

Pengaruh Terpaan Sinetron *Asmara Gen Z* Terhadap Persepsi Komunikasi Empatik Pada Generasi Z

Vita Achmada

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

vita22119@mhs.unesa.ac.id

Ade Firmannandya

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Negeri Surabaya

adefirmannandya@unesa.ac.id

Abstrak

Media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi individu terhadap realitas sosial. Sinetron *Asmara Gen Z* merupakan salah satu tayangan yang banyak dikonsumsi Generasi Z dan mengangkat berbagai dinamika kehidupan remaja yang sarat dengan nilai emosional. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh terpaan sinetron *Asmara Gen Z* terhadap persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z berdasarkan Teori Kultivasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 117 responden Generasi Z yang pernah menonton *Asmara Gen Z*. Variabel terpaan sinetron diukur melalui dimensi frekuensi, durasi, dan atensi, sedangkan persepsi komunikasi empatik diukur berdasarkan konsep Carl R. Rogers yang meliputi *empathic understanding*, *congruence*, dan *unconditional positive regard*. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan sinetron berada pada kategori tinggi (61,5%) dan persepsi komunikasi empatik juga berada pada kategori tinggi (70,9%). Uji regresi menunjukkan bahwa terpaan sinetron *Asmara Gen Z* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi komunikasi empatik (Sig. = 0,000; $t = 15,490 > 1,657$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,676 menunjukkan bahwa 67,6% variasi persepsi komunikasi empatik dapat dijelaskan oleh terpaan sinetron, sedangkan 32,4% dipengaruhi faktor lain. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi terpaan terhadap *Asmara Gen Z*, semakin tinggi pula persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z.

Kata Kunci: Terpaan Media, Sinetron *Asmara Gen Z*, Persepsi, Komunikasi empatik, Generasi Z, Teori Kultivasi.

Abstract

The mass media not only serves as a means of entertainment but also plays a role in shaping individuals' perceptions of social reality. The television drama *Asmara Gen Z* is one of the programmes most widely watched by Generation Z and explores the various dynamics of teenage life, rich in emotional content. This study aims to analyse the influence of exposure to the television drama *Asmara Gen Z* on Generation Z's perceptions of empathetic communication, based on Cultivation Theory. The study employed a quantitative approach using a survey method involving 117 Generation Z respondents who had watched *Asmara Gen Z*. The variable of exposure to the soap opera was measured across the dimensions of frequency, duration and attention, whilst perceptions of empathetic communication were measured based on Carl R. Rogers' concept, which encompasses empathic understanding, congruence and unconditional positive regard. The data were analysed using simple linear regression with the aid of SPSS version 25. The results showed that exposure to the soap opera fell into the high category (61.5 per cent) and perceptions of empathetic communication also fell into the high category (70.9 per cent). The regression test showed that exposure to the soap opera *Asmara Gen Z* had a positive and significant effect on the perception of empathetic communication (Sig. = 0.000; $t = 15.490 > 1.657$). The coefficient of determination (R^2) of 0.676 indicates that 67.6% of the variation in perceptions of empathetic communication can be explained by exposure to the soap opera, whilst 32.4% is influenced by other factors. These findings suggest that the higher the exposure to *Asmara Gen Z*, the higher the perceptions of empathetic communication amongst Generation Z.

Keywords: Media exposure, *Asmara Gen Z* soap opera, Perception, Empathetic communication, Generation Z, Cultivation theory.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, berinteraksi, dan mengakses hiburan. Inovasi teknologi digital seperti internet, media visual, dan perangkat komunikasi seluler menjadikan komunikasi tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu (Yusuf, 2021). Kondisi tersebut mendorong peningkatan penggunaan media digital di berbagai kelompok usia, terutama Generasi Z. Laporan *Digital 2026 Global Overview Report* oleh We Are Social menunjukkan bahwa pengguna internet dunia telah mencapai sekitar 73,2% populasi global atau sekitar enam miliar pengguna.

Di Indonesia, APJII (2025) mencatat jumlah pengguna internet mencapai 229,43 juta jiwa pada semester I tahun 2025. Selain itu, laporan We Are Social dan Meltwater (2025) menunjukkan bahwa lebih dari 143 juta penduduk Indonesia menggunakan media sosial dan sekitar 64% di antaranya merupakan Generasi Z. Data tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok dengan tingkat keterpaparan media digital yang sangat tinggi. Tingginya intensitas penggunaan media digital tidak hanya memengaruhi pola konsumsi informasi, tetapi juga berdampak terhadap aspek psikologis dan sosial pengguna. Widyawati et al. (2025) menemukan bahwa pelajar hingga mahasiswa menghabiskan lebih dari enam jam setiap hari menggunakan perangkat digital. Temuan Rahmandani et al. (2018) menunjukkan bahwa siswa SMA menggunakan media sosial melalui

perangkat digital selama tiga hingga lebih dari tujuh jam per hari.

Intensitas penggunaan yang tinggi tersebut berpotensi memengaruhi pembentukan identitas diri, regulasi emosi, serta kualitas hubungan interpersonal (Febriani et al., 2025). Bahkan, penggunaan media digital secara berlebihan dikaitkan dengan meningkatnya perilaku individualis, rendahnya kepedulian terhadap lingkungan sekitar, serta menurunnya simpati dalam interaksi sosial (Farida et al., 2021; Putri et al., 2024).

Penelitian lain menunjukkan bahwa tingginya paparan media digital juga berkaitan dengan menurunnya kemampuan komunikasi empatik. Fenomena *social media fatigue* dilaporkan berhubungan dengan rendahnya regulasi emosi serta meningkatnya perilaku agresif dalam komunikasi daring (Febreza & Juanaidi, 2022). Selain itu, *social media addiction* menyebabkan Generasi Z mengalami kesulitan membangun hubungan sosial yang sehat, kurang peka terhadap perasaan orang lain, dan mengalami hambatan dalam komunikasi tatap muka (Afifky et al., 2025). Haqiqi et al. (2024) juga menemukan bahwa penggunaan media sosial secara intensif menyebabkan mahasiswa mengalami penurunan kemampuan membaca ekspresi emosional, berkurangnya keterampilan mendengarkan aktif, serta rendahnya empati dalam hubungan sosial. Berbagai temuan tersebut menunjukkan bahwa media memiliki peran penting dalam

membentuk perilaku komunikasi dan persepsi sosial individu.

Di tengah dominasi media digital, televisi masih menjadi salah satu media massa yang memiliki jangkauan luas di Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (2021) menunjukkan bahwa 86,96% penduduk Indonesia masih menonton televisi, sedangkan Nielsen Indonesia (2023) mencatat sekitar 130 juta masyarakat di wilayah metropolitan masih menjadi penonton aktif televisi. Perkembangan platform *over-the-top* (OTT) juga membuat tayangan televisi dapat diakses melalui layanan *streaming*, sehingga memperluas jangkauan audiens, khususnya Generasi Z.

Salah satu program yang tetap diminati adalah sinetron, karena mampu merepresentasikan kehidupan sosial melalui hubungan antartokoh, konflik interpersonal, serta proses penyelesaian masalah yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media audiovisual tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi media pembelajaran sosial.

Sholihah et al. (2025) menjelaskan bahwa sinetron merepresentasikan realitas persahabatan dan konflik sosial sehingga dapat menjadi ruang pembelajaran interaksi sosial. Penelitian Fatiha dan Sari (2025) menunjukkan bahwa media film mampu meningkatkan empati mahasiswa melalui pemahaman terhadap emosi dan perspektif tokoh. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Zillmann dan Cantor (1977) yang menjelaskan bahwa emosi tokoh dalam suatu tayangan dapat

memengaruhi respons emosional penonton. Penelitian Fadli dan Pujiyono (2020) menemukan bahwa tayangan televisi berpengaruh terhadap dimensi kognitif, afektif, dan perilaku komunikasi responden. Sebaliknya, Hamdani (2021) menunjukkan bahwa paparan tayangan televisi yang menampilkan konflik secara terus-menerus dapat membentuk persepsi negatif mengenai hubungan interpersonal. Berbagai hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa media audiovisual memiliki potensi membentuk persepsi sosial melalui proses paparan yang berlangsung secara terus-menerus.

Salah satu sinetron yang banyak dikonsumsi Generasi Z adalah *Asmara Gen Z*. Sinetron produksi SinemArt yang ditayangkan di SCTV sejak Desember 2024 ini juga tersedia pada platform Vidio sehingga dapat diakses tanpa terbatas waktu. Hingga tahun penelitian dilakukan, *Asmara Gen Z* telah menayangkan lebih dari 500 episode, memperoleh lebih dari 250.000 penonton pada layanan *live streaming*, serta menjadi sinetron sore nomor satu di Indonesia untuk kelompok usia 15–24 tahun berdasarkan data Nielsen TAM. Popularitas tersebut juga terlihat dari tingginya interaksi penonton melalui media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan Facebook.

Berbeda dengan sinetron yang didominasi konflik rumah tangga, *Asmara Gen Z* mengangkat isu-isu yang dekat dengan kehidupan remaja, seperti persahabatan, hubungan keluarga, kesehatan mental, *quarter life crisis*, *toxic relationship*, hingga dinamika komunikasi antarteman.

Karakter dan alur cerita yang kontekstual dengan kehidupan Generasi Z menjadikan sinetron ini berpotensi memengaruhi pada cara pandang penontonnya terhadap hubungan sosial dan komunikasi.

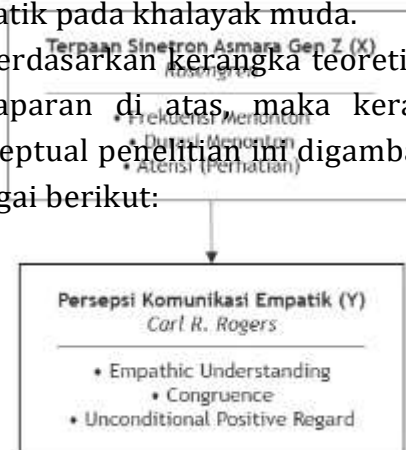
Secara teoretis, fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui Teori Kultivasi yang dikemukakan oleh George Gerbner. Teori ini menjelaskan bahwa paparan media yang berlangsung secara terus-menerus mampu membentuk persepsi individu mengenai realitas sosial. Semakin tinggi intensitas seseorang mengonsumsi suatu tayangan, semakin besar kemungkinan individu menginternalisasi nilai, norma, dan pola interaksi yang ditampilkan media sebagai gambaran realitas.

Dalam konteks penelitian ini, berbagai bentuk komunikasi, penyelesaian konflik, dan ekspresi empati yang ditampilkan tokoh-tokoh dalam *Asmara Gen Z* diduga berkontribusi terhadap pembentukan persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z. Meskipun penelitian mengenai efek media terhadap perilaku komunikasi telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus menganalisis pengaruh terpaan sinetron remaja terhadap persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z masih terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada penggunaan media digital, komunikasi interpersonal, maupun perilaku sosial secara umum, sedangkan penelitian yang menghubungkan paparan sinetron bertema remaja dengan persepsi

komunikasi empatik belum banyak ditemukan. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh terpaan sinetron *Asmara Gen Z* terhadap persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z.

Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) akademis dengan mengintegrasikan konsep terpaan media dari Rosengren yang terdiri atas dimensi frekuensi, durasi, dan atensi dengan konsep komunikasi empatik Carl R. Rogers yang meliputi *empathic understanding*, *congruence*, dan *unconditional positive regard* dalam konteks sinetron *Asmara Gen Z*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi massa mengenai efek media audiovisual, khususnya sinetron remaja, terhadap pembentukan persepsi komunikasi empatik pada khalayak muda.

Berdasarkan kerangka teoretis dan pemaparan di atas, maka kerangka konseptual penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual

diatas, hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Nol (H_0): Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan sinetron Asmara Gen Z terhadap persepsi komunikasi empatik Generasi Z.

Hipotesis Alternatif (H_1): Terdapat pengaruh yang signifikan antara tayangan sinetron Asmara Gen Z terhadap persepsi komunikasi empatik Generasi Z.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang bertujuan untuk menguji pengaruh terpaan sinetron *Asmara Gen Z* terhadap persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z. Penelitian bersifat eksplanatori karena berfokus pada pengujian hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen melalui analisis statistik. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang pernah menonton sinetron *Asmara Gen Z*. Sampel penelitian berjumlah 117 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria responden berusia dalam rentang Generasi Z (14-29 tahun) dan pernah menonton sinetron *Asmara Gen Z*. Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form*.

Variabel dalam penelitian ini terdiri variabel Terpaan Media (X) dan variabel Persepsi Komunikasi Empatik (Y). Menurut Ardianto (2014) terpaan

media adalah suatu rangkaian aktivitas melihat, membaca, serta mendengarkan pesan dari suatu media, dan perhatian hingga pengalaman yang terbentuk oleh individu terhadap isi pesan tersebut. Rosengren (1974) mengemukakan tiga indikator utama dalam mengukur terpaan media terhadap suatu individu maupun kelompok meliputi frekuensi, durasi, dan atensi menonton. Rogers (1957) mengemukakan bahwa komunikasi empatik adalah kemampuan untuk memahami pengalaman orang lain berdasarkan sudut pandang mereka, merasakan seolah berada dalam posisi tersebut, namun tanpa kehilangan kesadaran akan diri sendiri. Komunikasi empatik yang dipandang dengan pendekatan Humanistik tersebut melahirkan beberapa konsep operasional diantaranya, *empathic understanding*, *congruence*, dan *unconditional positive regard*.

Empathic Understanding adalah kemampuan individu yang berusaha untuk menangkap emosi, kebutuhan, dan makna yang tersirat dalam komunikasi. Kemampuan tersebut dapat menimbulkan terjadinya respon lebih sensitif dan kontekstual, sehingga komunikasi berlangsung secara konstruktif, terutama dalam situasi permasalahan atau konflik interpersonal. *Congruence* adalah kondisi ketika individu mengalami keselarasan antara perasaan yang dialami, pikiran yang dimiliki, dan ekspresi komunikasi yang ditampilkan. *Unconditional Positive Regard* adalah sikap menerima dan menghargai orang lain tanpa bentuk syarat apapun, tanpa menghakimi, menyalahkan, atau merendahkan meskipun sepenuhnya tidak setuju

dengan sikap dan perilaku dari lawan bicara. Dalam proses komunikasi empatik, penerimaan akan membangun iklim psikologis yang aman untuk lawan bicara dalam mengekspresikan pikiran dan perasaannya.

Seluruh indikator diukur dengan menggunakan skala Likert lima poin. Instrumen penelitian dibagi ke dalam beberapa bagian utama. Bagian pertama mencakup profil demografi responden (usia, jenis kelamin, pendidikan, asal wilayah, dan media yang digunakan). Variabel independen dalam penelitian ini adalah terpaan sinetron *Asmara Gen Z* yang dioperasionalkan berdasarkan konsep Rosengren melalui tiga komponen, diantaranya frekuensi (3 butir), durasi menonton (3 butir), dan atensi (4 butir), sehingga keseluruhan variabel terdiri atas 10 butir pernyataan. Variabel dependen adalah persepsi komunikasi empatik berdasarkan konsep Carl R. Rogers yang terdiri atas tiga komponen, yaitu *empathic understanding* (12 butir), *congruence* (8 butir), dan *unconditional positive regard* (12 butir), dengan total 32 butir pernyataan. Seluruh item diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	108	92.31%
2	Laki-laki	9	7.69%
Total		117	100%

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Hasil perolehan dari 117 responden, sebanyak 108 atau sebesar 92,31% dari keseluruhan responden berjenis kelamin perempuan dan sisanya sejumlah 9 atau setara dengan 7,69% merupakan laki-laki. Selain jenis kelamin reponden, penelitian ini juga memperoleh hasil berupa data usia dari responden melalui tabel berikut.

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	14-16 Tahun	4	3.4%
2	17-21 Tahun	46	39.3%
3	22-29 Tahun	67	57.3%
Total		117	100%

Tabel 2. Usia Responden

Berdasarkan tabel usia responden, diketahui bahwa kelompok usia 22–29 tahun merupakan kelompok terbesar atau mendominasi dengan jumlah sebanyak 67 responden atau sebesar 57,3% dari keseluruhan total responden. Kelompok selanjutnya yakni usia 17–21 tahun berjumlah sebanyak 46 responden atau setara dengan 39,3%. Sementara kelompok usia 14–16 tahun menjadi reponden yang paling rendah jumlahnya pada data yang diperoleh yakni sebanyak 4 responden atau setara dengan 3,4% dari total keseluruhan.

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SD/SMP	3	2.56%
2	SMA/SMK	70	59.83%
3	Diploma	2	1.71%
4	Sarjana (S1)	39	33.33%
5	S2	2	1.71%
Total		117	100%

Tabel 3. Latar Belakang Pendidikan Responden

Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK, yaitu sebanyak 70 responden (59,83%). Selanjutnya, responden dengan pendidikan terakhir Sarjana (S1) berjumlah 39 responden (33,33%). Responden yang memiliki pendidikan terakhir SD/SMP sebanyak 3 responden (2,56%), sedangkan pendidikan Diploma dan S2 masing-masing sebanyak 2 responden (1,71%).

Uji Validitas Instrumen

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti 'keabsahan' atau dapat juga diartikan sebagai 'kebenaran'. Machali (2021) menyatakan bahwa uji validitas merupakan suatu proses yang digunakan dalam mengukur kesahihan atau keandalan dari rangkaian alat uji yang akan dijadikan sebagai instrumen dalam penelitian. Berikut merupakan hasil uji validitas instrumen menggunakan teknik corrected item-total correlation pada SPSS 25 untuk 20 item pernyataan dengan batas r-tabel 0,181:

Indikator	No.	R-Hitung	Keterangan
Durasi	1	0.694	Valid
	2	0.842	Valid
	3	0.856	Valid
Frekuensi	4	0.855	Valid
	5	0.891	Valid
	6	0.882	Valid
Atensi	7	0.705	Valid
	8	0.698	Valid
	9	0.644	Valid

<i>Empathic Understanding</i> (Pemahaman Empatik)	10	0.391	Valid
	1	0.658	Valid
	2	0.759	Valid
	3	0.644	Valid
	4	0.657	Valid
	5	0.698	Valid
	6	0.748	Valid
	7	0.713	Valid
	8	0.662	Valid
	9	0.595	Valid
	10	0.715	Valid
	11	0.620	Valid
	12	0.545	Valid

<i>Congruence</i> (Keaslian)	1	0.634	Valid
	2	0.673	Valid
	3	0.562	Valid
	4	0.550	Valid
	5	0.687	Valid
	6	0.694	Valid
	7	0.728	Valid
	8	0.658	Valid
<i>Unconditional Positive Regard</i> (Penerimaan Tanpa Syarat)	1	0.777	Valid
	2	0.761	Valid
	3	0.703	Valid
	4	0.755	Valid
	5	0.756	Valid
	6	0.536	Valid
	7	0.743	Valid
	8	0.776	Valid
	9	0.625	Valid
	10	0.721	Valid
	11	0.473	Valid
	12	0.647	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas dapat dimaknai dengan beberapa istilah, diantaranya kestabilan, keajegan, ketepatan, atau keandalan. Machali (2021) mengungkapkan bahwa suatu item instrumen yang memiliki skor reliabilitas memadai artinya instrumen tersebut memiliki konsistensi, keajegan

dan keterkaitan erat satu item dengan item lainnya terhadap sesuatu yang hendak diukur.

Indikator	No.	Cronbach's Alpha	Keterangan
Durasi	1	0,907	Reliabel
	2	0,896	Reliabel
	3	0,895	Reliabel
Frekuensi	4	0,896	Reliabel
	5	0,893	Reliabel
	6	0,893	Reliabel
Atensi	7	0,906	Reliabel
	8	0,906	Reliabel
	9	0,910	Reliabel
	10	0,926	Reliabel
<i>Empathic Understanding</i> (Pemahaman Empatik)	1	0,938	Reliabel
	2	0,937	Reliabel
	3	0,938	Reliabel
	4	0,937	Reliabel
	5	0,938	Reliabel
	6	0,937	Reliabel
	7	0,938	Reliabel
	8	0,937	Reliabel
	9	0,938	Reliabel
	10	0,938	Reliabel
	11	0,938	Reliabel
	12	0,939	Reliabel
<i>Congruence</i> (Keaslian)	1	0,938	Reliabel
	2	0,937	Reliabel
	3	0,939	Reliabel
	4	0,939	Reliabel
	5	0,937	Reliabel
	6	0,937	Reliabel
	7	0,937	Reliabel
	8	0,938	Reliabel
<i>Unconditional Positive Regard</i> (Penerimaan Tanpa Syarat)	1	0,937	Reliabel
	2	0,938	Reliabel
	3	0,937	Reliabel
	4	0,937	Reliabel
	5	0,936	Reliabel
	6	0,939	Reliabel
	7	0,937	Reliabel
	8	0,937	Reliabel

9	0,938	Reliabel
10	0,938	Reliabel
11	0,940	Reliabel
12	0,938	Reliabel

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Analisis Koefisien Determinasi

Dalam koefisien determinasi, maka akan diketahui sebaran besar variabel bebas secara simultan memengaruhi variabel terikat dalam penelitian. Capaian skor atau nilai pada koefisien determinasi ditentukan antara 0 hingga 1 yang dapat dilihat melalui *R Square*. Nilai R^2 yang semakin tinggi dan mendekati 1, maka semakin baik garis regresinya. Apabila nilai R^2 justru dikatakan semakin rendah dan mendekati 0, maka garis regresi yang dihasilkan kurang baik (Nugraha et al., 2022).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	0,676	0,673	11,107
a. Predictors: (Constant), Terpaan Sinetron AGZ				

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Setelah diketahui nilai R^2 yang tertera pada *R Square*, Langkah selanjutnya dalam mengukur koefisien determinasi adalah dengan melakukan perhitungan melalui rumus berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0.676 \times 100\%$$

$$Kd = 67.6\%$$

Diketahui nilai R^2 melalui perhitungan rumus tersebut, maka diperoleh angka sebesar 67.6%. Angka tersebut dapat dimaknai secara statistik, bahwa model regresi memiliki tingkat relevansi yang cukup kuat dalam menjelaskan hubungan dari

variabel terpaan sinetron Asmara Gen Z terhadap persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z. Nilai 67.6% juga dapat diartikan bahwa persepsi komunikasi empatik dapat dijelaskan oleh pengaruh terpaan sinetron Asmara Gen Z. Nilai diluar perkiraan tersebut atau dapat dihitung dengan $100\% - 67.6\% = 32,4\%$ diindikasikan terpengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada konteks penelitian ini. Oleh karena itu, meskipun terpaan sinetron Asmara Gen Z dapat dibuktikan memiliki pengaruh pada persepsi komunikasi empatik para penontonnya di kalangan Generasi Z, namun peneliti menyadari adanya berbagai kompleksitas lainnya yang juga

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	60,979	4,128		14,773	0,000
	Terpaan Sinetron AGZ	1,651	0,107	0,822	15,490	0,000
a. Dependent Variable: Komunikasi Empatik						

a. Dependent Variable: Komunikasi Empatik

dapat memengaruhi sebagai faktor tambahan.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Suatu tahapan analisis statistik yang digunakan agar dapat mengetahui sebuah pengaruh dari satu variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Tidak sekesar hanya melihat ada atau tidaknya sebuah pengaruh, namun uji regresi linier sederhana juga digunakan dalam melihat arah pengaruh beserta besaran prediksi nilai pada variabel terikat terhadap perubahan variabel

bebas (Nurgiyantoro et al., 2017). Dalam penelitian ini, regresi linier sederhana menampilkan besarnya persentase dari pengaruh terpaan sinetron Asmara Gen Z terhadap persepsi komunikasi empatik.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier sederhana yang telah ditampilkan diatas, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 60.799 + 1.651X$$

Nilai konstanta (a) yang diperoleh sebesar 60.799 menunjukkan apabila variabel bebas (X) terpaan sinetron Asmara Gen Z bernilai konstan (0) atau tidak mengalami perubahan, maka nilai persepsi komunikasi empatik tetap sebesar 60.799. Adapun nilai koefisien regresi pada variabel bebas (X) terpaan sinetron Asmara Gen Z pada tabel hasil tersebut sebesar 1,651 menunjukkan bahwa setiap kenaikan terpaan sinetron Asmara Gen Z sebesar 1%, maka persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z mengalami peningkatan sebesar 1,651. Koefisien regresi pada tabel diatas yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara terpaan Sinetron Asmara Gen Z dan komunikasi empatik bersifat searah, sehingga dapat dinyatakan semakin tinggi terpaan terhadap Sinetron Asmara Gen Z, maka semakin tinggi atau semakin baik pula persepsi pada komunikasi empatik yang dimiliki responden.

Uji t

Langkah analisis statistik yang digunakan agar peneliti mengetahui apakah suatu variabel bebas (X) secara parsial memiliki pengaruh signifikan

terhadap variabel terikat (Y) merupakan definisi dari langkah Uji t. Tahapan analisis statistik tersebut dilakukan dalam menguji signifikansi koefisien regresi, sehingga dapat disimpulkan apakah suatu variabel bebas (X) tersebut benar-benar berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) atau hanya sekedar terjadi secara kebetulan. Dalam analisisnya, uji t dalam prosesnya secara umum dapat dilakukan dengan dua cara, yakni dengan membandingkan nilai signifikansi (*sig.*) dengan nilai batas maksimum yang telah ditetapkan oleh para ahli yakni 0.05. Cara kedua yang dapat dilakukan dalam melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai t-hitung terhadap nilai t-tabel.

Berdasarkan tabel 7, hasil uji hipotesis yang diperoleh menunjukkan nilai t-hitung pada variabel bebas (X) terpaan sinetron Asmara Gen Z sebesar 15.490. setelah memperoleh nilai t-hitung, setelahnya dibandingkan dengan t-tabel yakni di angka 1.657. Hasil tersebut merupakan dasar pada perhitungan tingkat signifikansi sebesar 0.05 atau 5%, setelah itu dihitung dengan rumus *degree of freedom (df) = n - k - 1*. Dari nilai t-hitung yang diperoleh dalam penelitian ini, dinyatakan lebih besar dari nilai t-tabel. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui t-hitung variabel bebas (X) terpaan sinetron Asmara Gen Z $15.490 > t\text{-tabel } 1.657$.

Penelitian ini juga dapat dibuktikan berpengaruh secara signifikan melalui nilai signifikansi (*sig.*). Jika dilihat pada tabel 4.6, menunjukkan bahwa nilai

signifikansi (*sig.*) yang tertera sebesar 0.000. Nilai tersebut merupakan angka yang lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan kedua metode tersebut, dapat diambil keputusan bahwa terpaan sinetron Asmara Gen Z memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, maka H_1 (hipotesis alternatif) yang menyatakan terdapat pengaruh terpaan sinetron *Asmara Gen Z* terhadap komunikasi empatik pada Generasi Z diterima, sedangkan H_0 (hipotesis nol) ditolak.

Penelitian lain juga dilakukan pada sinetron Asmara Gen Z terhadap audiensnya dan menemukan bahwa tayangann sinetron Asmara Gen Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku sosial siswa, termasuk aspek kognitif, afektif, dan konatif. Temuan ini memperkuat argumen bahwa sinetron tidak hanya memengaruhi cara berpikir penonton, tetapi juga dapat berkaitan dengan cara mereka merasakan dan merespons orang lain dalam kehidupan sosial (Trisnitai, 2025).

Hasil temuan lainnya yang sejenis oleh Agustin (2021) yang menunjukkan bahwa media film efektif dalam meningkatkan empati pada narapidana kasus kekerasan seksual di Lembaga Pemasyarakatan Klas IIA Karawang. Penelitian ini menggunakan subjek yang secara khusus memiliki defisit empati sebagai salah satu faktor penyebab kekerasan seksual, sehingga peningkatan empati melalui media film menjadi sangat signifikan. Mekanisme peningkatan empati melalui film melibatkan pengamatan interaksi antarkarakter, refleksi diri, dan pemrosesan emosi secara mendalam.

Sukmawati (2015) juga mengatakan bahwa film sebagai media yang memberikan contoh konkrit bagaimana

empati diterapkan dalam kehidupan nyata, meskipun penelitian tersebut tidak menemukan pengaruh signifikan tanpa treatment khusus.

Temuan ini sejalan dengan Teori Kultivasi yang dikemukakan oleh Gerbner (1980). Teori Kultivasi menjelaskan bahwa paparan media yang berlangsung secara terus-menerus dalam jangka waktu tertentu dapat membentuk cara pandang, persepsi, dan pemahaman individu terhadap realitas sosial. Semakin sering seseorang terpapar suatu tayangan, semakin besar kemungkinan nilai-nilai dan gambaran sosial yang ditampilkan media tersebut menjadi bagian dari cara individu memahami kehidupan sosialnya. Dalam penelitian ini, tingginya tingkat terpaan terhadap sinetron *Asmara Gen Z* memungkinkan responden untuk lebih sering menyaksikan berbagai konflik, permasalahan interpersonal, dinamika keluarga, persahabatan, serta hubungan antartokoh yang sarat dengan ekspresi emosi dan penyelesaian masalah sosial. Melalui paparan yang berulang tersebut, responden tidak hanya menerima informasi sebagai hiburan, tetapi juga memperoleh gambaran mengenai bagaimana memahami perasaan orang lain, merespons konflik, serta melihat suatu situasi dari sudut pandang yang berbeda. Oleh karena itu, tayangan *Asmara Gen Z* berpotensi mengultivasi pemahaman sosial dan persepsi yang berkaitan dengan kemampuan empatik pada penontonnya. Hal ini terlihat dari adanya kecenderungan bahwa responden dengan tingkat terpaan yang lebih tinggi juga memiliki tingkat

persepsi diri mengenai komunikasi empatik yang lebih tinggi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggunakan Teori Kultivasi yang dikemukakan oleh George Gerbner untuk menganalisis pengaruh terpaan sinetron *Asmara Gen Z* terhadap persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z. Teori ini relevan karena menjelaskan bahwa paparan media yang berlangsung secara terus-menerus dapat membentuk persepsi individu terhadap realitas sosial. Dalam penelitian ini, sinetron *Asmara Gen Z* dipandang sebagai media yang menyajikan berbagai dinamika hubungan sosial, konflik emosional, serta interaksi antartokoh yang memungkinkan penonton memperoleh gambaran mengenai bentuk-bentuk komunikasi empatik dalam kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan sinetron *Asmara Gen Z* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi komunikasi empatik pada Generasi Z. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat terpaan sinetron *Asmara Gen Z* berada pada kategori tinggi, demikian pula persepsi komunikasi empatik responden yang berada pada kategori tinggi.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi frekuensi, durasi, dan perhatian responden terhadap tayangan *Asmara Gen Z*, semakin tinggi pula persepsi mereka mengenai pentingnya memahami perasaan, sudut pandang, serta kondisi emosional orang lain dalam proses komunikasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa sinetron, yang selama ini lebih banyak dipandang sebagai media hiburan dan sering dikaitkan dengan berbagai dampak negatif media, juga memiliki potensi sebagai media yang berkaitan dengan pembentukan persepsi sosial.

Tayangan yang menghadirkan narasi yang dekat dengan kehidupan audiens, konflik yang realistis, serta hubungan sosial yang kompleks dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya komunikasi empatik dalam interaksi interpersonal. Temuan ini memperluas pemahaman mengenai peran sinetron lokal sebagai media yang tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga berpotensi membentuk persepsi penonton terhadap nilai-nilai sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifky, A., Pratiwi, D., & Kusuma, R. (2025). Dampak sosial media terhadap keterampilan sosial dan emosional Generasi Z. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*.
- APJII. (2025). *Profil Internet Indonesia 2025*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id>
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi massa: Suatu pengantar* (Edisi revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik komunikasi dan informasi 2021*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id>
- Fadli, M. R., & Pujiyono, A. (2020). Pengaruh program FTV Suara Hati Istri di Indosiar terhadap komunikasi suami istri. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 145–158.
- Farida, N., Rahmawati, I., & Hidayat, A. (2021). Pengaruh kecanduan gadget terhadap perilaku individualis pada remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 123–135.
- Fatiha, S., & Sari, M. (2025). Film sebagai alat pembelajaran untuk meningkatkan empati dan kepekaan sosial pada mahasiswa psikologi. *Jurnal Pendidikan Psikologi*, 12(1), 45–58.
- Febreza, A., & Juanaidi, J. (2022). Social media fatigue dan hubungannya dengan regulasi emosi serta perilaku agresif pada remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 20(1), 45–58.
- Febriani, R., Wijaya, H., & Santoso, B. (2025). Dampak psikologis penggunaan teknologi digital pada remaja: Identitas diri, regulasi emosi, dan hubungan interpersonal. *Jurnal Psikologi Perkembangan Indonesia*.
- Gerbner, G. (1980). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. H. Friedland (Ed.), *Perspectives on media effects* (pp. 17–40). University of Chicago Press.
- Hamdani, A. (2021). Pengaruh tayangan televisi terhadap pola komunikasi pasangan usia muda dalam rumah tangga. *Jurnal Psikologi Keluarga Indonesia*, 8(1), 34–49.
- Haqiqi, A., Nurhadi, I., & Pratama, Y. (2024). Dampak penggunaan gadget berlebihan terhadap interaksi tatap muka dan keterampilan sosial mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Psikologi*, 12(1), 67–80.
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan,*

- dan analisis dalam penelitian kuantitatif. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nielsen. (2023). *Indonesia television audience report 2023*. Nielsen Indonesia.
- Nurgiyantoro, B., Gunawan, & Marzuki. (2017). *Statistik terapan untuk penelitian ilmu sosial: Teori & praktik dengan IBM SPSS Statistic 21*. Gadjah Mada University Press.
- Putri, A., Suryani, D., & Kusuma, R. (2024). Penggunaan perangkat elektronik dan perubahan perilaku pada remaja sekolah menengah atas di Tuban. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 13(1), 23–37.
- Rogers, C. R. (1957). The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change. *Journal of Consulting Psychology*, 21(2), 95–103.
- Rosengren, K. E. (1974). *Uses and gratifications: A paradigm outlined*. Lund University.
- Sholihah, N., Utami, R., & Fauzan, A. (2025). Representasi realitas Kehidupan persahabatan dan konflik sosial dalam sinetron Anak Langit. *Jurnal Studi Media dan Komunikasi*, 19(1), 56–70.
- Trisnitai, A. (2025). *Pengaruh tayangan sinetron Asmara Gen Z di SCTV terhadap perilaku sosial (Studi Kasus pada Siswa-Siswi Kelas X SMA Yadika 2 Jakarta Barat)*. Universitas Bina Sarana Informatika.
<https://repository.bsi.ac.id/repo/72564/>
- We Are Social. (2025). *Digital 2026 Global Overview Report*.
<https://wearesocial.com>
- Widyawati, L., Prasetyo, A., & Nugroho, B. (2025). Intensitas penggunaan teknologi digital pada pelajar sekolah dasar hingga mahasiswa di Kota Bekasi. *Jurnal Psikologi Perkembangan dan Pendidikan*, 11(2), 89–103.
- Yusuf, M. (2021). *Teknologi komunikasi dan dinamika komunikasi manusia*. Kencana.
- Zillmann, D., & Cantor, J. R. (1977). A disposition theory of humor and mirth. In T. A. Sebeok & A. S. Chatman (Eds.), *Humor and laughter: Theory, research, and applications* (pp. 93–115). Mouton Publisher.

