

**SKRIPSI**  
**PENGARUH TERPAAN FILM PENDEK “KENAPA BELUM NIKAH?”**  
**TERHADAP PERSEPSI DAN SIKAP PENONTON TENTANG ORANG**  
**YANG MELAJANG**



Disusun Oleh :  
Siti Munawaroh  
31001600392

Diajukan  
Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Faakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Sultan Agung

**FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**  
**SEMARANG**  
**2021**

## HALAMAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Munawaroh  
NIM : 31001600392  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

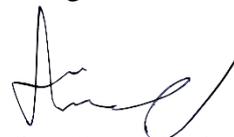
**PENGARUH TERPAAN FILM PENDEK “KENAPA BELUM NIKAH?”  
TERHADAP PERSEPSI DAN SIKAP PENONTON TENTANG ORANG  
YANG MELAJANG**

Adalah benar-benar bukan merupakan dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat dari gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 30 Desember 2021

Yang Tertanda



Siti Munawaroh

NIM. 31001600392

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : **PENGARUH TERPAAN FILM PENDEK “KENAPA BELUM NIKAH?” TERHADAP PERSEPSI DAN SIKAP PENONTON TENTANG ORANG YANG MELAJANG**

Nama : Siti Munawaroh

NIM : 31001600392

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata-1

Semarang, 30 Desember 2021

Yang Tertanda



Siti Munawaroh

NIM. 31001600392

Dosen pembimbing :

1. Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.Si., M.I.Kom. : (.....)

2. Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom. : (.....)

Dekan



Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd.

NIK. 210813021

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul : **PENGARUH TERPAAN FILM PENDEK “KENAPA BELUM NIKAH?” TERHADAP PERSEPSI DAN SIKAP PENONTON TENTANG ORANG YANG MELAJANG**

Nama : Siti Munawaroh

NIM : 31001600392

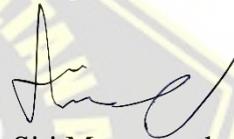
Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata-1

Semarang, Desember 2021

Yang Tertanda



Siti Munawaroh

NIM. 31001600392

Dosen penguji :

1. Mubarak, S.Sos., M.Si. : (.....)

2. Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.Si., M.I.Kom. : (.....)

3. Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom. : (.....)

Dekan



Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd.

NIK. 210813021

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

---

Nama : Siti Munawaroh

---

NIM : 31001600392

---

Program Studi : Ilmu Komunikasi

---

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

---

Alamat Asal : Jl. Ahmad Dahlan no. 441 RT 09/RW 03 Kec. Tirto, Kab.  
Pekalongan

---

No. HP/Email : 085158011094 / [munawaroh0110@gmail.com](mailto:munawaroh0110@gmail.com)

---

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi\* dengan judul:

**PENGARUH TERPAAN FILM PENDEK “KENAPA BELUM NIKAH?”  
TERHADAP PERSEPSI DAN SIKAP PENONTON TENTANG ORANG  
YANG MELAJANG**

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihkan/mediakan, dikelola dalam penangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 30 Desember 2021

Yang Tertanda



\*coret yang tidak perlu

Siti Munawaroh

NIM. 31001600392

## HALAMAN MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.

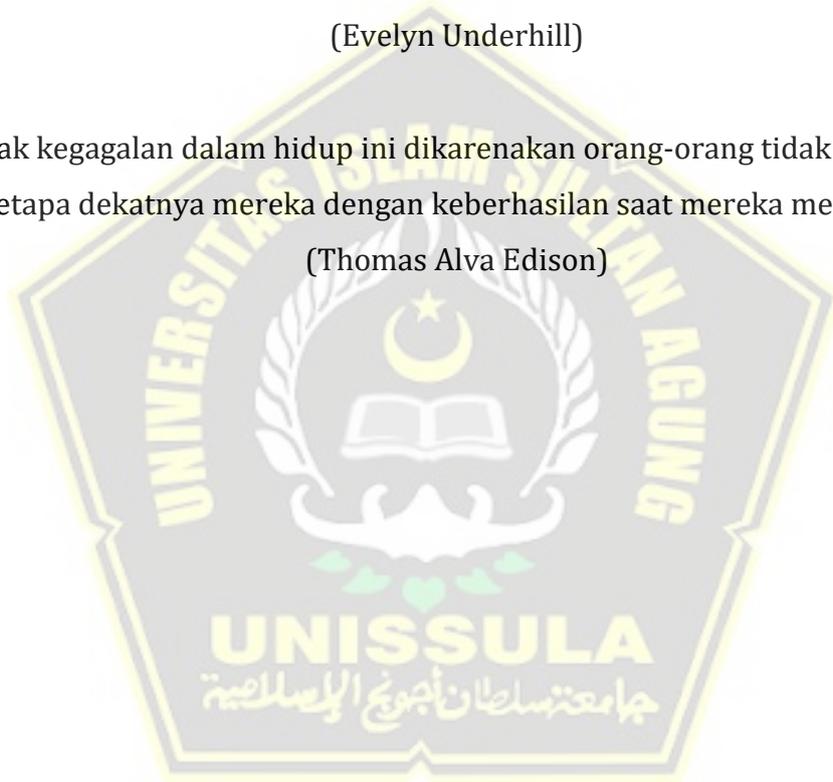
(Q.S Ar-Ra'd: 11)

Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.

(Evelyn Underhill)

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah S.W.T, sang pemilik sang pencipta alam semester, sang penguasa diatas segala penguasa, yang maha melindungi yang maha penyayang, yang maha pengasih, yang maha memelihara, yang maha melihat, yang maha mendengarkan, yang maha mengatur, menetapkan dan memberikan rahmat kepada hamba-Nya. Dengan karunia-Nya penulis dapat mendapatkan ilmu dan menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam turunkan untuk Nabi Muhammad SAW sebagai penuntun umat manusia hingga akhir zaman.

Maka dari itu, pada kesempatan kali ini, penulis menghaturkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak dengan ikhlas telah membantu dan mendukung skripsi ini. Rasa terima kasih yang sangat dalam penulis tunjukan kepada:

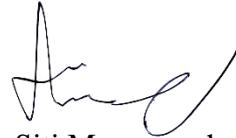
1. Allah S.W.T, atas kemudahan dan kelancaran yang telah diberikan dari awal hingga akhir penulis mengerjakan skripsi, atas semua yang diberikan, Alhamdulillah Rabbil Alamin.
2. Kedua orang tua yang selalu mendoakan, memberi semangat dan kasih sayang, dan semua yang penulis butuhkan.
3. Bapak Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Ibu Made Dwi Adjani, S.Sos., M.Si, M.I.Kom selaku dosen dan pembimbing 1. Terimakasih telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Terimakasih atas semua ilmunya semoga bermanfaat dan menjadi amal jariyah.
5. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen dan pembimbing 2. Terimakasih telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Terimakasih atas semua ilmunya semoga bermanfaat dan menjadi amal jariyah.

6. Bapak Mubarak, S.Sos selaku dosen Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Terimakasih atas semua ilmunya semoga bermanfaat dan menjadi amal jariyah.
7. Ibu Dian Marhaeni, K.Sos, M.Si dosen Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Terimakasih atas semua ilmunya semoga bermanfaat dan menjadi amal jariyah.
8. Ibu Genta Maghvira, M.Si. selaku dosen Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Terimakasih atas semua ilmunya semoga bermanfaat dan menjadi amal jariyah.
9. Ibu Trimannah, S.sos., M.Si. selaku dosen Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Terimakasih atas semua ilmunya semoga bermanfaat dan menjadi amal jariyah.
10. Seluruh civitas dosen-dosen Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang atas ilmu-ilmu yang diberikan.
11. Tete Yunita Ariyanti, S.Ikom. sebagai pembimbing 3 yang sangat banyak membantu, mendoakan dan menyemangati penulis.
12. Budi Ali Mustofa, Rian Jiwo Wicakso, Ahmad fina Ulil Abshor, Hadyan Wisnu Hawari, Gilang Asahreza, Zulfikar Hidayat, Arif Fajar Kurniawan, Maulana Saichu Marzuq, Bagus Arif, Mas Mukmin, Ade Septian, Mas Faisal, Mas black yang selalu memberi hiburan dan menjadi support sistem.
13. Adik-adik, keponakan, Putri Hilda Yanestyani, Cindy Stefany Putri Ariyanto, Ayu Assiyatus Syarifah, Ayati Banun afifah yang selalu membantu, menjadi teman sharing dan support sistem.
14. Nor Laela, Muna Alawiyah, Sukma Indah W, Ade Septian, Mas Mukmin, Mba Nadya, Mba Vinda dan teman-teman Ilmu Komunikasi lain yang selalu memberikan semangat.
15. Semua teman dan pihak-pihak yang banyak membri semangat, motivasi dan membantu penulis untuk menyelesaikan tugas skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan dan peningkatan kualitas ilmu pengetahuan dibidang komunikasi.

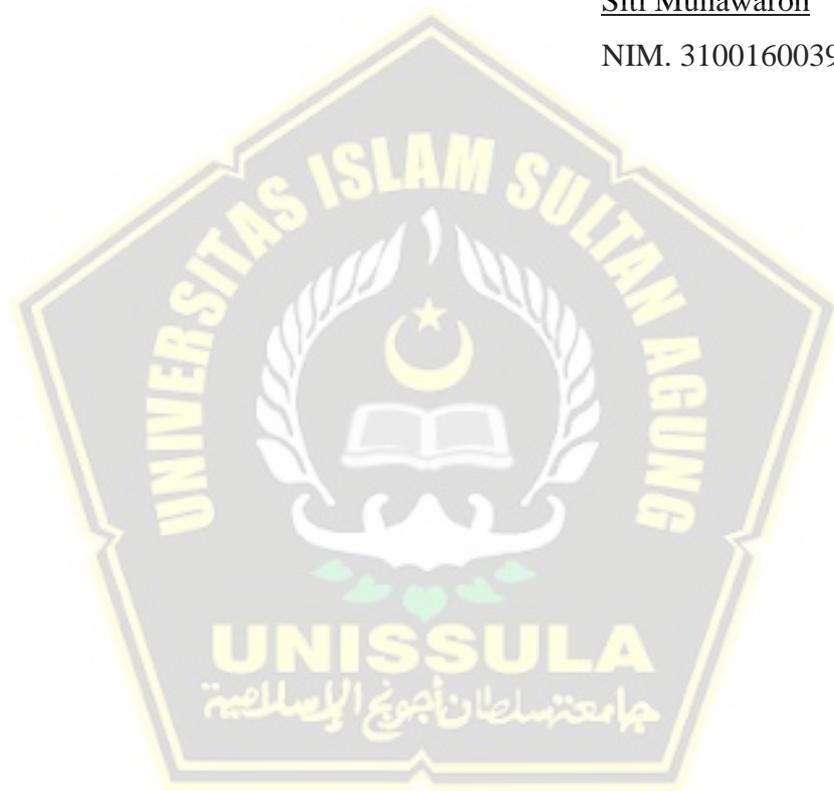
Semarang, Desember 2021

Yang Tertanda



Siti Munawaroh

NIM. 31001600392



## ABSTRAKSI

### **PENGARUH TERPAAN FILM PENDEK “KENAPA BELUM NIKAH?” TERHADAP PERSEPSI DAN SIKAP PENONTON TENTANG ORANG YANG MELAJANG**

Siti Munawaroh

Film pendek merupakan salah satu media komunikasi audio visual yang sering digunakan untuk menyampaikan berbagai macam hal, baik berupa fakta maupun fiktif yang merefleksikan kehidupan yang sering terjadi disekitar. Film pendek yang mengangkat topik atau kebiasaan tertentu yang ada pada masyarakat dapat mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan film pendek dengan judul *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif yang didasarkan pada *hypotetico-deductive method*. Penelitian ini menggunakan teori *uses and effect* serta teori persepsi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden subscriber channel YouTube Box B.

Hasil penelitian menunjukkan pengujian validitas semua item pernyataan dinyatakan valid semua variabel yaitu terpaan film pendek, persepsi dan sikap menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil penelitian terhadap persepsi penonton diketahui nilai  $t$  hitung sebesar 6,153 dan nilai signifikansi 0,000 yang artinya terdapat pengaruh positif antara terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi penonton tentang orang yang melajang. Adapun terhadap sikap diketahui  $t$  hitung sebesar 8.127 dan nilai signifikansi 0,000 yang artinya terdapat pengaruh positif antara terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap sikap penonton tentang orang yang melajang.

**Kata Kunci : Terpaan Film Pendek, Persepsi, Sikap**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF SHORT FILM EXPOSURE “ KENAPA BELUM NIKAH?” ON THE PERCEPTION AND ATTITUDE OF THE VIEWERS ABOUT SINGLE PEOPLE**

Siti Munawaroh

Short films are one of the audio-visual communication media that are often used to convey various kinds of things, both in the form of facts and fiction that reflect life that often happens around. Short films that raise certain topics or habits that exist in society can influence people's perceptions and attitudes. The purpose of this study was to determine the effect of exposure to a short film with the title “Kenapa Belum Nikah?” on audience perceptions and attitudes about single people.

This study uses a quantitative research type based on the hypothetico-deductive method. This study uses the uses and effects theory and the theory of perception. The data collection technique used is a questionnaire with a sample of 100 respondents who subscriber the YouTube channel Box B.

The results showed that testing the validity of all statement items was declared valid, all variables, namely exposure to short films, perceptions and attitudes showed Cronbach's Alpha value of more than 0.60 so that it could be declared reliable. Based on the results of research on audience perception, it is known that the t-count value is 6.153 and the significance value is 0.000, which means that there is a positive influence between exposure to the short film Kenapa Belum Nikah? on the viewer's perception of single people. As for the attitude, it is known that the t count is 8,127 and the significance value is 0.000, which means that there is a positive influence between exposure to the short film “Kenapa Belum Nikah?” on audience attitudes about single people.

**Keywords: Short Film Exposure, Perception, Attitude**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN ORIGINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAKSI .....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Signifikansi Penelitian .....	7
1.4.1 Signifikansi Akademis .....	7
1.4.2 Signifikansi Praktis.....	8
1.4.3 Signifikansi Sosial.....	8
1.5 Batasan Penelitian .....	8
1.6 Kerangka Teori.....	8
1.6.1 <i>State Of The Art</i> .....	8
1.6.2 Paradigma Penelitian.....	10
1.6.3 Teori Penelitian .....	12
1.6.4 Kerangka Penelitian .....	16
1.6.5 Hipotesis.....	17
1.6.6 Definisi Konseptual.....	18
1.6.7 Definisi Operasional.....	19

1.7	Metodologi Penelitian .....	21
1.7.1	Tipe Penelitian.....	21
1.7.2	Jenis Sumber Data.....	22
1.7.3	Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.7.4	Populasi dan Sampel .....	23
1.7.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
1.7.6	Skala Pengukuran.....	24
1.7.7	Teknik Pengolahan Data .....	25
1.7.8	Teknik Analisis Data.....	26
1.7.8.1	Uji Asumsi Klasik.....	26
1.7.8.2	Analisis Regresi Linear .....	28
1.7.9	Validitas dan Reliabilitas .....	28
1.7.9.1	Uji Validitas .....	28
1.7.9.2	Uji Reliabilitas.....	29
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....		31
2.1	Gambaran Umum <i>Subscriber</i> Channel Youtube Box B .....	31
2.1.1	Channel Youtube Box B .....	31
2.1.2	<i>Subscriber</i> Channel Youtube Box B.....	32
2.2	Gambaran Umum Tentang Film Pendek “ <i>Kenapa Belum Nikah?</i> ” .....	33
2.2.1	Sejarah Perkembangan Film Pendek.....	33
2.2.2	Genre Film Pendek.....	38
2.2.3	Profil Film Pendek “ <i>Kenapa Belum Nikah?</i> ” .....	39
2.2.4	Penonton Film Pendek “ <i>Kenapa Belum Nikah?</i> ” .....	46
BAB III TEMUAN PENELITIAN .....		49
3.1	Karakteristik Responden .....	49
3.2	Terpaan Film Pendek .....	51
3.2.1	Frekuensi .....	51
3.2.2	Perhatian ( <i>Atensi</i> ).....	54
3.2.3	Durasi .....	55
3.3	Persepsi Tentang Orang yang Melajang .....	55
3.3.1	Penyerapan Stimulus .....	56

3.3.2	Pemahaman .....	57
3.3.3	Penilaian .....	58
3.4	Sikap Tentang Orang yang Melajang.....	58
3.4.1	Kognitif .....	59
3.4.2	Afektif .....	60
3.4.3	Konatif.....	60
3.5	Interval Kelas .....	62
3.5.1	Interval Kelas Variabel Terpaan Film Pendek (X).....	62
3.5.2	Interval Kelas Variabel Terpaan Persepsi Penonton (Y1) .....	63
3.5.3	Interval Kelas Variabel Sikap Penonton (Y2).....	64
3.6	Tabulasi Silang.....	65
3.6.1	Tabulasi Silang Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi Penonton .....	65
3.6.2	Tabulasi Silang Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap Penonton .....	66
BAB IV PEMBAHASAN.....		67
4.1	Uji Validitas .....	67
4.2	Uji Reliabilitas .....	68
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	69
4.3.1	Uji Normalitas .....	69
4.3.2	Uji Linearitas.....	70
4.3.3	Uji Heterokedastisitas .....	71
4.4	Analisis Regresi Linear .....	73
4.4.1	Pengaruh Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi .....	73
4.4.2	Pengaruh Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi.....	75
4.5	Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP.....		81
5.1	Kesimpulan .....	81
5.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA .....		83
LAMPIRAN .....		86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Penonton Film pendek “Kenapa Belum Nikah?” per Tanggal 3 .....	5
Tabel 2.1	Jumlah Penonton Film pendek “Kenapa Belum Nikah?” per Tanggal 3 Desember 2020 .....	46
Tabel 3.1	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 3.2	Persentase Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 3.3	Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	49
Tabel 3.4	Persentase Responden yang Menyatakan Sering Mengakses Media Youtube .....	50
Tabel 3.5	Persentase Responden yang Menyatakan Sering Menonton Film Pendek di Youtube .....	51
Tabel 3.6	Persentase Responden yang Menyatakan Menonton Film Pendek Setiap Hari .....	51
Tabel 3.7	Persentase Responden yang Menyatakan Mengetahui Film Pendek Kenapa Belum Nikah? .....	52
Tabel 3.8	Persentase Responden yang Menyatakan Sering Membaca Komentar Film Pendek Kenapa Belum Nikah? .....	52
Tabel 3.9	Persentase Responden yang Menyatakan Cerita film pendek Kenapa Belum Nikah? sangat menarik .....	53
Tabel 3.10	Persentase Responden yang Menyatakan Gaya Bahasa yang Digunakan Pada Film Pendek Kenapa Belum Nikah? Mudah Dipahami .....	53
Tabel 3.11	Persentase Responden yang Menyatakan Menghabiskan Waktu Lebih Dari 1 Jam Untuk Menonton Film .....	54
Tabel 3.12	Persentase Responden yang Menyatakan Bahwa Pernikahan Bukanlah Keputusan yang Mudah Bagi Sebagian Orang .....	55
Tabel 3.13	Persentase Responden yang Menyatakan Tahu Faktor-Faktor yang Dapat Menyebabkan Seseorang Belum Menikah .....	55

Tabel 3.14	Persentase Responden yang Menyatakan Mengerti Tekanan yang Dapat Dialami Seseorang yang Melajang .....	56
Tabel 3.15	Persentase Responden yang Menyatakan Memahami Alasan Seseorang Melajang .....	56
Tabel 3.16	Persentase Responden yang Menyatakan Jadi Lebih Berempati Kepada Seseorang Yang Melajang .....	57
Tabel 3.17	Persentase Responden yang Menyatakan Menghargai Keputusan Orang Lain yang Melajang .....	58
Tabel 3.18	Persentase Responden yang Menyatakan Tidak Akan Sembarangan Menanyakan Alasan Seseorang Belum Menikah...	58
Tabel 3.19	Persentase Responden yang Menyatakan Akan Terbuka Terhadap Pendapat Seseorang Mengenai Pernikahan .....	59
Tabel 3.20	Persentase Responden yang Menyatakan Lebih Bisa Menahan Diri Untuk Bertanya Kapan Nikah pada Seseorang .....	59
Tabel 3.21	Persentase Responden yang Menyatakan Berusaha Mendukung Keputusan Seseorang Terkait Pernikahan .....	60
Tabel 3.22	Persentase Responden yang Menyatakan Ingin Memberikan Tanggapan Positif Terhadap Keputusan Menikah .....	60
Tabel 3.23	Skala Interval Kelas Variabel Terpaan Film Pendek .....	62
Tabel 3.24	Skala Interval Kelas Variabel Persepsi Penonton .....	63
Tabel 3.25	Skala Interval Kelas Variabel Sikap Penonton .....	63
Tabel 3.26	Tabulasi Silang Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi Penonton .....	64
Tabel 3.27	Tabulasi Silang Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap Penonton	65
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas .....	66
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas .....	69
Tabel 4.4	Hasil Uji Linearitas .....	70
Tabel 4.5	Hasil Uji Regresi Linear pada Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi .....	73

Tabel 4.6	Hasil Uji Pengaruh pada Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi .....	73
Tabel 4.7	Hasil Uji Regresi Linear pada Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap .....	74
Tabel 4.8	Hasil Uji Pengaruh pada Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap..	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Film pendek “Kenapa Belum Nikah?” pada Youtube .....	5
Gambar 1.2	Komentar film pendek “Kenapa Belum Nikah?” .....	6
Gambar 4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatter Plot) Variabel Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi .....	71
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatter Plot) Variabel Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap .....	71

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens, menjadi banyak audiens ke banyak audiens. Sehingga memudahkan interaksi sosial yang didalamnya memungkinkan penggunanya untuk berbagi dan menciptakan informasi dari banyak audiens ke banyak audiens. Salah satu media sosial yang sering digunakan saat ini adalah Youtube. Youtube merupakan media massa yang menyajikan berbagai informasi berupa video. Media massa dapat membentuk pandangan pemirsa terhadap suatu permasalahan dalam kehidupan sehari-hari. Penyebaran informasi melalui media massa membawa dampak dalam bidang ekonomi, politik, agama, sosial budaya, kemasyarakatan dan lain-lain. Film pendek merupakan salah satu bagian dari komunikasi massa.

Film pendek merupakan salah satu media komunikasi audio visual yang sering digunakan untuk menyampaikan berbagai macam hal, baik berupa fakta maupun fiktif yang merefleksikan kehidupan yang sering terjadi disekitar, ada juga tentang fenomena disuatu tempat yang sebagian orang lain belum tahu atau tidak menyadarinya. Film pendek pada media sosial Youtube mampu membentuk opini masyarakat. Cerita pada film pendek menceritakan gambaran kehidupan yang memiliki berbagai makna yang tersirat maupun tersurat, terkadang juga dapat memberikan pengaruh terhadap penontonnya. Penonton akan tertawa, bahagia, sedih, menangis dan ketakutan saat mengikuti alur cerita dalam film.

Film pendek yang mengangkat topik atau kebiasaan tertentu yang ada pada masyarakat dapat mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat.

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi, dan mengartikan masukan pesan untuk menciptakan suatu gambaran tentang kehidupan (Saputra dan Samuel, 2013: 3). Persepsi dapat disebut sebagai inti komunikasi, karena jika persepsi tidak akurat, seseorang memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas (Mulyana dalam Vebrynda, 2014: 6). Dari pengertian ini persepsi bisa diartikan sebagai cara individu dalam memandang sesuatu.

Penelitian Amalia dkk (2019) menyatakan bahwa terpapar film dapat mempengaruhi persepsi seseorang, semakin sering orang menonton film maka persepsi mereka akan semakin terpengaruh. Persepsi individu yang diterima bentuknya beragam, dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik masing-masing individu serta khalayak massa secara selektif menaruh perhatian dan menanggapi isi pesan media massa. Film pendek yang terdapat pada media sosial Youtube dapat memberikan persepsi tertentu pada individu maupun masyarakat. Terbentuknya persepsi pada masyarakat dimulai dengan pengamatan melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima informasi yang ada pada film pendek.

Selain dapat mempengaruhi persepsi masyarakat pada suatu kebiasaan tertentu, film pendek dapat memberikan pengaruh pada sikap masyarakat dalam

menanggapi isi dalam film tersebut. Sikap menurut Notoatmodjo (dalam Kholisoh 2018: 1004) merupakan reaksi atau proses seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau obyek. Sikap menunjukkan konotasi adanya kesesuaian reaksi terhadap stimulus tertentu dalam kehidupan sehari-hari. Sikap merupakan reaksi yang bersifat emosional terhadap stimulus sosial. Konten pada media massa atau media sosial seperti Youtube merupakan salah satu komponen sosial yang dapat mempengaruhi sikap individu.

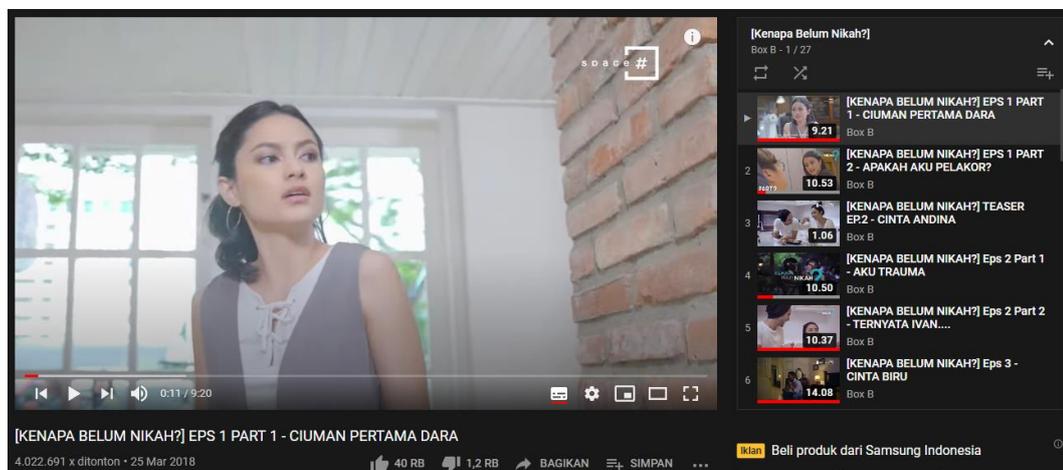
Penelitian yang dilakukan Hidayat (2015) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara film terhadap sikap seseorang atau masyarakat. Film pendek sebagai bentuk dari komunikasi massa digunakan sebagai sumber pesan kepada penonton. Terpaaan film diharapkan dapat membuat masyarakat lebih paham tentang maksud yang ingin disampaikan dalam sebuah cerita. Semakin seseorang mengerti tentang konten atau cerita pada film pendek maka pemahaman terhadap suatu tujuan dari pembuatan film semakin tinggi, yang mana dapat ditunjukkan dengan sikap.

Kebiasaan yang sering dilakukan masyarakat di Indonesia salah satunya adalah memberikan pertanyaan kapan nikah kepada seseorang yang sudah dianggap memasuki usia layak menikah tetapi masih lajang, meski tidak sedikit laki-laki yang mendapatkan pertanyaan tersebut tetapi kaum wanita lebih banyak dipojokan. Menunda pernikahan akan menjadi semacam gunjingan atau hinaan di masyarakat jika gadis yang sudah berumur tetapi belum menikah (Yanda, 2012: 8). “Mereka dituntut menikah cepat dan punya anak untuk bisa dapat predikat bahagia. Masyarakat seperti merasa punya tanggung jawab untuk

menyamarkan jalan hidup sesuai standar kebahagiaan umum (Aditya, 2019).” Bimo (dalam Adisty, 2020) mengatakan bahwa “orang-orang sering nanya kapan nikah, tapi nggak pernah tahu kalau banyak alasan baik dibalik kita belum nikah”.

Menikah bukan perkara siapa yang lebih cepat. Apalagi merasa pernikahan menjadi sesuatu yang wajib dilakukan hanya agar terhindar dari stereotip negatif dan tidak dianggap menyimpang dari norma masyarakat. Melihat fenomena ini channel youtube Box B membuat drama/film pendek dengan judul “Kenapa Belum Nikah?” yang dipersembahkan untuk semua orang yang memiliki kisah dan alasan kenapa mereka belum menikah. Film pendek yang tayang pada media sosial Youtube tersebut merupakan film pendek yang diproduksi oleh *Space#* dan disponsori oleh JD.id. Film pendek ini menceritakan tentang alasan-alasan seseorang belum menikah, dimana setiap episodenya menampilkan cerita yang berbeda.

Film pendek “Kenapa Belum Nikah?” memiliki jumlah episode sebanyak 14 episode dan tiap episode ada yang terdiri dari 2 bagian dengan durasi per episode bervariasi antara 15 menit – 23 menit.



Gambar 1.1 Film pendek “Kenapa Belum Nikah?” pada Youtube

Episode pertama film pendek tersebut telah ditonton oleh lebih dari 4 juta orang dengan jumlah like sebanyak 40 ribu namun mengalami penurunan pada setiap episodanya dan ditutup dengan 650 ribu penonton pada episode terakhir. Berikut adalah rincian jumlah penonton pada masing-masing episode:

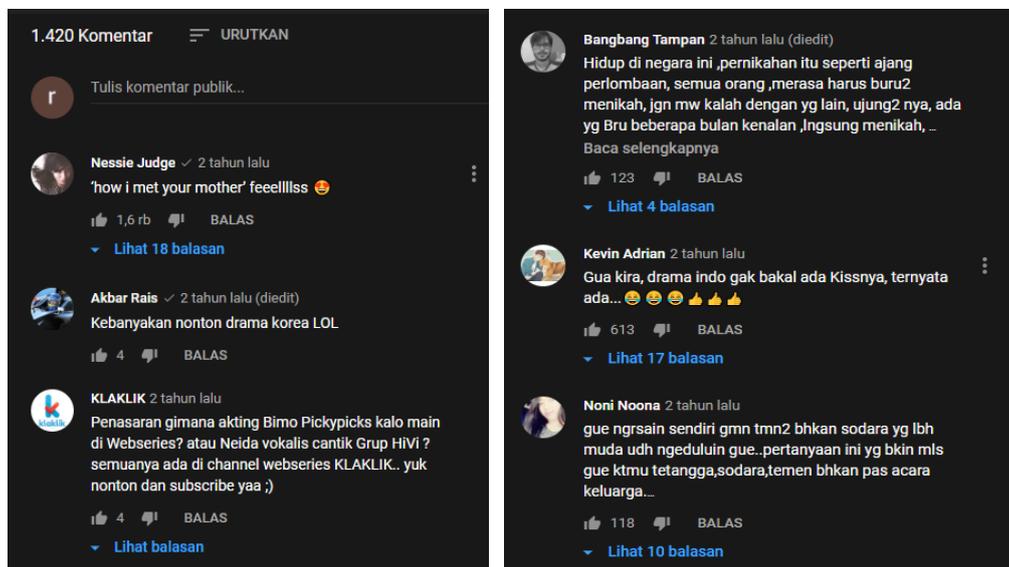
Tabel 1.1 Jumlah Penonton Film pendek “Kenapa Belum Nikah?” per Tanggal 3 Desember 2020

Episode	Judul	Tanggal Rilis	Jumlah Penonton	Jumlah Like
1 Part 1	Ciuman pertama Dara	25 Maret 2018	4.022.691	40.565
1 Part 2	Apakah aku pelakor?	1 April 2018	2.059.734	25.378
2 Part 1	Aku trauma	12 April 2018	1.238.465	13.270
2 Part 2	Ternyata Ivan...	26 April 2018	904.285	13.000
3	Cinta Biru	24 Mei 2018	847.273	11.018
4	Sayangnya aku untukmu	31 Mei 2018	664.121	8.475
5	Bahagia itu adalah mencintaimu	14 Juni 2018	767.515	14.405
6	Tak sanggup mencintaimu	28 Juni 2018	697.637	12.339
7	Cinta tanpa komitmen	12 Juli 2018	721.088	9.476
8	Ketika aku tak bisa menentukan pilihan	26 Juli 2018	689.500	8.230
9	Ketika cinta tidak untuk bersatu	9 Agustus 2018	675.673	17.022
10	Ketika cinta tak harus memiliki	23 Agustus 2018	782.369	11.113
11	Ketika cinta bikin tenggelam	6 September 2018	584.605	8.008
12	Apakah aku tidak boleh bahagia?	20 September 2018	610.671	9.101
13	Cinta yang kupilih	9 November 2018	458.368	6.558
14	Akhir cerita cinta	22 November 2018	653.477	8.300

Sumber : Youtube.com

Pada episode pertama jumlah komentar sebanyak 1420 dan banyak diantaranya menunjukkan ketertarikan pada film tersebut baik dari segi cerita, akting pemain maupun latar. Beberapa komentar yang menunjukkan ketertarikan disampaikan oleh pemilik akun Fahmi Nisa yaitu “seru cerita-nya aku suka

banget, dan sesuai sama seperti aku suka ditanya kapan nikah?”. Akun xavierra zach juga berkomentar “buruan di update yaaaa... berasa kek nungguin drakor jg nih”. Beberapa penonton pada film pendek ini menunjukkan adanya persamaan persepsi mengenai kebiasaan di masyarakat seperti pada komentar akun Noni Noona “gue ngrsain sendiri gmn tmn2 bhkan sodara yang lbh muda udh ngeduluin gue..pertanyaan ini yang bkin mls gue ktmu tetangga,sodara,temen bhkan pas acara keluarga”.



Gambar 1.2 Komentar film pendek “Kenapa Belum Nikah?”

Adapun yang akan digunakan sebagai objek dalam penelitian ini yaitu episode pertama dengan judul “Ciuman pertama Dara” dan “Apakah aku pelakor?” dimana episode tersebut merupakan episode dengan jumlah penonton terbanyak. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari terpaan film pendek Youtube “Kenapa Belum Nikah?”, apa alasan seseorang belum menikah? dan bagaimana persepsi serta sikap masyarakat tentang film pendek Youtube “Kenapa Belum Nikah?”. Peneliti ingin mengetahui persepsi dan sikap

masyarakat setelah menonton film pendek tersebut, maka peneliti mengambil judul penelitian “Pengaruh Terpaan Film Pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap Persepsi dan Sikap Penonton Tentang Orang yang Melajang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan apa yang dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah

- a. Apakah terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* berpengaruh terhadap persepsi penonton tentang orang yang melajang?
- b. Apakah terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* Berpengaruh terhadap sikap penonton tentang orang yang melajang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- a. Mengetahui pengaruh terpaan film pendek dengan judul *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi penonton tentang orang yang melajang
- b. Mengetahui pengaruh terpaan film pendek dengan judul *Kenapa Belum Nikah?* terhadap sikap penonton tentang orang yang melajang

## **1.4 Signifikansi Penelitian**

### **1.4.1 Signifikansi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan wawasan mengenai media sosial bagi penulis dan pembaca khususnya mengenai

pengaruh film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang.

#### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada pihak terkait seperti tempat produksi film agar mengetahui pengaruh film pendek terhadap sikap penonton tentang keputusan belum menikah sehingga dapat membuat konten atau cerita dalam sebuah film lebih beragam dan disesuaikan dengan tema kehidupan sehari-hari.

#### **1.4.3 Signifikansi Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat, khususnya penonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* mengenai seberapa besar pengaruh terpaan film terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang

### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini menjadi lebih fokus dan terarah maka teori yang digunakan dibatasi untuk mengetahui pengaruh terpaan film pendek dengan judul *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang

### **1.6 Kerangka Teori**

#### **1.6.1 *State Of The Art***

Berikut adalah beberapa penelitian yang sejenis atau terkait dan dijadikan acuan pada penelitian ini:

No	Nama dan Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
1	Kiki Ristia Amalia, Farhanuddin Jamanie, Annisa Wahyuni Arsyad (2019) - Pengaruh Terpaan Film Uang Panai' Maha(r)l Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Tradisi Uang Panai' Suku Bugis di Samarinda	Penelitian kuantitatif eksplanatif	Terdapat Pengaruh antara terpaan film Uang Panai' Maha(R)L terhadap persepsi mahasiswa tentang tradisi uang panai' suku Bugis di Samarinda
2	Aulia Shofan Hidayat (2015) – Pengaruh Film Mata Tertutup Terhadap Sikap Mahasiswa Tentang Deradikalisasi (Survei Pada Komunitas Video Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)	Penelitian kuantitatif eksplanatif	Stimulus berupa Film Mata Tertutup dapat diterima dengan baik oleh Organism dan menghasilkan respon berupa sikap positif tentang radikalisme. Film bisa menjadi media untuk memberikan pemahaman kepada khalayak terkait isu-isu sensitif khususnya keagamaan kepada masyarakat
3	Rachel Febrida, Roswita Oktavianti (2020) - Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube)	Penelitian kuantitatif survey	Ada pengaruh terpaan iklan di media sosial Youtube terhadap persepsi konsumen. Terpaan iklan memiliki pengaruh terhadap persepsi konsumen sebesar 34%, sisanya 66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4	Nur Kholisoh (2018) - Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa	Penelitian kuantitatif survey	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Terpaan informasi di media mempengaruhi sikap guru</li> <li>– Terpaan informasi di media mempengaruhi persepsi siswa SMA</li> <li>– Sikap guru juga memengaruhi persepsi siswa SMA tentang konten di media sosial vlog</li> </ul>

Berdasarkan *State of The Art* diatas, kebaruan dari penelitian ini adalah pada subjek, tujuan dan objek penelitian. Subjek pada penelitian ini adalah film pendek “*kenapa belum nikah?*”. Tujuan penelitian adalah mengetahui adanya pengaruh film pendek “*kenapa belum nikah?*” terhadap persepsi dan sikap

penonton tentang orang yang melajang. Adapun objek dalam penelitian ini yaitu penonton yang berusia diatas 20 tahun. Hal diatas dapat digunakan sebagai referensi peneliti untuk melakukan penelitian.

### **1.6.2 Paradigma Penelitian**

Penelitian pada hakikatnya merupakan suatu proses penyelidikan untuk menemukan kebenaran melalui pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyimpulan data berdasarkan pendekatan, metode, dan teknik tertentu untuk menjawab suatu permasalahan. Untuk lebih mengarahkan dan mempermudah dalam proses berfikir, maka dibuatlah paradigma berfikir dalam sebuah karya ilmiah. Paradigma menurut Bogdan dan Biklen (dalam Suryadi, 2019 : 22) adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berfikir dan penelitian. Paradigma merujuk pada cara berfikir atau cara pandang (world of view), dan perspektif dalam melihat suatu realitas. Sedangkan menurut Khun (dalam Kriyantono, 2014 : 14) paradigma adalah seperangkat asumsi, teori, metode, dan contoh ideal tentang solusi memecahkan masalah penelitian yang menghasilkan unifikasi cara pandang tertentu Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Paradigma merupakan gambaran fundamental mengenai masalah dalam ilmu tertentu. Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah, dan masuk akal. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma klasik yang mencakup paradigma positivistik.

Positivisme merupakan pradigma ilmu pengetahuan yang paling awal muncul dalam dunia ilmu pengetahuan. Keyakinan dasar aliran ini berakar dari

paham ontologi yang menyatakan bahwa realitas ada (*exist*) dalam kenyataan yang berjalan sesuai dengan hukum alam (*natural laws*). Upaya penelitian dalam hal ini adalah untuk mengungkapkan kebenaran realitas yang ada dan bagaimana realitas tersebut senyatanya berjalan. Ontologi adalah teori atau studi tentang yang ada (*being/wujud*) seperti karakteristik dasar dari seluruh realitas. Paradigma positivis yaitu paradigma yang menempatkan ilmu sosial seperti halnya ilmu alam dimana realita ditempatkan sebagai sesuatu yang nyata dan berada 'di luar sana' dan menunggu untuk ditemukan. Paradigma positivis bertujuan untuk menemukan penjelasan ilmiah mengenai hukum sebab akibat sehingga manusia dapat memprediksi atau mengontrol peristiwa. Paradigma ini melihat bahwa ada realitas yang nyata dan secara stabil mengikuti pola yang telah ada atau berurutan sehingga bisa diprediksi.

Paradigma positivis menempatkan teori sebagai titik tolak utama dalam kegiatan penelitiannya. Teori dalam penelitian berparadigma positivistik menjadi sumber jawaban utama atas berbagai rasa ingin tahu dari para peneliti (Babbie, 2012: 47). Pada penelitian ini, teori *uses and effect* merupakan pedoman untuk merancang kegiatan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena pendekatan kuantitatif dapat menghasilkan data yang akurat setelah perhitungan yang tepat. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

Pendekatan kuantitatif merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian yang lebih ditekankan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan

penafsiran kuantitatif yang kokoh. Paradigma positivis melihat realitas sosial sebagai realitas yang “real” dan diatur kaidah-kaidah tertentu yang berlaku universal walaupun kebanyakan pengetahuan itu mungkin hanya bisa diperoleh secara probabilistik (Neuman, 2014: 90). Pendekatan kuantitatif bertujuan menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2014: 55). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang termasuk paradigma positivistik (Neuman, 2014: 64). Penelitian kuantitatif sifatnya objektif, sehingga kita bisa melihat langsung sebuah keadaan. Metode penelitian ini menggunakan metode survei yaitu metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya.

### **1.6.3 Teori Penelitian**

#### **a. Teori *Uses and Effect***

Teori *uses and Effect* pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl, teori ini merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratification* dan teori tradisional mengenai efek. Konsep dari “*uses*” merupakan yang sangat penting, karena pengetahuan yang mengenai penggunaan media yang menyebabkan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa.

Pada teori *uses and gratification*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu. Sedangkan *uses and effect* kebutuhan

hanyalah salah satu dari factor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media atau menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti dan dapat diartikan *exposure* yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi (Bungin, 2019: 291). Dalam konteks lain pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana ini terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua. Ketergantungan audiens terhadap media mencakup tiga pihak, yaitu : media, audiens dan sistem social yang melingkupi.

Teori *uses and effects* merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah effects bagi pengguna dari media tersebut. Contoh dari teori *uses and effects* dapat dilihat dari kebiasaan seseorang menonton atau mendengarkan media massa dalam keseharian seorang individu, misalnya kebiasaan orang menonton drama korea yang menimbulkan sebuah *effects* dari apa yang dilihat (Bungin, 2019: 291).

Asumsi dasar pada penggunaan media terhadap model uses and effect terbagi menjadi 3 variabel yaitu:

- 1) Jumlah waktu, dimensi ini menyajikan jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media.
- 2) Jenis isi media, dimensi ini menyajikan jenis isi media yang dipergunakan.

- 3) Hubungan, dimensi ini menyajikan perihal hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang di konsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini prinsip dasar yang terkandung yaitu, dimana para pengguna media massa mendapatkan suatu effects setelah menggunakan media massa tertentu. Dengan demikian seorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audiens. Demikian halnya pada film “kenapa belum nikah?” yang menghadirkan cerita tentang alasan dibalik seseorang belum menikah. Pengetahuan tersebut akan membuat khalayak menerima effects setelah menonton film tersebut

#### **b. Teori Persepsi**

Secara etimologis, persepsi atau perception berasal dari bahasa Latin *perceptio*; dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil (Hendra, 2016). Persepsi adalah pemaknaan/arti terhadap informasi (energi/stimulus) yang masuk kedalam kognisi manusia. Menurut Leavitt (Arasanta, 2017) persepsi (*perception*) dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Adapun menurut Rakhmat dalam Hendra (2016) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi didefinisikan sebagai proses yang kita gunakan untuk menginterpretasikan data-data sensori. Data sensori sampai kepada kita melalui

lima indra kita. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensori stimuli) (Syam, 2011: 3).

Rudolph F. Verbender (Jumardiah, 2018) menyatakan bahwa persepsi adalah proses menafsirkan informasi indrawi. Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Persepsi memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan komunikasi. Artinya, kecermatan dalam mempersepsi stimuli inderawi mengantarkan kepada keberhasilan komunikasi. Sebaliknya, kegagalan dalam mempersepsi stimuli, menyebabkan mis-komunikasi. Menurut Sobur (Jumardiah, 2018) persepsi adalah proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindera atau data. Persepsi manusia, baik berupa persepsi positif maupun negatif akan mempengaruhi tindakan yang tampak. Adapun Walgito (Akbar, 2015) menyatakan bahwa:

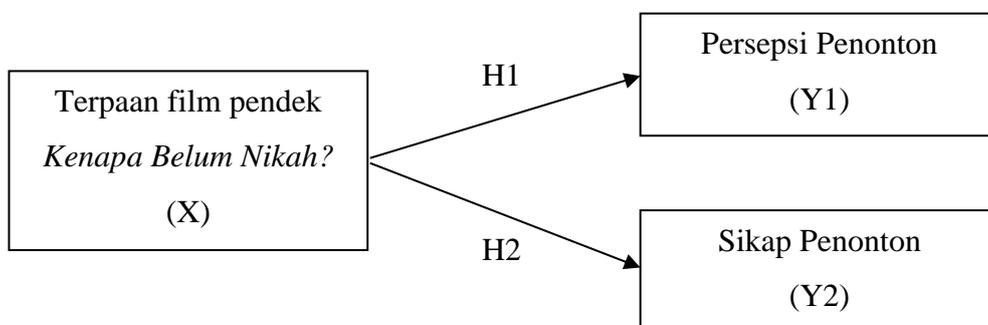
“proses terjadinya persepsi dimulai dari adanya objek yang menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indra. Stimulus yang diterima alat indera diteruskan oleh syaraf sensoris ke otak. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang diraba. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk.”

Banyak stimulus berbeda-beda yang sampai kepada kita tentang masalah yang sama, apa yang bisa kita hayati adalah terbatas pada saat-saat tertentu. Ciri-ciri persepsi sebagai berikut: 1) Persepsi merupakan cara pandang seseorang terhadap sesuatu. 2) Adanya stimulus (input), pengorganisasian stimulus dan

penerjemahan atau penafsiran stimulus. 3) Adanya pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. 4) Adanya proses pemberian arti terhadap lingkungan setiap individu (Sudarsono, 2016).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya. Rasa dan nalar bukan merupakan bagian yang perlu dari setiap situasi rangsangan-tanggapan, sekalipun kebanyakan tanggapan individu yang sadar dan bebas terhadap satu rangsangan atau terhadap satu bidang rangsangan sampai tingkat tertentu dianggap dipenuhi oleh akal atau emosi, atau keduanya. Persepsi dapat dikatakan sebagai penerjemahan otak atas informasi yang telah disediakan oleh indera, masuk kedalam pikiran, semua yang diinginkan, dikendaki, disangka, dibutuhkan serta pengalaman masa lalu membantu menentukan persepsi.

#### 1.6.4 Kerangka Penelitian



Gambar 1 Kerangka Penelitian

### 1.6.5 Hipotesis

Hipotesis (*hypothesis*) menurut Cooper dan Schindler (dalam Suryadi, 2019 : 119) adalah sebuah proposisi yang dirumuskan untuk diuji secara empirik, sebuah pernyataan sementara yang menjelaskan hubungan antarvariabel. Dengan demikian, hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara, oleh karenanya perlu diuji secara empirik, tentang hubungan antarvariabel yang dirumuskan dalam model penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1 : Terdapat pengaruh positif antara terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi penonton tentang orang yang melajang

H2 : Terdapat pengaruh positif antara terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap sikap penonton tentang orang yang melajang

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 38). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2011: 39). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* (X).
- b. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011: 39). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah persepsi penonton (Y1) dan sikap penonton (Y2).

### **1.6.6 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual merupakan batas terhadap masalah-masalah variabel yang dijadikan acuan dalam penelitian, sehingga tujuan dan arahnya tidak menyimpang. Babbie (dalam Suryadi, 2019 : 151) menyebut proses membangun kesepakatan tentang pengertian suatu konsep disebut konseptualisasi (conceptualization). Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan di atas, dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut:

#### **a. Terpaan Media**

Terpaan media menurut Rosengren (dalam Satria, 2017) adalah penggunaan media yang terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang di konsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Selain itu terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi dan atensi dari individu.

#### **b. Persepsi**

Bimo Walgito mendefinisikan bahwa persepsi merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris (Akbar, 2015). Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Maka dalam proses persepsi orang yang dipersepsi akan dapat mempengaruhi pada orang yang mempersepsi.

### **c. Sikap**

Sikap pada dasarnya adalah tendensi kita terhadap sesuatu. Rasa suka atau tidak suka kita atas suatu objek. Menurut Gerungan (2010: 160) sikap atau attitude adalah suatu reaksi pandangan atau perasaan seorang individu terhadap objek tertentu. Sikap seseorang terhadap objek akan membentuk perilaku individu terhadap objek.

#### **1.6.7 Definisi Operasional**

Definisi operasional (*operational definition*) adalah menjelaskan suatu konsep dengan mengemukakan dan menjelaskan bagaimana konsep tersebut akan diukur secara empirik. Mendefinisikan suatu variabel secara operasional adalah menjelaskan apa indikator-indikator sebagai penanda kehadiran variabel tersebut secara empirik (Suryadi, 2019 : 152). Adapun definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **a. Terpaan Media**

- Frekuensi, yaitu rutinitas atau seberapa sering orang menggunakan media dan mengerti akan pesan yang disampaikan.
- Perhatian (atensi), yaitu ketertarikan pada seseorang dalam memanfaatkan media dan mengonsumsi pesan yang terdapat pada media.
- Durasi, yaitu seberapa lama orang memakai media untuk mengerti dan mendapat pesan dari media tersebut.

## **b. Persepsi**

- Penyerapan terhadap stimulus, yaitu rangsang atau objek tersebut diserap atau diterima oleh panca indera, baik penglihatan, pendengaran, peraba, pencium, dan pencecap secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama.
- Pengertian atau pemahaman, yaitu setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan didalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, diklasifikasikan, dibandingkan dan diinterpretasi sehingga terbentuk pengertian atau pemahaman.
- Penilaian, setelah terbentuk pengertian atau pemahaman, terjadilah penilaian dari individu. Individu membandingkan pengertian atau pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian individu berbedabeda meskipun objeknya sama.

## **c. Sikap**

- Kognitif, yaitu suatu pemikiran serta ide-ide yang berkaitan dengan objek yang bisa berupa keyakinan, kesan, dan penilaian/pemahaman. Pemikiran seorang individu pada suatu objek didapat melalui proses melihat, mendengar dan merasakan.
- Afektif, yaitu perasaan atau emosi seseorang terhadap suatu objek. Dapat diketahui melalui perasaan suka atau tidak suka, senang atau tidak senang terhadap objek tersebut.

- Konatif, yaitu respon seseorang yang berkaitan dengan objek. Respon tersebut dapat berupa tindakan yang dapat diamati dan dapat berupa niat untuk melakukan perbuatan tertentu yang berhubungan dengan objek.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

### **1.7.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif yang didasarkan pada *hypotetico-deductive method*, yaitu suatu metode dalam penelitian yang melibatkan pengujian hipotesis yang dideduksi dari hipotesis lainnya yang tingkat abstraksinya atau perumusan konseptualnya lebih tinggi. Cara berfikir deduktif merupakan cara berpikir yang berangkat dari kebenaran yang bersifat umum menuju ke yang khusus. Kebenaran yang bersifat umum dimaksud dapat berupa teori, dalil atau hukum. Menurut Mulyadi (2011 : 127) penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang mewakili paham positivisme. Sedangkan menurut Suryadi (2019 : 61) metodologi penelitian kuantitatif sebagai cara berfikir keilmuan ditunjukkan oleh proses berpikir secara deduktif dan induktif atau yang dikenal dengan “logiko-hipotetiko-verifikatif.”

Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan prosedur riset rasional – empiris, artinya penelitian berangkat dari konsep-konsep atau teori-teori yang dilandasinya dan konsep atau teori inilah yang akan dibuktikan dengan data yang dikumpulkan di lapangan (Kriyantono, 2014: 56). Penelitian kuantitatif sifatnya objektif, sehingga kita bisa melihat langsung sebuah keadaan. Metode penelitian ini menggunakan metode survei yaitu metode riset dengan menggunakan

kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Penelitian kuantitatif bertujuan menentukan hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pada akhirnya hasil penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis yaitu mengetahui pengaruh variabel terpaan film pendek “*kenapa belum nikah?*” (X) terhadap persepsi penonton (Y1) dan sikap penonton (Y2).

### **1.7.2 Jenis Sumber Data**

#### **a. Data primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, tanpa melalui media perantara. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari penonton film pendek “*kenapa belum nikah?*” melalui penyebaran kuesioner. Data primer berupa hasil jawaban responden dari daftar pertanyaan (kuesioner) tentang terpaan media, persepsi dan kinerja sikap tentang pertanyaan kapan nikah.

#### **b. Data sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini disajikan berupa data-data atau dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini yang berasal dari literatur kepustakaan, jurnal karya ilmiah maupun media internet.

### **1.7.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan

dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden tersebut (Sugiyono, 2011: 142). Selain itu penelitian ini juga menggunakan data kepustakaan dan jurnal guna mendukung teori-teori yang digunakan maupun penelitian terdahulu dalam penelitian ini.

#### **1.7.4 Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 80). Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti ialah seluruh subscriber channel YouTube Box B yang berjumlah 439.000 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011: 81). Bila populasi besar dan peneliti tidak meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang ada pada populasi itu. Untuk dapat menentukan jumlah sampel penelitian, dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin* (Sugiyono, 2011: 2):

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

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

$\mu$  : *Margin of error* yaitu besarnya kesalahan yang dapat ditolerir peneliti

Dengan menggunakan rumus tersebut di atas diperoleh jumlah sampel sebanyak:

$$n = \frac{439.000}{1+439.000(0,1)^2}$$

$n = 99,97$  ditetapkan menjadi 100 orang

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

### **1.7.5 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu peneliti dapat menentukan sampel berdasarkan tujuan tertentu, tetapi ada syarat yang harus dipenuhi. Menurut Sugiyono (2011: 85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan penulis menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Kriteria sampel dalam penelitian diantaranya subscriber channel YouTube Box B, sudah menonton film pendek “*kenapa belum nikah?*” episode 1, berumur lebih dari 20 tahun dan bersedia mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti.

### **1.7.6 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga

alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2011: 92). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* 5 poin. Skala *likert* menurut Sugiyono (2011: 93) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terkait fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti atau disebut juga dengan variabel penelitian. Dalam penggunaan skala *likert*, variabel yang akan diukur terlebih dahulu dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur dalam penyusunan berbagai macam instrument berupa pernyataan ataupun pertanyaan. Pengukuran indikator tiap variabel menggunakan ketentuan sebagai berikut:

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### **1.7.7 Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan penghitungan komputasi program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) yang akan membantu dalam menganalisis deksriptif, komparatif, korelasi, dan regresi serta pengujian validitas dan reliabilitas instrumen. Prinsip mengolah data menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

1. Memasukkan data kedalam software SPSS, yakni memasukkan data menggunakan data dari file yang sudah tersimpan sebelumnya, dari

spreadsheet, database, atau file data teks dan bisa juga memasukkan data manual ke editor data.

2. Memilih prosedur analisa, yakni memilih paket analisa untuk menghitung atau membuat grafik.
3. Memilih variabel yang akan dianalisis, dan penentuan variabel menyesuaikan dengan paket analisa yang dipilih.
4. Menjalankan paket analisa dan melihat hasilnya.

### **1.7.8 Teknik Analisis Data**

#### **1.7.8.1 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Sehingga nilai koefisien regresi yang dihasilkan baik atau tidak bias. Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang disyaratkan untuk bebas dari multikolinearitas, heteroskedostisitas, serta autokorelasi.

##### **a. Uji Normalitas**

Salah satu asumsi model regresi adalah residual mempunyai distribusi normal. Menurut Ghozali (2013: 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Sugiyono dan Susanto (2015: 323) pelaksanaan uji normalitas dapat menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan kriteria yang berlaku yaitu apabila hasil signifikansi  $> 0,05$  yang berarti residual berdistribusi normal.

##### **b. Uji Linearitas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan linear antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Adapun kriteria uji linearitas adalah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi Deviation from Linearity  $> 0,05$ , maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Jika nilai signifikansi Deviation from Linearity  $< 0,05$ , maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji asumsi heterokedastisitas untuk menguji dalam sebuah model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residula dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat diketahui dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SREDIS dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang tidak diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dengan menggunakan dasar analisis menurut Ghozali yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada

membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013: 139).

### **1.7.8.2 Analisis Regresi Linear**

Analisis regresi ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X_1$$

$$Y_2 = a + b_1Y_1$$

Keterangan :

- Y1 : persepsi penonton
- Y2 : sikap penonton
- X : terpaan media film pendek
- b<sub>1</sub> : Koefisien Regresi
- a : Konstanta

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji t untuk uji parsial karena sesuai dengan hipotesis awal bahwa terpaan media film pendek (X) berpengaruh terhadap persepsi penonton (Y1) dan sikap penonton (Y2).

### **1.7.9 Validitas dan Reliabilitas**

#### **1.7.9.1 Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini untuk menguji validitasnya kuesioner. Validitas menurut Sugiyono (2011: 177) menunjukkan derajat ketepatan antara data

yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical for Social Science*) versi 19. Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan table *r product moment*. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- Apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ table}$  (pada taraf signifikansi 5 %), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- Apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ table}$  (pada taraf signifikansi 5 %), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

#### **1.7.9.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2011: 177). Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Teknik pengujian reliabilitas menggunakan teknik analisis yang sudah dikembangkan oleh *Alpha Cronbach*. Pada pengujian ini,  $\alpha$  dinilai reliabel jika lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2013: 129). Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical for Social Science*) versi 19. Adapun kriteria penilaian uji reliabilitas yaitu sebagai berikut :

- Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.

- Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### 2.1 Gambaran Umum *Subscriber* Channel Youtube Box B

##### 2.1.1 Channel Youtube Box B

Channel youtube adalah sebuah alat pada akun youtube, yang dapat digunakan untuk mengupload video di youtube, mempublikasikan video yang telah selesai diupload, dan melakukan aktifitas lainnya di youtube seperti menghapus video kita sendiri, berkomentar pada video orang lain, dll. Adapun youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

Channel Youtube Box B merupakan salah satu channel youtube yang dibuat pada 13 Juli 2017. Channel tersebut telah mengupload berbagai video film pendek dengan jumlah video yang telah diupload sebanyak 363 video. Video-video pada channel Box B telah ditonton sebanyak 68.994.867 kali. Salah satu video film pendek atau dikenal dengan istilah web series yang digunakan dalam penelitian ini adalah film pendek dengan judul "*Kenapa Belum Nikah?*". Pada tahun 2018 channel Youtube Box B mengupload video film pendek "*Kenapa*

*Belum Nikah?*” yang merupakan video yang diproduksi oleh *Space#* dan disponsori oleh JD.id.

### **2.1.2 Subscriber Channel Youtube Box B**

Subscriber adalah penonton yang telah menyatakan bahwa mereka ingin menonton lebih banyak konten pada suatu channel Youtube (<https://creatoracademy.youtube.com/>). Subscriber merupakan pelanggan postingan blog atau video youtube dimana ketika ada tulisan baru, video baru, maka akan ada notifikasi via email kepada para Subscriber yang dikirim otomatis oleh Google dari pemilik Blogger dan Youtube. Pada konteks Blog, Subscriber indentik dengan Follower yang mengikuti blog tertentu. Subscriber suatu channel Youtube cenderung lebih sering menonton dibandingkan penonton yang tidak subscribe. Apabila mengaktifkan notifikasi, para subscriber akan diberi tahu ketika channel memposting video baru. Subscriber juga dapat melihat video yang baru dipublikasikan di feed Subscription pada channel Youtube.

Channel Box B memiliki jumlah subscriber sebanyak 439.000 orang. Jumlah subscriber sangatlah penting karena dapat mempengaruhi seberapa luas jangkauan suatu video. Semakin banyak subscriber suatu konten, maka akan semakin banyak pula orang yang akan menonton video pada konten tersebut. Semakin banyak jumlah penonton, maka akan semakin banyak interaksi yang terjadi di dalam video. Interaksi ini bisa berupa like, komentar, atau bahkan share. Semakin banyak video dibagikan, maka hal itu akan menjadikan suatu video menjadi populer dan ditonton oleh banyak orang.

## **2.2 Gambaran Umum Tentang Film Pendek “*Kenapa Belum Nikah?*”**

### **2.1.1 Sejarah Perkembangan Film Pendek**

Pergerakan film pendek Indonesia dianggap tidak menarik karena dianggap tidak masuk dalam ikatan industri perfilman oleh kalangan akademisi dan seniman film Institut Kesenian Jakarta (IKJ), film independen memang lebih banyak disebut sebagai film pendek. Ada orang menyebut film indie, independen, dan juga film pendek. Bahkan kalangan seniman film Yogyakarta, film semacam ini disebut sebagai film ‘wayang’. Istilah ‘wayang’ ini diadopsi dari pengertian film masa lampau yang menyebutkan bintang film (artis) sebagai ‘anak wayang’ sehingga jika jenis film ini dianggap sebagai semacam wacana, Gotot membiarkan peristilahan itu berkembang sebebaskan bebasnya. Jika hanya dipatok dengan istilah indie, nanti bisa jadi orang akan menghubungkannya dengan film masa lampau Indonesia. Kalau menyebut independen, bisa jadi orang akan mempertanyakan independen dalam soal apa. Sampai saat ini, Gotot yang sering menjadi juri film pendek di tingkat nasional ataupun internasional, masih menggunakan istilah film pendek.

Sejarah film pendek Indonesia bergerak sendiri di luar industri film yang ada. Namun kenyataannya, film-film pendek Indonesia kini telah banyak mendapat perhatian dan penghargaan dari luar negeri. Banyaknya forum di luar negeri seperti festival film yang mengundang film-film pendek untuk dipertunjukkan dan dibahas. Dengan demikian, film pendek tersebut telah menjadi publik relations untuk perfilman Indonesia, menggantikan film-film mainstream Indonesia yang kurang berbicara di forum internasional.

Melihat kilas balik pergerakan film pendek atau film independen bisa dimulai dari awalnya, yakni tahun 70-an ketika berdirinya Dewan Kesenian Jakarta-Taman Ismail Marzuki (DKJ-TIM) dan pendidikan film pertama di Indonesia. Pada saat itu, mulai populer media film 8 mm yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. DKJ-TIM membuat Lomba Film Mini yang mengakomodasi munculnya film-film pendek buatan para amatir, para seniman di luar film, dan mahasiswa termasuk mahasiswa sinematografi Lembaga Pendidikan Kesenian Jakarta (LPKJ, yang kemudian berubah menjadi IKJ).

Dari aktivitas lomba dan gencarnya DKJ-TIM mengadakan pekan film pendek dan alternatif, memunculkan gerakan pertama oleh anak-anak muda yang menamakan diri “Sinema Delapan”. Gerakan ini mencoba memunculkan karya-karya film dengan media 8 mm dengan semangat yang besar untuk menantang tata cara pembuatan film di industri film Indonesia yang saat itu mengalami booming yang luar biasa (satu tahun rata-rata berjumlah 125 judul). Namun hanya dengan modal semangat, gerakan ini tidak bisa bertahan lama. Tidak banyak orang yang terlibat dalam pergerakan, kecuali hanya segelintir mahasiswa film LPKJ. Gerakan ini usianya tidak lebih dari satu tahun, walaupun para anggotanya telah memproduksi sejumlah film pendek.

Film pendek sebenarnya telah dikenal sebagian masyarakat Indonesia jauh sebelumnya melalui film-film “Gelora Pembangunan” pada era pemerintahan Sukarno. Film-film tersebut diputarkan di kampung-kampung atau bioskop sebelum film utama diputar. Hal tersebut berlanjut pada era pemerintahan Suharto yang memiliki program pemutaran film melalui Departemen Penerangan dengan

misi memutarakan film-film (yang kebanyakan film pendek) propaganda pemerintah dengan ideologi pembangunannya. Pada masa-masa inilah lahir dengan subur karya-karya film eksperimental. Nama-nama seperti Gotot Prakorasa, Henri Darmawan, Hadi Purnomo, muncul sebagai penggerak dikalangannya. Juga keterlibatan seniman seperti Sardono W. Kusumo dari seni tari menambah khasanah film eksperimental pada saat itu dengan kolaborasi personalnya menggunakan medium 8mm. Sebelumnya nama D.A. Peransi juga telah dikenal lebih dulu sebagai seseorang yang aktif mengenalkan pendekatan baru dalam pembuatan film dokumenter di Indonesia.

Pada awal tahun 80, muncul 'Forum Film Pendek (FFP) yang digagas oleh banyak orang, khususnya dengan bergabungnya beberapa seniman di luar film dan juga dari kalangan industri film serta anak-anak muda, mahasiswa UI, IKIP, dan IKJ yang juga sudah membuat karya film. Forum ini cukup bisa menciptakan isu nasional dan banyak melakukan pemutaran film dan apresiasi film hingga ke Medan, Bali, dan Lombok. Sebagai sebuah gerakan, cukup kokoh dan sanggup menginventarisasi karya-karya film pendek. FPP juga menformulasikan film pendek sebagai film alternatif dan independen. Forum ini bergerak aktif di tahun awal delapan puluhan hingga pertengahan delapan puluhan. Misi FPP adalah gerakan seni melalui film film dan eksplorasi ke luar negeri. Pada saat inilah dimulainya film-film pendek Indonesia mengikuti berbagai festival di luar negeri.

Pada pertengahan tahun 90, muncul gerakan 'Sinema Gerilya', sebuah istilah yang dilontarkan oleh Seno Gumira Adji darma, seorang sastrawan dan pemerhati film yang bereaksi atas surutnya produksi film nasional. Seno melihat

secara ekstrem bahwa produksi film alternatif sudah selangkahnya menggantikan posisi film nasional. Pada saat ini, walaupun produksi film Indonesia surut, justru ada beberapa film yang di kategorikan sidestream atau film-film seni banyak berbicara di forum internasional. Oleh karena itu, sudah selangkahnya semangat ‘Sinema Gerilya’ harus dimunculkan. Film pendek berhubungan dengan cerita yang pendek, tetapi bermakna besar, sebagaimana terjadi dalam dunia visual art, telah mengalami berbagai eksplorasi dari bentuk dan kreasi yang menghasilkan style yang sangat khas.

Indonesia mulai mengenal internet dalam skala yang kecil pada awal tahun 1990 dan terus berkembang secara signifikan penggunaannya. Revolusi komunikasi ini membawa satu perubahan besar dimasyarakat. Informasi-informasi yang tadinya tersembunyi, kini muncul kepermukaan dan relatif mudah diakses. Arus pertukaran informasi semakin cepat dan membentuk satu jaringan komunikasi yang kuat. Pada momen itu muncul idiom baru; “membuat film itu mudah”, sebagai sebuah wacana tawaran bagi kaum muda untuk membuka kembali ruang kreatifnya. Hal ini didukung oleh masuknya teknologi video digital yang merubah banyak hal. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, sampai dengan pertengahan 90an, teknologi video analog adalah format umum yang dipakai. Teknologi analog relatif lebih mahal dibanding digital video yang tidak mensyaratkan peralatan yang rumit atau *skill* pengetahuan khusus untuk mempelajarinya dan menggunakannya.

Pada tahun 1998, sekelompok sutradara muda membuat sebuah manifestasi Sinema Independen dengan memproduksi sebuah film berjudul

Kuldesak, yang diproduksi dan diedarkan secara mandiri. Tahun 1999 sekelompok anak muda di Jakarta membuat sebuah festival yang bernama Festival Film Video Independen Indonesia (FFVII) dalam skala nasional. Tahun 1999 sampai dengan 2004 dapat dikatakan sebagai tahun keemasan bagi film pendek Indonesia. Tumbuh kembangnya berbagai komunitas film serta kine klub turut menyumbangkan gairah wacana film pendek atau film Indonesia secara keseluruhan.

Tahun 2005 terdapat persoalan mendasar yang dihadapi oleh para penggiat film pendek/alternatif di Indonesia yaitu ketiadaan atau minimnya ruang distribusi serta apresiasi bagi karya-karya mereka. Pemutaran film dan distribusi karya dilakukan secara sporadis dimana ruang-ruang pemutaran yang biasa digunakan adalah ruang yang bukan khusus digunakan bagi kegiatan tersebut seperti bioskop melainkan toko buku, ruang pertemuan, dan semacamnya. Distribusi juga dilakukan secara sporadis dengan metode *hand by hand*. Minimnya ruang apresiasi serta kritik mengakibatkan pengembangan film pendek tidak sebaik film pada umumnya yang tayang pada bioskop. Perkembangan film pendek menjadi tersendat atau bahkan tidak berkembang sama sekali. Para penggiat dihadapkan pada pilihan realistis yang harus mereka pilih; terus intens berkarya, atau menjadikannya sekedar hobi semasa sekolah atau kuliah. Membuat film pendek (atau menjadi seniman video) tampaknya memang belum bisa dijadikan sebuah pilihan karir yang mensyaratkan sebuah intensitas.

Kondisi mulai berubah ketika Youtube mulai dikenal oleh kalangan masyarakat seiring perkembangan internet di Indonesia. Youtube merupakan

website *video sharing* yang memungkinkan penggunanya dapat mengupload, berbagi (*share*) dengan pengguna lainnya, serta menonton langsung video. Film pendek mendapatkan ruang apresiasi melalui media sosial Youtube sehingga saat ini banyak bermunculan film pendek karya anak bangsa yang dapat ditemukan pada media tersebut. Film pendek yang di upload pada media sosial Youtube mendapatkan apresiasi tersendiri dari masyarakat dan mulai digunakan sebagai sarana iklan.

### **2.1.2 Genre Film Pendek**

Genre film adalah bentuk, kategori atau klasifikasi tertentu dari beberapa film yang memiliki kesamaan bentuk, latar, tema, suasana dan lainnya. Genre film menurut Javandalasta (2011) yaitu, dalam film kita akan mengenal istilah Genre atau untuk mudahnya kita bisa menyebutnya jenis atau bentuk sebuah film berdasarkan keseluruhan cerita. Ini digunakan untuk mempermudah penonton untuk menentukan film apa yang akan ia tonton. Genre film ada beberapa macam, antara lain:

a. Genre Film Action Laga

Genre ini biasanya bercerita mengenai perjuangan seorang tokoh untuk bertahan hidup atau adegan pertarungan.

b. Genre Film Komedi

Genre film ini adalah film-film yang mengandalkan kelucuan-kelucuan baik dari segi cerita maupun dari segi penokohan.

c. Genre Film Horor

Genre film ini adalah misteri, biasanya mengetengahkan cerita yang terkadang berada di luar akal umat manusia.

d. Genre Film Thriller

Genre film ini selalu mengedepankan ketegangan yang dibuat tak jauh dari unsur logika ataupun seperti pembunuhan.

e. Genre Film Ilmiah

Genre film ini biasa disebut dengan *sci-fi*. Ilmuan akan selalu ada dalam genre film ini karna apa yang sesuatu mereka hasilkan akan menjadi konflik utama dalam alur.

f. Genre Film Drama

Genre film yang biasanya banyak di sukai penonton karena dianggap sebagai gambaran nyata sebuah kehidupan dan penonton dapat ikut merasakan adegan dalam film.

### 2.1.3 Profil Film Pendek “*Kenapa Belum Nikah?*”

Pada tahun 2018, Indonesia kembali menghadirkan kisah *web series* (film pendek) terbaru dari salah satu *e-commerce* yang diluncurkan oleh salah satu channel YouTube yaitu Box B. Film pendek yang tayang pada media sosial Youtube tersebut merupakan film pendek yang diproduksi oleh *Space#* dan disponsori oleh JD.id. Film pendek ini menceritakan tentang alasan-alasan seseorang belum menikah, dimana setiap episodenya menampilkan cerita yang berbeda. Sebelumnya, JD.id. berhasil mendapatkan jumlah *viewers* terbanyak untuk iklan dalam bentuk video online edisi Ramadhan 2017, dan sekarang JD.id.

meluncurkan film pendek perdananya hasil kolaborasi dengan Space #.  
(<https://www.niagahoster.co.id>).

Film pendek “*Kenapa Belum Nikah?*” merupakan film dengan cerita yang menggabungkan antara film drama dan mencampurkan kisah/cerita romantis di dalamnya disebut film drama romantis. Genre drama romantis yaitu genre film yang mengisahkan romansa cinta sepasang kekasih dan biasanya banyak disukai penonton karena dianggap sebagai gambaran nyata sebuah kehidupan dan penonton dapat ikut merasakan adegan dalam film. Genre film adalah bentuk, kategori atau klasifikasi tertentu dari beberapa film yang memiliki kesamaan bentuk, latar, tema, suasana dan lainnya. Film pendek (web series) yang memiliki genre yang sama dengan “*Kenapa Belum Nikah?*” diantaranya adalah “Mengakhiri Cinta dalam 3 Episode”, “Janji” dan “Surat Cinta Untuk Starla”. *Web series* dengan genre drama romantis cenderung diminati kalangan anak muda karena memiliki cerita utama mengenai hubungan yang romantis si tokoh utama dan kisahnya bisa berakhir bahagia (*happy ending*) bisa juga tidak bahagia (*bitter ending*) seperti dalam kehidupan nyata.

Film pendek “*Kenapa Belum Nikah?*” mengangkat topik yang menjadi bahan pembicaraan masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan wanita dengan rentang usia diatas 25 sampai 27 tahun. Film pendek “*Kenapa Belum Nikah?*” mengangkat beragam alasan mengapa seseorang tak kunjung menikah mulai karena trauma diselingkuhi ataupun perbedaan status sosial. Film pendek “*Kenapa Belum Nikah?*” menyajikan banyak cerita dalam 14 episode. Setiap episode mengangkat satu alasan yang melatarbelakangi seseorang belum menikah.

a. Episode 1

Episode 1 ini menceritakan tentang pengalaman Dara (Clara Josephine Bernadeth) yang enggan menikah walaupun dipaksa oleh orang-orang disekitarnya, terutama oleh ibunya. Episode ini menceritakan Dara yang dikecewakan oleh beberapa mantannya yang membuatnya enggan menikah. Di episode ini, ditampilkan indahnya awal kisah cinta dari Dara yang kemudian ditutup dengan betapa kecewanya Dara terhadap laki-laki, yang membuatnya menganggap bahwa laki-laki sama, yang *relatable* bagi beberapa perempuan. Di episode ini ada dua *part*, untuk *part 1* menceritakan bagian awal perjalanan cinta Dara dan *part 2* menceritakan bagian akhir dari perjalanan cinta Dara yang membuatnya enggan menikah.

*Part 1* berjudul “Ciuman Pertama Dara”, menceritakan tentang Dara yang menjalin hubungan dengan Tian sejak SMA dan berlanjut hingga bangku kuliah. Mereka menjalani hubungan jarak jauh karena Dara kuliah di Jakarta dan Tian kuliah di Malaysia. Hingga pada akhirnya Tian berkhianat dan memutuskan untuk mengakhiri hubungan dengan Dara. Setelah beberapa tahun, Dara lulus kuliah dan mulai bekerja di salah satu perusahaan di Jakarta.

*Part 2* berjudul “Apakah Aku Pelakor?”, menceritakan kisah cinta Dara selanjutnya dimana Dara bertemu dengan Dimas, rekan satu kantor dan mulai menjalin hubungan. Namun ternyata Dimas sudah punya istri dan anak sehingga Dara terpaksa memutuskan hubungan mereka. Setelah beberapa saat kemudian, Dara berkenalan dengan beberapa laki-laki, tetapi tidak pernah

cocok. Terakhir dia menjalin hubungan dengan Anto dimana Dara sangat mencintainya dan mereka akan segera menikah. Pernikahan tersebut tidak terwujud karena sifat Anto yang posesif dan melakukan kekerasan fisik. Pengalaman-pengalaman tersebut membuat Dara trauma dan memutuskan untuk tidak menjalin hubungan dalam waktu dekat dan fokus pada pekerjaan.

b. Episode 2

Episode 2 ini menceritakan tentang Andina (Tyas Mirasih) yang mengalami trauma yang membuatnya belum mau menikah. Di episode ini, diceritakan kisah Andina ketika pertama kali bertemu dengan Ivan (Refal Hady) hingga akhirnya mereka berdua berpacaran, dan kemudian berakhir sedih yang membuat Andina enggan menikah. Seperti episode 1, episode ini dibuat dua *part*, untuk *part 1* menceritakan awal mula Andina dan Ivan bertemu, dan *part 2* nya menceritakan ketika Andina dan Ivan berpacaran yang diakhiri dengan alasan kenapa Andina belum mau menikah.

c. Episode 3

Episode 3 ini menceritakan tentang Biru (Ade Firman Hakim) yang sedang berduka karena kepergian ibunya (Rina Hassim), yang kemudian membuatnya merenungkan alasan mengapa dirinya belum juga menikah, dan kemudian diceritakan bahwa ibunya Biru menolak semua perempuan yang akan menjadi calon istri Biru. Mulai episode 3 ini tidak dibuat *part* seperti dua episode awal, namun hanya dibuat dalam satu episode.

d. Episode 4

Episode 4 ini menceritakan tentang Arsa (Tarra Budiman) yang menemui temannya, yaitu Fanny (Cia Wardhana), dan kemudian Arsa menceritakan kisah cinta di masa lalunya bersama Naya (Gesata Stella Adrian) yang penuh dengan pertengkaran, yang membuatnya enggan menikah.

e. Episode 5

Episode 5 ini menceritakan tentang Kana (Karina Nadila) yang bersahabat dengan Angga (Nino Fernandez), dan keduanya sama sama single. Di episode ini, Kana ditunjukkan sangat dekat dengan Angga, namun ditunjukkan pula bahwa kedua sahabat ini saling menyukai satu sama lain tapi malu untuk mengungkapkan dan berakhir dengan sedih karena salah satunya menikah sedangkan salah satunya enggan menikah.

f. Episode 6

Episode 6 ini menceritakan tentang Damar (Gusty Pratama) yang bertemu dengan Abigail (Ayushita Nugraha), yang kemudian menjadi pacarnya. Semuanya berjalan baik-baik saja sampai kemudian Damar merasa inferior dibanding Abigail, dari sisi materi maupun intelektual, yang membuatnya merasa tak pantas memiliki Abigail.

g. Episode 7

Episode 7 ini menceritakan tentang Rama (Maruli Tampubolon) yang kisah cintanya selalu berakhir setelah dia ditanya tentang keseriusannya terhadap pasangannya. Rama ini menganggap komitmen adalah hal yang

berat, dan merasa aneh jika membayangkan pernikahan dimana dia hanya bisa hidup dengan satu perempuan saja. Di episode ini, kemudian juga diceritakan kenapa Rama tidak mau berkomitmen dengan perempuan, yang berkaitan dengan masa lalu orang tuanya yang keras.

h. Episode 8

Episode 8 menceritakan tentang Tasya (Faradina Mufti), wanita berumur 29 tahun yang berbeda dengan wanita lain, dimana dia tidak merasa ingin segera menikah. Tasya ini memang wanita yang menarik, karena itu dia banyak mendapat perhatian dari pria-pria disekitarnya, dan karena itu dia belum mampu memilih yang membuatnya enggan menikah karena hal tersebut.

i. Episode 9

Episode 9 ini menceritakan tentang hubungan Bagas (Lian Firman) dan Emily (Dinda Kanyadewi) yang sudah berjalan cukup lama namun masih belum juga direstui oleh ayahnya Emily. Karena hal tersebut, Bagas berusaha untuk mencari pria yang pantas untuk Emily yang bisa menggantikan Bagas kelak, dan Emily pun melakukan hal yang sama untuk Bagas.

j. Episode 10

Episode 10 ini menceritakan tentang Tyas (Hana Malasan) dan kisah cintanya dengan Ryan (Ferly Putra) yang sudah berjalan selama 2 tahun. Kemudian, semuanya terasa berbeda semenjak Nadya (Andi Annisa Iasyah) yang sering terlihat galau karena laki-laki.

k. Episode 11

Episode 11 ini menceritakan tentang kisah cinta Jojo (Joshua Suherman) dan Michelle (Michelle Wanda). Kisah cinta keduanya diibaratkan seperti kisah cinta remaja dimana ada anggapan bahwa “wanita selalu benar” dan si Jojo ini serba salah di mata Michelle.

l. Episode 12

Episode 12 ini menceritakan tentang Findira (Cynthia Wijaya) yang bahagia karena menerima lamaran pacarnya yang bernama Dio (Rendy Kjaernett) walaupun mereka baru berpacaran selama 6 bulan. Namun, Findira masih menyimpan rahasia yang belum dia ceritakan ke Dio. Ketika ibu dari Dio mengetahui rahasia dari Findira sebelum Findira sendiri yang menjelaskannya pada Dio, Dio kemudian menjauhi Findira dan tidak bisa menerimanya. Hal tersebut membuat pernikahan keduanya tertunda.

m. Episode 13

Episode ini menceritakan kisah Eva Angeline (Naomi Papilaya) yang memiliki sahabat dekat bernama Bima (Dimas Beck). Mereka berdua sudah memiliki pasangan masing-masing, Bima dengan Lisa, Eva dengan Chris (Arya Saloka). Eva merasa hubungannya dengan Chris tidak berjalan baik karena Chris terlalu sibuk dan ketika Chris akan melamarnya, Eva memutuskan untuk mengakhiri hubungan mereka. Kemudian, Eva mengakui perasaannya pada Bima bahwa dirinya sudah lama menyukai Bima. Namun keputusan Eva tersebut salah karena ternyata Bima tidak dapat menerima perasaan Eva dan hal tersebut menjadi alasan Eva belum menikah.

n. Episode 14

Episode 14 menceritakan sebuah kisah cinta yang tidak bisa bersatu meskipun telah diperjuangkan. Enrico Hutagalung (Ben Joshua) dan Anaz (Sindy Huang) adalah rekan kerja satu kantor yang kemudian dekat dan merasa nyaman satu lain hingga akhirnya memutuskan untuk menjalin hubungan. Namun, hubungan mereka tidak mendapat restu dari kedua orang tua masing-masing karena perbedaan budaya. Ibu Rico memaksa Riko untuk segera menikah, Riko mencoba melamar Anaz tetapi Anaz belum siap dan menolak karena ibunya tidak setuju. Mereka kemudian memutuskan untuk mengakhiri hubungan dan keputusan tersebut menjadi alasan Anaz belum menikah.

**2.1.4 Penonton Film Pendek “*Kenapa Belum Nikah?*”**

Posisi penonton dalam kajian teoretis komunikasi massa bukanlah hal yang baru. Sejak media massa pertama kali diperkenalkan sebagai salah satu saluran komunikasi, maka masalah manfaat dan dampak media, langsung menjadi kajian yang menarik untuk diikuti. Pada prinsipnya penonton atau pengguna media tidaklah pasif ketika menerima pesan yang disampaikan melalui media massa. Ada respons atau tanggapan terhadap pesan yang diterima, sehingga menjadi umpan balik yang bermanfaat bagi media massa untuk mengembangkan diri mereka. Penonton akan memberikan penghargaan terhadap media massa jika pesan yang disampaikan oleh media massa tersebut punya nilai yang positif bagi mereka seperti pada tayangan film pendek.

Film pendek merupakan film yang berdurasi pendek, tetapi dengan kependekan waktu tersebut para pembuatnya semestinya bisa selektif mengungkapkan materi yang ditampilkan. Dengan demikian, setiap shot akan memiliki makna yang cukup besar untuk ditafsirkan oleh penontonnya. Film dapat menjadi media pembelajaran yang baik bagi penontonnya tidak semata menghibur, namun juga mampu menyampaikan pesan langsung lewat gambar, dialog, dan lakon sehingga menjadi medium yang paling efektif untuk menyebarkan misi, gagasan, dan kampanye atau sebagainya.

Film pendek “*Kenapa Belum Nikah?*” telah ditonton oleh lebih dari 4 juta orang pada episode pertama dengan jumlah like sebanyak 40 ribu. Berikut adalah rincian jumlah penonton pada masing-masing episode:

Tabel 2.1 Jumlah Penonton Film pendek “*Kenapa Belum Nikah?*” per Tanggal 3 Desember 2020

Episode	Judul	Tanggal Rilis	Jumlah Penonton
1 Part 1	Ciuman pertama Dara	25 Maret 2018	4.022.691
1 Part 2	Apakah aku pelakor?	1 April 2018	2.059.734
2 Part 1	Aku trauma	12 April 2018	1.238.465
2 Part 2	Ternyata Ivan...	26 April 2018	904.285
3	Cinta Biru	24 Mei 2018	847.273
4	Sayangnya aku untukmu	31 Mei 2018	664.121
5	Bahagia itu adalah mencintaimu	14 Juni 2018	767.515
6	Tak sanggup mencintaimu	28 Juni 2018	697.637
7	Cinta tanpa komitmen	12 Juli 2018	721.088
8	Ketika aku tak bisa menentukan pilihan	26 Juli 2018	689.500
9	Ketika cinta tidak untuk bersatu	9 Agustus 2018	675.673
10	Ketika cinta tak harus memiliki	23 Agustus 2018	782.369
11	Ketika cinta bikin tenggelam	6 September 2018	584.605
12	Apakah aku tidak boleh bahagia?	20 September 2018	610.671

Episode	Judul	Tanggal Rilis	Jumlah Penonton
13	Cinta yang kupilih	9 November 2018	458.368
14	Akhir cerita cinta	22 November 2018	653.477

Sumber : Youtube.com

Penonton film pendek “*Kenapa Belum Nikah?*” yang digunakan dalam penelitian ini adalah penonton pada episode satu.

### BAB III

#### TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti akan menyajikan temuan yaitu analisa pengaruh terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang untuk mengetahui apakah terpaan film pendek dapat mempengaruhi persepsi dan sikap penonton. Dari hasil penyebaran kuesioner dapat disimpulkan pengaruh terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang akan disajikan dengan lengkap sebagai berikut:

#### 3.1 Karakteristik Responden

Responden yang menjadi sumber informasi dalam penelitian ini yaitu *subscriber* channel YouTube Box B yang sudah menonton film pendek “*kenapa belum nikah?*” episode 1. Peneliti melakukan pemetaan responden berdasarkan dengan jenis kelamin, usia pekerjaan dan pendidikan terakhir responden. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Hasil dari jawaban dari responden selanjutnya akan dibahas dan dilakukan pengujian, adapun deskripsi responden sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Kategori Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	28	28%
2	Perempuan	72	72%
Jumlah		100	100

Berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 28 orang dengan persentase 28%. Adapun responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 72 orang dengan persentase 72%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden yang sudah menonton film pendek “*kenapa belum nikah?*” episode 1 didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 3.2**  
**Persentase Responden Berdasarkan Usia**

No	Kategori Usia	Jumlah	Persentase
1	21 - 30 tahun	72	72%
2	31 - 40 tahun	27	27%
3	41 - 50 tahun	1	1%
Jumlah		100	100 %

Usia responden dapat dikelompokkan seperti pada tabel 4.2 dan dari hasil pengelompokkan terlihat kelompok responden yang berusia 21 sampai 30 tahun ada 72 orang dengan persentase 72%, kelompok usia 31 - 40 tahun ada 27 orang dengan persentase 27% dan kelompok usia 41-50 tahun ada 1 orang (1%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang sudah menonton film pendek “*kenapa belum nikah?*” episode 1 didominasi oleh responden usia 21-30 tahun.

**Tabel 3.3**  
**Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SMP	0	-
2	SMA/SMK	27	27%
3	Perguruan Tinggi	73	73%
Jumlah		100	100 %

Berdasarkan tabel di atas, jumlah responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMA ada 27 orang dengan persentase 27% dan responden dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi ada 73 orang dengan persentase 73%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden yang sudah menonton film pendek “*kenapa belum nikah?*” episode 1 didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi.

### 3.2 Terpaan Film Pendek

Berikut dibawah ini merupakan persentase tabel hasil jawaban kuesioner dari responden terhadap masing-masing indikator terpaan film pendek, sebagai berikut:

#### 3.2.1 Frekuensi

**Tabel 3.4**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Sering Mengakses Media Youtube**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	42	42%
Setuju	43	43%
Netral	13	13%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 42% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 43% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 85% responden setuju bahwa mereka sering mengakses media sosial Youtube.

**Tabel 3.5**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Sering Menonton Film Pendek di Youtube**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	13	13%
Setuju	44	44%
Netral	36	36%
Tidak Setuju	6	6%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 13% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 44% menyatakan setuju maka dapat diketahui mayoritas pernyataan responden yaitu sebanyak 57% responden setuju bahwa mereka sering menonton film pendek di Youtube.

**Tabel 3.6**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Menonton Film Pendek Setiap Hari**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	24	24%
Setuju	48	48%
Netral	16	16%
Tidak Setuju	11	11%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 24% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 48% menyatakan setuju maka dapat diketahui mayoritas pernyataan responden yaitu sebanyak 72% responden setuju bahwa mereka sering menonton film pendek.

**Tabel 3.7**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Mengetahui Film Pendek *Kenapa Belum Nikah?***

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	15	15%
Setuju	55	55%
Netral	24	24%
Tidak Setuju	4	4%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 15% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 55% menyatakan setuju maka dapat diketahui mayoritas pernyataan responden yaitu sebanyak 70% responden setuju bahwa mereka mengetahui film pendek *Kenapa Belum Nikah?*.

**Tabel 3.8**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Sering Membaca Komentar Film Pendek *Kenapa Belum Nikah?***

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	5%
Setuju	34	34%
Netral	39	39%
Tidak Setuju	19	19%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 5% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 34% menyatakan setuju sedangkan yang paling tinggi menyatakan netral sebanyak 39% maka dapat diketahui responden yang menyatakan setuju dan netral sama yaitu sebanyak 39%

responden menyatakan sering membaca komentar pada film pendek *Kenapa Belum Nikah?*.

### 3.2.2 Perhatian (Atensi)

**Tabel 3.9**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Cerita film pendek *Kenapa Belum Nikah?* sangat menarik**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	19	19%
Setuju	54	54%
Netral	24	24%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 19% responden menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 54% menyatakan setuju maka dapat diketahui mayoritas pernyataan responden yaitu sebanyak 73% responden setuju bahwa cerita film pendek *Kenapa Belum Nikah?* sangat menarik.

**Tabel 3.10**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Gaya Bahasa yang Digunakan Pada Film Pendek *Kenapa Belum Nikah?* Mudah Dipahami**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	25%
Setuju	52	52%
Netral	23	23%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 25% responden menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 52% menyatakan

setuju maka dapat diketahui mayoritas pernyataan responden yaitu sebanyak 77% responden setuju bahwa gaya bahasa yang digunakan pada film pendek *Kenapa Belum Nikah?* mudah dipahami.

### 3.2.3 Durasi

**Tabel 3.11**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Menghabiskan Waktu Lebih Dari 1 Jam Untuk Menonton Film**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	11	11%
Setuju	49	49%
Netral	24	24%
Tidak Setuju	15	15%
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 11% responden menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 49% menyatakan setuju maka dapat diketahui mayoritas pernyataan responden yaitu sebanyak 60% responden setuju bahwa mereka menghabiskan waktu lebih dari 1 jam untuk menonton film.

### 3.3 Persepsi Tentang Orang yang Melajang

Berikut dibawah ini merupakan persentase tabel hasil jawaban kuesioner dari responden terhadap masing-masing indikator persepsi tentang orang yang melajang, sebagai berikut:

### 3.3.1 Penyerapan Stimulus

**Tabel 3.12**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Bahwa Pernikahan Bukanlah Keputusan yang Mudah Bagi Sebagian Orang**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	38	38%
Setuju	48	48%
Netral	14	14%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 38% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 48% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 86% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* menjadi tahu bahwa pernikahan bukanlah keputusan yang mudah bagi sebagian orang.

**Tabel 3.13**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Tahu Faktor-Faktor yang Dapat Menyebabkan Seseorang Belum Menikah**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	25%
Setuju	60	60%
Netral	14	14%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 25% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 60% menyatakan setuju

maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 85% responden mengetahui faktor-faktor yang dapat menyebabkan seseorang belum menikah setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?*.

### 3.3.2 Pemahaman

**Tabel 3.14**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Mengerti Tekanan yang Dapat Dialami Seseorang yang Melajang**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	36	36%
Setuju	50	50%
Netral	13	13%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 36% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 50% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 86% responden mengerti tekanan yang dapat dialami seseorang yang melajang cukup berat.

**Tabel 3.15**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Memahami Alasan Seseorang Melajang**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	18%
Setuju	61	61%
Netral	20	20%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 18% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 61% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 79% responden dapat memahami alasan seseorang melajang setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?*.

### 3.3.3 Penilaian

**Tabel 3.16**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Jadi Lebih Berempati Kepada Seseorang Yang Melajang**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	18%
Setuju	55	55%
Netral	24	24%
Tidak Setuju	3	3%
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 18% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 55% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 73% responden setuju bahwa menjadi lebih berempati kepada seseorang yang melajang setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?*.

### 3.4 Sikap Tentang Orang yang Melajang

Berikut dibawah ini merupakan persentase tabel hasil jawaban kuesioner dari responden terhadap masing-masing indikator sikap tentang orang yang melajang, sebagai berikut:

### 3.4.1 Kognitif

**Tabel 3.17**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Menghargai Keputusan Orang Lain yang Melajang**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	33	33%
Setuju	52	52%
Netral	14	14%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 33% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 52% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 85% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* dapat menghargai keputusan orang lain yang melajang.

**Tabel 3.18**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Tidak Akan Sembarangan Menanyakan Alasan Seseorang Belum Menikah**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	38	38%
Setuju	48	48%
Netral	12	12%
Tidak Setuju	2	2%
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 38% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 48% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 86%

responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* tidak akan sembarangan menanyakan alasan seseorang belum menikah.

### 3.4.2 Afektif

**Tabel 3.19**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Akan Terbuka Terhadap Pendapat Seseorang Mengenai Pernikahan**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	55	55%
Netral	15	15%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 30% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 55% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 85% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* akan terbuka terhadap pendapat seseorang mengenai pernikahan.

### 3.4.3 Konatif

**Tabel 3.20**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Lebih Bisa Menahan Diri Untuk Bertanya Kapan Nikah pada Seseorang**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	27	27%
Setuju	55	55%
Netral	17	17%
Tidak Setuju	1	1%
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 27% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 55% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 82% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* lebih bisa menahan diri untuk bertanya kapan nikah pada seseorang.

**Tabel 3.21**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Berusaha Mendukung Keputusan Seseorang Terkait Pernikahan**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	30	30%
Setuju	52	52%
Netral	18	18%
Tidak Setuju	0	-
Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 30% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 52% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 82% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* berusaha mendukung keputusan seseorang terkait pernikahan.

**Tabel 3.22**  
**Persentase Responden yang Menyatakan Ingin Memberikan Tanggapan Positif Terhadap Keputusan Menikah**

Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	20%
Setuju	61	61%
Netral	17	17%
Tidak Setuju	2	2%

Sangat Tidak Setuju	0	-
Jumlah	100	100%

Dari hasil tabel diatas menunjukkan sebanyak 20% menyatakan sangat setuju ditambah dengan pernyataan responden sebanyak 61% menyatakan setuju maka dapat diketahui hampir keseluruhan pernyataan responden sebanyak 81% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* ingin memberikan tanggapan positif terhadap keputusan menikah.

### 3.5 Interval Kelas

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 orang, maka dapat ditarik kesimpulan tentang pengaruh terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang, maka akan digunakan rumus untuk menghitung interval sebagai berikut

$$I = \frac{(A - B) + 1}{K}$$

Keterangan :

I : Interval kelas

A : Skor tertinggi

B : Skor terendah

K : Jumlah kelas

#### 3.5.1 Interval Kelas Variabel Terpaan Film Pendek (X)

Variabel terpaan film pendek dibagi menjadi tiga kelas, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Variabel terpaan film pendek pada penelitian ini memiliki 8

pertanyaan, dimana masing-masing skor tertinggi adalah 40 dan skor terendah adalah 8. Maka hasil penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(40-8)+1}{3} = 11$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka interval kelas terpaan film pendek sebanyak 11 dan dapat dibentuk kategori sebagai berikut:

**Tabel 3.23**  
**Skala Interval Kelas Variabel Terpaan Film Pendek**

Nilai		Jumlah	Persentase
Rendah	8-18	1	1%
Sedang	19-29	39	39%
Tinggi	30-40	60	60%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai rendah sebanyak 1%, nilai sedang 39%, dan nilai tinggi 60%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terpaan film pendek terbilang tinggi.

### 3.5.2 Interval Kelas Variabel Terpaan Persepsi Penonton (Y1)

Variabel persepsi penonton dibagi menjadi tiga kelas, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Variabel persepsi penonton pada penelitian ini memiliki 5 pertanyaan, dimana masing-masing skor tertinggi adalah 25 dan skor terendah adalah 5. Maka hasil penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(25-5)+1}{3} = 7$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka interval kelas persepsi penonton sebanyak 7 dan dapat dibentuk kategori sebagai berikut:

**Tabel 3.24**  
**Skala Interval Kelas Variabel Persepsi Penonton**

Nilai		Jumlah	Persentase
Rendah	5-11	0	0%
Sedang	12-18	18	18%
Tinggi	19-25	82	82%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai sedang 18%, dan nilai tinggi 82%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi penonton terbilang tinggi.

### 3.5.3 Interval Kelas Variabel Sikap Penonton (Y2)

Variabel sikap penonton dibagi menjadi tiga kelas, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Variabel sikap penonton pada penelitian ini memiliki 6 pertanyaan, dimana masing-masing skor tertinggi adalah 30 dan skor terendah adalah 6. Maka hasil penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(30-6)+1}{3} = 8,3$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka interval kelas sikap penonton sebanyak 8 dan dapat dibentuk kategori sebagai berikut:

**Tabel 3.25**  
**Skala Interval Kelas Variabel Sikap Penonton**

Nilai		Jumlah	Persentase
Rendah	6-13	0	0%
Sedang	14-21	15	15%
Tinggi	22-30	85	85%
Total		100	100%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai sedang 15% dan nilai tinggi 85%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap penonton terbilang tinggi.

### 3.6 Tabulasi Silang

#### 3.6.1 Tabulasi Silang Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi Penonton

**Tabel 3.26**  
**Tabulasi Silang Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi Penonton**

Variabel	Persepsi Penonton (Y1)						
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Terpaan Film Pendek (X)	Tinggi	58	58%	2	2%	0	0%
	Sedang	24	24%	15	15%	0	0%
	Rendah	0	0%	1	1%	0	0%
Total		100%					

Berdasarkan tabel tabulasi silang antara terpaan film pendek terhadap persepsi penonton menunjukkan bahwa terpaan film pendek mempengaruhi persepsi penonton pada kategori tinggi – tinggi sebesar 58%, tinggi – sedang sebesar 2%, sedang – tinggi sebesar 24%, sedang – sedang sebesar 15%, dan rendah – sedang sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan film pendek mempengaruhi persepsi penonton dengan garis linier yang positif.

### 3.6.2 Tabulasi Silang Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap Penonton

**Tabel 3.27**  
**Tabulasi Silang Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap Penonton**

Variabel	Sikap Penonton (Y2)						
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Terpaan Film Pendek (X)	Tinggi	59	59%	1	1%	0	0%
	Sedang	26	26%	13	13%	0	0%
	Rendah	0	0%	1	1%	0	0%
Total		100%					

Berdasarkan tabel tabulasi silang antara terpaan film pendek terhadap sikap penonton menunjukkan bahwa terpaan film pendek mempengaruhi sikap penonton pada kategori tinggi – tinggi sebesar 59%, tinggi – sedang sebesar 1%, sedang – tinggi sebesar 26%, sedang – sedang sebesar 13%, dan rendah – sedang sebesar 1%. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan film pendek mempengaruhi sikap penonton dengan garis linier yang positif.

## BAB IV

### PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti akan menguji validitas, reliabilitas dan pengaruh pengaruh terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang menggunakan regresi untuk mengetahui apakah terpaan film pendek dapat mempengaruhi persepsi dan sikap penonton.

#### 4.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Pengujian yang dilakukan dengan membaca dan menyesuaikan r tabel pada signifikansi 5% dngan nilai *degree of freedom* (df)  $N-2$  adalah 98 yang didapat dari jumlah responden sebanyak 100 orang maka  $df = 100-2$ , selanjutnya diperoleh r tabel sebesar 0,196. Kemudian membandingkan nilai r tabel dengan nilai r hitung, apabila nilai r hitung  $>$  r tabel maka pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid. Berikut terdapat tabel hasil validitas :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Jumlah	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Terpaan Film Pendek (X)	X1	0,402	0,196	Valid
	X2	0,466	0,196	Valid
	X3	0,389	0,196	Valid
	X4	0,691	0,196	Valid
	X5	0,608	0,196	Valid

Variabel	Jumlah	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	X6	0,605	0,196	Valid
	X7	0,646	0,196	Valid
	X8	0,554	0,196	Valid
Persepsi (Y1)	Y1.1	0,585	0,196	Valid
	Y1.2	0,670	0,196	Valid
	Y1.3	0,745	0,196	Valid
	Y1.4	0,627	0,196	Valid
	Y1.5	0,667	0,196	Valid
Sikap (Y2)	Y2.1	0,719	0,196	Valid
	Y2.2	0,694	0,196	Valid
	Y2.3	0,715	0,196	Valid
	Y2.4	0,776	0,196	Valid
	Y2.5	0,819	0,196	Valid
	Y2.6	0,617	0,196	Valid

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui hasil uji validitas pada semua variabel menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

#### 4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau uji kehandalan digunakan untuk menjaga tingkat ketetapan hasil atau hasil yang selalu konsisten pada kuesioner penelitian. Uji reliabilitas atau uji kehandalan menggunakan metode Cronbach's Alpha dimana variabel dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ . Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas :

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Terpaan Film Pendek	0,820	0,60	Reliabel
Persepsi	0,849	0,60	Reliabel
Sikap	0,897	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas atau uji kehandalan menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada semua variabel lebih dari 0,60. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

### **4.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **4.3.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Menurut Ghozali (2013:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik adalah memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan *Uji Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Sugiyono dan Susanto (2015: 323) kriteria yang berlaku yaitu apabila hasil signifikansi  $> 0,05$  yang berarti residual berdistribusi normal.

Hasil pengujian normalitas data dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan p <sub>value</sub> (Asymp.Sig.)	Keterangan
Terpaan Film Pendek terhadap Persepsi	0,316	0,05	Normal
Terpaan Film Pendek terhadap Sikap	0,511	0,05	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi lebih dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### **4.3.2 Uji Linearitas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan linear antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Adapun kriteria uji linearitas adalah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi Deviation from Linearity  $> 0,05$ , maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Jika nilai signifikansi Deviation from Linearity  $< 0,05$ , maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Linearitas**

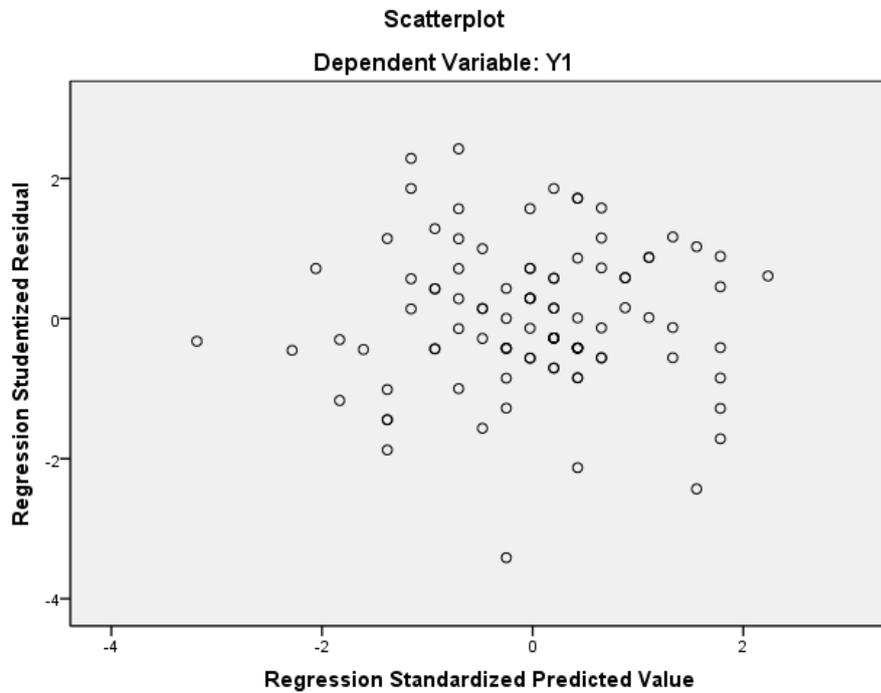
Variabel	Deviation from Linearity	Ketentuan Deviation from Linearity	Keterangan
Terpaan Film Pendek terhadap Persepsi	0,080	0,05	Linear
Terpaan Film Pendek terhadap Sikap	0,123	0,05	Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi Deviation from Linearity lebih dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linear antara variabel terpaan film pendek dengan persepsi dan antara variabel terpaan film pendek dengan sikap.

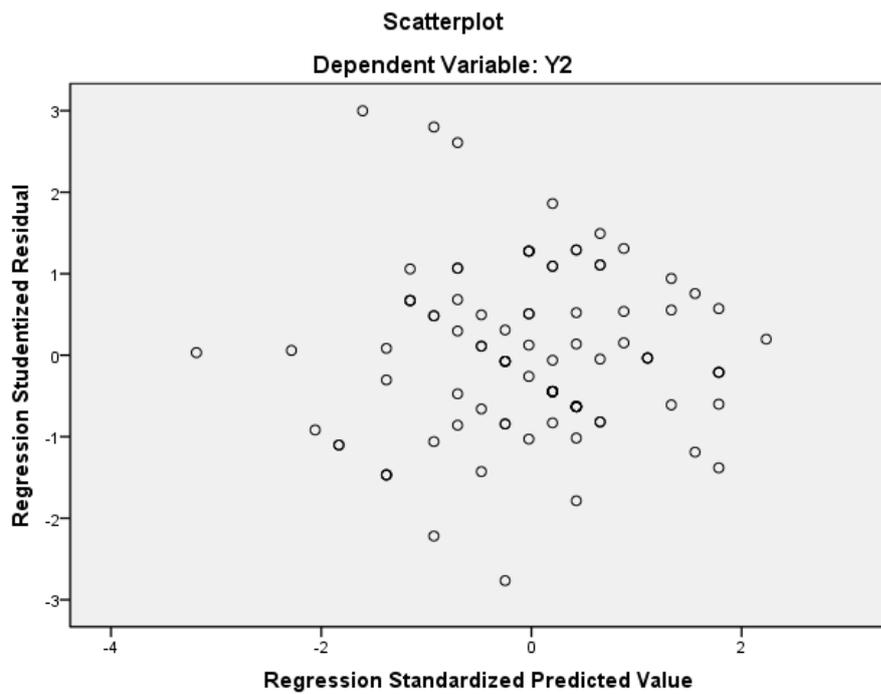
#### **4.3.3 Uji Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka terjadi *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik *scatterplot*, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas. Tetapi, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan *Grafik Scatterplot*:

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Grafik Scatter Plot*) Variabel Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi**



**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Grafik Scatter Plot*) Variabel Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap**



Grafik *scatter plots* pada Gambar 4.1 dan 4.2 memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **4.4 Analisis Regresi Linear**

Pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X_1$$

$$Y_2 = a + b_1Y_1$$

Keterangan :

Y1 : persepsi penonton

Y2 : sikap penonton

X : terpaan media film pendek

b<sub>1</sub> : Koefisien Regresi

a : Konstanta

##### **4.4.1 Pengaruh Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi**

Pengujian hipotesis menguji uji t mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan ketentuan angka sig < a = 0,05. Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak dan H1 diterima dan jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima dan H1 ditolak.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Regresi Linear pada Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi**

		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.456	1.627		6.428	.000
	Terpaan Film Pendek	.329	.053	.528	6.153	.000

a. Dependent Variable: Persepsi

Nilai konstanta sebesar 10,456 menandung arti bahwa nilai konsisten variabel persepsi adalah sebesar 10,456. Sedangkan koefisien regresi terpaan film pendek sebesar 0,329. Menyatakan bahwa setiap perubahan 1% nilai terpaan film pendek maka nilai persepsi bertambah sebesar 0,329. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y1 adalah positif.

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa t hitung > t tabel, yaitu 6,153 lebih besar dari t tabel 1,660. yang artinya Ho ditolak dan H1 di terima. Serta sig < a yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas terpaan film pendek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat persepsi penonton tentang orang yang melajang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi penonton tentang orang yang melajang.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Pengaruh pada Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.528 <sup>a</sup>	.279	.271	2.354

a. Predictors: (Constant), Terpaan Film Pendek

Besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel terpaan film pendek sebesar 0,528. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,279 yang mengandung pengertian bahwa besarnya pengaruh variabel bebas terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap variabel terikat persepsi penonton tentang orang yang melajang adalah sebesar 27,9%.

#### 4.4.2 Pengaruh Terpaan Film Pendek Terhadap Persepsi

Pengujian hipotesis menguji uji t mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan ketentuan angka sig <  $\alpha = 0,05$ . Jika t hitung > t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima dan jika t hitung < t tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Regresi Linear pada Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.202	1.807		5.647	.000
	Terpaan Film Pendek	.483	.059	.635	8.127	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Nilai konstanta sebesar 10,202 menandung arti bahwa nilai konsisten variabel persepsi adalah sebesar 10,202. Sedangkan koefisien regresi terpaan film pendek sebesar 0,483. Menyatakan bahwa setiap perubahan 1% nilai terpaan film pendek maka nilai sikap bertambah sebesar 0,483. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y2 adalah positif.

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, yaitu 8.127 lebih besar dari  $t$  tabel 1,660. yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Serta  $sig <$   $a$  yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas terpaan film pendek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat sikap penonton tentang orang yang melajang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap sikap penonton tentang orang yang melajang.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Pengaruh pada Terpaan Film Pendek Terhadap Sikap**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 <sup>a</sup>	.403	.397	2.615

a. Predictors: (Constant), Terpaan Film Pendek

Besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel terpaan film pendek sebesar 0,635. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R *Square*) sebesar 0,403 yang mengandung pengertian bahwa besarnya pengaruh variabel bebas terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap variabel terikat sikap penonton tentang orang yang melajang adalah sebesar 40,3%.

#### **4.5 Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji regresi linear diketahui bahwa  $t$  hitung yaitu 6,153 lebih besar dari  $t$  tabel 1,660 dan nilai signifikansi  $a$  yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi penonton tentang orang yang melajang. Penelitian Amalia dkk (2019) menyatakan

bahwa terpaan film dapat mempengaruhi persepsi seseorang, semakin sering orang menonton film maka persepsi mereka akan semakin terpengaruh. Film pendek *Kenapa Belum Nikah?* yang terdapat pada media sosial Youtube dapat memberikan persepsi tertentu pada penonton tentang orang yang melajang.

Terpaan media dapat diartikan sebagai suatu kondisi dimana audiens diterpa oleh isi media atau bagaimana konten dalam media tersebut menerpa audiens (Sari, 2019). Terpaan media dapat diukur melalui frekuensi, durasi dan atensi dari individu. Penyebaran informasi melalui media massa membawa dampak dalam bidang ekonomi, politik, agama, sosial budaya, kemasyarakatan dan lain-lain. Terpaan media berupa film pendek *Kenapa Belum Nikah?* dapat membentuk pandangan pemirsa terhadap suatu permasalahan dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi, dan mengartikan masukan pesan untuk menciptakan suatu gambaran tentang kehidupan (Saputra dan Samuel, 2013: 3). Persepsi dapat disebut sebagai inti komunikasi, karena jika persepsi tidak akurat, seseorang memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas (Mulyana dalam Vebrynda, 2014: 6).

Film pendek juga dapat memberikan pengaruh pada sikap masyarakat dalam menanggapi isi dalam film tersebut. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa  $t$  hitung yaitu 8.127 lebih besar dari  $t$  tabel 1,660 dan sig yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara terpaan

film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap sikap penonton tentang orang yang melajang. Penelitian yang dilakukan Hidayat (2015) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara film terhadap sikap seseorang atau masyarakat. Film pendek sebagai bentuk dari komunikasi massa digunakan sebagai sumber pesan kepada penonton. Terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* dapat membuat masyarakat lebih paham tentang maksud yang ingin disampaikan dalam sebuah cerita. Semakin seseorang mengerti tentang konten atau cerita pada film pendek maka pemahaman terhadap suatu tujuan dari pembuatan film semakin tinggi, yang mana dapat ditunjukkan dengan sikap.

Terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* merupakan salah satu komponen sosial yang dapat mempengaruhi sikap penonton tentang orang yang melajang. Sikap menurut Notoatmodjo (dalam Kholisoh 2018: 1004) merupakan reaksi atau proses seseorang yang masih tertutup terhadap suatu stimulus atau obyek. Sikap menunjukkan konotasi adanya kesesuaian reaksi terhadap stimulus tertentu dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* memiliki pengaruh terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang sehingga sesuai dengan teori *uses and effect* dan persepsi. Teori *uses and effect* merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratification* dan teori tradisional mengenai efek. Pada teori *uses and effect* kebutuhan hanyalah salah satu dari factor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media atau menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Teori *uses and effects* merupakan sebuah teori yang menjelaskan

mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah *effects* bagi pengguna dari media tersebut. Pada penelitian ini, terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* menimbulkan efek bagi penonton yaitu persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang. Pada film *Kenapa Belum Nikah?* yang menghadirkan cerita tentang alasan dibalik seseorang belum menikah akan membuat khalayak menerima *effects* setelah menonton film tersebut.

Persepsi adalah pemaknaan/arti terhadap informasi (energi/stimulus) yang masuk kedalam kognisi manusia. Menurut Nugroho (dalam Saifuddin, 2017) Persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penggunaan panca indera dalam menerima stimulus, kemudian diorganisasikan dan diinterpretasikan sehingga memiliki pemahaman tentang apa yang diindera. Persepsi dalam penelitian ini adalah persepsi penonton tentang orang yang melajang.

Berdasarkan hasil kuesioner variabel persepsi pada indikator penyerapan stimulus diketahui sebanyak 86% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* menjadi tahu bahwa pernikahan bukanlah keputusan yang mudah bagi sebagian orang dan sebanyak 85% responden mengetahui faktor-faktor yang dapat menyebabkan seseorang belum menikah setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?*. Pada indikator pemahaman, diketahui sebanyak 86% responden mengerti tekanan yang dapat dialami seseorang yang melajang cukup berat dan sebanyak 79% responden dapat memahami alasan seseorang melajang setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?*. Pada indikator penilaian, diketahui sebanyak 73% responden setuju bahwa menjadi

lebih berempati kepada seseorang yang melajang setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?*.

Berdasarkan hasil kuesioner variabel sikap pada indikator pkognitif diketahui sebanyak 85% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* dapat menghargai keputusan orang lain yang melajang dan sebanyak 86% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* tidak akan sembarangan menanyakan alasan seseorang belum menikah. Pada indikator afektif, diketahui sebanyak 85% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* akan terbuka terhadap pendapat seseorang mengenai pernikahan. Pada indikator konatif, diketahui sebanyak 82% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* lebih bisa menahan diri untuk bertanya kapan nikah pada seseorang, sebanyak 82% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* berusaha mendukung keputusan seseorang terkait pernikahan dan sebanyak 81% responden setuju bahwa setelah menonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* ingin memberikan tanggapan positif terhadap keputusan menikah.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa mayoritas penonton film pendek *Kenapa Belum Nikah?* mempunyai persepsi dan sikap yang positif terhadap orang yang melajang.

## BAB V

### PENUTUP

Pada bab ini, peneliti akan membahas tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan dipaparkan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang.

#### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang telah didapat berdasarkan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* berpengaruh terhadap persepsi penonton tentang orang yang melajang. Hal tersebut terbukti dari nilai  $t$  hitung yaitu 6,153 lebih besar dari  $t$  tabel 1,660 dan nilai sig yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas terpaan film pendek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat persepsi penonton tentang orang yang melajang. Semakin besar terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* maka semakin positif persepsi penonton tentang orang yang melajang.
- b. Terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* Berpengaruh terhadap sikap penonton tentang orang yang melajang. Hal tersebut terbukti dari nilai  $t$  hitung yaitu 8.127 lebih besar dari  $t$  tabel 1,660 dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas terpaan film pendek

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat sikap penonton tentang orang yang melajang. Semakin besar terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* maka semakin positif sikap penonton tentang orang yang melajang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

a. Bagi pemilik chanel media Youtube

Pemilik chanel media Youtube supaya tetap menjalankan fungsinya untuk menginformasikan, mendidik, dan menjadi kontrol sosial masyarakat. Penyajian informasi harus dikemas dengan lebih baik dan menarik, sehingga masyarakat dapat memahami informasi yang disajikan dengan mudah. Informasi yang disajikan pun lebih berimbang dan bermanfaat bagi kehidupan masyarakat.

b. Bagi penonton dan masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi masyarakat terutama penonton media Youtube untuk mengetahui pengaruh terpaan film pendek *Kenapa Belum Nikah?* terhadap persepsi dan sikap penonton tentang orang yang melajang. Masyarakat dapat mengetahui efek-efek media massa sehingga lebih bisa menyaring segala informasi yang diterima dengan lebih bijaksana.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Babbie, E., R. 2012. *The Practice of Social Research*. UK: Wadsworth Publishing.
- Bungin, Burhan. 2019. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Gerungan, A. 2010. *Psikologi Sosial*. Bandung: Rafika Aditama.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Javandalasta, P. 2011. *5 Hari Mahir Bikin Film*. Jakarta: Java Pustaka Group.
- Kriyantono, R. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Neuman. 2014. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches in Social Works*. New York: Columbia University.
- Sugiyono & Susanto, A. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryadi, E. 2019. *Metode Penelitian Komunikasi (dengan pendekatan Kuantitatif)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Syam, N. W. 2011. *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

### Jurnal :

- Akbar, R. F.. 2015. *Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus*. Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam, Vol. 10 (1): 189-209.
- Amalia, K. R., Jamanie F., Arsyad, A. W. 2019. *Pengaruh Terpaan Film Uang Panai' Maha(r)l Terhadap Persepsi Mahasiswa Tentang Tradisi Uang Panai' Suku Bugis di Samarinda*. eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 7 (No 2): 218-232.
- Arasanta, R. 2017. *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Penayangan Iklan Ponsel Dengan Minat Membeli*. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Hendra, F. (2016). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Proses Pembelajaran Kemahiran Bahasa*. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora, Vol. 3 (4): 297-309.
- Hidayat, A. S. 2015. *Pengaruh Film Mata Tertutup Terhadap Sikap Mahasiswa Tentang Deradikalisasi (Survei pada Komunitas Video Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)*. Skripsi. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang.
- Jumardiah. 2018. *Analisis Kualitas Pembelajaran Guru Kaitannya Dengan Hasil Belajar Peserta Didik di SMP Negeri 1 Liriaja Kabupaten Soppeng*. DOI: 10.31227/osf.io/r8puq
- Kholisoh, N. 2018. *Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa*. Jurnal ASPIKOM, Vol. 3 (5) : 1002-1014.
- Mulyadi, M. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya*. Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 15 No.1 Januari – Juni 2011. hlm. 127 – 138 : Universitas Padjadjaran 2011.
- Saputra, R., dan Samuel, H. 2013. *Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No.1.
- Sari, K. I. 2019. *Pengaruh Terpaan Tayangan Ayo Hidup Sehat Di TV One Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Satria, R.A., Suharyono, dan Alfisyahr, R. 2017. *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Vans Indonesia yang menggunakan sepatu merek Vans)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 50 (2): 210-216.
- Sudarsono, A., & Suharsono, Y. 2016. *Hubungan Persepsi Terhadap Kesehatan dengan Kesadaran (Mindfulness) Menyetor Sampah Anggota Klinik Asuransi Sampah di Indonesia Medika*. Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan. Vol. 4 (01). ISSN: 2301-8267.
- Vebrynda, R. 2014. *Persepsi Antarbudaya sebagai inti Komunikasi Lintas Budaya (Studi Kasus mengenai Mahasiswa Indonesia di India)*. Jurnal Pascasarjana Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.

Yanda, D. P. 2012. *Konflik Batin Tokoh Zahrana Dalam Novel Cinta Suci Zahrana Karya Habiburrahman Elshirazy*. JURNAL GRAMATIKA Jurnal Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia VI.i1 (1-12).

**Internet:**

Aditya W. 2019. <https://tirto.id/perempuan-dalam-lingkaran-pertanyaan-kapan-nikah-dan-punya-anak-ejGR>

Adisty R. 2020. <https://www.hipwee.com/list/alasan-logis-belum-menikah/>

Saifuddin. 2017. <https://journals.ums.ac.id/index.php/varidika/article/view/5637>

# LAMPIRAN

### Matriks Penelitian

Variabel	Indikator	Tolak Ukur	Pengukuran Skala
Terpaan film pendek (X)	Frekuensi	Mengakses media	Likert
		Menonton film	
		Membaca komentar	
		Mendengar info tentang film	
	Perhatian (atensi)	Daya tarik cerita	Likert
		Gaya bahasa	
Durasi	Lama menonton	Likert	
Persepsi (Y1)	Penyerapan stimulus	Mendapatkan pesan dari film	Likert
	Pemahaman	Pemahaman akan pesan dari film	Likert
	Penilaian	Pendapat tentang film	Likert
Sikap (Y2)	Kognitif	Kesan pada film	Likert
		Motif menonton film	
	Afektif	Perasaan suka/tidak pada film	Likert
	Konatif	Respon pada film	Likert
		Tindakan yang dipicu oleh film	Likert

## KUESIONER

Di halaman berikut, terdapat pernyataan yang mungkin saja dapat setuju maupun tidak setuju dengan kondisi kehidupan anda. Dengan menggunakan skala dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju seperti di bawah ini, tentukan tingkat kesetujuan dengan kondisi kerja anda dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada kotak yang telah disediakan pada tiap pernyataan. Anda diminta untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan sikap anda dan sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Keterangan	Skor
SS : Sangat Setuju	5
S : Setuju	4
N : Netral	3
TS : Tidak Setuju	2
STS : Sangat Tidak Setuju	1

### IDENTITAS RESPONDEN

Nama : .....

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Usia :  10-20 tahun  41-50 tahun  
 21-30 tahun  Lebih dari 51 tahun  
 31-40 tahun

Pendidikan Terakhir :  SD  SMP  SMA  
 SMK  Perguruan Tinggi

### Terpaan Film Pendek (X)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering mengakses media Youtube					
2	Saya sering menonton film pendek di Youtube					
3	Saya menonton film pendek secara setiap hari					
4	Saya menghabiskan waktu lebih dari 1 jam untuk menonton film					
5	Saya mengetahui film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i>					
6	Saya sering membaca komentar pada film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i>					
7	Cerita film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i> sangat menarik					
8	Gaya bahasa yang digunakan pada film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i> mudah dipahami					

### Persepsi (Y1)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i> saya menjadi tahu bahwa pernikahan bukanlah keputusan yang mudah bagi sebagian orang					
2	Saya menjadi tahu faktor-faktor yang dapat menyebabkan seseorang belum menikah setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i>					
3	Saya mengerti tekanan yang dapat dialami seseorang yang melajang ternyata cukup berat					
4	Saya dapat memahami alasan seseorang melajang setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i>					
5	Saya jadi lebih berempati kepada seseorang yang melajang setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i>					

**Sikap (Y2)**

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i> Saya menghargai keputusan orang lain yang melajang					
2	Setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i> saya tidak akan sembarangan menanyakan alasan seseorang belum menikah					
3	Setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i> saya akan terbuka terhadap pendapat seseorang mengenai pernikahan					
4	Setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i> saya lebih bisa menahan diri untuk bertanya kapan nikah pada seseorang					
5	Setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i> saya berusaha mendukung keputusan seseorang terkait pernikahan					
6	Setelah menonton film pendek <i>Kenapa Belum Nikah?</i> saya ingin memberikan tanggapan positif terhadap keputusan menikah					

## HASIL KUESIONER

No Resp.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X	Ket	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1	Ket	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2	Ket
1	4	3	2	4	4	3	5	5	30	T	5	5	5	5	4	24	T	4	5	5	5	5	4	28	T
2	5	4	5	5	3	3	3	4	32	T	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	3	3	21	S
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	S	3	3	3	3	3	15	S	3	3	3	3	3	3	18	S
4	4	4	2	5	4	3	5	5	32	T	5	5	5	5	5	25	T	4	5	5	5	5	5	29	T
5	5	3	2	4	2	4	4	5	29	S	5	4	4	4	4	21	T	4	5	4	4	4	4	25	T
6	3	3	4	3	3	3	3	4	26	S	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
7	4	3	4	4	5	2	3	4	29	S	4	4	4	4	3	19	T	4	4	4	4	4	4	24	T
8	5	5	3	2	3	2	3	3	26	S	4	3	5	3	3	18	S	3	5	5	5	3	3	24	T
9	3	4	4	4	4	2	4	5	30	T	5	4	5	4	4	22	T	5	5	4	4	4	4	26	T
10	4	4	5	4	4	4	5	3	33	T	5	5	5	5	4	24	T	5	5	5	5	5	4	29	T
11	4	2	4	3	3	3	3	3	25	S	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
12	5	4	4	4	4	4	4	5	34	T	5	3	5	4	5	22	T	5	5	5	5	5	5	30	T
13	4	2	2	2	2	2	2	4	20	S	4	2	4	4	2	16	S	2	2	2	4	4	4	20	S
14	4	3	4	4	4	4	4	4	31	T	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
15	5	4	4	4	4	4	4	4	33	T	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
16	5	3	4	4	5	2	5	5	33	T	5	5	5	4	4	23	T	5	5	5	5	5	4	29	T
17	4	5	5	5	5	4	5	5	38	T	5	4	4	4	4	21	T	5	5	5	5	5	4	28	T
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40	T	5	5	5	5	5	25	T	5	5	5	5	5	5	30	T
19	4	4	4	2	5	2	4	5	30	T	5	4	4	4	4	21	T	5	4	5	4	4	4	26	T
20	5	2	4	2	4	2	4	4	27	S	5	5	4	4	3	21	T	4	4	4	4	4	4	24	T
21	4	4	4	3	4	3	4	4	30	T	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
22	5	5	3	3	3	3	4	4	30	T	5	4	4	4	4	21	T	5	5	5	5	4	4	28	T
23	4	4	4	3	4	4	4	4	31	T	5	4	4	4	4	22	T	5	5	5	4	5	4	28	T
24	3	3	2	3	4	3	3	4	25	S	5	5	5	5	4	24	T	4	4	4	4	4	4	24	T
25	5	5	5	3	3	3	3	3	30	T	5	4	4	4	3	19	T	3	5	3	4	3	4	22	T
26	5	4	5	4	4	3	3	5	33	T	5	5	5	5	5	25	T	5	5	5	5	5	5	30	T
27	3	3	2	2	3	3	3	3	22	S	3	3	3	3	3	15	S	3	3	3	3	3	3	18	S
28	4	4	1	3	3	2	3	3	23	S	5	3	3	3	3	17	S	5	5	5	5	5	4	29	T
29	5	3	4	3	2	1	3	3	24	S	3	3	3	3	3	16	S	4	4	3	4	3	4	22	T
30	5	3	4	2	4	2	4	4	28	S	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
31	5	5	5	4	4	2	3	4	32	T	5	4	5	5	4	23	T	4	5	4	5	4	5	27	T
32	4	3	3	4	4	3	4	4	29	S	4	4	1	1	2	12	S	3	2	3	2	3	4	17	S
33	5	4	4	4	4	3	4	4	32	T	5	5	5	5	5	25	T	4	5	4	5	4	4	26	T
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32	T	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
35	4	4	3	4	4	3	4	4	30	T	5	4	3	4	3	19	T	4	4	5	5	4	3	25	T
36	4	4	2	2	2	2	3	3	22	S	4	3	4	3	3	17	S	3	3	3	3	3	3	18	S
37	5	4	5	5	4	3	4	4	34	T	5	5	4	4	5	23	T	3	4	5	5	5	5	27	T
38	2	4	4	4	4	4	4	4	29	S	4	3	5	4	3	19	T	4	4	4	4	4	4	24	T
39	4	3	4	4	4	3	3	3	28	S	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
40	4	4	4	2	3	3	3	4	27	S	4	3	3	4	3	17	S	4	3	3	3	4	4	21	S
41	4	3	3	4	4	4	3	4	29	S	4	3	4	4	4	19	T	4	4	4	4	3	4	22	T
42	3	2	3	2	3	3	4	4	25	S	5	5	5	4	4	23	T	5	4	4	4	4	4	25	T
43	5	3	4	4	4	4	5	5	35	T	5	5	5	5	4	24	T	5	5	5	5	5	4	27	T
44	4	3	4	4	4	4	4	4	31	T	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
45	5	3	3	4	4	3	4	4	30	T	5	5	5	3	3	21	T	5	3	5	5	5	5	28	T
46	5	3	3	3	3	3	4	4	28	S	4	4	4	5	5	22	T	4	4	5	4	4	4	25	T
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24	S	3	3	3	3	3	15	S	3	3	3	3	3	3	18	S
48	3	3	2	3	5	3	3	4	26	S	5	5	5	3	4	22	T	5	5	5	5	5	5	30	T
49	5	5	5	3	4	3	4	4	33	T	5	4	5	4	3	21	T	4	5	5	4	4	4	26	T
50	5	4	4	4	4	4	3	3	31	T	4	4	4	4	4	20	T	4	5	4	4	4	4	25	T
51	4	4	4	3	2	4	3	3	27	S	5	4	5	4	4	22	T	4	5	4	4	4	4	26	T
52	3	3	4	3	4	3	4	3	27	S	5	4	4	4	3	20	T	5	4	5	4	4	4	26	T
53	4	4	4	4	4	4	4	4	31	T	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
54	4	2	2	2	2	4	5	5	25	S	5	4	4	3	3	19	T	4	4	4	4	4	4	24	T
55	5	3	2	4	5	2	5	5	31	T	5	5	5	5	5	25	T	5	5	5	5	5	5	30	T
56	5	3	2	3	3	3	4	4	27	S	5	5	5	5	5	25	T	5	5	5	5	5	5	30	T
57	5	3	4	4	4	3	4	4	31	T	5	4	5	4	4	22	T	4	4	4	4	4	3	23	T
58	5	4	4	2	4	2	4	4	29	S	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
59	4	3	4	2	3	2	3	3	24	S	3	3	3	3	2	14	S	3	3	3	3	3	3	18	S
60	5	3	4	4	4	4	4	4	32	T	4	4	4	5	4	21	T	4	5	5	5	5	5	29	T
61	2	2	4	1	1	1	2	3	16	R	3	3	3	3	3	15	S	3	3	3	3	3	3	18	S
62	5	3	3	2	1	1	3	3	21	S	4	4	4	4	3	19	T	3	3	3	3	3	3	18	S
63	4	4	4	4	4	2	4	4	30	T	5	4	5	4	4	22	T	5	5	5	4	5	4	28	T
64	5	4	4	4	4	3	4	4	32	T	4	4	4	4	4	20	T	4	4	4	4	4	4	24	T
65	4	3	3	2	4	2	5	4	27	S	5	5	5	4	4	23	T	5	5	3	4	4	4	25	T
66	5	5	5	4	4	4	5	5	37	T	5	5	5	5	5	25	T	5	5	5	5	5	5	30	T
67	4	4	4	4	4	3	4	4	32	T	3	3	3	4	3	16	S	4	3	4	4	4	4	23	T
68	5	5	4	4	5	4	4	5	36	T	5	5	5	5	5	25	T	5	5	5	5	5	5	30	T
69	5	4	4	5	4	4	5	5	36	T	4	5	5	3	5	22	T	5	5	5	5	5	4	29	T
70	5	1	5	4	5	3	4	4	31	T	4	4	4	3	4	19	T	5	5	4	5	5	4	28	T
71	4	4	5	5	5	5	5	5	38	T	4	4	4	4	4	20	T	5	4	4	5	5	5	28	T
72	4	4	4	4	4	3	4	5	32	T	3	4	4	4	4	19	T	4	4	4	4	4	4	24	T
73	5	4	5	4	4	4	4	4	34	T	4	5	5	5	4	23	T	5	5	5	5	5	3	28	T
74	5	4	5	4	5	5	5	4	37	T	3	4	4	3	3	17	S	5	4	4	4	5	3	25	T
75	3	3	5	3	3	2	4	4	26	S	4	4													

## LAMPIRAN SPSS

### Deskripsi Responden

#### Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	28	28.0	28.0	28.0
	Perempuan	72	72.0	72.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

#### Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 tahun	72	72.0	72.0	72.0
	31-40 tahun	27	27.0	27.0	99.0
	41-50 tahun	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

#### Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	27	27.0	27.0	27.0
	Perguruan Tinggi	73	73.0	73.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

## Deskripsi Variabel

Terpaan film pendek (X)

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	13	13.0	13.0	15.0
	4	43	43.0	43.0	58.0
	5	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	6	6.0	6.0	7.0
	3	36	36.0	36.0	43.0
	4	44	44.0	44.0	87.0
	5	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	11	11.0	11.0	12.0
	3	16	16.0	16.0	28.0
	4	48	48.0	48.0	76.0
	5	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	15	15.0	15.0	16.0
	3	24	24.0	24.0	40.0
	4	49	49.0	49.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	4	4.0	4.0	6.0
	3	24	24.0	24.0	30.0
	4	55	55.0	55.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	19	19.0	19.0	22.0
	3	39	39.0	39.0	61.0
	4	34	34.0	34.0	95.0
	5	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	24	24.0	24.0	27.0
	4	54	54.0	54.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	23.0	23.0	23.0
	4	52	52.0	52.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Persepsi (Y1)

**Y1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	14.0	14.0	14.0
	4	48	48.0	48.0	62.0
	5	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y1.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	14	14.0	14.0	15.0
	4	60	60.0	60.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	13	13.0	13.0	14.0
	4	50	50.0	50.0	64.0
	5	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	20	20.0	20.0	21.0
	4	61	61.0	61.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	24	24.0	24.0	27.0
	4	55	55.0	55.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sikap (Y2)

**Y2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	14	14.0	14.0	15.0
	4	52	52.0	52.0	67.0
	5	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	12	12.0	12.0	14.0
	4	48	48.0	48.0	62.0
	5	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	15.0	15.0	15.0
	4	55	55.0	55.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	17	17.0	17.0	18.0
	4	55	55.0	55.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	18.0	18.0	18.0
	4	52	52.0	52.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Y2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	17	17.0	17.0	19.0
	4	61	61.0	61.0	80.0
	5	20	20.0	20.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Uji Validitas Reliabilitas**

Terpaan film pendek (X)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	8

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	25.86	16.546	.402	.817
X2	26.49	15.848	.466	.809
X3	26.28	15.739	.389	.824
X4	26.57	14.025	.691	.776
X5	26.34	15.015	.608	.790
X6	26.92	14.579	.605	.789
X7	26.22	15.325	.646	.787

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	25.86	16.546	.402	.817
X2	26.49	15.848	.466	.809
X3	26.28	15.739	.389	.824
X4	26.57	14.025	.691	.776
X5	26.34	15.015	.608	.790
X6	26.92	14.579	.605	.789
X7	26.22	15.325	.646	.787
X8	26.09	16.022	.554	.799

Persepsi (Y1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	16.12	5.299	.585	.836
Y1.2	16.27	5.189	.670	.815
Y1.3	16.16	4.681	.745	.793
Y1.4	16.41	5.174	.627	.826
Y1.5	16.48	4.919	.667	.815

Sikap (Y2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	20.56	8.006	.719	.880
Y2.2	20.51	7.929	.694	.884
Y2.3	20.58	8.206	.715	.880
Y2.4	20.65	7.846	.776	.871
Y2.5	20.61	7.735	.819	.864
Y2.6	20.74	8.457	.617	.895

**Analisis Data**

Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	2.34235157	2.60165873
Most Extreme Differences	Absolute	.096	.082
	Positive	.090	.082
	Negative	-.096	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		.960	.821
Asymp. Sig. (2-tailed)		.316	.511

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Linearitas

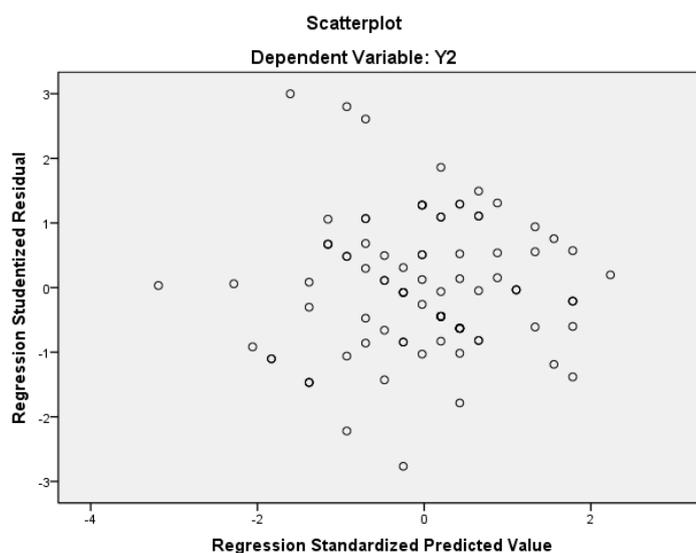
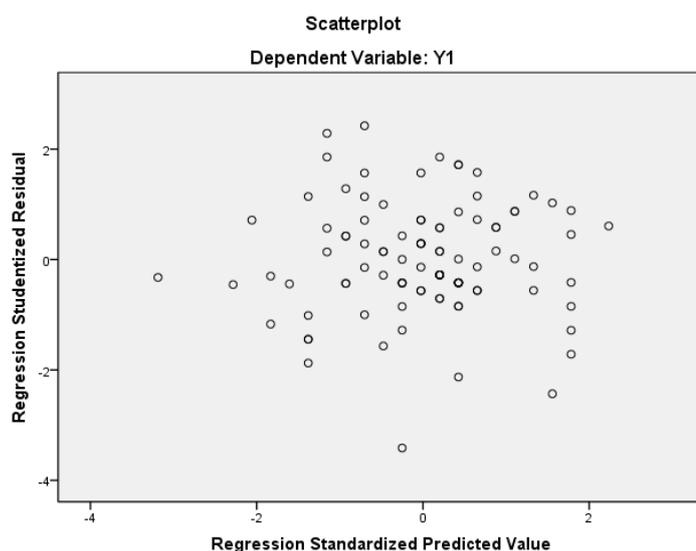
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Persepsi * Terpaan Film Pendek	Between	(Combined)	360.101	20	18.005	3.620	.000
	Groups	Linearity	209.866	1	209.866	42.193	.000
		Deviation from Linearity	150.235	19	7.907	0.590	.080
	Within Groups		392.939	79	4.974		
	Total		753.040	99			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Sikap *	Between Groups	(Combined)	664.067	20	33.203	5.732	.000
Terpaan Film Pendek	Groups	Linearity	451.616	1	451.616	77.960	.000
		Deviation from Linearity	212.451	19	11.182	0.930	.123
	Within Groups		457.643	79	5.793		
	Total		1121.710	99			

Uji Heterokedastisitas



Uji Regresi Linear  
Pengaruh Terpaan Film Terhadap Persepsi

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Terpaan Film Pendek		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Persepsi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.528 <sup>a</sup>	.279	.271	2.354

a. Predictors: (Constant), Terpaan Film Pendek

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	209.866	1	209.866	37.864	.000 <sup>a</sup>
	Residual	543.174	98	5.543		
	Total	753.040	99			

a. Predictors: (Constant), Terpaan Film Pendek

b. Dependent Variable: Persepsi

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.456	1.627		6.428	.000
	Terpaan Film Pendek	.329	.053	.528	6.153	.000

a. Dependent Variable: Persepsi

## Pengaruh Terpaan Film Terhadap Sikap

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Terpaan Film Pendek		Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: Sikap

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 <sup>a</sup>	.403	.397	2.615

- a. Predictors: (Constant), Terpaan Film Pendek

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	451.616	1	451.616	66.048	.000 <sup>a</sup>
	Residual	670.094	98	6.838		
	Total	1121.710	99			

- a. Predictors: (Constant), Terpaan Film Pendek  
 b. Dependent Variable: Sikap

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.202	1.807		5.647	.000
	Terpaan Film Pendek	.483	.059	.635	8.127	.000

- a. Dependent Variable: Sikap