

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keterlibatan teknologi dalam realitas kehidupan telah menjadi bagian integral, menjadikan akses terhadap media massa melalui perangkat digital sebagai kebutuhan esensial bagi masyarakat modern. Kondisi ini menempatkan setiap individu sebagai pelaku aktif dalam ekosistem media digital tersebut.

Berdasarkan laporan Data Reportal tahun 2025, akses internet telah digunakan oleh 212 juta orang pada awal 2025. Laporan ini juga mencatat bahwa media sosial menjadi ruang digital dengan 143 juta pengguna aktif atau setara 50,2% dari total penduduk, yang menjadikan konten hiburan dan informasi sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari (Kemp, 2025).

Fenomena keterlibatan digital yang masif ini menempatkan media massa sebagai faktor pembentuk perspektif, emosi, dan perilaku khalayak dalam kehidupan modern yang dinamis. Media melalui penyajian berita, hiburan, dan iklan secara masif mampu memengaruhi cara individu memaknai isu-isu sosial, merespons emosi kolektif, serta membentuk kebiasaan sehari-hari (Auliani, L., & Nuswantari, 2025: 441). Dengan demikian, media juga berfungsi sebagai inisiator utama dinamika komunikasi dan pembentuk nilai-nilai sosial di era modern.

Selain sebagai inisiator utama dinamika komunikasi, media memiliki kapasitas untuk menyebarkan sistem nilai dan keyakinan tertentu. Media kini

menjadi instrumen yang ampuh untuk mengomunikasikan ideologi, termasuk ajaran dan prinsip keagamaan (Salik, M., & Syaifudin, 2023: 42).

Secara khusus, bentuk media seperti film memungkinkan penetrasi nilai-nilai religius melalui visual yang emosional, sehingga dapat memperkuat kesadaran beragama penonton. Dalam konteks Islam, penyampaian nilai-nilai keagamaan melalui media dikenal sebagai dakwah *bil-wasilah*. Salah satu pendekatannya adalah dakwah *tarhib*, yaitu pendekatan yang menekankan peringatan dan konsekuensi negatif dari perbuatan dosa untuk membangkitkan kesadaran spiritual melalui rasa takut terhadap azab kubur (Qonita dkk., 2025: 177).

Pendekatan ini semakin banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah *tarhib* adalah film horor religi. Subgenre ini mengalami pertumbuhan pesat dalam kurun waktu 2017-2025, menggeser dominasi drama dengan lonjakan penonton dari 21,3 juta menjadi lebih dari 110 juta (Wisanggeni, S. P., dkk, 2025). Beberapa film yang mengukir prestasi gemilang antara lain *Qodrat* (2022) dengan 1.761.237 penonton, diikuti film *Siksa Neraka* (2023) yang ditonton 2.610.036 orang, *Siksa Kubur* (2024) yang mencapai 4.000.826 penonton, dan *Qodrat 2* (2025) yang mencapai 2.211.968 penonton (Film Indonesia, 2025).

Meskipun demikian, popularitas film horor religi juga memunculkan kekhawatiran tersendiri. Banyak film dinilai lebih menekankan unsur ketakutan serta pengaplikasian simbol-simbol keagamaan secara berlebihan daripada pesan moral yang substansial. Situasi ini mengundang perdebatan

tentang sejauh mana kebebasan manifestasi komunikasi dan seni dapat berjalan tanpa menyimpang dari penghormatan terhadap ajaran agama.

Kasus yang sempat mencuri perhatian publik pada tahun 2024 adalah film *Kiblat*, yang menuai kritik keras dan seruan boikot karena dinilai menyinggung simbol keagamaan melalui poster promosi yang dianggap kurang pantas. Majelis Ulama Indonesia (MUI) menilai bahwa film semacam itu berpotensi menjadi bentuk kampanye hitam terhadap ajaran Islam (BBC News Indonesia, 2024).

Berbeda dengan kontroversi tersebut, film *Siksa Kubur* (2024) yang disutradarai oleh Joko Anwar meraih respon positif karena dinilai efektif mengomunikasikan pesan agama tentang dampak perbuatan dosa lewat penggambaran visual *Siksa Kubur* yang mencekam (Anugrah, 2024). Kesuksesan film ini menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks penggunaan *fear appeal* sebagai cara untuk mengomunikasikan pesan dakwah persuasif.

Fear appeal dipahami sebagai konsep penyampaian pesan yang menggunakan penggambaran ancaman untuk mendorong perubahan sikap dan perilaku seseorang, yang diperkenalkan oleh Kim Witte melalui kajiannya mengenai respons individu terhadap pesan yang mengandung rasa takut (Maloney dkk., 2011: 209). Dalam konteks film *Siksa Kubur*, strategi ini tampak melalui penggambaran visual azab kubur dan konsekuensi perbuatan dosa yang berpotensi memunculkan respons emosional penonton terhadap religiusitas mereka.

Religiusitas merujuk pada keterikatan manusia dengan Tuhan yang terwujud dalam berbagai dimensi kehidupan spiritualnya. Tingkat religiusitas yang tinggi dapat mengarahkan individu untuk menjadikan nilai-nilai agama sebagai pedoman dalam perilaku sehari-hari (Daole dkk., 2026: 6). Pengaruh media film terhadap religiusitas menjadi relevan untuk diteliti pada kelompok remaja, khususnya siswi Madrasah Aliyah yang berada pada fase pembentukan kesadaran religius dan aktif menggunakan media digital dalam kehidupan sehari-hari.

Meskipun film horor religi kini menjadi tren populer, kajian akademis yang meneliti pengaruh *fear appeal* terhadap religiusitas penonton masih terbatas. Penelitian terdahulu lebih banyak fokus pada analisis semiotika, kajian wacana, atau resepsi penonton secara kualitatif, sehingga belum ada penelitian kuantitatif yang mengukur pengaruh *fear appeal* dalam film terhadap religiusitas. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk melengkapi ruang kajian tersebut melalui analisis mengenai pengaruh *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* terhadap religiusitas penonton di kalangan siswi, dengan harapan mampu memberikan sumbangsih teoritis dalam komunikasi dakwah persuasif dan implikasi praktis bagi industri perfilman Indonesia dalam memproduksi konten religi yang edukatif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* yang dipersepsikan oleh siswi Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung?
2. Bagaimana tingkat religiusitas siswi Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung setelah menonton film *Siksa Kubur*?
3. Seberapa besar pengaruh *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* terhadap religiusitas siswi Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan penjelasan mengenai hasil yang ingin dicapai dalam suatu penelitian. Pada umumnya, tujuan terdiri dari beberapa aspek, antara lain:

1. Mengetahui tingkat *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* yang dipersepsikan oleh siswi Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung.
2. Mengetahui tingkat religiusitas siswi Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung setelah menonton film *Siksa Kubur*.
3. Menganalisis pengaruh yang signifikan antara *fear appeal* dalam film *Siksa Kubur* terhadap religiusitas siswi Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ilmiah tidak hanya dilakukan untuk memberikan jawaban atas pertanyaan atau permasalahan, tetapi juga memiliki manfaat lain, khususnya bagi implementasi ilmu pengetahuan di lingkungan masyarakat. Terdapat dua jenis kegunaan penelitian, yaitu manfaat secara akademis dan praktis.

1. Kegunaan secara Akademis

Penelitian terhadap pengaruh *fear appeal* pada pesan dakwah yang ditimbulkan oleh film ini merupakan bentuk sumbangsih teoritis dan metodologis bagi kemajuan disiplin keilmuan, terutama dalam kajian komunikasi Islam, psikologi dakwah, dan studi media keagamaan. Secara spesifik, hasil penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan tentang penggunaan *fear appeal* melalui film sebagai media dakwah *tarhib*, khususnya dalam mengkaji sejauh mana konten visual yang mengandung *fear appeal* berkontribusi terhadap perubahan tingkat religiusitas penonton.

2. Kegunaan secara Praktis

Temuan penelitian ini menawarkan manfaat praktis bagi berbagai pihak dalam meningkatkan efektivitas strategi komunikasi dakwah berbasis *fear appeal*. Bagi siswi madrasah aliyah, temuan ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi untuk memperkuat religiusitas dengan memilih media yang lebih selektif. Sementara bagi akademisi, lembaga dakwah, dan industri perfilman, temuan penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam menyampaikan pesan keagamaan yang relevan dengan karakter generasi digital melalui media film yang edukatif.

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran terdiri atas kerangka teoritikal dan kerangka konseptual yang digunakan sebagai dasar dalam memahami hubungan variabel penelitian.

1. Kerangka Teoritikal

Penelitian ini bertumpu pada dua landasan teoretis utama. Teori pertama yang digunakan adalah Model Proses Paralel atau *Extended Parallel Process Model* yang diperkenalkan oleh Kim Witte pada tahun 1992. Teori ini menjelaskan bahwa pesan dengan unsur rasa takut (*fear appeal*) dapat memengaruhi perubahan sikap dan perilaku melalui proses evaluasi kognitif terhadap ancaman dan efektivitas tindakan yang dianjurkan (Littlejohn, S.W., & Foss, 2016: 106).

Witte (1992) menekankan bahwa ketika tingkat persepsi ancaman dan efektivitas pesan sama-sama tinggi, penonton akan mengalami *danger control process*, yaitu proses kognitif yang mendorong perubahan sikap mereka sesuai dengan pesan yang diterima. Sebaliknya, ketika persepsi ancaman tinggi tetapi efektivitas pesan rendah, penonton cenderung mengalami *fear control process*, yakni respons emosional yang menyebabkan mereka menolak pesan tersebut (Witte, 1992: 338).

Teori kedua yang digunakan adalah teori religiusitas yang dirumuskan Charles Y. Glock dan Rodney Stark (1968) yang memandang religiusitas sebagai tingkat keberagamaan seseorang yang tercermin dalam berbagai bentuk

ekspresi keagamaan. Dengan demikian, religiusitas tidak dipahami sebagai satu aspek tunggal, melainkan bentuk keterlibatan individu terhadap ajaran agamanya secara menyeluruh (Glock, C.Y., & Stark, 1968: 11).

Integrasi antara Model Proses Paralel (EPPM) dan teori religiusitas membangun kerangka pemikiran penelitian ini. Pesan yang mengandung unsur *fear appeal* dapat memengaruhi cara individu untuk menilai suatu ancaman serta respons yang ditunjukkan terhadap pesan tersebut. Proses ini berpotensi memengaruhi tingkat religiusitas individu.

2. Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan konsep *fear appeal* dan religiusitas sebagai landasan konseptual dalam menjelaskan kedua variabel penelitian.

a. *Fear Appeal*

Penggunaan *fear appeal* atau rasa takut sebagai daya tarik pesan telah menjadi salah satu pendekatan yang banyak diteliti dalam kajian komunikasi persuasif. *fear appeal* dimaknai sebagai pesan persuasif yang menampilkan konsekuensi negatif untuk mendorong kepatuhan terhadap anjuran tertentu (Witte, 1992: 329).

Fear appeal dibangun atas tiga elemen utama. Pertama, *fear* (ketakutan) yang berarti respon emosional negatif yang muncul akibat adanya ancaman yang dianggap serius, sehingga memengaruhi kondisi psikologis dan fisiologisnya. Kedua, *threat* (ancaman) mengacu pada pemahaman mengenai bahaya yang terdapat di lingkungan sekitar seseorang. Ancaman berhubungan dengan aspek kerumitan dan kerentanan. Ketiga, *efficacy* (efikasi) yaitu

persepsi individu mengenai efektivitas, kelayakan, serta kemudahan tindakan yang dianjurkan dalam menghindari ancaman tersebut (Witte, 1992: 331).

Elemen *threat* dan *efficacy* terbagi atas dua sub-elemen yang menggambarkan bagaimana individu memaknai ancaman dan efikasi yang dianjurkan (Hendri, 2019: 142), diantaranya sebagai berikut:

Threat (ancaman) terdiri dari:

- 1) *Perceived severity* (persepsi keparahan) menunjukkan persepsi individu terhadap tingkat keseriusan suatu ancaman yang didasarkan pada konsekuensi yang dapat terjadi.
- 2) *Perceived susceptibility* (persepsi kerentanan), yaitu penilaian terhadap risiko yang dialami seseorang.

Efficacy (efikasi) terdiri dari:

- 1) *Response efficacy* (efikasi respon) merupakan keyakinan individu bahwa tindakan yang dianjurkan dalam pesan efektif dalam mengatasi ancaman.
- 2) *Self efficacy* (efikasi diri) diartikan sebagai keyakinan individu mengenai efektivitas yang dianjurkan untuk menghindari ancaman. Keyakinan ini dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam memilih dan menjalankan tindakan tertentu.

b. Religiusitas

Religiusitas dipandang sebagai tingkat penghayatan dan keterikatan individu terhadap ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari mencakup berbagai aspek yang saling berkaitan. Pandangan tersebut sejalan dengan

konsep religiusitas dikemukakan oleh C. Y Glock dan Stark bahwa religiusitas dibangun atas beberapa hal, antara lain (Glock, C.Y., & Stark, 1968: 14) :

- 1) *The belief* (Keyakinan) mengacu pada harapan bahwa individu yang beragama akan memiliki pandangan teologis tertentu sekaligus menerima kebenaran ajaran agama yang dianutnya.
- 2) *Religious practice* (Praktik Keagamaan) berkaitan dengan tindakan nyata yang dilakukan individu sebagai komitmen terhadap agamanya.
- 3) *The Experience* (Pengalaman) menggambarkan pengalaman subjektif individu terhadap realitas keagamaan yang terwujud dalam perasaan, persepsi, dan sensasi dalam kehidupan beragamanya.
- 4) *The Knowledge* (Pengetahuan) menunjukkan pemahaman dasar individu terhadap ajaran pokok agamanya yang mencakup tata cara ibadah, kitab suci, dan tradisi keagamaan.
- 5) *The Consequences* (Konsekuensi) berkaitan dengan sejauh mana keyakinan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan keagamaan individu tercermin dalam perilaku kehidupan sehari-harinya.

Berdasarkan konsep tersebut, penelitian ini menguji hipotesis bahwa semakin tinggi *fear appeal* yang dipersepsikan individu, maka semakin tinggi tingkat religiusitasnya. Selanjutnya, uraian tersebut dituangkan dalam tabel operasional variabel penelitian.

Tabel 1.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran (Likert)
<i>Fear appeal</i> (X)	<i>Fear</i> (Ketakutan)	Reaksi emosional negatif atas ancaman psikologis & fisiologis	a. Reaksi ancaman psikologis b. Reaksi ancaman fisiologis	Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju – Sangat Setuju)
	<i>Threat</i> (Ancaman)	Pengetahuan individu tentang keparahan dan kerentanan ancaman	a. <i>Perceived Severity</i> (Persepsi Keparahan) b. <i>Perceived Susceptibility</i> (Persepsi Kerentanan)	
	<i>Efficacy</i> (Efikasi)	Keyakinan efektivitas tindakan dalam menghindari ancaman	a. <i>Response Efficacy</i> (Efikasi Respon) b. <i>Self Efficacy</i> (Efikasi Diri)	
Religiusitas (Y)	<i>The belief</i> (Keyakinan)	Keyakinan terhadap pandangan teologis dan ajaran agamanya	a. Memegang pandangan teologis b. Mengakui kebenaran ajaran agama	Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju – Sangat Setuju)
	<i>Religious practice</i> (Praktik Keagamaan)	Tindakan sebagai wujud komitmen keagamaan	a. Ritual b. <i>Devotion</i> (Pengabdian)	
	<i>The Experience</i> (Pengalaman)	Pengalaman keagamaan berupa perasaan, persepsi, dan sensasi	a. Perasaan b. Persepsi c. Sensasi	
	<i>The Knowledge</i> (Pengetahuan)	Pengetahuan dasar tentang tata cara ibadah, kitab suci, dan tradisi keagamaan	a. Pengetahuan tata cara ibadah b. Pengetahuan kitab suci c. Pengetahuan tradisi	
	<i>The Consequences</i> (Konsekuensi)	Pengaruh keyakinan praktik, pengalaman, dan pengetahuan keagamaan	a. Dampak praktik keagamaan b. Dampak pengalaman keagamaan c. Dampak pengetahuan tradisi keagamaan	

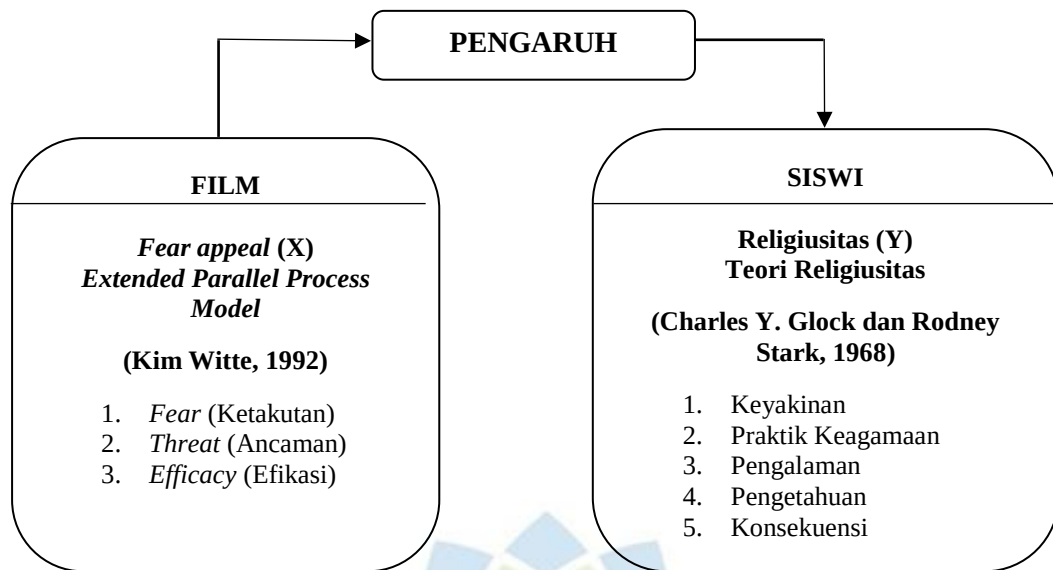
Dalam konteks operasional penelitian ini, variabel *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* (X) diuji berdasarkan tiga dimensi utama, meliputi:

1. Reaksi emosional siswi secara psikologis dan fisiologis terhadap penggambaran ancaman dalam film.
2. Penilaian siswi terhadap tingkat keparahan dan kerentanan ancaman *Siksa Kubur* yang ditampilkan dalam film.
3. Keyakinan siswi terhadap efektivitas tindakan dan kemampuan diri dalam menghindari azab kubur

Di sisi lain, variabel religiusitas penonton (Y) dideskripsikan melalui beberapa dimensi, antara lain:

1. Tingkat keyakinan siswi terhadap pandangan teologis dan kebenaran ajaran agama Islam
2. Frekuensi dan konsistensi siswi dalam melaksanakan praktik ibadah wajib maupun sunah
3. Pengalaman spiritual siswi berupa perasaan, persepsi, dan sensasi dalam beribadah
4. Tingkat pengetahuan siswi tentang tata cara ibadah, kitab suci, dan tradisi keagamaan
5. Sejauh mana keyakinan dan praktik keagamaan mempengaruhi perilaku siswi dalam kehidupan sehari-hari

Berdasarkan pemaparan di atas hubungan antara kedua variabel dapat digambarkan dalam bagan kerangka pemikiran berikut:



Bagan 1.1 Alur Hubungan Variabel

F. Hipotesis

Setelah menguraikan kerangka pemikiran, hipotesis penelitian ini dirumuskan untuk menguji hubungan kausal antara pengaruh *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* terhadap religiusitas penonton. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* terhadap religiusitas penonton pada siswi kelas X Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* terhadap religiusitas penonton pada siswi kelas X Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung.

G. Langkah-Langkah Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa langkah penting, antara lain sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Bandung, yang berfokus pada siswi kelas X Tahun Ajaran 2026/2027 sebagai populasi penelitian. Penetapan lokasi ini dipertimbangkan berdasarkan kesesuaian antara fokus kajian penelitian dengan karakteristik subjek yang berada pada fase remaja dan aktif mengakses media digital, termasuk film sebagai media hiburan dan informasi. Selain itu, siswi kelas X dinilai telah memiliki kemampuan memahami pesan media serta berada pada tahap pembentukan kesadaran religius, sehingga dianggap sesuai untuk mengukur pengaruh *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* terhadap religiusitas.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini berpijak pada paradigma positivistik, yaitu paradigma yang memandang fenomena sosial dapat diteliti secara objektif melalui observasi dan pengukuran empiris, dengan menekankan pemisahan antara subjek dan objek yang dikaji agar hasil penelitian diperoleh bersifat ilmiah dan terukur (Irawati dkk, 2021: 873). Paradigma ini berfokus pada hubungan sebab-akibat antarvariabel yang dapat dikaji secara terukur melalui instrumen penelitian yang valid dan reliabel.

Selain itu, penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dan menguji secara ilmiah dan objektif pengaruh *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* terhadap religiusitas siswi kelas X Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung.

3. Metode Penelitian

Metode survei diterapkan untuk memperoleh data dari sampel responden melalui penyebaran kuesioner sebagai alat ukur penelitian. Metode survei bertujuan menghimpun data dari populasi tertentu untuk mengetahui pendapat, sikap, atau persepsi terhadap fenomena sosial (Ghozali, 2017: 54). Dalam penelitian ini, metode survei digunakan untuk memperoleh data mengenai *fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur* sebagai variabel X dan religiusitas sebagai variabel Y, yang selanjutnya dianalisis secara statistik untuk mengetahui pengaruh antara kedua variabel tersebut.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Uraian pada bagian ini mencakup penjelasan terkait jenis serta sumber data sebagai acuan penelitian.

a. Jenis Data

Penelitian ini memanfaatkan data kuantitatif yang dihimpun dari respons siswi dalam bentuk nilai numerik atau skor terukur. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen kuesioner (angket) yang disebarkan kepada siswi kelas X Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung yang telah menyaksikan film *Siksa Kubur*. Data yang terhimpun selanjutnya dianalisis menggunakan metode statistik untuk meninjau intensitas *fear appeal* dalam pesan dakwah film, tingkat religiusitas penonton, serta ketertarikan kausal antara kedua variabel tersebut.

b. Sumber Data

Dua kategori sumber data digunakan dalam penelitian ini, yaitu primer dan sekunder.

1) Sumber Data Primer: Data primer diperoleh dari survei yang disebarkan melalui angket yang diisi oleh responden, yaitu siswi kelas X Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung melalui kuesioner. yang disusun berdasarkan indikator *fear appeal* dan religiusitas.

2) Sumber Data Sekunder: Data sekunder didapat dari beragam referensi akademik seperti buku, artikel, jurnal ilmiah nasional dan internasional, publikasi penelitian terdahulu yang relevan dengan tema *fear appeal* serta teori religiusitas. Sumber data ini berfungsi sebagai penguatan landasan teoritis dan penyediaan konteks ilmiah bagi penelitian.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh siswi kelas X Tahun Ajaran 2026/2027 Madrasah Aliyah Swasta Al-Ihsan Baleendah Bandung yang berjumlah 35 orang. Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki karakteristik yang relevan dengan konteks penelitian, yakni siswi yang berada pada fase remaja dan aktif mengakses media digital, termasuk film sebagai media hiburan dan informasi.

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan sensus sampling, di mana seluruh populasi dijadikan sampel karena jumlahnya kurang dari 100 orang

(Sugiyono, 2023: 134). Dengan demikian, 35 orang siswi dijadikan sampel penelitian.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan dua metode utama, yaitu kuesioner (angket) dan dokumentasi.

a. Kuesioner

Instrumen utama penelitian ini berupa kuesioner tertutup yang diukur menggunakan skala Likert 1-5, yaitu:

Tabel 1.2 Skala Penilaian Kuesioner

No	Skala Penilaian	Simbol	Nilai Skor	
			Positif	Negatif
1.	Sangat Setuju	SS	5	1
2.	Setuju	S	4	2
3.	Netral	N	3	3
4.	Tidak Setuju	TS	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1	5

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 1.2 di atas menunjukkan skala penilaian kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Pernyataan positif diberi skor tertinggi 5 untuk jawaban Sangat Setuju dan terendah 1 untuk Sangat Tidak Setuju, sedangkan pernyataan negatif diberi skor sebaliknya.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi diterapkan dalam pengumpulan data sekunder, berupa literatur, jurnal ilmiah, artikel, hasil penelitian terdahulu, serta referensi teori yang mendukung pembahasan variabel *fear appeal* dan religiusitas. Data

dokumenter berfungsi memperkuat analisis dan fondasi teoretis dalam penelitian.

7. Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas diuji dengan tujuan untuk menjamin bahwa instrumen penelitian dapat mengukur variabel yang seharusnya diukur secara tepat dan konsisten (Sugiyono, 2013: 121).

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengevaluasi ketepatan instrumen dalam mengukur variabel *fear appeal* dan religiusitas. Pengujian dilakukan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson* dengan program SPSS. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Terimajaya dkk., 2024: 154):

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

R : Koefisien Validitas

$\sum X$: Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$: Jumlah skor dalam sebaran Y

$\sum X^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran

$\sum Y^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran Y

n : Jumlah responden

Instrumen dikategorikan valid ketika r hitung $>$ r tabel dengan signifikansi 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan menakar tingkat keandalan instrumen dalam memperoleh data yang konsisten dan kredibel. Pengujian menggunakan

Cronbach's Alpha, dengan kriteria instrumen dianggap reliabel jika nilainya > 0,60 (Cronbach, 1951: 299).

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \times \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

α : koefisien reabilitas Alpha Cronbach

k: Jumlah item dalam instrument

σ_i^2 : Varian dari masing-masing item

σ_t^2 : Varian total (varian dari skor total seluruh item)

8. Teknik Analisis Data

Setelah data diperoleh dari penyebaran kuesioner, tahap berikutnya yaitu menganalisis data guna menguji hipotesis penelitian. Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini mencakup beberapa tahapan:

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk memverifikasi bahwa model regresi memenuhi persyaratan validitas dan bebas bias sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji bahwa data residual berasal dari distribusi yang normal, sebagai syarat penggunaan uji statistik parametrik dalam analisis regresi. Pengujian menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan ketentuan (Trihendradi, 2005: 126):

a) Signifikansi (p) < 0,05 $\rightarrow$ distribusi data tidak normal

b) Signifikansi (p) > 0,05 $\rightarrow$ distribusi data normal

2) Uji Linearitas

Uji linearitas dari Galton diterapkan guna mengidentifikasi pola hubungan antara variabel *fear appeal* (X) dan religiusitas penonton (Y) berbentuk linear, sehingga penggunaan model regresi dapat dipertanggungjawabkan. Pengujian menggunakan *Test of Linearity* pada SPSS dengan kriteria (Vikaliana, dkk., 2022: 26):

Linearity : Sig < 0,05 → terdapat hubungan linear antara X dan Y

Deviation from Linearity : Sig > 0,05 → tidak terdapat penyimpangan dari linearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan Uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen (Mardiatmoko, 2020:337).

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

Sig. > 0,05 → tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sig. < 0,05 → terjadi heteroskedastisitas

b. Pengujian Hipotesis

1) Uji Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis regresi linear sederhana diterapkan guna menganalisis pengaruh *fear appeal* (X) terhadap religiusitas penonton (Y) melalui Model Persamaan Regresi Linear Sederhana (Ulum, 2018: 34):

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: variabel terikat (religiusitas penonton)

X: variabel bebas (*fear appeal* pada pesan dakwah film *Siksa Kubur*)

α (alpha): konstanta (nilai Y saat X = 0)

b : koefisien regresi (besaran perubahan Y untuk setiap penambahan 1 satuan pada X)

e: *error term* (faktor lain di luar X yang ikut memengaruhi Y)

2) Uji Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan tingkat hubungan antara variabel *fear appeal* (X) dengan Religiusitas Penonton (Y). Nilai koefisien korelasi berkisar antara -1 sampai +1. Semakin mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang semakin kuat, sedangkan semakin mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang semakin kuat (Sugiyono, 2023).

3) Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi Pearson hendak mengukur kontribusi variabel *Fear appeal* (X) dalam menjelaskan variasi variabel religiusitas penonton (Y). Rentang nilai R^2 adalah 0 hingga 1 ($0 < R^2 < 1$). Hal ini berarti, semakin mendekati 1 berarti pengaruh *Fear appeal* terhadap religiusitas semakin kuat. Rumus Koefisien Determinasi (R^2) (The Pennsylvania State University, 2018):

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien determinasi

SSR: *Sum of Squares Regression* (jumlah kuadrat regresi)

SST: *Sum of Squares Total* (jumlah kuadrat total)

4) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi secara keseluruhan layak digunakan dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen (Ghozali, 2017).

Kriteria keputusan:

Sig. $< 0,05 \rightarrow$ model regresi signifikan.

Sig. $> 0,05 \rightarrow$ model regresi tidak signifikan.

5) Uji Signifikan (Uji T)

Uji T yang didistribusikan oleh William Sealy Gosset (1876) diterapkan guna menguji seberapa signifikan pengaruh variabel *fear appeal* (X) terhadap religiusitas penonton (Y). Kriteria pengambilan keputusan ini berlandaskan pada taraf signifikansi (α) sebesar 0,05 (Trihendradi, 2005: 205).

Sig $> 0,05 \rightarrow$ tidak berpengaruh signifikan

Sig $< 0,05 \rightarrow$ berpengaruh signifikan