

KURIOSITAS

Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan

Volume 17

No.2, Desember 2024

Halaman 181-194

Representasi Nilai Religi dalam Media Film Horor: Studi Persepsi Penonton pada Film *Thaghut*

Syadathul Ummah

Universitas Telkom, Bandung

salmasyad@student.telkomuniversity.ac.id

Reni Nuraeni

Universitas Telkom, Bandung

reninuraeni@telkomuniversity.ac.id

Abstract:

This study examines how religious values are represented in the horror film Thaghut and how this representation influences audience perception. It explores the relationship between media idealism, religious symbolism, and audience interpretation, focusing on the dynamics of religious representation in Indonesian horror films. A quantitative causal research approach was used to analyze the cause-and-effect relationship between media idealism (independent variable) and audience perception (dependent variable). Data were collected from 348 respondents selected using the Isaac & Michael table, representing the film's audience. Data analysis employed Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS software to ensure validity and reliability. The findings reveal that religious values in Thaghut are represented through symbolic themes, including avoiding shirk practices, rejecting occult rituals, and raising awareness about true worship values. These representations significantly increased audience awareness of religious values while also sparking debates on the potential exploitation of religious symbols for commercial gain. An R-Square value of 0.680 indicates that media idealism explains 68% of audience perception variance. Hypothesis testing confirms a strong positive influence, with a path coefficient (β) of 0.825, a t-statistic of 31.365, and a p-value of 0.000. This study integrates Expectancy Value Theory with media idealism, providing a comprehensive framework to understand how audience expectations and values shape their interpretation of religious symbolism in horror films. It underscores the ethical responsibility of filmmakers in representing religious values thoughtfully and the importance of adhering to ethical guidelines to avoid the misuse of sacred symbols. Future

research should expand the scope by including more films, employing mixed-method approaches, and considering variables such as cultural background and audience religiosity to offer a more holistic understanding of audience perception dynamics.

Keywords: Audience Perception, Media Idealism, Religious Horror Film, Thaghut Film.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai religius direpresentasikan dalam film horor Thaghut dan bagaimana representasi tersebut memengaruhi persepsi penonton. Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara idealisme media, simbolisme agama, dan interpretasi audiens dengan fokus pada dinamika representasi nilai religius dalam film horor Indonesia. Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal digunakan untuk melihat hubungan sebab-akibat antara idealisme media (variabel independen) dan persepsi penonton (variabel dependen). Data dikumpulkan dari 348 responden yang dipilih menggunakan tabel Isaac & Michael, mewakili penonton film Thaghut. Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai religius dalam film Thaghut direpresentasikan melalui simbolisme agama yang menyoroti tema seperti penghindaran praktik syirik, penolakan terhadap perdukunan, serta kesadaran akan nilai ibadah yang benar. Representasi ini berhasil meningkatkan kesadaran penonton tentang pentingnya nilai-nilai agama, meskipun juga memicu perdebatan terkait eksploitasi simbol agama dalam media. Nilai R-Square sebesar 0.680 menunjukkan bahwa idealisme media menjelaskan 68% variasi dalam persepsi penonton. Hasil hipotesis menunjukkan pengaruh positif yang signifikan dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.825, t-statistics sebesar 31.365, dan p-value sebesar 0.000. Penelitian ini mengintegrasikan Expectancy Value Theory dengan idealisme media untuk menjelaskan dinamika persepsi penonton, yang mengisi kesenjangan dalam penelitian sebelumnya. Integrasi ini memberikan kerangka teoritis yang lebih kaya untuk memahami bagaimana nilai dan ekspektasi audiens memengaruhi interpretasi simbolisme agama dalam media horor. Penelitian ini menekankan pentingnya tanggung jawab etis dalam representasi nilai agama di media film, serta pentingnya pedoman etis dalam produksi untuk mencegah penyalahgunaan simbol agama demi kepentingan komersial. Penelitian lanjutan direkomendasikan untuk memperluas objek studi, menerapkan pendekatan mixed-methods, serta mempertimbangkan variabel seperti latar belakang budaya dan intensitas religiusitas audiens guna memahami dinamika persepsi secara lebih komprehensif.

Kata Kunci: Persepsi Penonton, Idealisme Media, Film Horor Religi, Film Thaghut

PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya popularitas film horor religi di Indonesia, banyak karya film yang menggunakan simbol agama sebagai elemen naratif utama. Hal ini memicu perdebatan etis mengenai apakah representasi tersebut memperkuat nilai moral atau justru mengeksploitasi simbol agama demi keuntungan komersial. Menurut Ilhamsyah (2024), penggunaan simbol-simbol agama dalam film horor sering kali dipandang sebagai upaya komersialisasi yang mengesampingkan nilai spiritual yang terkandung di dalamnya. Data dari Cinepoint, dikutip oleh *data.goodstats.id*, menunjukkan bahwa dari 14 film Indonesia dengan jumlah penonton terbanyak di tahun 2024, mayoritas merupakan film bergenre horor (Khun, 2024). Stephen King, seperti dikutip oleh Kouchinsky (2021), menyatakan bahwa film horor diciptakan untuk membantu manusia menghadapi ketakutan nyata melalui ketakutan fiktif. Hal ini menegaskan bahwa genre horor memiliki daya tarik emosional yang kuat, tetapi di sisi lain memunculkan dilema etis ketika bersentuhan dengan representasi nilai-nilai agama.

Penelitian terdahulu yang relevan telah menjadi rujukan penting dalam kajian ini. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti representasi nilai religi secara umum dalam film horor, namun kajian spesifik yang menganalisis hubungan antara idealisme media dan persepsi penonton dalam konteks film horor, seperti *Thaghut*, masih jarang ditemukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut. Salah satu penelitian yang relevan adalah dari Adziz et al. (2022) berjudul *The Influence of Psychology in Supernatural Beliefs Through Enjoyment in Watching Horror Movies*. Hasil penelitian ini menemukan korelasi yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS, yang menunjukkan nilai *goodness of fit* (GoF) sebesar 0,832. Temuan ini relevan karena menunjukkan bagaimana kepercayaan khalayak membentuk persepsi saat menonton film horor, yang selaras dengan *Expectancy Value Theory* yang menekankan pentingnya nilai dan ekspektasi dalam memengaruhi persepsi terhadap media.

Selain itu, penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa film horor yang memuat nilai religi memiliki dampak signifikan terhadap psikologi penonton dan persepsi mereka terhadap agama. Film horor tidak hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga sebagai medium reflektif yang kompleks di mana ketakutan dan nilai spiritual saling berkelindan. Namun, ketika representasi agama dalam film horor dinilai tidak sesuai dengan norma yang berlaku, hal ini kerap memicu polemik di masyarakat. Rozin et al. (2021) menggambarkan ketakutan dalam film horor sebagai "*ketakutan jinak*," yaitu pengalaman ketakutan yang terkendali dan

aman. Kouchinsky (2021) menyoroti bahwa narasi horor memungkinkan penonton untuk memproyeksikan ketakutan dan kecemasan pribadi mereka ke dalam entitas eksternal yang bersifat fiktif. Ross (2021) menambahkan bahwa elemen religius dalam film horor seharusnya memperkuat nilai moral dan spiritual, bukan sekadar alat untuk menarik kontroversi atau keuntungan komersial. Oleh karena itu, representasi nilai religi dalam film horor memerlukan pendekatan yang berhati-hati agar tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan penonton.

"Dengan menggunakan *Expectancy Value Theory*, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai religi direpresentasikan dalam film horor *Thaghut* dan bagaimana persepsi penonton terbentuk melalui penyampaian simbol-simbol agama di dalamnya. Kontroversi yang muncul akibat poster dan judul awal film *Kiblat* sebelum diubah menjadi *Thaghut* menunjukkan adanya ketegangan antara aspirasi kreatif pembuat film dan sensitivitas religius publik. Meskipun poster dan judul telah diubah, kritik mengenai representasi agama dalam film tersebut tetap berlanjut di berbagai kalangan. Amanah (2024) mencatat bahwa poster awal film memicu reaksi keras dari berbagai pihak, termasuk Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang menilai adanya pelanggaran norma religius. Yanuar (2024) menambahkan bahwa perubahan yang dilakukan lebih bersifat kosmetik dan tidak menyentuh substansi inti dari narasi film tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana representasi nilai religi dalam *Thaghut* memengaruhi persepsi penonton dan bagaimana dinamika ini berinteraksi dengan idealisme media di balik produksinya.

Kontroversi seputar representasi nilai religi dalam film horor *Thaghut* mencerminkan dinamika yang lebih luas antara idealisme media, kepentingan komersial, dan sensitivitas budaya. Industri perfilman dihadapkan pada tantangan untuk menyeimbangkan kebebasan kreatif dengan tanggung jawab moral dan sosial. Representasi simbol agama dalam media, khususnya dalam genre horor, sering kali memunculkan perdebatan antara tujuan artistik dan tanggung jawab etis pembuat film. Muttaqin (2011) menjelaskan bahwa terdapat pergeseran dalam paradigma media, di mana kepuasan konsumen sering kali bertentangan dengan idealisme media yang lebih idealis. Alfani (2017) menekankan bahwa budaya dan lingkungan memengaruhi cara penonton memaknai representasi simbol agama dalam film. Ross (2021) menambahkan bahwa agama seharusnya tidak hanya menjadi elemen dekoratif dalam narasi film tetapi harus diperlakukan dengan hormat dan tanggung jawab. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba memahami dinamika yang terjadi dalam representasi nilai religi di film horor dan persepsi penonton terhadap film *Thaghut*.

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas untuk melihat hubungan sebab-akibat. sebagaimana menurut Sugiyono (Dewi, 2024) hubungan kausalitas merupakan relasi sebab akibat yang ditimbulkan dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *expectancy-value theory* yang berkenaan tentang kepuasan khalayak dari suatu media (Littlejohn & Foss, 2011). Populasi dari penelitian ini seluruh masyarakat Indonesia yang menonton melalui bioskop yakni sebanyak 922.726 penonton (didapatkan melalui akun resmi Film Thaghut). Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan teknik SEM-PLS dengan SmartPLS sebagai *software* analisis data. Terdapat hipotesis pada penelitian ini, hipotesis menurut Cooper dan Schindler (Suryadi et al., 2019), merupakan sebuah perwujudan hasil yang dirumuskan untuk dapat diuji secara empirik. Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan hipotesis dua arah dan dirumuskan dengan bentuk hipotesis nol dan hipotesis alternatif untuk dapat menetapkan kriteria apakah hipotesis diterima atau ditolak (Setyanto & Afneti, 2021). Adapun perumusan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat pengaruh dari *media idealism* (X) terhadap persepsi penonton film Thaghut (Y)

Ha: Terdapat Pengaruh positif dari *media idealism* (X) terhadap persepsi penonton film Thaghut (Y)

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausalitas untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Pendekatan kausalitas, menurut Sugiyono (Dewi, 2024), merupakan metode untuk memahami dampak variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu fenomena. Penelitian ini mengacu pada *expectancy-value theory* yang menjelaskan tentang bagaimana kepuasan khalayak terbentuk melalui ekspektasi dan nilai yang diberikan oleh suatu media (Littlejohn & Foss, 2011). Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk memahami sejauh mana idealisme media memengaruhi persepsi penonton terhadap film horor *Thaghut*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penonton film *Thaghut* di bioskop, dengan jumlah mencapai 922.726 penonton, yang datanya diperoleh dari akun resmi film tersebut. Desain penelitian ini memungkinkan analisis hubungan antara faktor idealisme media dan persepsi audiens dengan pendekatan yang sistematis dan terukur.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada sampel penelitian yang telah ditentukan berdasarkan tabel Isaac & Michael. Dari populasi sebanyak 922.726 penonton, sampel yang diambil berjumlah 348 responden, sesuai dengan metode penarikan sampel yang

diusulkan oleh Balraj dan Kantha (2022). Teknik sampling ini bertujuan untuk memastikan representasi yang memadai dari populasi penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah idealisme media yang diukur melalui empat indikator: *no detrimental* (tindakan tidak boleh merugikan orang lain), *non-threatening* (tindakan tidak boleh mengancam kesejahteraan orang lain), *as per norms* (tindakan harus sesuai norma universal), dan *morally appropriate* (tindakan moral yang sesuai dengan norma ideal) (Nugroho, 2017). Sementara itu, variabel dependen adalah persepsi penonton terhadap film horor *Thaghut*, yang diukur dengan tiga indikator: *absorption of stimuli* (penyerapan stimulus dari objek luar), *understanding* (pemahaman), dan *evaluation* (proses evaluasi penonton) (Nurjanah, 2018).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Teknik SEM-PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar variabel dengan lebih fleksibel dan efektif meskipun data tidak sepenuhnya berdistribusi normal (Solihin & Ratmono, 2020). Pengujian dilakukan dalam dua tahap, yaitu *outer model* dan *inner model*. Pada tahap *outer model*, validitas dan reliabilitas diuji menggunakan tiga kriteria: *convergent validity* (nilai outer loading harus >0.7 atau >0.6 masih dapat diterima), *discriminant validity* (nilai akar Fornell-Larcker harus lebih besar dari nilai korelasi antar konstruk), dan *internal consistency reliability* (nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability harus >0.7) (Hair et al., 2021). Tahap *inner model* dilakukan untuk menguji hubungan struktural antara variabel independen dan dependen dengan melihat nilai *R-Square*, di mana nilai ≥ 0.67 dianggap kuat, ≥ 0.33 sedang, dan ≥ 0.19 rendah. Hipotesis diuji dengan melihat nilai *t-statistic* (>1.96) dan *p-value* (<0.05).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil pengujian yang pertama *outer model* (*measurement model*) terdiri menjadi tiga pengujian yakni *convergent validity*, *discriminant validity* dan *internal consistency* (Hair et al., 2021). Jika seluruh item telah mendapatkan hasil valid dan reliabel maka dapat dilanjutkan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Tabel 1. Hasil Pengujian Outer Model

Outer Model (Measurement Model)	Media Idealism (X)	Persepsi (Y)	Keterangan
Outer Loading	0.767	0.671	Valid
	0.684	0.72	Valid
	0.67	0.772	Valid
	0.753	0.658	Valid
	0.711	0.709	Valid

	0.778	0.778	Valid
	0.778	0.743	Valid
	0.758		Valid
	0.739		Valid
Discriminant Validity	0.723	0.739	Valid
Cronbach's Alpha	0.848	0.895	Reliable
Composite Reliability	0.884	0.915	Reliable

Sumber: Olahan Penulis Menggunakan Smart PLS 4.1.0.9

Berdasarkan tabel 1 di atas, data yang telah diolah dari seluruh responden sebanyak 348 memberikan hasil bahwa nilai outer loading telah mencapai nilai >0.7 atau >0.6 diterima, yang berarti telah mencapai nilai convergent validity yang berarti seluruh pernyataan dinyatakan valid. Begitupun dengan nilai diskriminant validity nilai akar dari variabel idealisme lebih besar dari nilai konstruk variabel laten lainnya, oleh karena itu data dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan untuk tahap pengujian reliabilitas.

Selanjutnya masih pada tabel 1 di atas, dilakukan juga pengujian consistency reliability, dapat dilihat pada tabel di atas nilai cronbach's alpha pada variabel media idealism memberikan nilai 0.848 dan variabel persepsi memberikan nilai 0.895 yang berarti bahwa nilai cronbach's alpha >0.7 dan nilai composite reliability yang didapatkan berdasarkan pengolahan data diatas didapatkan nilai 0.884 untuk variabel media idealism dan 0.915 untuk variabel persepsi yang berarti nilai composite reliability >0.7 , sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel dan dapat dilakukan untuk pengujian hipotesis.

Tahap berikutnya yakni melakukan pengujian inner model (structural model) yang terbagi menjadi dua tahap, namun sebelum melihat R-Square, dilakukan terlebih dahulu pengujian collinearity untuk menyatakan bahwa data yang diolah tidak terjadi multikolinearitas dengan kriteria nilai VIF <5 , jika nilai VIF <5 maka data dinyatakan baik dan tidak terjadi masalah kolinearitas, sebaliknya jika data >5 maka terjadi masalah kolinearitas. Setelah dilakukan pengujian kolinearitas dilanjutkan dengan pengujian R-Square hal ini berguna untuk melihat besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lalu setelah nilai R Square ditemukan dilakukan terjemahan pada tabel coefficient. Pada tahap ini melakukan pengujian hipotesis yang dapat dilihat berdasarkan kriteria nilai t statistics >1.96 dan p value <0.05 . Jika nilai positif maka variabel independen dapat dinyatakan mempengaruhi secara positif dan jika negatif maka sebaliknya, nilai memberikan pengaruh negatif.

Adapun tahap pertama dalam pengujian inner model adalah pengujian kolinearitas sebagaimana dalam tabel di bawah:

Tabel 2. *Collinearity*

Item	VIF	Item	VIF
x1	2.219	y1	1.608
x2	1.630	y2	1.926
x3	1.670	y3	1.818
x4	2.024	y4	1.549
x5	1.958	y5	1.650
x6	2.126	y6	1.866
x7	2.085	y7	1.654
x8	2.031		
x9	1.931		

Sumber: Olahan Penulis Menggunakan Smart PLS 4.1.0.9

Berdasarkan tabel diatas data yang digunakan merupakan item pernyataan yang telah dinyatakan valid dan reliable. Dengan menggunakan kriteria VIF <5, maka seluruh item pernyataan pada tabel 2 dinyatakan memiliki kolinearitas yang baik dan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel karena nilainya lebih kecil dari 5. Oleh sebab itu dapat dilanjutkan untuk melihat nilai R-Square. Adapun nilai R-Square pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. R-Square

	R-square	R-square adjusted
Persepsi	0.680	0.679

Sumber: Olahan Penulis Menggunakan Smart PLS 4.1.0.9

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan untuk R Square dengan variabel persepsi mendapatkan nilai sebesar 0.680, yang dapat disimpulkan bahwa variabel *media idealism* dapat menjelaskan variabel persepsi sebesar 68% dan termasuk kedalam kategori pengaruh yang kuat karena >0.67. Sedangkan sisanya sebanyak 32% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini. Selanjutnya melihat pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah pengaruh bernilai positif atau negatif serta untuk melihat apakah data yang digunakan layak dan memenuhi kriteria pengujian hipotesis atau tidak dengan melihat nilai t statistics >1.96 dan p value <0.05. Adapun hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Hipotesis

	β	Mean	STD	T statistics	P values
X -> Y	0.825	0.826	0.026	31.365	0.000

Sumber: Olahan Penulis Menggunakan Smart PLS 4.1.0.9

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat pengaruh dari *media idealism* (X) terhadap persepsi penonton film Thaghut (Y)

Ha: Terdapat Pengaruh positif dari *media idealism* (X) terhadap persepsi penonton film Thaghut (Y)

Hasil temuan pengolahan data pada tabel 3 menunjukkan nilai β (koefisien jalur) adalah 0.825 secara positif yang berarti pengaruh *media idealism* terjadi secara positif dengan hasil t-statistics >1.96 yakni 31.365 dan p value $0.000 < 0.05$ yang berarti hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak. Artinya "***Terdapat pengaruh positif dari media idealism terhadap persepsi penonton film Thaghut***".

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi nilai religi dalam film horor *Thaghut* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi penonton. Analisis *outer model* memastikan bahwa indikator penelitian telah memenuhi standar validitas dan reliabilitas dengan nilai *outer loading* >0.7, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.848 untuk variabel *media idealism*, dan 0.895 untuk variabel *persepsi* (Hair et al., 2021). Analisis *inner model* menunjukkan bahwa variabel *media idealism* mampu menjelaskan variabel *persepsi* dengan nilai R-Square sebesar 0.680, yang termasuk dalam kategori kuat. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh positif yang signifikan antara *media idealism* dan persepsi dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.825, t-statistics sebesar 31.365 (>1.96), dan p-value sebesar 0.000 (<0.05). Hal ini mendukung hipotesis bahwa terdapat pengaruh positif antara idealisme media dan persepsi penonton terhadap film *Thaghut*. Lebih lanjut, film ini menunjukkan bahwa simbol-simbol agama dapat menjadi alat untuk menyampaikan pesan moral yang kuat, seperti pentingnya menjauhi praktik syirik, kepercayaan pada praktik perdukunan, dan kesadaran akan nilai ibadah yang benar.

Implikasi dari temuan ini menegaskan bahwa film horor religi, meskipun sering menuai kontroversi, dapat menjadi medium yang efektif dalam menyampaikan pesan moral dan edukatif jika dikemas dengan pendekatan yang bertanggung jawab. Dalam konteks ini, *Expectancy Value Theory* memberikan pemahaman bahwa persepsi audiens terhadap film *Thaghut* sangat dipengaruhi oleh nilai (*value*) dan harapan (*expectation*) yang mereka miliki terhadap media tersebut (Littlejohn & Foss, 2011). Sebanyak 83% responden menyatakan bahwa film ini memberikan informasi yang bermanfaat tentang pentingnya memahami ajaran agama, sedangkan 90.5% merasakan bahwa film ini mampu memenuhi kebutuhan emosional mereka. Hal ini sejalan dengan fungsi film sebagaimana dikemukakan dalam teori komunikasi massa, yaitu *to inform*, *to educate*, *to pursue*, dan *to entertain*. Sebagaimana yang diungkap oleh Basir (2022), penggunaan

simbol agama dalam film horor sering kali memicu kritik dari masyarakat karena dianggap memberikan kesan negatif. Namun, jika ditelaah lebih dalam, simbol-simbol tersebut dapat menjadi sarana untuk merevitalisasi norma-norma agama yang mulai terpinggirkan di tengah masyarakat.

Secara etis, representasi agama dalam film horor seperti *Thaghut* memerlukan kehati-hatian yang mendalam. Eksploitasi simbol agama demi tujuan komersial tidak hanya mereduksi kesakralan nilai agama, tetapi juga berisiko memicu kontroversi publik yang lebih luas (Ross, 2021). Hochswender (2018) menekankan bahwa film horor memiliki potensi untuk membangkitkan refleksi moral jika dikelola dengan pendekatan yang etis. Studi dari Basir (2022) tentang film *Munafik 2* dan *Makmum* mengilustrasikan bahwa ketidakseimbangan antara pesan moral dan daya tarik komersial dapat menimbulkan reaksi negatif dari audiens maupun lembaga keagamaan. Oleh karena itu, pendekatan yang hati-hati dan sesuai dengan panduan etis sangat diperlukan dalam pembuatan film dengan tema religious.

Meskipun memberikan kontribusi yang signifikan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada film *Thaghut*, sehingga hasil yang diperoleh mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan dinamika serupa dalam film horor religi lainnya. Kedua, metode penelitian yang bersifat kuantitatif memberikan keunggulan dalam analisis statistik tetapi kurang dalam mengeksplorasi dimensi kualitatif terkait pengalaman emosional dan persepsi individu yang lebih mendalam. Ketiga, sampel penelitian terbatas pada penonton bioskop, sementara audiens dari platform streaming atau media digital lainnya belum tercakup. Sebagaimana dinyatakan oleh Kouchinsky (2021), persepsi penonton sering kali dipengaruhi oleh konteks emosional dan pengalaman personal yang lebih kompleks daripada sekadar data statistik. Oleh karena itu, hasil penelitian ini harus dipahami dalam cakupan yang terbatas pada objek dan metode yang digunakan.

Penelitian di masa mendatang diharapkan dapat memperluas cakupan objek studi dengan menganalisis representasi nilai religi dalam berbagai film horor lainnya. Pendekatan *mixed-methods* disarankan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana audiens memaknai simbol agama dalam film horor. Variabel tambahan seperti latar belakang pendidikan, intensitas religiusitas, dan konteks budaya audiens juga dapat dieksplorasi untuk memahami lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi persepsi terhadap representasi agama dalam film. Ross (2021) menekankan bahwa simbol agama dalam film harus digunakan dengan tanggung jawab moral yang tinggi agar pesan yang disampaikan dapat memberikan dampak positif dan tidak memicu kontroversi yang merugikan. Dengan demikian, penelitian ini

diharapkan dapat memperkaya wawasan tentang dinamika representasi agama dalam film horor serta kontribusinya terhadap pemahaman nilai moral dan spiritual di masyarakat.

SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa representasi nilai religi dalam film horor *Thaghut* memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi penonton, di mana analisis *outer model* memastikan validitas dan reliabilitas instrumen dengan nilai *outer loading* >0.7, *Cronbach's Alpha* sebesar 0.848 untuk variabel *media idealism*, dan 0.895 untuk variabel persepsi. Hasil analisis *inner model* menunjukkan variabel *media idealism* mampu menjelaskan persepsi penonton dengan nilai *R-Square* sebesar 0.680, yang termasuk kategori pengaruh kuat. Pengujian hipotesis mengonfirmasi pengaruh positif yang signifikan antara *media idealism* dan persepsi penonton dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.825, *t-statistics* sebesar 31.365 (>1.96), dan *p-value* sebesar 0.000 (<0.05). Studi ini memiliki kekuatan pada penggunaan metode kuantitatif dengan teknik *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dan kerangka teoritis *Expectancy Value Theory*, yang membantu menjelaskan bagaimana ekspektasi dan nilai audiens memengaruhi persepsi mereka terhadap simbol agama dalam film. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti fokus hanya pada satu objek studi (*Thaghut*), pendekatan yang bersifat kuantitatif yang kurang menggali dimensi emosional audiens, serta keterbatasan pada sampel yang hanya mencakup penonton bioskop. Oleh karena itu, penelitian lanjutan direkomendasikan untuk memperluas objek kajian, menggunakan metode *mixed-methods*, serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti latar belakang budaya dan intensitas religiusitas untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika representasi nilai religi dalam film horor.

REFERENCES

- (1) Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra, Ed.). yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- (2) Adziz, A. C. A., Hashim, R., & Mustafa, H. (2022). The Influence of Psychology in Supernatural Beliefs Through Enjoyment in Watching Horror Movies. *International Journal of Education Psychology and Counselling (IJEPC)*, 7(48), 536–561. <https://doi.org/DOI.10.35631/IJEPC.748041>
- (3) Alfani, H. (2017). Tantangan Idealisme Media di Era Kapitalisme Global. *Jurnal Mediakom*, 1(1), 80–98.

- <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/mediakom/article/view/1883/0>
- (4) Amanah, N. (2024, April 1). *Tanggapi Poster Film Kiblat yang Tuai Kontroversi, Sandiaga: Film Harusnya Bukan Menjauhkan Agama*. Okezone Travel. <https://travel.okezone.com/read/2024/04/01/406/2990808/tanggapi-poster-film-kiblat-yang-tuai-kontroversi-sandiaga-film-harusnya-bukan-menjauhkan-agama>
 - (5) Ari. (2024, May 27). Leo Pictures dan MUI Sepakat Untuk Mengganti Judul Film Kiblat. Cineverse.
 - (6) Balraj, B., & Kantha, N. (2022). Viewer's Perception On The Portrayal and Evolution of Women in Horror Movie. *AIP Publishing Malaysia*, 2617(1). <https://doi.org/10.1063/5.0119692>
 - (7) Basir, M. A. (2022). Islamic Literature Criticism of Horror Films: Analysis of The Main Characters of Film Munafik 2 (2018) and Makmum (2019). *Al-Qanatir*, 27(2), 116–125. <https://al-qanatir.com/aq/article/view/533>
 - (8) Debby, Y., Hartiana, T. I. P., & Krisdinanto, N. (2020). Desakralisasi film horor Indonesia dalam kajian reception analysis. *ProTVF*, 4(1), 1-19.
 - (9) Dewi, N. S. (2024). Pengaruh Aliran Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, dan Perceived Organizational Support Terhadap Employee Enggement di PT Berkah Bumi Ciherang [Ilmu Komunikasi, Telkom University]. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/214461/pengaruh-aliran-komunikasi-organisasi-budaya-organisasi-dan-perceived-organizational-support-terhadap-employee-engagement-di-pt-berkah-bumi-ciherang-dalam-bentuk-buku-karya-ilmiah.html>
 - (10) Dita, D. (2024, August 13). *Sinopsis dan Daftar Pemain Film Thaghut, Debut Horor Yasmin Napper*. Idntimes.Com. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/anidda-vera/sinopsis-dan-daftar-pemain-film-thaghut-c1c2>
 - (11) Fusalhan, A. (2014). KAPITALISME MEDIA DAN KOMODIFIKASI AGAMA (Pesan Di Balik Cerita Sinetron Religi Pesantren dan Rock N' Roll season 3) [Sosiologi Agama]. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
 - (12) Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook* (third). Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_2
 - (13) Hakim, A. M. (2023). Islam dan Film Horor: Membentengi Individu dengan Keimanan dalam Film Qodrat. *Journal of Religion and Film*, 2(1), 245-258.

- (14) Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). Komunikasi dan komodifikasi: Mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- (15) Ilhamsyah, M. (2024, March 30). Film Horor: Stereotip Islamophobia dan Desakralisasi Agama yang Terselubung. *Kumparan.Com*.
- (16) Isnaini, H. (2022). Citra perempuan dalam poster film horor Indonesia: kajian sastra feminis. *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Budaya*, 9(2), 172-184.
- (17) Khun, A. T. (2024, October 15). *Daftar Film Indonesia 2024 Terlaris Sepanjang Masa*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/daftar-film-indonesia-2024-terlaris-sepanjang-masa-YTuRk>
- (18) Kouchinsky, M.-P. (2021). The attraction of fear and the potential therapeutic value of horror The attraction of fear and the potential therapeutic value of horror films [Psychology, James Madison University].
<https://commons.lib.jmu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=edspec202029>
- (19) Littlejohn, S., & Foss, K. (2011). *Teori Komunikasi Terjemahan* (Mohammad Yusuf Hamdan, Ed.). Salemba Humanika.
- (20) Muttaqin, A. (2011). Ideologi Keberpihakan Media Massa. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah & Komunikasi*, 5(2).
- (21) Nugroho, Fajar. Q. (2017). Pengaruh Moralitas Individu dan Idealisme Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Mengenai Praktik Akuntansi Kreatif di Perusahaan dengan Tingkat Pemahaman Kode Etik Akuntan Sebagai Variabel Moderasi [Pendidikan Akuntansi]. Universitas Negeri Yogyakarta.
- (22) Nurjanah, S. (2018). Persepsi Siswa Terhadap Keterampilan Guru dalam Menjelaskan Materi Pembelajaran Fikih di Madrasah Tsanawiyah Al-Muttaqin Pekanbaru [Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <https://repository.uin-suska.ac.id/12406/>
- (23) Rahadi, D. R., & Farid, M. M. (2021). *Analisis Variabel Moderating* (P. Adi & M. Muslih, Eds.; Pertama). CV. Lentera Ilmu Mandiri. https://www.researchgate.net/publication/354521951_ANALISIS_VARIABEL_MODERATING
- (24) Ross, J. (2021). How Christianity is represented in modern horror movies: A textual analysis of The Conjuring and The Conjuring 2. *Sheffield Hallam University*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19743.28327>
- (25) Saputra, A. (2024, August 26). Sempat Diboikot Karena Pencemaran Agama, Film Thaghut Kembali Disomasi Dukun. *Liputan 6*.
- (26) Setyanto, A. E., & Afneta, A. P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif* (S. H. Wijaya, Ed.; Pertama). Pustaka Pelajar.

- (27) Solihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0* (C. Mitak, Ed.; Pertama). Penerbit Andi.
- (28) Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi dengan Pendekatan Kuantitatif* (P. Latifah, Ed.; Pertama). PT. Remaja Rosdakarya.
- (29) Yanuar, E. R. (2024, July 25). *Diprotes, Film Kiblat Ganti Judul Jadi Thaghut*. Media Indonesia.
- (30) Yolandha, F. (2024, March 26). *Fakta-Fakta Film Kiblat yang Tuai Kontroversi*. Republika.
<https://visual.republika.co.id/berita/saxvca370/faktafakta-film-kiblat-yang-tuai-kontroversi>