



E-ISSN 2964-1764 (Online)
ESENSI DARUNA : JURNAL KOMUNIKASI
Vol 5 Issue 1, Mei 2026
<https://esensijournal.com/index.php/daruna/index>
doi.org/10.56943/daruna.v5i1

The Influence of the Film 1 Kakak 7 Ponakan on the Social Empathy of Communication Science Students at Universitas Muhammadiyah Kotabumi

Ahmad Anis Izzudin^{1*}, Marini², Faris Alfakhoor³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Kotabumi,

ahmadanis720@gmail.com, marini@umko.ac.id, faris.alfakhoor@umko.ac.id

*Corresponding Author: Ahmad Anis Izzudin

Email: ahmadanis720@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to investigate whether there is an impact of the film 1 Kakak 7 Ponakan on the social empathy of students in the Communication Science Study Program at Muhammadiyah University Kotabumi. The researcher used 63 respondents as a sample from a population of 171 people using purposive sampling techniques and applied quantitative methods through an associative approach. Data collection techniques included testing instruments for validity and reliability, correlation analysis, determination, simple linear regression, and t-test hypothesis testing. The research findings revealed a positive correlation between the impact of the film 1 Kakak 7 Ponakan and the social empathy of students in the Communication Studies Program at Muhammadiyah University Kotabumi, with a correlation value of 0.648, which is classified as strong. The coefficient of determination (R Square) was recorded at 0.566, which means that the independent variable, namely the film 1 Kakak 7 Ponakan, influenced the dependent variable, namely the social empathy of students, by 56.6%, while the remaining 43.4% was influenced by external factors outside the independent variable. The simple linear regression equation is $Y = 8.912 + 0.627 X$, which shows that every addition of one unit to variable X (film 1 Kakak 7 Ponakan) or a certain value will increase variable Y (students' social empathy). Based on the t-test hypothesis, the calculated t-value is 8.918 and the table t-value is 1.99962, so $8.918 > 1.99962$. Because the calculated t-value is greater than the table t-value, the alternative hypothesis (H_1) is accepted and the null hypothesis (H_0) is rejected.

Keywords: *Mass Communication, Film, Media Effect Theory, Social Values, Social Empathy.*

Pengaruh Film 1 Kakak 7 Ponakan Terhadap Empati Sosial Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki apakah terdapat dampak dari film 1 Kakak 7 Ponakan terhadap empati sosial mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi. Peneliti menggunakan 63 responden sebagai sampel dari populasi berjumlah 171 orang dengan teknik purposive sampling, serta menerapkan metode kuantitatif melalui pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data meliputi pengujian instrumen untuk validitas dan reliabilitas, analisis korelasi, determinasi, regresi linier sederhana, serta uji hipotesis t. Temuan penelitian mengungkapkan adanya keterkaitan positif antara dampak film 1 Kakak 7 Ponakan dan empati sosial mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi, dengan nilai korelasi sebesar 0,648 yang tergolong kuat. Koefisien determinasi (R Square) tercatat 0,566, yang berarti variabel bebas yaitu film 1 Kakak 7 Ponakan memengaruhi variabel terikat yaitu empati sosial mahasiswa sebesar 56,6%, sedangkan 43,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal di luar variabel bebas tersebut. Persamaan regresi linier sederhana adalah $Y = 8,912 + 0,627 X$, yang menunjukkan bahwa setiap penambahan satu unit pada variabel X (film 1 Kakak 7 Ponakan) atau nilai tertentu akan meningkatkan variabel Y (empati sosial mahasiswa). Berdasarkan uji hipotesis t, diperoleh nilai t hitung sebesar 8,918 dan nilai t tabel 1,99962, sehingga $8,918 > 1,99962$. Karena nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel, hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H^0) ditolak.

Kata Kunci: *Komunikasi Massa, Film, Teori Efek Media, Nilai Sosial, Empati Sosial.*

PENDAHULUAN

Di tengah arus digital yang semakin canggih saat ini, media komunikasi massa telah mengalami perkembangan dengan begitu cepat. Hampir seluruh lapisan masyarakat kini telah mahir menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk rutinitas setiap waktu, mulai dari gawai, tablet, komputer atau PC, dan laptop yang terhubung dengan perantara internet yang semakin mempermudah interaksi manusia satu sama lain. Teknologi ini memungkinkan orang melakukan berbagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan, seperti menyelesaikan pekerjaan sekolah, mencari informasi berita, atau memperlancar tugas profesional (Afiah, 2021). Media massa berperan krusial sebagai saluran penyampaian informasi kepada masyarakat luas, khususnya dalam menyebarkan isu-isu yang sedang berkembang. Lebih lanjut, media massa memiliki pengaruh kuat dalam membentuk pendapat umum, yang merupakan fenomena sosial yang mampu membimbing pemikiran publik. Fungsi utamanya adalah kemampuan media untuk memilih dan menyoroti isu-isu tertentu yang dianggap signifikan oleh masyarakat (Puspianto, 2022).

Media massa adalah bagian dari komunikasi massa berbasis media, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik, yang dioperasikan oleh sebuah institusi atau kelompok individu, dan diperuntukkan bagi khalayak ramai yang tersebar luas, tidak dikenal secara pribadi, serta beragam. Perkembangan komunikasi massa berjalan sangat cepat serta membawa dampak yang besar pada berbagai aspek kehidupan sosial dan budaya, yang penuh dengan perubahan perilaku masyarakat. Komunikasi massa memainkan peran krusial, termasuk dalam menciptakan fenomena ketenaran bagi seseorang, sebuah organisasi, suatu kelompok, atau lembaga tertentu. Seperti pada bidang politik, sosial, ekonomi, olahraga, hiburan, dan lainnya yang tidak bisa terlepas dari media massa sebagai sarana penyampaian berita dan para penerbitnya kepada masyarakat secara masif (Morissan, 2021). Hal ini diperkuat oleh Teori Efek Media menurut Joseph Klapper (dalam *The Effects of Mass Communication*, 1960), yang menyatakan bahwa media massa tidak memiliki kekuatan mutlak untuk mengubah sikap atau perilaku audiens secara langsung. Sebaliknya, efek media bersifat terbatas dan dikondisikan oleh berbagai faktor perantara, seperti ketokohan pemimpin opini, norma kelompok, predisposisi psikologis audiens, serta seleksi persepsi dan ingatan terhadap pesan media. Media cenderung memperkuat sikap yang sudah ada sebelumnya daripada menciptakan perubahan drastis. Efek perubahan sikap atau *reinforcement* itu lebih sering bersifat moderat dan bergantung pada konteks sosial dan psikologis individu (Klapper, 1960).

Media massa saat ini tidak lagi terbatas pada koran dan televisi, melainkan juga tersedia di perangkat lain seperti laptop dan gawai. Berkat jaringan internet, siapa saja dengan mudah mengonsumsi beragam pesan secara cepat dan lancar. Dengan kemajuan teknologi yang semakin cepat, fungsinya pun kian mudah diakses banyak lapisan manusia (Kusmiati, 2021). Salah satunya yaitu media film yang mengalami perkembangan signifikan. Film telah mengalami perkembangan yang pelik yang saat ini memiliki ruang tersendiri bagi khalayak yang menikmatinya dari yang berusia muda hingga tua. Film ini berfungsi sebagai sarana hiburan dan informasi kepada khalayaknya. Film sendiri dalam arti yang sempit didefinisikan sebagai suatu penyajian gambar yang dilakukan melalui layar lebar. Dalam definisi yang luas, film juga diartikan sebagai penyajian gambar yang kemudian disiarkan melalui televisi. Film adalah bagian dari komunikasi massa dengan memanfaatkan unsur suara dan gambar nan kompleks (Fahida, 2021).

Pada umumnya, film mengangkat sebuah kisah yang terjadi di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Film sebagai sarana hiburan dan penyampaian informasi juga di dalamnya memiliki banyak nilai-nilai kehidupan yang disampaikan, salah satunya film yang mengandung nilai empati sosial di dalamnya (Yuda, 2024). Film yang mengandung nilai empati sosial memiliki tujuan untuk melibatkan penontonnya, khususnya bagi mahasiswa dalam memberikan ilustrasi dan pelajaran mengenai nilai empati sosial yang harus

diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu film bertema keluarga yang mengandung nilai empati sosial di dalamnya yaitu film *1 Kakak 7 Ponakan*. Film ini menarik untuk diteliti karena film *1 Kakak 7 Ponakan* meraih satu juta penonton hanya dalam 17 hari. Film ini mengangkat suatu cerita yang sangat berkaitan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Film ini mengisahkan lika-liku tanggung jawab keluarga hingga konflik pribadi. Melalui film ini, penonton ditunjukkan bahwa hidup adalah tentang menemukan keseimbangan. Film *1 Kakak 7 Ponakan* merupakan film komedi Indonesia yang menceritakan tentang hubungan antara kakak dan ponakannya.

Fenomena tersebut sejalan dengan Teori Psikologi Komunikasi menurut Rakhmat (2018), memandang bahwa proses komunikasi bukan sekedar memiliki fungsi dalam proses penyampaian pesan, namun memiliki fungsi lain yakni sebagai mekanisme psikologis yang mampu memengaruhi sikap, perasaan, dan perilaku individu melalui proses kognitif dan afektif. Artinya, pesan yang disampaikan melalui media film dapat memicu respons emosional penonton melalui proses identifikasi, imitasi, dan empati terhadap karakter yang ditampilkan. Penonton cenderung menempatkan diri mereka pada posisi tokoh tertentu, memahami konflik batin, serta merasakan emosi yang dialami karakter tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep empati dalam psikologi komunikasi, yaitu kemampuan individu untuk memahami dan merasakan kondisi emosional orang lain sebagai hasil dari stimulasi pesan komunikasi yang bermakna.

Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Agustin (2022), yang mengemukakan bahwa melalui film, individu dapat terlibat secara emosional dalam perasaan dan tindakan karakter yang ditampilkan, sehingga memicu peningkatan kesadaran emosional dan sosial. Interaksi sosial dapat dipahami melalui konsep proses dalam kehidupan. Hal tersebut merujuk pada cara-cara berinteraksi yang terlihat ketika individu dan kelompok sosial bertemu, serta menentukan pola dan bentuk hubungan mereka, atau bagaimana mereka merespons perubahan yang mengganggu stabilitas pola kehidupan yang sudah mapan (Maulida, 2021). Melalui interaksi sosial ini, individu, khususnya mahasiswa, dapat mengembangkan empati sosial terhadap orang lain. Empati adalah kemampuan fundamental manusia yang krusial dalam kehidupan sehari-hari. Ini melibatkan respons afektif terhadap emosi orang lain, dengan tujuan bereaksi secara adaptif terhadap kebutuhan mereka, seperti memberikan hiburan, dukungan, atau pengampunan. Empati mencakup kemampuan memahami perasaan dan masalah orang lain, melihat dari perspektif mereka, serta menghormati perbedaan emosi mereka terhadap berbagai hal. Empati tidak hanya terbatas pada pemahaman internal, tetapi juga harus diungkapkan melalui kata-kata dan tindakan. Oleh karena itu, seseorang tidak dapat dianggap berempati tanpa adanya interaksi sosial (Kurniawati & Lestari, 2025).

Berdasarkan landasan teoritis mengenai dan sejumlah temuan empiris terdahulu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui pengaruh film 1

Kakak 7 Keponakan terhadap empati sosial mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi. Penelitian ini bertujuan Untuk menguji ada tidaknya pengaruh film 1 Kakak 7 Keponakan terhadap empati sosial Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian efek media dan perilaku penonton. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau peneliti lain yang ingin meneliti pengaruh media massa, terutama film, terhadap pembentukan nilai-nilai sosial dan empati dalam diri individu.

METODOLOGI PENELITIAN

Penulis dalam menyusun penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk mengevaluasi seberapa besar dampak variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengukuran angka dan analisis statistik (Sugiyono, 2022). Pendekatan asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, yakni pengaruh film *1 Kakak 7 Ponakan* (X) terhadap empati sosial mahasiswa (Y). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengukur tingkat keeratan hubungan serta arah pengaruh yang terjadi antara kedua variabel tersebut secara objektif dan sistematis.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi yang berjumlah 171 orang. Adapun yang dijadikan sampel pada penelitian ini yaitu sebagian dari seluruh jumlah populasi dengan total keseluruhan sampel berjumlah 63 orang. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *proposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria spesifik atau sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2022). Adapun karakteristik yang diambil dalam penelitian ini yaitu: 1) Mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi angkatan 2023, 2024, dan 2025, 2) Pernah menonton film *1 Kakak 7 Ponakan*.

Karakteristik responden dalam penelitian ini digambarkan berdasarkan jenis kelamin dan tahun angkatan. Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki berjumlah 22 orang (34,9%) dan perempuan berjumlah 41 orang (65,1%). Berdasarkan tahun angkatan, responden angkatan 2023 berjumlah 30 orang (47,6%), angkatan 2024 sebanyak 19 orang (30,2%), dan angkatan 2025 berjumlah 14 orang (22,2%).

Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert, instrumen penelitian memuat indikator variabel X dan variabel Y.

Penelitian ini menggunakan IBM Software Statistical Package for Sosial Sciences (SPSS) Versi 27 dengan beberapa tahap untuk menganalisis data sebagai berikut :

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Korelasi
4. Uji Determinasi (R^2)
5. Uji Regresi Linier Sederhana
6. Uji Parsial (Uji T)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur pada masing-masing variabel penelitian. Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment antara skor setiap item dengan skor total variabel. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel didapatkan adalah $df = n-2$ ($63-2$) = 61, maka tabel r pada angka 61 Product Moment adalah 0,248.

Tabel 1. Validitas Variabel X (Film 1 Kakak 7 Keponakan) dan Variabel Y (Empati Sosial Mahasiswa)

No	r hitung	r tabel	Validitas
Variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan)			
Item 1	1	0,244	VALID
Item 2	0,463	0,244	VALID
Item 3	0,502	0,244	VALID
Item 4	0,487	0,244	VALID
Item 5	0,539	0,244	VALID
Item 6	0,557	0,244	VALID
Variabel Y (empati sosial mahasiswa)			
Item 1	0,448	0,244	VALID
Item 2	0,491	0,244	VALID
Item 3	0,548	0,244	VALID
Item 4	0,263	0,244	VALID

Item 5	0,527	0,244	VALID
Item 6	0,655	0,244	VALID

Sumber: SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel 1. di atas, seluruh item pada variabel X dan Y memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,248). Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berguna untuk menunjukkan konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Jika nilai suatu variabel memiliki Cronbach's Alpha > 0,650 maka variabel tersebut dikatakan reliabel (Sugiyono, 2002).

Tabel 2. Reliabilitas Variabel X (Film 1 Kakak 7 Keponakan) dan Variabel Y (Empati Sosial Mahasiswa)

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan)	.825	6
Variabel Y (empati sosial mahasiswa)	.809	6

Sumber: SPSS Versi 27

Dari table 2. di atas diketahui nilai alpha setelah dilakukan uji reliabilitas yaitu nilai variabel X 0,825 dan nilai variabel Y sebesar 0,809. Nilai yang didapati seluruh item lebih besar dari 0,60 nilai r-kritis. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item reliabel.

Uji Korelasi

Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan) dengan variabel Y (empati sosial mahasiswa), variabel hasil uji korelasi variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan) dan variabel Y (empati sosial mahasiswa) dijelaskan tabel 3. berikut:

Tabel 3. Output Uji Korelasi Variabel X (Film 1 Kakak 7 Keponakan) dan Variabel Y (Empati Sosial Mahasiswa)

Correlations		
	X	Y
X	Pearson Correlation	1
		.648**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	63
Y	Pearson Correlation	.648**
		1
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	63
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

Sumber: SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel 3. di atas diperoleh nilai r hitung sebesar 0,648 yang berarti positif, dan adanya pengaruh antara variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan) dengan variabel Y (empati sosial mahasiswa) dengan kategori berikut:

1	0,80 s/d 1,000	= Korelasi sangat kuat
2	0,60 s/d 0,799	= Korelasi kuat
3	0,40 s/d 0,599	= Korelasi sedang
4	0,20 s/d 0,399	= Korelasi rendah
5	0,00 s/d 0,199	= Korelasi sangat rendah

Berdasarkan interpretasi angka korelasi maka korelasi dinyatakan kuat hal ini dikarenakan 0,648 termasuk dalam interpretasi angka korelasi kuat yaitu korelasi kuat.

Uji Determinasi (R²)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan) terhadap variabel Y (empati sosial mahasiswa), adapun hasil uji reliabilitas variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan) dan variabel Y (empati sosial mahasiswa) dapat dilihat pada tabel 4. sebagai berikut:

Tabel 4. Output Uji Determinasi (R²) Variabel X (Film 1 Kakak 7 Keponakan) dan Variabel Y (Empati Sosial Mahasiswa)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.752 ^a	.566	.559	1.64869
a. Predictors: (Constant), Film 1 Kakak 7 Keponakan				
b. Dependent Variable: Empati sosial mahasiswa				

Sumber: SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel 4. di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,566 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan) terhadap variabel Y (empati sosial mahasiswa) adalah sebesar 56,6%, dan sisanya sebesar 43,4% dipengaruhi oleh faktor diluar variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan).

Uji Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan) dan variabel Y (empati sosial mahasiswa), variabel hasil uji regresi linier sederhana variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan) dan variabel Y (empati sosial mahasiswa) dapat dilihat pada tabel 5. berikut:

Tabel 5. Output Uji Regresi Linier Sederhana Variabel X (Film 1 Kakak 7 Keponakan) dan Variabel Y (Empati Sosial Mahasiswa)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.912	1.964		4.537	<0,001
	total_x	.672	.075	.752	8.918	<0,001
a. Dependent Variable: Empati sosial mahasiswa						

Sumber: SPSS Versi 27

Dari tabel 5. Output uji regresi linier sederhana di atas diketahui bahwa persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 8,912 + 0,672 X$, variabel signifikan sebesar $0.00 < 0.05$, maka variabel X (film 1 Kakak 7 Keponakan) berpengaruh terhadap variabel Y (empati sosial mahasiswa).

Uji Parsial (Uji T)

Setelah menentukan nilai koefisien regresi, tahap berikutnya adalah menghitung nilai t hitung untuk menentukan apakah hipotesis alternatif (H_1) diterima atau hipotesis nol (H^0) yang diterima. Hipotesis alternatif (H_1) dianggap diterima dan hipotesis nol (H^0) ditolak apabila nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel. Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih kecil daripada nilai t tabel, maka hipotesis alternatif (H_1) tidak dapat diterima, dan hipotesis nol (H^0) yang diterima. Sehingga, nilai t tabel yang diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$df = N - 2$$

$$df = 63 - 2 = 61$$

Dapat disimpulkan bahwa nilai t tabel pada signifikan 0,05 sebesar 1,67022 dan hasilnya dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 6. Output Uji T Variabel X (Film 1 Kakak 7 Keponakan) dan Variabel Y (Empati Sosial Mahasiswa)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.912	1.964		4.537	< 0.001
	total_x	.672	.075	.752	8.918	< 0.001

a. Dependent Variable: Empati sosial mahasiswa

Sumber: SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel 6. di atas, didapatkan hasil bahwa nilai t hitung sebesar 8,918 dan nilai t tabel 1,99962 maka nilai t hitung $8,918 > 1,67022$, karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H^0) ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan diskusi mengenai pengaruh film *1 Kakak 7 Ponakan* pada empati sosial mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Uji Korelasi, yaitu analisis korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,648, yang berada dalam rentang 0,60 hingga 0,799 dengan kategori kuat. 2) Uji Determinasi, yaitu analisis determinasi menghasilkan nilai sebesar 0,566. Dengan demikian, besarnya pengaruh film *1 Kakak 7 Ponakan* terhadap empati sosial mahasiswa adalah 56,6%, sedangkan sisanya sebesar 43,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor

lain. 3) Uji Regresi Linier Sederhana, di mana penulis menemukan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 8,912 + 0,672 X$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0.00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X (film *1 Kakak 7 Ponakan*) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (empati sosial mahasiswa). 4) Uji Parsial, yaitu keputusannya adalah hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, karena nilai t hitung sebesar 8,918 lebih besar daripada nilai t tabel 1,67022. Sehingga, peneliti dapat menyimpulkan dari pengujian yang dilakukan, bahwa terdapat pengaruh film *1 Kakak 7 Ponakan* terhadap empati sosial mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, E. N., Astutik, D., Masitoh, S., & Khoidah, I. A. (2024). Pembentukan empati siswa melalui pengembangan metode pembelajaran aqidah akhlak di madrasah ibtidaiyah. *Social Science Academic*, 2(2), 163–180.
- Agustin, U. M., Mubina, N., & Hakim, A. R. (2022). Efektivitas penggunaan media film dalam meningkatkan empati pada narapidana kasus kekerasan seksual di lembaga pemasyarakatan kelas IIA Karawang. *Jurnal Psikologi*, 9(2), 114–123.
- Azzahra, D. R., Mariska, R. A., Putri, S. J., Putra, P., Faizal, A. R., & Zaimasuri, Z. (2025). Representasi nilai keluarga dalam film *1 Kakak 7 Ponakan* (analisis semiotika Roland Barthes). *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(3), 486–498.
- Djamaly, M. F., Djumarno, D., Astini, R., & Asih, D. (2023). Literature review: Peran media sosial dalam pemasaran film Indonesia: Analisis kepuasan dan niat beli penonton. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(3), 647–659.
- Fazli, M., Firman, F., & Netrawati, N. (2025). Evaluasi film sebagai sarana pengembangan identitas diri siswa SMP/MTs. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(12), 273–279.
- Kurniawati, A., & Lestari, M. (2025). Nilai sosial dan empati dalam interaksi mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi. *Jurnal Ilmu Sosial Nusantara*, 6(1), 88–97.
- Maulida, S. (2021). Internalisasi nilai sosial dalam perilaku remaja di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 5(2), 144–152.
- Muin, A. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Musfialdy, & Anggraini, I. (2021). Kajian sejarah dan perkembangan teori efek media. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 8(1), 30–42.
- Mustofa, M. B. (2022). Fungsi komunikasi massa dalam film. *At-Tawasul*, 2(1), 1–8.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

- Sholeh, A. A., Kristiawati, I., GS, A. D., Dewi, R., Susanti, R., & Hidayat, R. (2024). Kompensasi terhadap motivasi kerja karyawan pada PT Insolent Raya di Surabaya. *Journal of Management and Creative Business*, 2(1), 82–96.
- Siahaan, A. E. J. (2024). Representasi kekuatan media massa dalam film *Don't Look Up* karya Adam McKay. *Dialogia*, 1(2).
- Silvialorensa, D. D., Aini, E. Q., & Khoirunnisa, S. (2021). Perkembangan peran mahasiswa Universitas Islam Majapahit terhadap kegiatan ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(2), 179–189.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tinambunan, T. M. (2022). Pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi massa di kalangan pelajar. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- Wahab, A. (2022). Sampling dalam penelitian kesehatan. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Kesehatan*, 5(1), 42–49.
- Yusuf, H. (2024). Pengaruh media massa terhadap persepsi dan tingkat kriminalitas: Analisis terhadap efek media dalam pembentukan opini publik. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 1047–1061.