



Pengaruh Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* Terhadap Kesadaran Masyarakat Dalam Mengeluarkan ZIS

Sera Selina^{1*}

¹UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

* sera.selina@mail.com

ABSTRACT

*This study examines the influence of the religious television drama *Tukang Bubur Naik Haji* The Series on public awareness in paying *zakat*, *infaq*, and *sadaqah* (ZIS) among the residents of Cikeruh Village, Jatinangor District, Sumedang Regency. The research applies a quantitative correlational method using survey data collected from 94 respondents selected through proportionate stratified random sampling. The results show that the data are normally distributed, fulfilling the assumptions for linear regression analysis. The findings reveal that the message conveyed in the soap opera significantly affects public awareness of ZIS. Partial correlation analysis indicates a low correlation with *zakat* ($r = 0.333$), a strong correlation with *infaq* ($r = 0.655$), and a very strong correlation with *sadaqah* ($r = 1.000$). The coefficient of determination ($\text{Adjusted } R^2 = 1.000$) demonstrates that the message variable explains 100% of the variance in ZIS awareness. The study concludes that *Tukang Bubur Naik Haji* The Series serves as an effective medium for Islamic preaching (*da'wah*) through mass media, successfully combining entertainment and moral education. This research highlights the important role of religious media in shaping moral behavior and fostering social-religious awareness in contemporary Muslim society.*

*Keywords: Religious television drama, *Tukang Bubur Naik Haji*, Islamic preaching, Zakat, Infaq, Sadaqah, Public awareness.*

PENDAHULUAN

Dewasa ini, komunikasi telah mencapai tingkat yang luar biasa maju, di mana manusia mampu berbicara dengan jutaan orang lain secara serentak melalui media digital maupun elektronik. Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat telah melahirkan fenomena yang disebut “*publik dunia*” atau *Weltoffentlichkeit*, yaitu situasi di mana dunia seakan menjadi ruang publik bersama yang memungkinkan pertukaran pesan dan

informasi tanpa batas ruang dan waktu (Jensen, 2003). Perubahan ini menjadikan komunikasi bukan sekadar sarana penyampaian pesan, melainkan juga alat pembentuk budaya, identitas, dan kesadaran sosial.

Kemajuan teknologi komunikasi ini turut memengaruhi ranah dakwah Islam. Jika pada masa lalu dakwah dilakukan secara lisan melalui ceramah di masjid, pengajian, atau majelis taklim, kini metode dakwah telah bertransformasi mengikuti kemajuan zaman. Media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan bahkan film mulai dimanfaatkan sebagai sarana dakwah untuk menjangkau khalayak luas (Aliyudin & Enjang, 2009). Dalam konteks ini, dakwah bukan hanya menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga membentuk kesadaran moral dan sosial masyarakat melalui media yang populer dan mudah diakses.

Televisi merupakan salah satu media massa yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk perilaku dan pandangan masyarakat. Menurut Rivers, Jensen, dan Peterson (2003), media massa berperan sebagai cermin sosial yang tidak hanya menggambarkan realitas, tetapi juga mengonstruksi persepsi publik terhadap realitas tersebut. Di Indonesia, televisi menjadi media yang paling banyak diakses oleh masyarakat lintas usia dan latar belakang sosial. Sinetron, sebagai salah satu bentuk tayangan televisi, menjadi media yang efektif dalam membentuk sikap, perilaku, dan nilai moral masyarakat.

Sinema elektronik atau sinetron adalah bentuk drama berseri yang disiarkan secara periodik oleh stasiun televisi. Sinetron umumnya mengangkat kisah kehidupan sehari-hari yang diwarnai konflik, perjuangan, dan nilai-nilai kemanusiaan. Sebagai bentuk komunikasi massa, sinetron memiliki fungsi tidak hanya untuk menghibur, tetapi juga mendidik dan menyampaikan pesan moral (Kusnawan, 2004). Alur cerita, karakter tokoh, serta konflik yang ditampilkan memiliki potensi besar untuk menanamkan nilai tertentu dalam benak penonton.

Dalam teori komunikasi massa, efek media tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui proses interpretasi, seleksi, dan internalisasi oleh individu. Artinya, pesan yang diterima dari media tidak serta-merta memengaruhi perilaku seseorang, tetapi terlebih dahulu ditafsirkan berdasarkan pengalaman, nilai, dan latar belakang sosial-budaya individu tersebut. Littlejohn dan Foss (2011) menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan melalui media dapat menghasilkan tiga jenis efek, yaitu efek kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif berkaitan dengan peningkatan pengetahuan dan pemahaman; efek afektif berhubungan dengan perubahan

perasaan, emosi, dan sikap; sedangkan efek konatif mengarah pada perubahan perilaku nyata sebagai hasil dari penyerapan pesan.

Ketika sebuah sinetron menampilkan nilai-nilai keagamaan yang kuat dan dikemas dalam alur cerita yang realistis, maka penonton tidak hanya menikmati hiburan, tetapi juga mendapatkan pembelajaran moral dan spiritual. Misalnya, dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, penonton diajak untuk merefleksikan makna zakat, infak, dan sedekah sebagai wujud kepedulian sosial dan tanggung jawab spiritual. Adegan-adegan yang menggambarkan perjuangan tokoh dalam menegakkan nilai kejujuran, kesabaran, dan ketulusan dapat menimbulkan resonansi emosional pada penonton. Resonansi inilah yang menjadi pintu masuk terjadinya perubahan sikap dan perilaku.

Proses internalisasi pesan keagamaan melalui sinetron ini memperlihatkan bahwa media massa memiliki potensi besar sebagai sarana edukasi moral dan dakwah modern. Melalui narasi yang menghibur sekaligus inspiratif, sinetron religi dapat menjadi medium efektif dalam menanamkan nilai-nilai Islam secara halus, tanpa kesan menggurui. Dengan demikian, efek komunikasi massa dalam konteks sinetron religi bukan sekadar hiburan, tetapi juga merupakan proses pembentukan kesadaran beragama dan karakter sosial masyarakat.

Salah satu sinetron yang sangat populer di Indonesia adalah *Tukang Bubur Naik Haji The Series* yang tayang di RCTI sejak tahun 2012. Sinetron ini menjadi fenomena tersendiri karena berhasil menggabungkan unsur hiburan dengan nilai-nilai dakwah. Tokoh-tokoh seperti Haji Sulam dan Haji Muhidin menampilkan dua karakter religius yang berlawanan: satu menggambarkan ketaatan dan kesederhanaan, sementara yang lain mencerminkan kesombongan dan kemunafikan. Kedua tokoh ini menciptakan dinamika sosial yang mengundang refleksi moral bagi penonton.

Fenomena menarik muncul ketika sebagian masyarakat mulai menggunakan istilah “Haji Muhidin” untuk menyindir perilaku religius yang hanya tampak secara lahiriah tanpa disertai keikhlasan hati. Istilah ini diambil dari karakter dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* yang dikenal suka menonjolkan kesalehan secara sosial, namun sering bertindak arogan dan sombong terhadap tetangganya. Sindiran tersebut kemudian menjadi bagian dari percakapan sehari-hari masyarakat, khususnya sebagai bentuk refleksi terhadap perilaku keagamaan yang bersifat formalitas semata. Unikanya, beberapa individu mengaku mulai

memperbaiki sikap dan perilaku mereka setelah merasa “tersindir” oleh karakter tersebut. Hal ini memperlihatkan bagaimana kekuatan representasi media mampu menembus kesadaran moral penontonnya.

Fenomena tersebut menjadi bukti bahwa tayangan televisi, terutama yang mengandung pesan moral dan keagamaan, dapat berfungsi sebagai agen perubahan sosial. Melalui narasi, simbol, dan karakter yang mudah diingat, sinetron mampu memicu proses refleksi diri di kalangan masyarakat. Pesan yang dikemas dalam bentuk cerita fiktif ternyata dapat membentuk pemahaman baru tentang makna religiusitas yang sejati—tidak hanya sebatas tampilan luar, tetapi juga keikhlasan dan kesalehan hati. Dengan demikian, media televisi terbukti memiliki potensi besar dalam membentuk kesadaran sosial dan keagamaan masyarakat secara halus namun efektif.

Khusus di Desa Cikeruh, Kecamatan Jatinangor, sinetron ini menjadi tontonan favorit masyarakat. Desa Cikeruh merupakan daerah transisi antara pedesaan dan perkotaan. Meskipun masih mempertahankan ciri agraris dengan lahan sawah dan sungai, pengaruh urbanisasi sangat kuat di wilayah ini. Banyak warga yang bekerja di kota, menggunakan teknologi modern, dan mengikuti gaya hidup perkotaan. Dengan demikian, masyarakat Cikeruh dapat dikategorikan sebagai *semi urban society*, yakni masyarakat yang berada dalam peralihan nilai tradisional menuju modernitas.

Kebanyakan perempuan di Desa Cikeruh berstatus sebagai ibu rumah tangga yang memiliki banyak waktu di rumah. Kondisi ini membuat televisi menjadi media utama mereka untuk memperoleh informasi, hiburan, sekaligus pendidikan nonformal. RCTI, sebagai saluran televisi dengan jangkauan sinyal yang kuat di daerah tersebut, menjadi sumber tayangan utama bagi warga. Tidak mengherankan bila sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* sangat populer dan berpotensi memengaruhi pola pikir serta perilaku masyarakat di sana.

Sinetron religi memiliki peran yang sangat penting dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di tengah masyarakat modern yang semakin terpapar oleh arus globalisasi dan budaya populer. Dalam konteks dakwah kontemporer, media televisi menjadi sarana strategis untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan cara yang lebih komunikatif dan menarik. Sejalan dengan pandangan Tasmara (1997), dakwah sejatinya merupakan proses penyampaian nilai-nilai Islam yang dilakukan dengan hikmah, kelembutan, dan pendekatan yang sesuai dengan kondisi zaman.

Maka dari itu, kehadiran sinetron religi dapat dianggap sebagai bentuk dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat modern yang lebih visual dan praktis dalam menerima pesan moral.

Dakwah melalui sinetron memiliki keunggulan tersendiri karena mampu menyentuh dimensi emosional penonton. Cerita yang dihadirkan dalam sinetron disusun sedemikian rupa agar menggambarkan realitas sosial yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga penonton dapat dengan mudah mengidentifikasi diri dengan tokoh-tokohnya. Melalui visualisasi nilai-nilai Islam yang diwujudkan dalam perilaku tokoh utama—seperti kejujuran, kesabaran, dan kepedulian sosial—pesan dakwah menjadi lebih hidup dan bermakna. Dengan demikian, sinetron religi tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media dakwah yang efektif dalam membentuk kesadaran moral, memperkuat spiritualitas, dan memperluas pemahaman masyarakat terhadap ajaran Islam.

Selain berfungsi sebagai hiburan, sinetron religi juga memiliki peran penting sebagai media pendidikan moral dan pembentukan karakter masyarakat. Melalui alur cerita, dialog, serta penokohan yang kuat, sinetron mampu menyampaikan nilai-nilai keagamaan dan sosial dengan cara yang menarik serta mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Rakhmat (2009) menegaskan bahwa media massa memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi sosial masyarakat melalui proses identifikasi psikologis. Ketika penonton melihat tokoh dalam sinetron yang memiliki kesamaan nilai, latar belakang, atau pengalaman hidup dengan dirinya, maka akan muncul kecenderungan untuk meniru dan menginternalisasi perilaku tokoh tersebut.

Dalam konteks ini, sinetron religi seperti *Tukang Bubur Naik Haji The Series* memiliki potensi besar untuk menanamkan nilai-nilai keislaman yang berkaitan dengan kesadaran sosial dan spiritual, termasuk dalam hal menunaikan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Melalui penggambaran tokoh yang dermawan, jujur, dan peduli sesama, penonton dapat tergerak secara emosional untuk mengikuti teladan tersebut dalam kehidupan nyata. Sinetron ini tidak hanya menampilkan ajaran agama secara normatif, tetapi juga memperlihatkan implementasinya dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, sinetron religi berperan sebagai sarana dakwah modern yang efektif dalam membangun kesadaran moral, memperkuat empati sosial, dan menumbuhkan semangat berbagi di tengah masyarakat.

Zakat, infak, dan sedekah merupakan bentuk nyata pengamalan

ajaran Islam dalam aspek sosial-ekonomi. Menurut Qosim (2008), zakat adalah kewajiban bagi setiap Muslim yang mampu, berupa pemberian sebagian harta kepada mereka yang berhak menerimanya. Infak dan sedekah, meskipun tidak wajib, merupakan amalan yang sangat dianjurkan karena menggambarkan kedermawanan dan kepekaan sosial. Firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 43 menegaskan perintah untuk menunaikan zakat bersama shalat sebagai rukun Islam yang fundamental.

Kesadaran masyarakat dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) memang masih menunjukkan variasi yang cukup besar di berbagai lapisan sosial. Faktor-faktor seperti tingkat pemahaman agama, kondisi ekonomi, dan pengaruh lingkungan sosial menjadi penentu utama dalam praktik kedermawanan Islam ini. Masyarakat dengan pemahaman agama yang kuat cenderung menempatkan ZIS sebagai bagian integral dari ibadah dan tanggung jawab sosial, sementara mereka yang pemahaman agamanya terbatas sering memandang ZIS hanya sebagai kegiatan sukarela, bukan kewajiban syariat. Selain itu, kondisi ekonomi juga menjadi faktor penting—mereka yang berpenghasilan tinggi namun kurang religius bisa jadi lebih enggan berzakat dibanding masyarakat sederhana yang memiliki kesadaran spiritual tinggi. Pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga dan komunitas, turut berperan dalam membentuk kebiasaan berzakat. Apabila individu hidup di lingkungan yang menekankan nilai kepedulian dan berbagi, maka perilaku menunaikan ZIS akan lebih mudah tumbuh dan berkelanjutan.

Dalam konteks ini, media massa memiliki peran strategis sebagai agen sosialisasi nilai-nilai Islam yang efektif. Televisi, khususnya melalui sinetron religi, mampu menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang sederhana, menarik, dan mudah diterima masyarakat luas. Ketika sinetron menampilkan praktik zakat, infak, atau sedekah dalam adegan yang positif—misalnya menggambarkan tokoh utama yang dermawan dan tulus membantu sesama—penonton dapat terinspirasi untuk meneladani perilaku tersebut. Representasi visual yang emosional mampu menggugah empati penonton dan memperkuat motivasi internal untuk beramal. Dengan demikian, sinetron tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi media dakwah yang mendorong perubahan perilaku sosial. Peran ini penting dalam masyarakat modern, di mana pesan keagamaan sering lebih efektif disampaikan melalui media populer yang dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor

religiusitas dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap perilaku berzakat. Yusniar dan Kinsiara (2012) menemukan bahwa pemahaman zakat pertanian dan tingkat religiusitas memengaruhi kesadaran muzakki di Aceh Tengah. Firdaus, Saifullah, Mulia, dan Muzamil (2011) juga menemukan bahwa pengetahuan zakat dan tingkat religiusitas memiliki hubungan positif dengan kesadaran berzakat pada masyarakat perkebunan sawit. Di sisi lain, Segati dan Rizqon (2010) menambahkan bahwa dimensi psikologis seperti rasa syukur turut memperkuat perilaku berzakat.

Penelitian lain oleh Solikhati, Putra, dan Nugroho (2011) menunjukkan bahwa sinetron religi dapat membentuk persepsi keagamaan masyarakat. Kajian mereka terhadap sinetron *Bukan Islam KTP* menemukan bahwa komersialisasi pesan religius dapat menyebabkan banalitas simbol agama, namun tetap berpotensi meningkatkan kesadaran religius bila dikemas dengan tepat. Hayati (2012) melalui penelitiannya tentang *Para Pencari Tuhan* menegaskan bahwa media televisi dapat menjadi sarana dakwah yang efektif dalam membentuk moralitas publik.

Kendati demikian, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara sinetron religi dan perilaku pengamalan ajaran Islam yang konkret seperti ZIS. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menganalisis sejauh mana pengaruh pesan dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* terhadap kesadaran masyarakat Desa Cikeruh dalam mengeluarkan zakat, infak, dan sedekah.

Dari uraian di atas, tampak bahwa fenomena sinetron religi bukan sekadar produk budaya populer, tetapi juga fenomena sosial yang memiliki dimensi dakwah. Ketika pesan-pesan keagamaan dikemas secara komunikatif, ringan, dan menyentuh realitas kehidupan masyarakat, sinetron dapat menjadi media dakwah yang kuat dalam membangun kesadaran keislaman. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami sejauh mana pesan dalam sinetron tersebut berperan dalam membentuk perilaku sosial keagamaan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan Penelitian

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

Desa Cikeruh merupakan salah satu desa di Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Nama “Cikeruh” berasal dari sungai yang melintasi wilayah tersebut dan beberapa desa sekitarnya. Secara historis, Desa Cikeruh merupakan desa induk yang kemudian dimekarkan

menjadi dua desa—Desa Cikeruh dan Desa Hegarmanah—pada tahun 1982 karena perkembangan jumlah penduduk dan wilayah yang semakin luas. Sebelum otonomi daerah diberlakukan melalui Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2000, Cikeruh dikenal sebagai nama kecamatan. Setelah kebijakan tersebut, nama Kecamatan Cikeruh diganti menjadi Kecamatan Jatinangor, diambil dari nama perkebunan besar pada masa kolonial Belanda. Bukti peninggalan sejarah seperti Menara Loji dan Jembatan Cincin masih dapat ditemukan hingga kini.

Desa Cikeruh memiliki luas sekitar $\pm 14,6 \text{ km}^2$ (160 ha), terletak di ketinggian 400–600 meter di atas permukaan laut. Wilayah ini terbagi menjadi tiga dusun, yaitu Dusun I Warungkalde yang berfungsi sebagai pusat perdagangan dan jasa karena letaknya strategis di jalur provinsi; Dusun II Ciawi yang berfungsi sebagai daerah pemukiman; dan Dusun III Cikeruh yang merupakan kawasan pertanian dan pemukiman. Desa Cikeruh terdiri atas 11 Rukun Warga (RW) dan 47 Rukun Tetangga (RT). Penelitian ini dilakukan di RW 08, 09, dan 10 Desa Cikeruh dengan jumlah populasi 1.480 jiwa. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, diambil sampel sebanyak 94 responden yang dipilih secara proporsional. Responden merupakan masyarakat yang menonton sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* secara rutin, baik melalui siaran televisi maupun tayangan ulang daring.

4.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup berbasis skala Likert (1–5) yang mengukur dua variabel utama: (1) Pesan dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* (variabel X), dan

(2) Kesadaran masyarakat dalam mengeluarkan Zakat, Infak, dan Sedekah (variabel Y_1 , Y_2 , Y_3).

4.2.1 Uji Normalitas dan Uji Kelayakan Model

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga asumsi klasik dalam regresi linier terpenuhi. Model penelitian juga memenuhi prinsip Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) (Fraenkel & Wellen, 2008), yang berarti model dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel secara akurat dan tidak bias.

4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 4,000 dan koefisien regresi (b_1 , b_2 , b_3) masing-masing sebesar 0,17; 1,000; dan 1,000. Persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 4.000 + 0.17Y_1 + 1.000Y_2 + 1.000Y_3$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Jika terjadi peningkatan satu satuan pada variabel zakat, maka nilai pesan dalam sinetron meningkat sebesar 0,17 satuan.
2. Jika infak meningkat satu satuan, pesan meningkat sebesar 1,000 satuan.
3. Jika sedekah meningkat satu satuan, pesan meningkat sebesar 1,000 satuan.

Dengan demikian, variabel pesan dalam sinetron memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran berzakat, berinfaq, dan bersedekah. Artinya, semakin kuat pesan religius yang disampaikan dalam sinetron, semakin tinggi pula kesadaran masyarakat dalam menunaikan ZIS.

4.2.3 Analisis Korelasi Parsial dan Simultan

Hasil uji korelasi parsial menunjukkan bahwa:

- Hubungan antara pesan dan zakat sebesar $r = 0,333$, termasuk kategori rendah.
- Hubungan antara pesan dan infak sebesar $r = 0,655$, termasuk kategori kuat.
- Hubungan antara pesan dan sedekah sebesar $r = 1,000$, termasuk kategori sangat kuat.

Ketiga koefisien korelasi bertanda positif, yang berarti hubungan antarvariabel bersifat searah—semakin tinggi pesan religius yang diterima penonton, semakin tinggi pula kesadaran mereka dalam mengeluarkan ZIS.

Sementara itu, hasil uji korelasi simultan menunjukkan nilai koefisien sebesar $R = 16,0$ dengan arah hubungan positif. Ini menandakan adanya pengaruh kolektif antara pesan sinetron terhadap keseluruhan kesadaran masyarakat dalam berzakat, berinfaq, dan bersedekah.

4.2.4 Koefisien Determinasi

Nilai Adjusted R Square = 1,000 (100%) menunjukkan bahwa variabel pesan dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* mampu menjelaskan 100% variasi perubahan kesadaran masyarakat terhadap ZIS. Meskipun secara statistik nilai ini sangat tinggi, secara interpretatif hal ini dapat dimaknai bahwa tayangan sinetron memiliki kontribusi besar dalam membentuk kesadaran religius masyarakat, didukung pula oleh faktor

lingkungan sosial dan nilai-nilai keagamaan yang sudah kuat di Desa Cikeruh.

4.3 Pembahasan

Dewasa kini komunikasi telah mencapai titik di mana manusia dapat berinteraksi dengan jutaan orang secara serentak melalui media massa. Teknologi komunikasi modern menciptakan fenomena *publik dunia* atau *Weltoffentlichkeit* (Jensen, 2003). Ranah dakwah kini mengikuti perkembangan zaman: dari metode tradisional di mimbar menuju dakwah di media massa seperti radio, televisi, film, dan kini media digital. Dakwah melalui media ini memungkinkan pesan Islam disampaikan kepada khalayak global dengan cara yang lebih menarik, emosional, dan efektif.

Sinema elektronik atau sinetron adalah salah satu bentuk dakwah populer di Indonesia. Sebagai drama bersambung, sinetron mengisahkan kehidupan manusia sehari-hari yang sarat dengan konflik dan nilai moral (Rakhmat, 2009). Sinetron religi, seperti *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, menggambarkan realitas sosial dengan perspektif keagamaan. Karakter-karakter di dalamnya, seperti Haji Sulam yang dermawan dan Haji Muhidin yang sombong, berfungsi sebagai model perilaku moral yang dapat ditiru penontonnya.

Masyarakat Desa Cikeruh yang menjadi lokasi penelitian merupakan masyarakat transisi antara desa dan kota. Meskipun lingkungan fisiknya masih mempertahankan unsur pedesaan, masyarakatnya telah dipengaruhi oleh budaya urban, terutama dalam gaya hidup dan penggunaan teknologi. Ibu rumah tangga yang tidak bekerja banyak menghabiskan waktu di rumah dan menjadikan televisi sebagai media utama hiburan dan pembelajaran. Saluran televisi RCTI yang menayangkan *Tukang Bubur Naik Haji* menjadi tontonan mayoritas masyarakat, sehingga pesan moral yang disampaikan sinetron tersebut mudah menyebar luas.

Sinetron tidak hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga sarana dakwah yang berdaya pengaruh besar. Kusnawan (2004) menyatakan bahwa pesan dalam film atau sinetron dapat membekas dalam jiwa penontonnya, membentuk karakter, dan berfungsi sebagai sarana pendidikan moral. Pesan dalam sinetron memiliki efek kognitif (pengetahuan agama meningkat), afektif (emosi dan empati keagamaan tumbuh), dan konatif (mendorong tindakan nyata seperti berzakat dan bersedekah).

Dalam penelitian ini, hasil korelasi menunjukkan bahwa pesan sinetron memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran ZIS. Pengaruh terhadap zakat relatif kecil ($r = 0,333$), namun pengaruh terhadap infak ($r = 0,655$) dan sedekah ($r = 1,000$) sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa aspek sukarela dalam ajaran Islam—infak dan sedekah—lebih mudah dipengaruhi oleh media dibanding zakat yang sifatnya wajib. Menurut Qosim (2008), zakat adalah kewajiban hukum yang diatur secara syariat, sedangkan infak dan sedekah merupakan ekspresi spiritual dan sosial yang lahir dari kesadaran hati.

Perbedaan pengaruh ini juga dijelaskan oleh teori perbedaan individu Melvin DeFleur (Rakhmat, 2009). Respon setiap individu terhadap pesan media berbeda-beda tergantung pada pengalaman, tingkat religiusitas, pendidikan, dan lingkungan sosialnya. Masyarakat dengan pemahaman agama kuat mungkin tidak terlalu dipengaruhi media dalam urusan zakat, tetapi lebih responsif terhadap pesan moral yang menggugah empati untuk bersedekah.

Teori efek media selektif (Littlejohn & Foss, 2011) juga menjelaskan bahwa penonton tidak pasif menerima pesan, melainkan menafsirkan sesuai kerangka makna mereka. Sinetron yang menampilkan adegan sosial seperti membantu tetangga atau menyantuni anak yatim memberi stimulus emosional yang kuat bagi penonton yang memiliki predisposisi moral positif.

Sinetron sebagai media dakwah bil hal (Aliyudin & Enjang, 2009) berperan menginternalisasi nilai Islam tanpa paksaan. Cerita dan visualisasinya memudahkan masyarakat memahami ajaran agama secara kontekstual. Dakwah melalui media seperti ini menjangkau kalangan yang jarang hadir dalam pengajian konvensional. Sejalan dengan pandangan Tasmara (1997), dakwah yang efektif adalah dakwah yang adaptif terhadap perubahan sosial dan teknologi.

Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* menampilkan pesan keislaman melalui kombinasi pesan linguistik (verbal) dan pesan nonverbal. Pesan linguistik tampak pada dialog yang mengajarkan pentingnya saling menolong dan beramal, sedangkan pesan nonverbal hadir melalui tindakan tokoh seperti berbagi makanan atau membantu tetangga. Menurut teori semiotika Saussure (dalam Rakhmat, 2009), tanda-tanda visual dalam sinetron membentuk sistem makna yang dapat ditafsirkan secara sosial dan religius. Dengan demikian, sinetron bukan sekadar tontonan, melainkan teks budaya yang sarat pesan moral.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan hasil Yusniar dan Kinsiara (2012) serta Firdaus et al. (2011) yang menekankan pentingnya religiusitas dan pengetahuan dalam membangun kesadaran zakat. Namun penelitian ini menambah kontribusi baru dengan mengidentifikasi media sebagai variabel eksternal yang mampu memperkuat kesadaran tersebut. Selain itu, Hayati (2012) melalui kajian *Para Pencari Tuhan* menemukan bahwa sinetron religi dapat memperkuat moralitas publik, dan hal ini juga tercermin dalam hasil penelitian ini.

Kemajuan teknologi komunikasi juga berdampak pada strategi dakwah. Dengan kemunculan media elektronik dan digital, dakwah tidak lagi terbatas pada ruang keagamaan, tetapi juga merambah layar kaca dan ruang maya. Tasmara (1997) menekankan bahwa dakwah modern perlu memanfaatkan media populer sebagai sarana menyebarkan pesan Islam dengan pendekatan yang ramah dan humanis. Oleh karena itu, kehadiran sinetron religi menjadi wujud aktualisasi dari dakwah kontemporer yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman.

Sinetron yang sarat pesan moral berfungsi sebagai *edutainment*, yaitu hiburan yang mendidik. Namun, jika orientasi komersial lebih dominan, pesan dakwah bisa tereduksi. Karena itu, sineas Muslim harus menyeimbangkan nilai estetika dan nilai moral dalam karya mereka (Kusnawan, 2004). Dalam kasus *Tukang Bubur Naik Haji*, sinetron ini berhasil mempertahankan keseimbangan tersebut dengan menghadirkan konflik sosial yang diselesaikan melalui nilai-nilai Islam seperti sabar, jujur, dan tolong-menolong.

Dari sisi sosial, penelitian ini juga menegaskan bahwa sinetron berperan dalam membangun kesadaran kolektif. Tayangan televisi religius dapat menjadi agen sosialisasi nilai Islam di tengah masyarakat urban yang kompleks. Sinetron ini tidak hanya menanamkan kesadaran individu, tetapi juga membentuk etika sosial berbasis nilai agama.

Implikasinya, dakwah melalui media dapat menjangkau lapisan masyarakat yang luas, terutama kelompok ibu rumah tangga dan generasi muda yang menghabiskan banyak waktu di depan televisi. Dakwah yang dikemas melalui sinetron mampu menyentuh hati penonton tanpa kesan menggurui, sekaligus membentuk perilaku positif dalam kehidupan sosial. Penelitian ini memberikan sejumlah implikasi penting yang mencakup tiga aspek utama, yaitu implikasi teoritis, implikasi praktis, dan implikasi sosial-religius. Ketiganya saling terkait dalam memahami bagaimana media massa, khususnya sinetron religi, berperan dalam membentuk kesadaran

masyarakat terhadap kewajiban sosial-keagamaan seperti zakat, infak, dan sedekah.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi massa memiliki kekuatan besar dalam membentuk perilaku dan kesadaran sosial masyarakat. Sinetron sebagai salah satu bentuk komunikasi massa terbukti bukan sekadar sarana hiburan, tetapi juga instrumen pendidikan moral dan dakwah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pesan yang dikemas dalam bentuk cerita, karakter, dan konflik sosial memiliki daya pengaruh kuat terhadap kesadaran penonton, terutama dalam konteks nilai-nilai keagamaan.

Hasil penelitian ini memperluas pemahaman tentang teori efek media. Jika teori klasik menyebutkan bahwa efek media bersifat langsung dan kuat (*hypodermic needle theory*), maka penelitian ini menunjukkan bahwa efek media bersifat lebih kompleks dan kontekstual. Pesan dakwah yang dikemas secara menarik dalam sinetron dapat membentuk kesadaran religius melalui proses identifikasi psikologis antara penonton dan tokoh yang ditampilkan. Artinya, pengaruh media tidak terjadi secara instan, tetapi melalui proses penghayatan dan peniruan perilaku yang berulang.

Selain itu, penelitian ini juga memperkuat teori komunikasi dakwah yang memandang dakwah sebagai proses penyampaian pesan Islam yang bersifat persuasif, humanis, dan kontekstual. Sinetron religi seperti *Tukang Bubur Naik Haji The Series* menjadi contoh konkret bagaimana prinsip dakwah dapat diterjemahkan dalam format media massa tanpa kehilangan substansi ajaran Islam. Pesan dakwah yang disampaikan melalui narasi dan visual lebih mudah diterima oleh masyarakat modern dibandingkan bentuk penyampaian konvensional seperti ceramah. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa teori komunikasi dakwah perlu dikembangkan ke arah yang lebih interdisipliner dengan mengintegrasikan perspektif komunikasi massa, psikologi sosial, dan studi budaya.

Lebih lanjut, temuan penelitian juga memberikan kontribusi pada teori perilaku keagamaan. Kesadaran dalam berzakat, berinfaq, dan bersedekah ternyata tidak hanya ditentukan oleh faktor pengetahuan dan religiusitas, tetapi juga oleh faktor media dan lingkungan sosial. Media massa berfungsi sebagai agen sosialisasi yang dapat memperkuat motivasi keagamaan seseorang melalui proses pembelajaran sosial (*social learning*). Dengan demikian, penelitian ini membuka ruang baru bagi pengembangan teori perilaku keagamaan yang memperhitungkan peran media dalam pembentukan kesadaran religius.

Selain memperkuat teori, penelitian ini juga memberi dasar bagi pengembangan model komunikasi dakwah berbasis media. Model ini menempatkan sinetron atau tayangan religi sebagai *mediated da'wah*, yaitu proses penyampaian nilai-nilai Islam melalui media populer yang dikemas dengan bahasa visual, naratif, dan emosional. Pendekatan ini dapat menjadi strategi efektif dalam menjangkau masyarakat yang tidak aktif mengikuti kegiatan keagamaan formal, tetapi memiliki akses tinggi terhadap media televisi.

Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan arah bagi pengembangan strategi dakwah dan kebijakan media di Indonesia. Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa sinetron religi mampu memengaruhi perilaku sosial-keagamaan masyarakat. Oleh karena itu, insan pertelevisian, produser, dan rumah produksi diharapkan dapat lebih serius dalam menggarap tayangan religi yang berkualitas. Pesan dakwah yang disampaikan perlu disesuaikan dengan konteks kehidupan nyata masyarakat, sehingga nilai moral yang disampaikan relevan dan mudah diinternalisasi.

Kedua, penelitian ini juga memberikan manfaat bagi lembaga-lembaga dakwah dan pendidikan Islam untuk memperluas jangkauan dakwahnya melalui media massa. Dakwah di era modern tidak cukup hanya mengandalkan metode tatap muka, melainkan harus menggunakan pendekatan *multi-channel* melalui televisi, radio, dan media digital. Dengan memanfaatkan media populer seperti sinetron, lembaga dakwah dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan heterogen, terutama generasi muda yang lebih dekat dengan media hiburan dibandingkan majelis keagamaan tradisional.

Ketiga, bagi lembaga penyiaran dan pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan penyiaran yang mendorong tayangan edukatif dan bermuatan nilai moral. Pemerintah dapat memperkuat regulasi dan insentif bagi program televisi yang mengandung pesan sosial dan keagamaan yang positif. Dukungan ini penting agar tayangan religi tidak kalah bersaing dengan program hiburan komersial yang cenderung mengedepankan sensasi tanpa nilai edukatif.

Keempat, bagi masyarakat, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa konsumsi media seharusnya bersifat aktif dan selektif. Masyarakat perlu menyadari bahwa tayangan televisi bukan sekadar hiburan, melainkan juga sumber pembelajaran nilai dan moral. Dengan kesadaran ini,

masyarakat dapat lebih kritis dalam memilih tontonan dan mengambil hikmah dari setiap pesan yang disampaikan.

Kelima, bagi akademisi dan peneliti komunikasi, hasil penelitian ini membuka peluang untuk mengembangkan riset lanjutan mengenai pengaruh media religi terhadap perilaku sosial lainnya, seperti kepedulian sosial, etos kerja Islami, atau solidaritas antarumat. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk mengembangkan instrumen pengukuran yang lebih spesifik terkait efek pesan dakwah dalam media massa, baik dari aspek kognitif, afektif, maupun konatif.

Implikasi sosial dari penelitian ini sangat relevan dalam konteks masyarakat modern yang sedang mengalami perubahan nilai akibat globalisasi. Sinetron religi terbukti mampu menjadi media refleksi sosial yang menampilkan nilai-nilai kemanusiaan, kejujuran, dan solidaritas yang berakar dari ajaran Islam. Melalui tayangan seperti *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, masyarakat diajak untuk merefleksikan realitas kehidupan sehari-hari—antara kepentingan duniawi dan ukhrawi—dengan cara yang sederhana namun bermakna.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sinetron religi dapat menjadi sarana pembentukan karakter sosial masyarakat. Melalui tokoh-tokoh yang digambarkan dengan berbagai sifat dan konflik, penonton dapat belajar mengenali makna keikhlasan, kesabaran, dan empati. Ketika pesan dakwah dikemas dalam bentuk narasi yang dekat dengan kehidupan mereka, masyarakat lebih mudah memahami ajaran Islam sebagai pedoman hidup yang nyata, bukan sekadar teori moral.

Implikasi religius dari penelitian ini juga signifikan. Kesadaran dalam menunaikan zakat, infak, dan sedekah merupakan bagian dari spiritualitas Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial. Sinetron religi yang menampilkan praktik amal seperti ini dapat menghidupkan kembali semangat berbagi dan kepedulian antarumat. Melalui media, nilai-nilai Islam dapat disebarkan lebih cepat dan luas, sehingga dakwah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern.

Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa dakwah melalui media tidak harus selalu formal atau eksklusif. Ketika nilai-nilai keislaman disampaikan melalui kisah sederhana, dialog ringan, atau konflik sosial yang relevan, pesan tersebut justru lebih mudah dipahami dan diterima oleh khalayak. Dengan demikian, dakwah melalui sinetron bukan hanya melengkapi metode dakwah konvensional, tetapi juga memperluas ruang dakwah ke ranah budaya populer.

Implikasi terakhir adalah perlunya kesadaran kolektif untuk memanfaatkan media sebagai alat pembinaan masyarakat. Dalam konteks perubahan sosial yang cepat, media memiliki peran ganda: sebagai sumber hiburan sekaligus alat pendidikan karakter. Jika dikelola dengan baik, media dapat menjadi jembatan antara ajaran agama dan kebutuhan masyarakat modern. Namun, apabila diabaikan dan diserahkan sepenuhnya pada logika pasar, media justru dapat menjadi sarana penyebaran nilai-nilai negatif. Oleh karena itu, perlu kolaborasi antara ulama, pendidik, sineas, dan pembuat kebijakan agar media dakwah dapat berkembang dengan arah yang benar.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* terhadap kesadaran masyarakat dalam mengeluarkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Desa Cikeruh, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, dapat disimpulkan bahwa tayangan sinetron religi memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk perilaku sosial-keagamaan masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa pesan-pesan yang disampaikan melalui media televisi mampu menjadi sarana dakwah yang efektif dalam membangun kesadaran spiritual dan tanggung jawab sosial umat Islam.

Pertama, hasil analisis menunjukkan bahwa pesan dalam sinetron memiliki pengaruh positif terhadap seluruh aspek kesadaran ZIS. Hubungan antara pesan dan zakat berada pada kategori rendah, antara pesan dan infak berada pada kategori kuat, sedangkan antara pesan dan sedekah berada pada kategori sangat kuat. Artinya, pesan moral dan religius yang disampaikan melalui sinetron lebih mudah memengaruhi tindakan sukarela seperti infak dan sedekah dibandingkan kewajiban formal seperti zakat. Hal ini karena perilaku berinfaq dan bersedekah cenderung lahir dari dorongan hati dan empati sosial, sementara zakat lebih berkaitan dengan pemahaman syariat dan kemampuan ekonomi.

Kedua, hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel pesan dalam sinetron menjelaskan secara penuh variasi kesadaran masyarakat terhadap ZIS. Temuan ini menggambarkan bahwa media televisi, khususnya tayangan yang mengandung nilai-nilai keislaman, memiliki peran besar dalam menanamkan nilai moral kepada penontonnya. Semakin baik kualitas pesan yang disampaikan, semakin kuat pula pengaruhnya terhadap peningkatan kesadaran masyarakat dalam beramal

dan berbagi rezeki.

Ketiga, penelitian ini memperlihatkan bahwa dakwah Islam kini telah mengalami perluasan bentuk dan media. Dakwah tidak lagi terbatas pada kegiatan lisan di masjid atau majelis taklim, tetapi juga dapat dilakukan melalui tayangan sinetron, film, dan media digital. Sinetron religi menjadi salah satu bentuk dakwah modern yang mampu menjangkau masyarakat luas karena dikemas dengan bahasa yang ringan, visual yang menarik, dan alur cerita yang menyentuh kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat nilai-nilai Islam lebih mudah diterima oleh masyarakat yang heterogen, termasuk masyarakat transisi seperti di Desa Cikeruh.

Keempat, hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Cikeruh, yang merupakan masyarakat semi-urban, memiliki karakteristik unik. Mereka masih mempertahankan nilai-nilai tradisional namun juga terbuka terhadap budaya modern. Kondisi ini menyebabkan televisi menjadi media utama untuk memperoleh informasi, hiburan, dan pendidikan moral. Sinetron religi yang ditayangkan secara rutin di televisi menjadi konsumsi budaya yang berpengaruh terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat, terutama kalangan ibu rumah tangga yang memiliki waktu luang untuk menonton tayangan televisi.

Kelima, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media massa dapat menjadi agen perubahan sosial yang kuat. Melalui cerita yang mengandung pesan moral dan keagamaan, sinetron mampu membentuk kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya nilai kebaikan, kejujuran, dan kepedulian sosial. Pesan-pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk cerita membuat penonton tidak merasa digurui, melainkan diajak untuk meneladani perilaku positif para tokohnya. Dengan demikian, sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* dapat dikategorikan sebagai media dakwah modern yang efektif dalam menanamkan nilai-nilai keislaman dan mendorong kesadaran masyarakat untuk beramal melalui ZIS.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media religi memiliki kontribusi nyata terhadap pembentukan kesadaran sosial-keagamaan masyarakat. Melalui pendekatan hiburan yang mendidik, media televisi mampu menjembatani pesan dakwah dengan kebutuhan spiritual masyarakat modern yang haus akan nilai moral di tengah arus globalisasi dan materialisme.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyudin, & Enjang, A. S. (2009). *Dasar-dasar ilmu dakwah* (hlm. 30). Bandung: Widia Padjajaran.
- Firdaus, S., Saifullah, S., Mulia, S. I., & Muzamil, M. (2011). Pengaruh religiusitas, pengetahuan zakat dan pendapatan terhadap kesadaran berzakat perkebunan sawit di Bantan. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2).
- Fraenkel, J. R., & Wellen, N. E. (2008). *How to design and evaluate research in education* (hlm. 329). New York: McGraw-Hill.
- Hayati, R. (2012). Moralitas pemimpin: Dialektika atas teks suci agama dan pembentukan budaya lokal (Kajian living hadits dalam sinetron *Para Pencari Tuhan* Jilid 2 Eps.3). *Jurnal Lektur Keagamaan*, 15(2).
- Kusnawan, A. (2004). *Komunikasi dan penyiaran Islam* (hlm. 94). Bandung: Dehilman Production.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Teori komunikasi* (hlm. 155–156). Jakarta: Salemba Humanika.
- Qosim, M. R. (2008). *Pengamalan fikih* (hlm. 132). Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi komunikasi* (hlm. 203). Bandung: Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi komunikasi* (hlm. 268). Bandung: Rosdakarya.
- Rivers, W. L., Jensen, J. W., & Peterson, T. (2003). *Media massa dan masyarakat modern* (hlm. 55). [Tempat terbit tidak disebutkan].
- Segati, A., & Rizqon, A. L. (2010). Pengaruh religiusitas dan kebersyukuran terhadap perilaku berzakat harta di Pekanbaru. *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, 4(4).
- Solikhati, S., Putra, H. S. A., & Nugroho, H. (2011). Banalisasi simbol keagamaan dalam sinetron religi: Analisis tayangan sinetron “Bukan Islam KTP” di SCTV. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 35(1).
- Sukardi. (2004). *Metodologi penelitian pendidikan: Kompetensi dan praktiknya* (hlm. 166). Jakarta: Bumi Aksara.
- Tasmara, T. (1997). *Komunikasi dakwah* (hlm. 72). Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Yusniar, & Kinsiara, T. (2012). Pengaruh religiusitas, pengetahuan dan kepercayaan terhadap kesadaran muzakki dalam membayar zakat pertanian (Studi kasus pada Baitul Mal di Kabupaten Aceh Tengah). *Lentera: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(2).