

## Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya media massa yang ada pada saat ini, namun demikian salah satu media yang masih menjadi pilihan masyarakat adalah media elektronik televisi. Sebagian besar masyarakat menonton televisi untuk mendapatkan hiburan melalui berbagai macam program acara yang ditayangkannya. Program acara yang dapat menarik paling banyak pemirsa yaitu tayangan sinetron, termasuk tayangan sinetron religi. Penulis ingin mengetahui bagaimana tayangan sinetron religi tersebut dapat mempengaruhi persepsi masyarakat yang menyaksikannya.

Penulis menggunakan berbagai macam sumber sebagai referensi, seperti teori mengenai persepsi, terpaan media, dan empat sifat wajib Nabi dan Rasul, yang penulis gunakan pula sebagai indikator penelitian. Selain itu, penulis juga menggunakan penelitian terdahulu, yaitu 5 Jurnal Nasional, 5 Jurnal Internasional, dan 3 Skripsi.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif – positivistik, dengan metode penelitian eksplanasi. Penelitiannya sendiri dilakukan melalui survey, dengan membagikan kuesioner kepada 100 orang responden, dari populasi yang telah ditentukan, yaitu wanita dengan rentan usia 30 hingga 54 tahun di Kota Bandung.

Pada perhitungan analisis regresi linear sederhana didapatkan hasil  $Y = 52,376 + 0,414 X$ , Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Berdasarkan hasil perhitungan *korelasi product moment*, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,262, nilai tersebut masuk kedalam kategori rendah. Artinya, terdapat hubungan yang rendah antara Tayangan Sinetron Religi (X) dengan Persepsi Masyarakat (Y). Sedangkan dari hasil perhitungan koefisien determinasi, didapat nilai sebesar 6,86%. Hal ini menunjukkan bahwa Tayangan Sinetron Religi memberikan pengaruh sebesar 6,86% terhadap Persepsi Masyarakat.

Kata Kunci: Terpaan Media, Pengaruh Program Televisi, Tayangan Sinetron, Persepsi.

### ***Abstract***

*This research is motivated by the increasing of mass media nowadays. However, the mass media that still be the choice of many people is television. Mostly people watch television to entertain themselves through many television program that be showed. The most television program that get many attention from public is TV serial (Soap Opera), included religious TV serial (Soap Opera). The writer want to know how the religious TV serial (Soap Opera) influences the public perception.*

*Many references that the writer used in this research. Such as theories about perception, media exposure, and The Nabi and Rasul behaviour. Beside that, the writer also used some previous researched, 5 national researches, 5 international researches, and 3 theses.*

*The writer used quantitative – positivistic for this research, with explanation method. The research did through directly survey by gave questionnaires to 100 respondents, from the population that has been determined before, those are women among 30 until 54 years old.*

*Based on the analysis of the data using a simple linear regression is  $Y = 52,376 + 0,414 X$ . The result of product moment correlation, the value of correlation coefficient (R) is 0,262, it means the corelation between independent variable and dependent variable are low. And the result of data analysis using determination correlation is 6,86%. It shows that The Religious TV Serial gives 6,86% influence to public perception.*

*Keywords: Media Exposure, TV Program Influence, TV Serial (Soap Opera), Perception.*