

PENGARUH TERPAAN FILM NGERI-NGERI SEDAP TERHADAP SIKAP KETERBUKAAN GENERASI Z DENGAN ORANG TUA DI KABUPATEN BOGOR

PENULIS

¹⁾Ahmad Ghariza Indra Nugroho, ²⁾Dipo Krishyudi Ono,
³⁾David Rizar Nugroho

ABSTRAK

Film merupakan bagian dari media komunikasi massa yang sering kali digunakan sebagai media yang menggambarkan kehidupan sosial dalam masyarakat. Film dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif, pesan dalam film dapat mendorong perubahan positif. Hal ini menunjukkan bahwa film dapat memengaruhi seseorang melalui terpaan. Tujuan penelitian ini menganalisis perubahan sikap keterbukaan dengan orang tua di Kabupaten Bogor. Peneliti memanfaatkan desain metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan Probability sampling dan Cluster sampling untuk penarikan sampel didasari oleh teori S-O-R. Teknik analisis data digunakan dalam penelitian adalah regresi sederhana, dan asumsi klasik. Populasi dan sampel yang diteliti adalah Generasi Z di Kabupaten Bogor, sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Variabel dalam penelitian ini adalah terpaan film sebagai variabel independen dan perubahan sikap sebagai variabel dependen. Variabel terpaan film memiliki tiga indikator yaitu atensi, durasi, dan frekuensi sedangkan pada variabel perubahan sikap juga memiliki tiga indikator yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh terpaan film Ngeri-Ngeri Sedap terhadap perubahan sikap keterbukaan Generasi Z di Kabupaten Bogor sebesar 31 persen. Film juga dapat mengubah sudut pandang penonton menjadi lebih emosional serta dapat mengubah pola pikir untuk berilaku jujur.

Kata Kunci

Film Ngeri-Ngeri Sedap, Generasi Z, Keterbukaan, Sikap, Terpaan

ABSTRACT

Film is part of mass communication media that is often used as a medium that depicts social life in society. Film can be an effective means of communication, messages in films can encourage positive change. This shows that films can influence someone through exposure. The purpose of this study was to analyze changes in attitudes of openness with parents in Bogor Regency. The researcher used a quantitative research method design using Probability sampling and Cluster sampling for sampling based on the S-O-R theory. The data analysis technique used in the study was simple regression, and classical assumptions. The population and sample studied were Generation Z in Bogor Regency, the sample taken in this study amounted to 100 people. The variables in this study were film exposure as an independent variable and attitude change as a dependent variable. The film exposure variable has three indicators, namely attention, duration, and frequency, while the attitude change variable also has three indicators, namely cognitive, affective, and conative. The results of this study indicate that there is an influence of exposure to the Ngeri-Ngeri Sedap film on changes in the openness attitude of Generation Z in Bogor Regency by 31 percent. Film can also change the audience's perspective to be more emotional and can change the mindset to be honest.

Keywords

Attitude, Exposure, Generation Z, Ngeri-Ngeri Sedap Films, Openness

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi
Alamat Institusi

^{1,2,3)}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya
^{1,2,3)}Universitas Pakuan
^{1,2,3)}Jl. Pakuan, Tegallega, Bogor Tengah, Bogor, Jawa Barat - 16143

KORESPONDENSI

Penulis
Email

Ahmad Ghariza Indra Nugroho
ahmadghariza11@gmail.com

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, baik individu kepada individu, individu kepada kelompok maupun kelompok kepada kelompok. Komunikasi adalah suatu tindakan oleh seseorang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*) terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (Triningtyas, 2016).

Sebagai makhluk sosial manusia sangat memerlukan komunikasi satu dengan yang lain. Tindakan komunikasi ini terus menerus terjadi selama proses kehidupan, melalui komunikasi seseorang dapat membuat dirinya tidak merasa terasing atau terisolasi dari lingkungan sekitarnya. Proses komunikasi akan berhasil apabila suatu pesan yang akan disampaikan di dalam pikiran diterima atau dapat dimengerti oleh komunikan, sebaliknya komunikan akan gagal bila hal yang disampaikan tidak dimengerti atau tidak disadari.

Komunikasi massa menurut Back & Nurudin (2017) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui sebuah media massa pada sejumlah besar orang (*mass communications is messages communicated through a mass medium to a large number of people*) dan (*massa communication*) lebih menunjuk pada teori atau proses teoritik. Komunikasi massa adalah proses pesan-pesan yang diproduksi secara massa tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas anonim dan heterogen.

Komunikasi massa bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu (Rustan, 2017). Komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa, atau opini, namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau kriteria yang menarik.

Televisi merupakan media massa elektronik yang termasuk dalam alat komunikasi massa modern. Televisi digunakan untuk menyajikan dan menyebarkan informasi secara cepat, masif, dan dapat menjangkau masyarakat sampai ke pelosok. Televisi sebagai media massa memiliki pengaruh yang signifikan dalam proses sosialisasi individu. jangkauan yang luas dan kemampuannya untuk menampilkan berbagai jenis konten, televisi menjadi salah satu sumber utama informasi, nilai-nilai, dan norma-norma sosial (Hadi et al., 2020).

Perkembangan teknologi semakin berkembang pesat dari masa ke masa. Dengan Adanya teknologi, kehidupan kita semakin terbantu, dari kebutuhan komunikasi, transportasi, hingga hiburan.

Generasi Z adalah remaja Indonesia yang tumbuh di era modern, dengan perilaku, gaya hidup, dan budaya yang terbentuk dari kemajuan teknologi informasi. Pendekatan menggunakan gaya lama dan cara lama hanya membuat Generasi Z merasa tidak tertarik, yang justru membuat tidak nyaman. Karena keterikatan mereka yang sangat dekat dengan teknologi, mereka sangat tidak bisa lepas dengan internet, baik dalam aspek sosial, pendidikan, maupun pengetahuan (Ambarsari, 2023).

Gen z merupakan generasi yang dibesarkan oleh teknologi, kebanyakan dari mereka lebih sering mengambil informasi dari internet dan semakin marak para pengguna media digital membuat mereka lebih tertutup berkomunikasi secara sosial, dengan adanya permasalahan tersebut menimbulkan sulitnya keterbukaan diri dengan permasalahan yang sedang dihadapi kepada orang lain, yang kemudian menimbulkan adanya ketertutupan secara sosial bagi remaja-remaja Generasi (Zahara & Setiawan, 2023)

Sari & Yuliana (2023) mengatakan Generasi Z ini rentan mengalami masalah mental seperti kesepian, kecemasan, dan depresi, dalam hal ini pola komunikasi orang tua berperan penting dalam membentuk kesehatan mental. Pada hakikatnya komunikasi dalam sebuah keluarga khususnya antara orang tua dengan anak memiliki kontribusi yang luar biasa bagi keduanya, karena dengan adanya komunikasi yang efektif dan efisien yang dilaksanakan secara terus menerus dapat menciptakan keakraban, keterbukaan, perhatian yang lebih antara keduanya serta orang tua pun lebih dapat mengetahui perkembangan pada anak baik fisik maupun psikisnya.

Aziz (2015) menyatakan komunikasi keluarga adalah suatu pengorganisasian yang menggunakan kata-kata, sikap tubuh, intonasi suara, tindakan untuk menciptakan harapan *image*, ungkapan perasaan serta saling membagi pengertian. Dilihat dari pengertian di atas bahwa kata-kata, sikap tubuh, intonasi suara, dan tindakan, mengandung maksud mengajarkan, mempengaruhi dan memberikan pengertian. Sedangkan tujuan pokok dari komunikasi ini adalah memprakarsai dan memelihara interaksi antara satu anggota dengan anggota lainnya sehingga tercipta komunikasi yang efektif.

Film merupakan bagian dari media komunikasi massa yang sering kali digunakan sebagai media yang menggambarkan kehidupan sosial dalam masyarakat. Film sebagai salah satu atribut media massa menjadi

sarana komunikasi yang paling efektif. Film sebagai salah satu kreasi budaya, banyak yang memberikan gambaran-gambaran hidup dan pelajaran penting bagi penontonnya. Film juga menjadi salah satu media komunikasi yang sangat jitu (Wibowo, 2014).

Lebih dari sekadar refleksi dan inspirasi, pesan sosial di balik film ini juga menjadi pendorong dialog dan aksi sosial. Film yang mengangkat isu-isu sosial dapat memicu perdebatan publik, meningkatkan kesadaran dan melibatkan penonton dalam perubahan sosial. Pesan-pesan sosial yang tersembunyi di balik film dapat menjadi katalisator tindakan nyata yang mendorong perubahan positif dalam masyarakat.

Hal ini menunjukkan bahwa film dapat memengaruhi seseorang melalui terpaan. Terpaan film merupakan seberapa besar pengaruh suatu film terhadap seseorang, mencakup berbagai aspek, seperti jumlah penonton, dampak emosional atau psikologis, ataupun elemen-elemen dalam film.

Peneliti juga telah melakukan pengamatan dari berbagai jurnal penelitian terdahulu yang membahas mengenai topik sejenis sebagai dasar penelitian untuk membentuk pernyataan yang objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Penelitian pertama oleh Valiant (2023) dengan judul “Pengaruh Terpaan Film & Ratu Queens Terhadap Perubahan Sikap Masyarakat”. Persamaan penelitian Valiant (2023) dengan penelitian ini adalah ingin meneliti tentang pengaruh terpaan film terhadap perubahan sikap, sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan dan subjek penelitian berbeda. Penelitian Valiant mengambil subjek pada komunitas pecinta film sedangkan penelitian ini mengambil subjek Generasi Z di Kabupaten Bogor.

Penelitian kedua disusun oleh Sudiarta (2021) dengan judul “Pengaruh Terpaan Film Dua Garis Biru Terhadap Sikap Remaja Tentang Perkawinan Usia Dini”. Teori yang digunakan oleh penelitian Sudiarta menggunakan teori yang kurang relevan karena teori *uses and effects* adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa sedangkan penelitian ini menggunakan teori S-O-R yang membahas perubahan reaksi khusus seperti perubahan sikap keterbukaan. Persamaan penelitian Sudiarta dengan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, teori yang digunakan Sudiarta adalah *uses and effects theory*.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Abriyanti (2022) dengan judul “Pengaruh Terpaan Film Dua Garis Biru terhadap Sikap Remaja tentang Seks Pranikah (Studi Kasus Remaja Kabupaten Bogor Usia 15-24 Tahun)”. Persamaan penelitian Abriyanti (2022) dengan penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh terpaan terhadap perubahan sikap, penelitian ini tidak menjelaskan tentang perubahan sikap remaja yang telah menonton film tersebut, hal ini menjadi acuan untuk peneliti menjelaskan perubahan sikap yang dirasakan oleh Generasi Z. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Abriyanti (2022) adalah film yang diulas, penelitian Abriyanti menganalisis film Dua Garis Biru sedangkan peneliti menganalisis film Ngeri-Ngeri Sedap.

Beberapa penelitian tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan topik terpaan film yang menggunakan teori, objek dan pendekatan yang berbeda. Penelitian ini akan menggunakan teori Stimulus-Organism-Respon (S-O-R), yang menyatakan bahwa media massa menimbulkan efek yang terarah, segera, dan langsung terhadap khalayak luas atau komunikasinya. Objek penelitian ini dilakukan kepada Generasi Z di Kabupaten Bogor dengan pendekatan pada film Ngeri-Ngeri Sedap.

Film Ngeri-Ngeri Sedap dipilih sebagai objek penelitian karena menjadi salah satu film bertema keluarga yang banyak diminati oleh masyarakat dan menempati urutan keempat sebagai film dengan penonton terbanyak berdasarkan databoks 2022.

Tabel 1. Data Jumlah Film Terbanyak Tahun 2022

No	Nama Film	Jumlah Penonton
1	KKN di desa Penari	9.233.847
2	Pengabdi Setan 2	6.390.970
3	Miracle in cell no 7	5.851.595
4	Ngeri- Ngeri sedap	2.886.121
5	Ivanna	2.793.775

Sumber: databoks, 2022

Film Ngeri-Ngeri Sedap dipilih menjadi objek penelitian karena selain menjadi salah satu film yang mengangkat tema keluarga, dan cukup banyak diminati oleh Masyarakat, film Ngeri-Ngeri Sedap juga memiliki elemen-elemen komedi di dalamnya yang berhasil menarik perhatian masyarakat untuk menonton film tersebut sehingga dapat menarik penonton hingga hampir menyentuh tiga juta penonton di seluruh bioskop Indonesia. Terlebih film Ngeri-Ngeri Sedap menempati urutan keempat sebagai film dengan penonton terbanyak berdasarkan databoks, (2022). Hal tersebut membuktikan film Ngeri Ngeri Sedap sangat menarik untuk diulas.

Menurut DetikNews., 2020), hasil survei di 103 kabupaten/kota seluruh Indonesia menunjukkan bahwa kelompok usia generasi z mendominasi jumlah penonton film Indonesia sebesar 36,4% dibandingkan kelompok usia lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa generasi z memiliki ketertarikan yang cukup tinggi terhadap perfilman di Indonesia. Situasi ini mendorong peneliti untuk mengadakan penelitian tentang generasi Z.

Berdasarkan (PIAK, 2021), data Administrasi kependudukan (Adminduk) per Juni 2021, Kabupaten Bogor adalah kabupaten dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia, yaitu mencapai 5,19 juta jiwa, yang setara dengan 11,24 persen dari total populasi Jawa Barat.. Jumlah penduduk generasi z atau remaja di usia 15-24 tahun yang mendominasi jumlah keseluruhan penduduk di Kabupaten Bogor sebanyak 760,334 penduduk. Hal tersebut yang dijadikan penulis sebagai dasar memilih Kabupaten Bogor sebagai lokasi penelitian. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memilih judul penelitian yaitu: “Pengaruh terpaan Film Ngeri-Ngeri Sedap Terhadap Perubahan Sikap Keterbukaan Generasi Z dengan Orang Tua di Kabupaten Bogor”.

II METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian dengan metode kuantitatif. Menurut (Sujarweni, 2014) penelitian kuantitatif yaitu suatu penelitian yang menciptakan penemuan yang di dapatkan dengan menggunakan proses statistik ataupun dengan metode lain dari pengukuran (kuantifikasi). Objek dari penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Bogor yang akan dilakukan pada bulan Januari sampai bulan Juli alasan peneliti memilih masyarakat Kabupaten Bogor karna jumlah generasi z terbanyak di Indonesia. Metode penarikan sampel yang digunakan yaitu menggunakan cluster sampling dengan teknik pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling* dengan mengkaji kerangka sampling penelitian yang sulit untuk menentukan, dikarenakan tidak dimilikinya data mengenai jumlah remaja yang dikategorikan remaja generasi z yang pernah menonton film Ngeri-Ngeri Sedap. Menggunakan cluster sampling dipilih satu Kabupaten secara sengaja yaitu Kabupaten Bogor dengan pertimbangan Kabupaten Bogor ini merupakan Kabupaten dengan penduduk remaja terbanyak di Indonesia.

Selain itu karena tingkat kasus kekerasan dalam rumah tangga cukup meningkat di tahun 2023 terjadi di Bogor menurut Kompas.com. Menunjukkan jumlah sampel penelitian ini memanfaatkan rumus dari Taro Yamane (Rahmat, 2013) untuk menentukan sampel, dengan rumusnya adalah berikut ini:

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

Keterangan:

n = Jumlah dari sampel

N = Jumlah dari populasi

d2 = Presisi yang sudah ditetapkan

Berlandaskan rumus tersebut, peneliti melakukan perhitungan untuk penentuan jumlah sampel, sebagai berikut:

$$n = \frac{5.500.000}{1 + 5.500.000 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{5.500.000}{1 + 5.500.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.500.000}{1 + 5.500.000 (0,1)}$$

$$n = \frac{5.500.000}{55,001}$$

$$n = 99,9 = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari perhitungan tersebut, peneliti menetapkan batas toleransi kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel, yang diambil dari populasi generasi Z di Kabupaten Bogor. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Skala Likert yang digunakan untuk memberi skor pada jawaban responden berdasarkan bobot tertentu.

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner kepada Generasi Z di Kabupaten Bogor sedangkan data sekundernya diperoleh melalui buku-buku dan sumber ilmiah yang berkaitan dengan tema penelitian, serta situs resmi untuk memperoleh suatu data yang berkaitan dengan penelitian. Instrumen atau kuesioner

terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitas sebelum dibagikan kepada sampel penelitian. Data kuesioner yang sudah terkumpul diolah menjadi bentuk Skala Likert yang digunakan untuk memberi skor pada jawaban responden.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil data kuesioner yang disebarikan, responden pada penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Bogor yang menonton film Ngeri-Ngeri Sedap, hal ini dapat dilihat dari tabel 2 yang menampilkan domisili responden pada penelitian ini.

Tabel 2. Domisili Responden Penelitian

Keterangan	Persentase (%)
Berdomisili di Kabupaten Bogor	
Iya	100
Tidak	0
Domisili (Kecamatan)	
Bojong Gede	25
Babakan Madang	7
Caringin	4
Ciampea	5
Ciawi	2
Cibinong	17
Cijeruk	6
Cilebut	1
Cilengsi	1
Ciomas	7
Ciseeng	2
Citereup	3
Dramaga	2
Gunung Putri	7
Kemang	3
Lewiliang	1
Nanggung	1
Parung	1
Sukaraja	3
Tajur Halang	2

Sumber: Data primer, 2024

Dari data kuesioner yang dibagikan, penelitian ini didominasi oleh perempuan yang berjumlah 52 responden dari 100 responden. Bila berdasarkan tingkat Pendidikan yang paling banyak menonton film Ngeri-Ngeri Sedap adalah tamat SLTA, hal itu bisa dilihat juga dari umur responden pada penelitian ini yang didominasi oleh usia 21 sampai 22 tahun. Jenis pekerjaan ini didominasi oleh pegawai swasta sedangkan pendapatan responden dalam sebulan paling banyak adalah kurang dari Rp4.000.000 dengan jumlah 52 responden.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Keterangan	Persentase (%)
Jenis Kelamin	
Laki-laki	48
Perempuan	52
Usia Responden	
19-20 tahun	10
21-22 tahun	33
23-24 tahun	27
25-26 tahun	26
27 tahun	4
Tingkat Pendidikan	
Tamat SMP	0
Tamat SLTA	42

Tamat Diploma	21
Tamat Sarjana	33
Tamat Magister	4
Jenis Pekerjaan	
Profesional	2
Wiraswasta	15
Pegawai swasta	43
Pegawai Negeri	9
Pelajar/ mahasiswa	31
Pendapatan	
< Rp 4 juta	52
Rp 4 – 7 juta	39
Rp 7 – 10 juta	8
>Rp 10 juta	1

Sumber: Data primer, 2024

Dalam membuktikan penelitian ini memiliki kualitas yang baik, maka terlebih dahulu akan diuji dengan pengukuran nilai reliabilitas. Pengujian reliabilitas bertujuan menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur fenomena yang sama (Ghozali, 2018). Penelitian dianggap reliabel jika dapat memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Koefisien *Cronbach Alfa*. Jika koefisien *Cronbach Alfa* berada pada kisaran >0,70 maka pertanyaan bisa diterima atau reliabel.

Dalam membuktikan penelitian ini memiliki kualitas yang baik, maka terlebih dahulu akan diuji dengan pengukuran nilai reliabilitas. Pengujian reliabilitas bertujuan menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur fenomena yang sama (Ghozali, 2018). Penelitian dianggap reliabel jika dapat memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Koefisien *Cronbach Alfa*. Jika koefisien *Cronbach Alfa* berada pada kisaran >0,70 maka pertanyaan bisa diterima atau reliabel.

Tabel. 4 Uji reliabilitas terpaan film

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,811	20

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Nilai Alpha Cronbach pada penelitian ini sebesar 0,811. Hal ini berarti ketentuan nilai *Alpha Cronbach* sudah sesuai karena berada di atas 0,70. Oleh sebab itu variabel terpaan film memiliki kualitas penelitian yang sangat baik dan bisa diandalkan untuk melanjutkan penelitian yang ada.

Tabel. 5 Uji reliabilitas perubahan sikap

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,901	15

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Tabel di atas menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* pada uji variabel minat baca sebesar 0,901. Artinya variabel perubahan sikap pada penelitian ini sangat baik dan bisa diandalkan karena memenuhi aspek obyektivitas internal dalam penelitian kuantitatif. Dari hasil analisis dan pengujian validitas dan reliabilitas, data pada penelitian ini menunjukkan valid, reliabel dan berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Rata-Rata Variabel Terpaan Film

No.	Indikator	Rata-rata	Ket.
1.	Frekuensi		Tinggi
2.	Durasi	3,00	Tinggi
3.	Atensi	3,39	Tinggi

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Hasil perhitungan rata-rata variabel terpaan film yang tersaji pada tabel 5 menunjukkan dari tiap-tiap indikator terpaan berada pada nilai yang tinggi. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan terkait terpaan film Ngeri-Ngeri Sedap dapat membuat penonton tertarik karena dapat membuat perubahan sikap Generasi Z dengan orang tua. Mengenai perhitungan rata-rata variabel terpaan film pada penelitian ini

dapat dilihat di tabel 4 yang diperoleh melalui perhitungan deskriptif dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Rata-Rata Variabel Perubahan Sikap

No.	Indikator	Rata-rata	Ket.
1.	Kognitif	3,394	Tinggi
2.	Afektif	3,334	Tinggi
3.	Konatif	3,33	Tinggi

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Hasil perhitungan rata-rata variabel perubahan menunjukkan nilai ketiga indikator berada dalam kategori tinggi, dilihat dari tabel 5 yang menunjukkan nilai tiap-tiap indikator berada di atas nilai minimum. Artinya dari pernyataan responden mengenai pernyataan indikator perubahan sikap menunjukkan bahwa terpaan film dapat mengubah perubahan sikap Generasi Z.

3.1 Uji T

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	46,634	7,652		6,095	0,000
	Perubahan Sikap Keterbukaan	1,494	0,225	0,556	6,629	0,000

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Hasil uji t pada tabel 6. menunjukkan bahwa t hitung sebesar 6,629 lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 1,660, dengan nilai signifikansi 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa terpaan film berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan sikap keterbukaan. Karena t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa pengaruh terpaan film Ngeri-Ngeri Sedap memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perubahan sikap keterbukaan generasi Z dengan orang tua di Kabupaten Bogor.

3.2 Uji F

Yang digunakan ialah *internal consistency*, yaitu mencoba sekali saja instrumen kepada subjek penelitian dengan teknik *Alpha Cronbach* sebab instrumen penelitian dengan jawaban tepat melebihi satu serta berwujud kuesioner (Sugiyono, 2019). Apabila r hitung melebihi r tabel artinya reliabel, begitu pun sebaliknya.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1050,257	1	1050,257	43,938	.000 ^b
	Residual	2342,493	98	23,903		
	Total	3392,750	99			

a. Dependent Variable: Perubahan Sikap Keterbukaan

b. Predictors: (Constant), Terpaan Film

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Independent yaitu terpaan film berpengaruh secara signifikansi perubahan sikap keterbukaan. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa pengaruh terpaan film terbukti signifikan film Ngeri-Ngeri Sedap berpengaruh signifikan terhadap perubahan sikap keterbukaan. Semakin tinggi kualitas film Ngeri-Ngeri Sedap maka semakin tinggi perubahan sikap keterbukaan bagi penontonnya.

3.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas.

3.4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.86431332
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.044
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

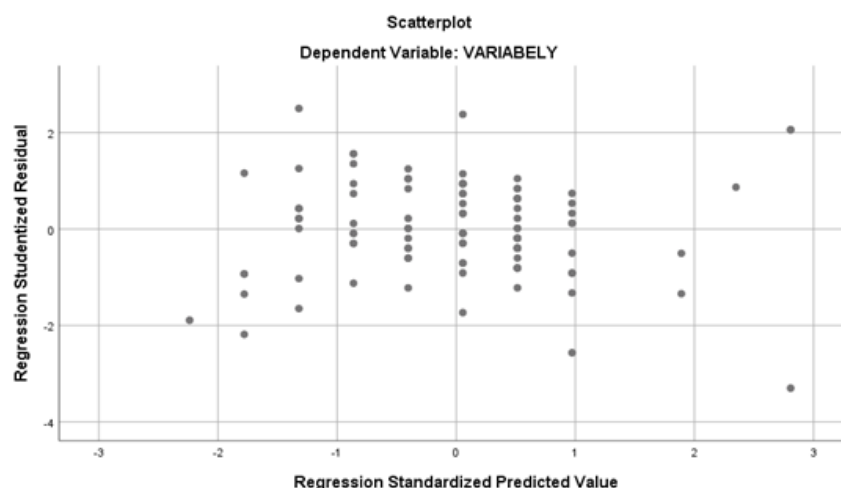
a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan pada tabel uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan kriteria nilai signifikansi di atas, signifikansi Monte Carlo (2-tailed) diatas, maka dapat dikatakan nilai residual berdistribusi normal karena nilai signifikansi $0,232 > 0,05$.

3.5 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data SPSS 25

Dari gambar berikut, dapat disimpulkan bahwa titik-titik data tidak membentuk pola yang jelas dan tersebar di atas serta di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

3.6 Uji Linearitas

Tabel 10. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	1406,770	10	140,677	6,304	0,000
		Linearity	1050,257	1	1050,257	47,066	0,000
		Deviation from Linearity	356,513	9	39,613	1,775	0,084
	Within Groups		1985,980	89	22,314		
	Total		3392,750	99			

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Dari tabel ini, diperoleh hasil pengujian linearitas yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,084, yang lebih besar dari 0,05, serta nilai F hitung sebesar 1,775, yang lebih kecil dari nilai F tabel sebesar 1,65. Berdasarkan pengambilan keputusan pada uji linearitas, terdapat hubungan yang linear dan signifikan antara terpaan film dengan perubahan sikap keterbukaan.

3.7 Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 11. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	46,634	7,652		6,095	0,000
	X	1,494	0,225	0,556	6,629	0,000

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Berdasarkan hasil dari uji analisis regresi sederhana menunjukkan hasil yang diperoleh nilai konstanta (α) sebesar 46,634 sedangkan pada nilai perubahan sikap keterbukaan (b/koeffisien regresi) sebesar 1,494, dari hasil tersebut dapat dimasukkan ke dalam regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 46,634 + 1,494X$$

Dari hasil persamaan regresi linear sederhana di atas masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 46,634 artinya variabel perubahan sikap (Y) dipengaruhi oleh variabel terpaan film (X)
- 2) Kofensiasi regresiasi variabel X sebesar 1,494. kofensiasi tersebut bernilai positif yang berarti terjadi hubungan positif antara variabel X dan Y sehingga dapat dikatakan jika variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 1,494.

3.8 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	0,310	0,303	4,889

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 25

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,556. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh adalah 0,310 atau sebesar 31%. Ini berarti bahwa terpaan film memengaruhi perubahan sikap keterbukaan sebesar 31%, sedangkan sisa 69% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berlandaskan metode analisis regresi sederhana yang telah dilakukan, penelitian menunjukkan bahwa dari hasil uji t, diperoleh nilai t hitung untuk variabel terpaan film yang lebih besar dari nilai t tabel, yaitu 1,660, dengan nilai signifikansi 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Dari hasil uji t ini, dapat disimpulkan bahwa terpaan film berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan sikap keterbukaan, karena t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Hasil uji t tersebut mendukung hipotesis yang diajukan, yaitu bahwa terpaan film memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan sikap keterbukaan:

Ha: Tidak adanya pengaruh yang cukup signifikan diantara terpaan film ngeri-ngeri sedap terhadap perubahan sikap generasi Z di Kabupaten Bogor.

Ho: Terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan film ngeri-ngeri sedap terhadap Perubahan sikap generasi Z di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan hasil uji f yang dilakukan dan mendapatkan hasil unsur naratif dan sinematik dalam terpaan film memiliki pengaruh terhadap perubahan sikap keterbukaan dengan orang tua di Kabupaten Bogor, maka Ha dapat diterima. Hal ini menjelaskan jika generasi z merasa menonton film Ngeri-Ngeri sedap dapat menjadi tolak ukur generasi z menjadi lebih terbuka dengan orang tua.

Berdasarkan nilai R-square 0,31 menjelaskan bahwa unsur film Ngeri-Ngeri Sedap memiliki pengaruh perubahan sikap keterbukaan generasi z dengan orang tua sebesar 31 persen sedangkan 69 persen selebihnya hanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dijabarkan dalam penelitian ini.

Film Ngeri-Ngeri Sedap merupakan media untuk mempelajari perilaku yang dapat dilakukan setelah menyaksikan film tersebut. Tidak secara langsung perilaku bagi pengamat yang telah melakukan proses dalam mencerna serta mengingat apa yang dilakukan yang ada di film Ngeri-Ngeri Sedap. Hal ini juga tentunya tanpa disadari pesan yang berada di film Ngeri-Ngeri Sedap sudah mempengaruhi sikap dan perilaku penontonnya.

Pengaruh terpaan setelah menonton film Ngeri-Ngeri Sedap banyak pembelajaran yang diambil dari film tersebut sudah terbukti bahwa berpengaruhnya dari film Ngeri-Ngeri Sedap generasi z yang menonton film Ngeri-Ngeri Sedap lebih memahami sikap yang harus diambil ketika berkomunikasi dengan orang tua.

Berdasarkan penelitian (Widuhung, 2023). Keterbukaan dalam komunikasi dapat mengetahui perasaan masing-masing dalam pasangan suami istri, hal itu juga dapat di terapkan dalam anggota keluarga yang membuat keharmonisan dalam rumah tangga.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian, terpaan film Ngeri- Ngeri sedap berdampak positif bagi penonton Generasi Z di Kabupaten Bogor, hal ini bisa dilihat dari mayoritas Generasi Z menonton film Ngeri-Ngeri Sedap dari awal hingga akhir cerita dengan memperhatikan isi pesan yang terdapat pada film. Mengenai perubahan sikap keterbukaan Generasi Z dengan orang tua, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa terpaan film Ngeri-Ngeri Sedap dapat mengubah sikap keterbukaan Generasi Z, hal ini dilihat dari isi dalam film yang dapat mengubah sudut pandang penonton menjadi lebih emosional serta dapat mengubah pola pikir untuk berlaku jujur, dan Peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terpaan film Ngeri-Ngeri Sedap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap keterbukaan Generasi Z dengan orang tua dan mendapat nilai R Square sebesar 31% hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini Ho ditolak dan Ha diterima karena terpaan film Ngeri-Ngeri Sedap memiliki pengaruh positif terhadap perubahan sikap Generasi Z dengan orang tua.

REFERENSI

- Ambarsari, U., Saptarini, A., & Arifin, A. (2023). Pengaruh Digitalisasi Dan Perubahan Perilaku Individu Dalam Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Pada Generasi Z Di Pekon Jatiagung Tahun 2022. *Jurnal Sistem Ekonomi*, 1(1). https://rumahjurnal.lppmumpri.ac.id/index.php/JSE/article/view/32%7Cto_array%3A0
- Aziz Safrudin. (2015). *Pendidikan Keluarga Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: GavaMedia.
- Bisri Mustofa, M. (2022). Fungsi Komunikasi Massa Dalam Film. *AT-TAWASUL*, 2(1), 1–8. <http://jurnal.iuqibogor.ac.id>
- Cindy Mutia Annur. (2022, November 23). Daftar Film Indonesia Terlaris Tahun 2022, *Mana Favoritmu?* Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/2070bd336c0b2d1/register-film-indonesia-terlaris-tahun-2022-mana-favoritmu>
- DetikNews. (2020). Survei : Gen Z Paling Sering Nonton Film Indonesia di Bioskop. Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-4862189/survei-gen-z-paling-sering-nonton-film-indonesia-di-bioskop>.
- Harahap, S., Br. Ginting, R., Rasyidin, M., & Sahputra, D. (2021). Komunikator dan Komunikan dalam Pengembangan Organisasi. Tabularasa: *Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 3(1), 106-114. doi:<https://doi.org/10.31289/tabularasa.v3i1.629>.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [PIAK] Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan dan Pemanfaatan Data. (2021). *Distribusi Penduduk Indonesia Per Juni 2021*. Jakarta: Pengelolaan Informasi Administrasi Kependudukan dan Pemanfaatan Data.
- Sari, R. A. P., & Yuliana, N. (2023). Pola Komunikasi Orang Tua Pada Anak Generasi Z Terhadap Kesehatan Mental Anak. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(9), 41-50.
- Shaleha, P. U., Sumantri, P., Hutaaruk, A. F., Chandra, S., & Saragih, R. G. A. (2023). Analisis Proses Pelaksanaan Pembelajaran Sejarah dengan Pemanfaatan Media Film Sebagai Sumber Belajar Sejarah di

SMANegeri 11 Medan. *Education & Learning*, 3(2), 13–19. <https://doi.org/10.57251/el.v3i2.1034>

Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sumartias, S., & Rahmat, A. (2013). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konflik Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 16(1).

Triningtyas, D. (2016). *Komunikasi antar pribadi*. CV. AE MEDIA GRAFIKA.

Widuhung, S. (2022). Efek Komunikasi Webseries Layanan Putus Terhadap Persepsi Istri Mengenai Kesetiaan Suami. *KOMUNIKATA57*, 3(2), 91–99. <https://doi.org/10.55122/kom57.v3i2.522>.

Widuhung, S. (2023). Komunikasi Interpersonal Suami Istri Mengenai Perselingkuhan Pasca Menyaksikan Webseries Layanan Putus. *KOMUNIKATA57*, 4(2), 56–67. <https://doi.org/10.55122/kom57.v4i2.949>