakwah merupakan salah satu aspek fundamental dalam Islam yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran agama dan membimbing umat manusia ke arah kehidupan yang lebih baik berdasarkan nilai-nilai Islam. Secara etimologis dakwah berarti ajakan atau seruan (Aziz, 2015). Dalam konteks Islam, dakwah mengacu pada aktifitas menyampaikan ajaran agama kepada individu atau kelompok dengan tujuan membangun kesadaran dan pemahaman terhadap Islam. Dakwah tidak terbatas pada ceramah keagamaan, tetapi juga mencakup berbagai metode dan media yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Seiring dengan perkembangan zaman, dakwah tidak lagi terbatas pada metode konvensional seperti khutbah di masjid atau majelis taklim. Kini dakwah telah berkembang melalui berbagai *platform* komunikasi modern. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru bagi para dai dan lembaga dakwah untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih inovatif dan menarik. Dakwah digital menjadi fenomena baru yang semakin berkembang, dengan kemampuan menjangkau khalayak yang luas. Salah satu bentuk dakwah yang masih bertahan hingga saat ini adalah dakwah melalui media massa, seperti televisi, radio dan film.

Media massa memiliki peran strategis dalam dakwah karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas, lintas geografis, dan beragam latar belakang (Effendy, 2017). Televisi merupakan media dakwah yang cukup efektif karena dapat mengemas pesan keagamaan dalam format yang lebih menarik. Tayangan dakwah di televisi memiliki pengaruh terhadap pemahaman keagamaan masyarakat, terutama jika dikemas secara komunikatif dan sesuai dengan realitas kehidupan sehari-hari (Hidayatullah, 2020). Momen ketika televisi menjadi media dakwah yang paling dominan terjadi saat bulan Ramadan, yang mana banyak stasiun televisi menayangkan program khusus bernuansa islami.

Bulan Ramadan menjadi momen spesial bagi industri televisi di Indonesia karena adanya peningkatan jumlah penonton dan perubahan preferensi tontonan. Pada bulan ini, masyarakat cenderung mencari tontonan yang bernilai religius dan inspiratif, sehingga banyak stasiun televisi menghadirkan program religi. Berdasarkan laporan Nielsen tahun 2022, pada bulan Ramadan, jumlah penonton televisi meningkat sekitar 15-20% dibandingkan bulan-bulan biasa, terutama pada waktu sahur dan menjelang berbuka puasa.

Televisi masih menjadi salah satu media komunikasi massa yang memiliki daya jangkauan luas dan mampu memengaruhi pola pikir serta perilaku masyarakat. Berdasarkan laporan Nielsen pada tahun 2023, tingkat konsumsi televisi di Indonesia masih mencapai 71% dari total populasi. Khususnya pada program-program tertentu seperti berita, olahraga, dan sinetron. Hal ini

menunjukkan bahwa meskipun *platform* digital semakin berkembang, program-program televisi yang bernuansa religi masih memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat terutama selama bulan Ramadan.

Program religi tidak hanya hadir dalam bentuk ceramah atau *talkshow*, tetapi juga dikemas dalam berbagai format lain seperti sinetron religi, film, dan dokumenter. Program religi di televisi memiliki peran dalam meningkatkan pemahaman dan praktik keagamaan masyarakat, terutama jika disampaikan melalui format yang mudah dipahami dan sesuai dengan realitas sosial generasi milenial (Rahmat & Widyastuti, 2020). Salah satu format program religi yang paling diminati adalah sinetron religi.

Berbeda dengan ceramah atau kajian Islam yang bersifat langsung dan informatif, sinetron religi mengemas pesan dakwah dalam alur cerita yang menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Sinetron religi sering kali mengangkat nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, konflik sosial dan perjalanan spiritual tokoh-tokohnya. Dengan pendekatan yang lebih dramatis dan emosional, sinetron religi mampu menjangkau segmen penonton yang lebih luas. Keberadaan sinetron religi di televisi, khususnya selama bulan Ramadan, semakin memperkuat peran media dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara lebih luas dan menarik.

Dalam konteks ini, SCTV sebagai salah satu stasiun televisi nasional turut berkontribusi dengan menghadirkan berbagai program religi yang diminati pemirsa. SCTV sebagai salah satu stasiun televisi nasional memiliki tradisi panjang dalam menyajikan program spesial Ramadan, mulai dari kajian

agama, tausiyah, hingga sinetron religi. Konsistensi SCTV dalam menyajikan program-program religi selama Ramadan tidak hanya memperkaya khazanah pertelevisian Indonesia, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran keagamaan masyarakat dengan menghadirkan tayangan yang edukatif dan menghibur. Salah satu program yang menjadi ikon Ramadan di SCTV adalah sinetron religi *Para pencari tuhan Jilid 18 "Dunia Sementara Coy!"* (PPT).

Sejak pertama kali tayang pada tahun 2007, sinetron PPT telah menjadi tontonan wajib bagi banyak masyarakat Indonesia setiap bulan Ramadan. Sinetron PPT memiliki daya tarik tersendiri karena menggabungkan unsur dakwah dengan hiburan. Dengan latar cerita yang menggambarkan kehidupan masyarakat kelas bawah dan pesan moral yang kuat, sinetron ini berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, termasuk generasi milenial. Menurut survei yang dilakukan oleh Pusat Kajian Media Islami, sebanyak 68% responden yang rutin menonton sinetron religi, termasuk PPT, mengaku mendapatkan inspirasi dalam menjalankan ibadah dan memperkuat nilai-nilai keislaman generasi milenial (PKMI, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa tayangan ini masih memiliki tempat di hati pemirsanya meskipun telah berjalan lebih dari satu dekade. Pesan-pesan keislaman dalam sinetron ini disampaikan melalui karakter yang saling berkaitan dan alur yang mengangkat isu-isu sosial yang dekat dengan keseharian masyarakat, khususnya generasi milenial yang tumbuh di era modern dengan berbagai tantangan dalam menjalankan nilai-nilai keagamaan di tengah arus globalisasi dan digitalisasi.

Generasi milenial yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 (Ruggiero, 2000) merupakan kelompok yang tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan informasi. Generasi ini memiliki karakteristik unik, seperti kecenderungan untuk selalu terhubung dengan dunia digital, lebih terbuka terhadap perubahan, serta memiliki tingkat pendidikan yang lebih baik dibandingkan generasi sebelumnya. Di Indonesia, generasi milenial menjadi bagian penting dalam perkembangan sosial dan budaya, termasuk dalam pola konsumsi media. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial tidak hanya lebih terdidik, tetapi juga lebih aktif dalam mengakses berbagai bentuk media untuk memperoleh informasi dan hiburan. Kemajuan dalam akses pendidikan dan teknologi juga turut memengaruhi cara generasi milenial mengonsumsi media, termasuk di wilayah dengan pertumbuhan penduduk yang pesat seperti Bekasi.

Bekasi merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan penduduk yang pesat di Indonesia, terbagi menjadi Kota Bekasi dan Kabupaten Bekasi. Sebagai daerah penyangga DKI Jakarta, wilayah ini mengalami urbanisasi yang signifikan, menjadikannya salah satu kawasan urban terbesar di Jabodetabek. Kabupaten Bekasi, yang memiliki luas lebih besar dibandingkan Kota Bekasi. Kabupaten Bekasi memiliki penduduk sekitar 3,23 juta penduduk sedangkan Kota Bekasi memiliki 2,54 juta penduduk (Badan Pusat Statistik, 2024). Jumlah generasi milenial di Kota Bekasi adalah 702.818 penduduk atau 27,67% dari total jumlah penduduk di Kota Bekasi. Sementara itu Kabupaten Bekasi memiliki 880.110 penduduk yang tergolong generasi milenial atau

27,2% dari total jumlah penduduk Kabupaten Bekasi. Berdasarkan data tersebut, penelitian ini akan berfokus pada generasi milenial di Kabupaten Bekasi.

Kabupaten Bekasi juga dikenal sebagai pusat industri nasional dengan ribuan perusahaan yang beroperasi di berbagai sektor. Modernisasi dan urbanisasi di wilayah ini membawa perubahan sosial yang kompleks, termasuk meningkatnya gaya hidup individualis dan materialistis yang dapat memengaruhi perilaku masyarakat, termasuk dalam aspek keagamaan.

Dalam konteks ini, media memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran keagamaan masyarakat, khususnya generasi milenial yang mendominasi populasi Kabupaten Bekasi. Sinetron religi seperti PPT berpotensi memberikan pengaruh terhadap perilaku keagamaan generasi milenial melalui pesan moral dan nilai-nilai Islam yang disampaikan dalam alur ceritanya.

Berdasarkan uraian latar belakang penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna memahami dampak yang ditimbulkan oleh terpaan sinetron PPT terhadap perilaku keagamaan pada generasi milenial. Oleh karena itu penelitian ini berjudul **“Pengaruh Terpaan Sinetron Para Pencari Tuhan jilid 18 Terhadap Perilaku Keagamaan Generasi Milenial Wilayah Kabupaten Bekasi”**.

1.2 Perumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimana terpaan sinetron PPT jilid 18 pada generasi milenial wilayah Kabupaten Bekasi?
- 1.2.2 Bagaimana perilaku keagamaan generasi milenial wilayah Kabupaten Bekasi terhadap sinetron PPT jilid 18?
- 1.2.3 Seberapa besar pengaruh terpaan sinetron PPT jilid 18 terhadap perilaku keagamaan generasi milenial wilayah Kabupaten Bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui terpaan sinetron PPT jilid 18 pada generasi milenial.
- 1.3.2 Untuk mengetahui perilaku keagamaan generasi milenial terhadap sinetron PPT jilid 18.
- 1.3.3 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan sinetron PPT jilid 18 terhadap perilaku keagamaan generasi milenial.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan secara Akademis

Penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi massa dan dakwah melalui televisi. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya wawasan tentang bagaimana terpaan media, khususnya sinetron religi, memengaruhi perilaku dan pola pikir generasi milenial di wilayah urban seperti Kabupaten Bekasi.

1.4.2 Kegunaan secara Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan bagi industri pertelevisian dalam mengembangkan program religi yang lebih efektif bagi generasi muda.

Hasilnya dapat menjadi bahan evaluasi bagi pembuat kebijakan penyiaran untuk memastikan tayangan religi tetap bernilai edukatif dan moral. Bagi generasi milenial penelitian ini diharapkan meningkatkan kesadaran akan dampak media terhadap pola pikir dan perilaku keagamaan. Sehingga generasi milenial lebih selektif dalam memilih tayangan yang bernilai positif bagi spiritualitas generasi milenial.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teori

Terpaan media merujuk pada seberapa sering seseorang berhubungan dengan media massa. Tingkat terpaan yang tinggi bisa membentuk persepsi dan keyakinan seseorang terhadap suatu isu (Severin & Tankard, 2005). Teori terpaan media menjelaskan bahwa media massa memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik, terutama bila khalayak terkena terpaan yang berulang-ulang (Effendy O. U., 2003). Terpaan media merupakan bagian dari proses komunikasi massa yang tidak hanya sekadar penyampaian pesan, tetapi juga bagaimana pesan itu diterima, dipahami, dan memberikan efek (Nurudin, 2007).

Menurut Denis McQuail teori terpaan media (*media exposure theory*) menjelaskan bagaimana individu menerima dan merespons pesan yang disampaikan oleh media massa. Terpaan media tidak hanya mengacu pada seberapa sering seseorang mengakses suatu media, tetapi juga bagaimana intensitas dan cara individu berinteraksi dengan pesan yang disajikan, baik melalui televisi, radio, surat kabar, maupun media digital (McQuail D. , 2010).

Dalam konteks sinetron religi seperti PPT jilid 18, teori terpaan media oleh McQuail relevan untuk memahami bagaimana eksposur berulang terhadap pesan-pesan dakwah dalam tayangan tersebut dapat membentuk pola pikir dan perilaku keagamaan generasi milenial di Kabupaten Bekasi.

Teori ini mulai diperkenalkan oleh McQuail dalam karyanya yang berjudul "*Mass Communication Theory*" pada tahun 1983 dan terus disempurnakan dalam edisi-edisi berikutnya, termasuk dalam edisi revisi tahun 2010. Menurut McQuail, terpaan media memiliki beberapa dimensi utama yang memengaruhi bagaimana individu menerima dan merespons pesan dari media.

- 1) Frekuensi paparan yaitu seberapa sering seseorang menonton atau mengakses suatu konten media.
- 2) Durasi paparan merujuk pada lamanya individu mengonsumsi suatu konten dalam satu periode waktu. Durasi yang lebih panjang cenderung meningkatkan pemahaman serta keterlibatan emosional terhadap isi media.
- 3) Konteks paparan berkaitan dengan situasi atau kondisi saat individu mengakses media, misalnya apakah generasi milenial menonton sendirian atau dalam lingkungan sosial yang mendukung diskusi dan refleksi atas pesan yang diterima.
- 4) Keterlibatan audiens mengacu pada sejauh mana individu memahami, mengingat, dan terpengaruh oleh pesan dalam media. Keterlibatan yang lebih tinggi meningkatkan kemungkinan seseorang menginternalisasi nilai-nilai yang disampaikan dalam tayangan tersebut.

5) Teori terpaan media dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana sinetron religi seperti PPT memengaruhi perilaku keagamaan generasi milenial melalui efek jangka pendek, menengah, dan panjang.

1.5.2 Kerangka Konseptual

Sinetron PPT menjadi salah satu tayangan religi yang banyak diminati oleh generasi milenial, terutama selama bulan Ramadan. Dengan mengangkat kisah-kisah yang dekat dengan realitas sosial serta nilai-nilai keislaman, sinetron ini memberikan pengalaman menonton yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mengandung pesan moral dan spiritual.

Dalam teori terpaan media yang dikemukakan oleh McQuail, dijelaskan bahwa paparan terhadap suatu media dalam jangka waktu tertentu dapat memengaruhi pola pikir dan tindakan audiens (McQuail D. , 2010). Terpaan sinetron PPT dapat menghasilkan dampak kognitif yaitu penonton memperoleh informasi tentang nilai-nilai Islam melalui alur cerita yang disajikan. Selain itu, dampak afektif muncul ketika penonton merasa terhubung dengan karakter dan konflik yang diangkat, sehingga menumbuhkan empati serta refleksi terhadap ajaran agama. Sementara itu, dampak perilaku dapat terlihat dalam perubahan kebiasaan religius, seperti meningkatnya minat untuk memperdalam ilmu agama atau menerapkan ajaran yang disampaikan dalam sinetron ke dalam kehidupan sehari-hari.

Hal ini sejalan dengan pandangan McQuail bahwa media memiliki peran dalam membentuk identitas sosial dan keagamaan audiens. Dengan demikian, PPT tidak sekadar menjadi tontonan hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai

sarana edukasi yang membantu membangun kesadaran dan praktik keagamaan di kalangan generasi milenial.

Berdasarkan teori terpaan media oleh Denis McQuail, semakin sering seseorang terpapar suatu media, semakin besar pengaruhnya terhadap pola pikir dan perilaku individu. Generasi milenial yang rutin menonton sinetron PPT cenderung lebih akrab dengan nilai-nilai keislaman yang dikemas dalam cerita sehari-hari, seperti keikhlasan, kepedulian sosial, dan pentingnya menjalankan ibadah. Menurut teori terpaan media, terdapat beberapa komponen utama dalam memahami bagaimana sinetron PPT memengaruhi perilaku keagamaan generasi milenial.

Frekuensi paparan mengacu pada seberapa sering seseorang menonton atau mengakses suatu konten media. Frekuensi ini dapat diukur melalui beberapa aspek, seperti jumlah paparan (*exposure rate*), konsistensi paparan (*consistency of exposure*), serta mode konsumsi (*consumption mode*). Semakin sering seseorang terpapar suatu konten, semakin besar kemungkinan konten tersebut memengaruhi cara berpikir dan perilaku individu.

Selain frekuensi, durasi paparan juga menjadi factor penting dalam konsumsi media. Durasi paparan merujuk pada lamanya individu mengonsumsi suatu konten dalam satu periode waktu. Penggunaan media dapat dikategorikan berdasarkan intensitas aksesnya yaitu semakin lama seseorang mengonsumsi konten, semakin besar kemungkinan pesan yang diterima memengaruhi pemahaman dan sikap generasi milenial. Dimensi yang terakhir ialah atensi yang berperan dalam proses individu memusatkan

perhatian untuk memahami serta menyerap informasi atau pesan yang disampaikan melalui media. Tingkat atensi yang tinggi memungkinkan individu menangkap makna pesan secara lebih efektif dan mendalam.

Menurut Glock & Stark yang dikutip oleh Ancok, kebutuhan informasi dalam konteks keagamaan dapat dikaitkan dengan lima dimensi keagamaan (Ancok & Suroso, 2001). Keberagamaan seseorang dapat diukur melalui beberapa dimensi utama yang mencerminkan sejauh mana individu memahami, menjalankan, dan merasakan keyakinannya. *Ideological Dimension* (Dimensi Keyakinan) mencerminkan tingkat keyakinan seseorang terhadap ajaran agamanya, termasuk kepercayaan terhadap Tuhan, kitab suci, serta ajaran moral dan etika yang terkandung di dalamnya. Keyakinan ini menjadi dasar dalam membentuk sikap dan perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, *Ritualistic Dimension* (Dimensi Ibadah) merujuk pada keterlibatan individu dalam praktik ibadah atau ritual keagamaan, seperti salat, puasa, membaca kitab suci, dan kegiatan keagamaan lainnya yang menunjukkan tingkat ketaatan seseorang terhadap ajaran agamanya.

Di sisi lain, aspek emosional dan pengalaman spiritual juga berperan dalam membentuk keberagamaan seseorang. *Experiential Dimension* (Dimensi Penghayatan) mengacu pada pengalaman emosional atau spiritual yang dirasakan individu saat beribadah atau menjalankan ajaran agamanya. Pengalaman ini dapat berupa rasa ketenangan, kebahagiaan, hingga kepatuhan terhadap ajaran agama. Kemudian, *Intellectual Dimension* (Dimensi

Pengetahuan) berkaitan dengan seberapa dalam seseorang memahami ajaran agamanya, baik dari segi teori maupun praktik. Pengetahuan yang baik akan ajaran agama dapat meningkatkan kualitas keberagamaan seseorang. Indikator yang terakhir adalah *Consequential Dimension* (Dimensi Pengalaman) mencerminkan perasaan spiritual seseorang terhadap Tuhan, seperti rasa syukur, kedamaian batin, serta kesadaran akan kehadiran Tuhan dalam kehidupannya. Perasaan ini dapat memotivasi individu untuk menjalani kehidupan yang lebih baik sesuai dengan nilai-nilai agama yang dianut.

Tabel 1. 1 Tabel Operasional

Variabel	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Terpaan Sinetron PPT	Frekuensi X1	Jumlah Paparan (<i>Exposure Rate</i>)	Frekuensi Harian	Likert (1-5) 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju
			Frekuensi Mingguan	
		Konsistensi Paparan (<i>Consistency of Exposure</i>)	Konsistensi Tinggi	
			Konsistensi Rendah	
		Platform atau media yang digunakan (<i>Media platform exposure</i>)	Televisi	
			Youtube	
			Tiktok	
		Mode konsumsi (<i>consumption mode</i>)	Aktif	
			Pasif	
			Interaktif	

	Durasi Paparan X2	Durasi waktu	Paparan jangka pendek	
			Paparan jangka panjang	
	Atensi X3	Proses kognitif, hal ini audiens memfokuskan perhatian pada pesan media tertentu	Atensi rendah	
			Atensi tinggi	
Perilaku Keagamaan Generasi Milenial	Keyakinan (<i>Ideological dimension</i>) Y1	Tingkat kepercayaan dan keyakinan seseorang terhadap keberadaan, kekuasaan dan keesaan Allah SWT	Keyakinan terhadap Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Esa.	Likert (1-5) 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju
			Keyakinan terhadap malaikat Allah.	
			Keyakinan terhadap kitab suci yang diturunkan oleh Allah.	
			Keyakinan terhadap para Nabi dan	

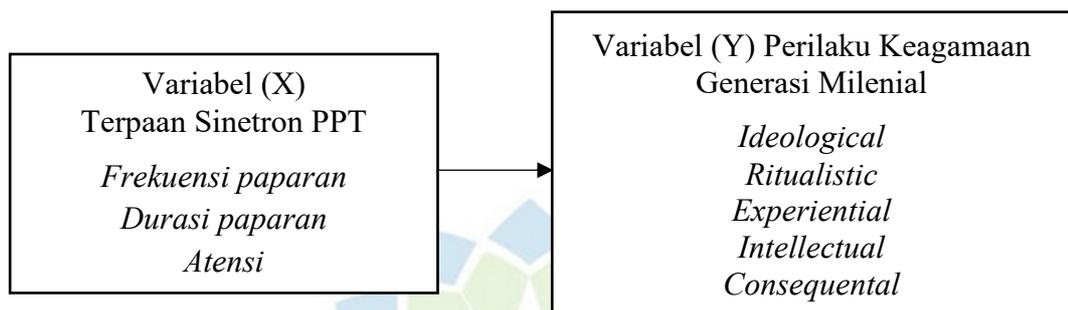
			Rasul sebagai utusan Allah.	
			Keyakinan terhadap hari kiamat sebagai hari akhir	
			Keyakinan terhadap qadha dan qadar (takdir baik dan buruk) yang telah ditetapkan oleh Allah.	
	Ibadah (<i>Ritualistic dimension</i>) Y2	Ritual keagamaan atau praktik ibadah	Sholat	
			Puasa	
			Membayar zakat	
			Membaca dan mempelajari Al-Qur'an	
	Penghayatan (<i>experiential dimension</i>) Y3	Seseorang yang mengalami kedekatan dengan Tuhan, merasakan	Perilaku menolong sesama	
			Bersedekah	

		ketenangan batin saat beribadah, atau mengalami perubahan spiritual yang mendalam	Berlaku adil	
			Bersikap jujur	
	Pengetahuan (<i>Intellectual dimension</i>) Y4	Memiliki pengetahuan dan pemahaman yang mendalam tentang prinsip, ajaran, dan nilai-nilai dalam agamanya	Isi Al-Qur'an	
			Hukum-hukum Islam	
			Sejarah Islam	
	Pengalaman (<i>Consequential dimension</i>) Y5	Merujuk pada aspek emosional dan spiritual dalam menjalankan ajaran agama	Kedekatan dengan Tuhan	
			Pengalaman Emosional	
			Refleksi diri	
			Pengaruh dalam kehidupan	

Sumber. Angket Penelitian 2025

Dalam penelitian ini, variabel dibagi menjadi dua kategori utama. Variabel independen (bebas) adalah *Terpaan Sinetron Para pencari tuhan Jilid 18 (X)*, yang mencakup aspek frekuensi, durasi, dan intensitas paparan

terhadap sinetron tersebut. Sementara itu, variabel dependen (terikat) adalah *Perilaku Keagamaan Generasi Milenial di Wilayah Kabupaten Bekasi (Y)*, yang mencerminkan perubahan atau pengaruh yang ditimbulkan akibat terpaan sinetron tersebut.



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

1.6 Hipotesis

Dalam penelitian ini, terpaan sinetron PPT Jilid 18 sebagai variabel X diduga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keagamaan generasi milenial sebagai variabel Y.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di wilayah Kabupaten Bekasi, terhadap sinetron PPT serta survei dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan.

1.7.2 Pendekatan dan Paradigma

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma positivistik, yang berfokus pada pengukuran dan analisis data secara empiris serta dapat diuji secara ilmiah (Asrul, 2023). Dalam konteks penelitian ini,

paradigma positivistik memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi hubungan antara terpaan sinetron PPT jilid 18 dengan perilaku keagamaan generasi milenial di wilayah Kabupaten Kabupaten Bekasi melalui pendekatan yang sistematis dan objektif.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis data dalam bentuk angka sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang bersifat general. Data mengenai terpaan sinetron PPT jilid 18 dan perubahan perilaku keagamaan akan dikumpulkan melalui kuesioner, kemudian dianalisis secara statistik guna mengidentifikasi pengaruh antara kedua variabel tersebut (Creswell & Creswell, 2018).

Dengan menerapkan paradigma positivistik dan pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan akurat mengenai sejauh mana terpaan sinetron PPT dapat berkontribusi terhadap perubahan perilaku keagamaan generasi milenial di wilayah Kabupaten Bekasi.

1.7.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian kuantitatif dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan terencana guna menyelesaikan suatu permasalahan dengan pendekatan berbasis angka, analisis statistik, serta metode yang terkontrol (Sukmadinata, 2013). Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk mengukur secara objektif hubungan antara terpaan sinetron PPT (variabel independen) dengan perilaku

keagamaan generasi milenial di Kabupaten Bekasi (variabel dependen) melalui proses pengumpulan data numerik serta analisis statistik.

Metode survei dipilih sebagai teknik pengumpulan data untuk memahami sejauh mana pengaruh terpaan sinetron PPT terhadap perilaku keagamaan generasi milenial di Kabupaten Bekasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang masuk dalam kategori generasi milenial berusia 29–44 tahun (BPS B. P., 2022). Kuesioner ini dirancang menggunakan skala Likert untuk mengevaluasi perubahan perilaku keagamaan berdasarkan pengalaman dan persepsi responden terhadap tayangan sinetron tersebut. Responden diminta untuk mengisi serangkaian pertanyaan terkait frekuensi menonton, pemahaman terhadap nilai-nilai Islam yang disampaikan, serta dampak tayangan terhadap praktik keagamaan generasi milenial dalam kehidupan sehari-hari (Deli, 2021).

Proses analisis data dilakukan dengan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan pola data yang diperoleh, sedangkan analisis inferensial, seperti regresi, digunakan untuk menguji hipotesis dan menentukan sejauh mana sinetron PPT memengaruhi perilaku keagamaan generasi milenial di Kabupaten Bekasi. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih terukur dan komprehensif terkait efektivitas tayangan religi dalam membentuk sikap serta praktik keagamaan audiensnya.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Penelitian ini mengumpulkan data kuantitatif, yang sesuai dengan pendekatan penelitian berbasis angka dan analisis statistik (Creswell & Creswell, 2018). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa angka atau bilangan yang diperoleh dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner kepada penonton PPT jilid 18. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- (1) Terpaan sinetron PPT jilid 18 pada generasi milenial wilayah Kabupaten Bekasi.
- (2) Perilaku generasi milenial wilayah Kabupaten Bekasi terhadap sinetron PPT jilid 18.
- (3) Pengaruh terpaan sinetron PPT jilid 18 terhadap perilaku keagamaan generasi milenial wilayah Kabupaten Bekasi.

2) Sumber Data

(1) Sumber Data Primer

Data primer diperoleh melalui survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada generasi milenial di Kabupaten Bekasi yang menonton sinetron PPT. Responden yang dipilih adalah individu berusia 29–44 tahun yang secara rutin mengonsumsi tayangan tersebut, terutama selama bulan Ramadan.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai referensi yang relevan, termasuk laporan industri media, data terkait rating sinetron PPT dari sumber lain serta jurnal, buku, dan artikel ilmiah yang membahas pengaruh media terhadap perilaku keagamaan.

1.7.5 Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi dan sampel diperlukan untuk memperoleh data yang akurat dan valid sebagai dasar dalam penelitian. Populasi penelitian ini mencakup seluruh individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, dikenal sebagai generasi milenial yang berdomisili di Kabupaten Bekasi dan telah menonton sinetron PPT.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi pada bulan februari 2024 menyatakan bahwa jumlah populasi generasi milenial adalah sekitar 880.110 penduduk berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

2) Sampel

Dalam penelitian ini, teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan sampel yang paling relevan dengan tujuan penelitian. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih responden berdasarkan kriteria

tertentu yang dianggap sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2022).

Teknik ini digunakan karena tidak semua generasi milenial di Kabupaten Bekasi menonton sinetron PPT secara rutin. Oleh karena itu, pemilihan responden dilakukan berdasarkan karakteristik spesifik, yaitu berusia 29-44 tahun atau generasi milenial, berdomisili di Kabupaten Bekasi, telah menonton sinetron PPT minimal satu musim.

Untuk menentukan ukuran sampel yang representatif, peneliti dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan (*margin of error*) 10%

Sehingga jika dimasukkan dalam rumus slovin dengan nilai e adalah 10% maka berjumlah 90 responden.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

1) Kuesioner atau Angket

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner, di mana responden diberikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab sesuai dengan pandangan atau pengalaman. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif jika peneliti telah memahami variabel yang akan diteliti dan memiliki pemahaman yang

lebih baik tentang tanggapan yang mungkin diharapkan dari partisipan penelitian (Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian ini digunakan kuesioner tertutup, yang terdiri dari setiap pertanyaan yang telah disertai dengan pilihan jawaban. Skala penilaian yang digunakan adalah skala Likert dengan lima tingkat, yaitu: 5 = Sangat Setuju, 4 = Setuju, 3 = Kurang Setuju, 2 = Tidak Setuju, dan 1 = Sangat Tidak Setuju. Skala ini membantu dalam mengukur tingkat kesepakatan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan.

Tabel 1. 2 Skala Angket Penelitian

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber. Angket Penelitian 2025

2) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber tertulis, seperti buku, arsip, dokumen, laporan, serta data berupa angka dan gambar yang mendukung penelitian (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, data yang digunakan berasal dari berbagai referensi, termasuk literatur, jurnal, artikel, buku yang relevan, hasil penelitian terdahulu, serta sumber lain yang mendukung topik penelitian.

1.7.7 Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap kuesioner yang digunakan untuk mengukur terpaan sinetron PPT serta dampaknya terhadap perilaku keagamaan generasi milenial di wilayah Kabupaten Bekasi.

Validitas dapat diuji dengan menggunakan validitas konstruk melalui analisis Corrected Item-Total Correlation dengan bantuan perangkat lunak seperti SPSS. Suatu item dalam kuesioner dianggap valid jika nilai r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 5% (Sugiyono, 2022).

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data serta mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan (Sugiharto, 2006). Reliabilitas mengacu pada sejauh mana alat ukur memberikan hasil yang konsisten dan stabil dalam setiap pengukuran (Suryabrata, 2004).

Sebuah instrumen penelitian dikatakan memiliki reliabilitas tinggi apabila mampu memberikan hasil yang stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan

menggunakan metode Cronbach's Alpha, yang berfungsi untuk mengukur sejauh mana skala yang digunakan memiliki konsistensi internal. Metode ini digunakan karena data yang dikumpulkan bersifat esai dan dapat menginterpretasikan korelasi antara skala yang diukur dengan variabel yang ada.

Suatu instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$. Semakin mendekati nilai 1, semakin tinggi tingkat keandalan dan konsistensi internalnya (Ghozali, 2018). Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menentukan Alpha Cronbach's berdasarkan hipotesis berikut:

Ha: Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$, maka instrumen dinyatakan reliabel.

Ho: Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Dengan demikian, uji reliabilitas membantu memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur pengaruh terpaan sinetron PPT terhadap perilaku keagamaan generasi milenial di Kabupaten Bekasi.

1.7.8 Teknik Analisis Data

1) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat agar estimasi yang dihasilkan tidak bias dan

dapat dipercaya. Pengujian ini mencakup aspek normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik harus memenuhi asumsi klasik, yaitu residual yang terdistribusi normal serta tidak terdapat multikolinearitas, autokorelasi, atau heteroskedastisitas (Purnomo, 2017).

(1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik memiliki residual yang terdistribusi normal. Pengujian dapat dilakukan dengan metode grafik, seperti *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*, atau dengan Uji Kolmogorov-Smirnov.

Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menguji normalitas dengan kriteria (Michali, 2005) sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal apabila titik-titik pada grafik plot Normal P-P muncul di sekitar garis diagonal dan mengikuti pola garis yang dimaksud.

(2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varian residual dalam model

regresi. Jika varian residual tetap atau konsisten dari satu observasi ke observasi lain, maka disebut homoskedastisitas, sedangkan jika varian berubah-ubah disebut heteroskedastisitas (Duli, 2019).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode Glesjer dalam SPSS. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- (2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari heteroskedastisitas.

(3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode tertentu dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya dalam model regresi. Jika terdapat korelasi, maka disebut terjadi autokorelasi, sedangkan model regresi yang baik harus bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2011).

Salah satu metode yang sering digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah Uji Durbin-Watson (DW test). Uji ini digunakan untuk mendeteksi autokorelasi tingkat pertama (first-order autocorrelation) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $0 < d < dL \rightarrow$ terdapat autokorelasi positif.
2. Jika $4 - dL < d < 4 \rightarrow$ terdapat autokorelasi negatif.
3. Jika $2 < d < 4 - dU$ atau $dU < d < 2 \rightarrow$ tidak terdapat autokorelasi.
4. Jika $dL < d < dU$ atau $4 - dU < d < 4 - dL \rightarrow$ hasil pengujian tidak meyakinkan.
5. Jika d terletak antara dU dan $4 - dU$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Keterangan:

d = Nilai Durbin-Watson

dU = Durbin-Watson Upper Bound

dL = Durbin-Watson Lower Bound

Dengan memenuhi semua asumsi klasik ini, model regresi yang dihasilkan akan lebih akurat dan dapat diandalkan dalam menjelaskan hubungan antara variabel dalam penelitian.

2) Analisis Regresi

(1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Metode statistik yang dikenal sebagai analisis regresi digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel terikat dan satu atau lebih variabel bebas. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier jika hanya ada satu variabel bebas. Sebaliknya, jika variabel yang ada kurang dari satu, maka disebut regresi linier berganda. (Yuliara, 2016).

Regresi linear sederhana bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen (X) sebagai faktor yang memengaruhi, dan variabel dependen (Y) sebagai hasil yang dipengaruhi. Variabel independen biasanya disebut sebagai prediktor, sedangkan variabel dependen disebut respon (Erzed, 2020). Persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel X

X = Variabel bebas

e = Kesalahan atau error residual

(2) Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur sejauh mana variabel bebas mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel terikat dalam model regresi (Basuki, 2015). Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1 ($0 < R^2 < 1$), dengan interpretasi sebagai berikut:

1. Jika R^2 mendekati 1, berarti variabel bebas mampu menjelaskan sebagian besar variasi variabel terikat, sehingga model dianggap baik.
2. Jika R^2 mendekati 0, berarti variabel bebas hanya menjelaskan sebagian kecil variasi variabel terikat, sehingga model kurang baik (Zaenudin, 2018).

Dengan demikian, semakin tinggi nilai R^2 , semakin kuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi (Basuki, 2015).

(3) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menilai apakah semua variabel independen dalam model regresi memiliki efek yang saling memperkuat terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi dalam uji F ditetapkan sebesar 0,05 sebagai tingkat probabilitas. (Ghozali, 2016).

Kriteria Pengujian:

- i. Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara signifikan memengaruhi variabel dependen.
- ii. Jika nilai signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti variabel independen secara keseluruhan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

(4) Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, yang berarti ada 95% tingkat kepercayaan dan 5% kemungkinan kesalahan dalam interpretasi hasil (Ghozali, 2018).

Kriteria Pengujian:

1. Jika nilai signifikansi $T < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $T > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan menerapkan analisis regresi ini, penelitian dapat mengidentifikasi hubungan antara variabel serta memahami sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.