

ABSTRAK

Penelitian dengan judul "Persepsi Penonton Terhadap Pesan Agama dalam Film Horor Thaghut 2024" berlandaskan pada fenomena bentrokan dari keberadaan pesan agama dengan minat khalayak tentang segmentasi media. Film Thaghut atau yang sebelumnya berjudul Kiblat menimbulkan pro-kontra terkait rilisnya poster yang dinilai melecehkan agama Islam, jika dilihat berdasarkan fungsi film, seharusnya karya film dapat dipertanggungjawabkan terhadap masyarakat namun realitas yang terjadi masih banyak masyarakat yang lebih menyukai film yang tidak berjalan sesuai fungsinya. Penelitian ini merumuskan seberapa besar faktor persepsi penonton dalam mempengaruhi pesan agama dalam film Thaghut. Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi penonton berpengaruh sebanyak 87,3% karena dapat mengaitkan nilai moral dan normal yang berlaku serta terbuka dalam kesadaran untuk mengubah berbagai aspek-aspek yang dinilai tidak sejalan dengan norma agama seperti mengubah poster, judul dan meng-cut beberapa adegan yang dinilai menistakan agama. Sebagaimana pada *expectancy value theory* bahwa kepercayaan khalayak dapat ditentukan dari *value* yang selama ini mereka anut dan evaluasi dari media. Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti 30,3% faktor lain yang dapat menjelaskan variabel persepsi serta disarankan untuk dapat meneliti secara lebih *indepth* dengan metode penelitian lainnya.

Kata Kunci: Persepsi Penonton, Pesan Agama, Film Thaghut, Teori Pengharapan Nilai