

PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG TAYANGAN MISTIK
(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Channel Youtube Kisah Tanah Jawa
pada Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Gunungkidul)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Galih Ridho Pranowo

NIM 15730052

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Galih Ridho Pranowo
Nomor Induk : 15730052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah asli karya penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 6 Juni 2022

Yang Menyatakan



Galih Ridho Pranowo

NIM 15730052

HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Galih Ridho Pranowo
NIM : 15730052
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PERSEPSI MASYARAKAT DALAM TAYANGAN MISTIS **(Studi Deskriptif Kualitatif Dalam Tayangan Channel Youtube Kisah Tanah Jawa di Masyarakat Dusun Nitikan Barat)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 6 Juni 2022

Pembimbing

Drs. Siantari Rihafono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-606/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2022

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI MASYARAKAT DALAM TAYANGAN MISTIK (Studi Deskriptif Kualitatif di Channel Youtube Kisah Tanah Jawa di Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Semanu, Semanu, Gunungkidul, Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : GALIH RIDHO PRANOWO
Nomor Induk Mahasiswa : 15730052
Telah diujikan pada : Jumat, 17 Juni 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
SIGNED

Valid ID: 62cbefce97b6c



Penguji I

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.
SIGNED

Valid ID: 62b25ccc56c68



Penguji II

Drs. Bono Setyo, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 62bc83cc85015



Yogyakarta, 17 Juni 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 62cd2a78ed5d8

HALAMAN MOTTO

**Yang Paling Menakutkan di Dunia Ini Adalah Hati Manusia, Disanalah
Kebencian Terdalam dan Kesunyian Yang Terpekat Bersembunyi**

(Shinichi Kudo)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamater

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, kesehatan, serta kesempatan sehingga skripsi yang berjudul “Persepsi Di Tayangan Mistik (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Masyarakat Dusun Nitikan Barat di Channel Youtube Kisah Tanah Jawa)” ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam mari kita curahkan kepada junjungan nabi agung Baginda Rasullulah SAW.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi sebagai tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap ketulusan peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
3. Prof. Dr. Iswandi Syahputra S.Ag., M.Si, Selaku Dosen Pembimbing Akademik. yang telah memberikan arahan dan nasihat selama proses perkuliahan kepada peneliti.
4. Drs. Siantari Rihartono M.Si Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan ramah telah memberikan arahan, saran dan bimbingan serta nasihat kepada peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A Selaku Dosen Penguji Satu yang telah membimbing dan memberikan masukan hingga skripsi ini tersusun.
6. Bapak Dr.Bono Setyo M.Si Selaku Dosen Penguji Dua yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga skripsi ini tersusun.
7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
8. Kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan do'a, kasih sayang dan dukungan kepada putranya.
9. Seluruh teman-teman Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015.
10. Masyarakat Dusun Nitikan Barat. Khususnya kepada Bapak Uki Nugroho selaku Dukuh Dusun Nitikan Barat dan teman-teman Karang Taruna Cakra Giri yang sangat membantu dalam penelitian ini.
11. Seluruh teman-teman Markas Kost 75 dan Susu Kental Manis yang sudah memberikan suntikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
12. seluruh pihak yang telah membantu dalam skripsi ini, namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Yogyakarta, 10 Juni 2022



Galih Ridho Pranowo
Nim.15730052

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | ii |
| HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING | iii |
| PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 10 |
| C. Tujuan | 10 |
| D. Manfaat | 10 |
| E. Tinjauan Pustaka | 11 |
| F. Landasan Teori | 16 |
| 1. New Media | 16 |
| 2. Youtube Sebagai New Media | 18 |
| 3. Persepsi | 24 |
| 4. Mistik | 31 |
| G. Kerangka Berpikir | 34 |
| H. Metodologi Penelitian | 35 |
| 1. Metode Penelitian..... | 35 |
| 2. Lokasi Penelitan | 35 |
| 3. Subjek dan Objek Penelitian | 35 |
| 4. Jenis Data..... | 36 |
| 5. Teknik Pengumpulan Data | 37 |

| | |
|--|------------|
| 6. Teknik Analisis Data..... | 38 |
| 7. Teknik Keabsahan Data..... | 40 |
| BAB II GAMBARAN UMUM..... | 41 |
| A. Profil Dusun Nitikan Barat | 41 |
| 1. Sejarah Singkat Dusun Nitikan Barat | 41 |
| 2. Kondisi Geografis Dusun Nitikan Barat..... | 42 |
| 3. Kondisi Demografis | 44 |
| 4. Kondisi sosial budaya dan agama..... | 47 |
| 5. Kondisi Ekonomi..... | 50 |
| 6. Struktur Kelembagaan Padukuhan Nitikan Barat..... | 52 |
| 7. Sarana dan Prasarana Padukuhan | 54 |
| B. Profil Youtuber Kisah Tanah Jawa..... | 55 |
| 1. Tentang Kisah Tanah Jawa | 55 |
| 2. Jenis Konten di Channel Youtube Kisah Tanah Jawa..... | 58 |
| C. Contoh Tayangan Mistik..... | 65 |
| BAB III PEMBAHASAN | 69 |
| A. Informasi Informan | 70 |
| B. Proses Terjadinya Persepsi | 72 |
| 1. Atensi Masyarakat Dusun Nitikan Barat Terhadap Channel Youtube Kisah Tanah Jawa..... | 72 |
| 2. Interpretasi Masyarakat Dusun Nitikan Barat Terhadap Channel Youtube Kisah Tanah Jawa..... | 86 |
| C. Persepsi Masyarakat Terhadap Tayangan Mistik Kisah Tanah Jawa | 111 |
| 1. Ritualistik..... | 112 |
| 2. Interaksi..... | 115 |
| 3. Visualisasi | 118 |
| 4. Karakter..... | 121 |
| BAB IV PENUTUP | 126 |
| A. Kesimpulan..... | 126 |
| B. Saran | 128 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 129 |
| LAMPIRAN..... | 133 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|---------|---|----|
| Tabel 1 | : Telaah Penelitian..... | 15 |
| Tabel 2 | : Klasifikasi Penduduk Berdasar Usia..... | 45 |
| Tabel 3 | : Klasifikasi Penduduk per RT | 46 |
| Tabel 4 | : Klasifikasi Penduduk Berdasarkan Pendidikan | 47 |
| Tabel 5 | : Data Mata Pencaharian | 51 |
| Tabel 6 | : Data Informan | 71 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1 : Data Media Sosial Yang Sering Diakses Masyarakat..... | 2 |
| Gambar 2 : Populasi Pengguna Youtube di Masyarakat Kota Dan Desa | 4 |
| Gambar 3 : Alasan Masyarakat Indonesia Menyukai Hal Mistik | 5 |
| Gambar 4 : Profil Channel Youtube Kisah Tanah Jawa | 7 |
| Gambar 5 : Kerangka Pemikiran..... | 34 |
| Gambar 6 : Peta Dusun Nitikan Barat..... | 43 |
| Gambar 7 : Tradisi Tari Janggrung di Dusun Nitikan Barat..... | 49 |
| Gambar 8 : Struktur Kelembagaan Dusun Nitikan Barat..... | 53 |
| Gambar 9 : Presenter di Channel Youtube Kisah Tanah Jawa | 56 |
| Gambar 10 : Tayangan Gerbang Antar Dimensi..... | 59 |
| Gambar 11 : Kisah Tanah Jawa Feat Dodit Mulyanto..... | 60 |
| Gambar 12 : Tayangan Obrolan Santai..... | 61 |
| Gambar 13 : Tayangan Obrolan Santai KTJ dengan Gaduh Pribadi | 62 |
| Gambar 14 : Tayangan Menjawab Tanya | 63 |
| Gambar 15 : Channel Youtube Jurnalrisa..... | 65 |
| Gambar 16 : Channel Youtube Diary Misteri Sara..... | 66 |
| Gambar 17 : Program Acara TV Masih Dunia Lain..... | 67 |
| Gambar 18 : Program Acara TV Misteri Tukul Jalan-jalan | 68 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I :Interview Guide

Lampiran II :Foto Dokumentasi Dengan Informan

Lampiran III :Profil dan Transkrip Wawancara Dengan Salah Satu Informan



ABSTRACT

Youtube as one of the new media that is often accessed by the public because of the many and varied content causes them to choose to watch any content. One of the content that people like is mystical content. One of the content creators that exists in Indonesian Youtube users is Kisah Tanah Jawa. This research was conducted to determine the public's perception in mystical shows on the Youtube Channel Kisah Tanah Jawa. This process of perception is seen from the process of sensation, attention and interpretation. The basic theory used is the mystical theory (Bungin, 2015). In this theory, the mystique is divided into four dimensions namely ritualistic, interaction, visualization, and character.

The approach method in this study is qualitative, with a descriptive type of research. The method used for data collection is the method of observation and direct interviews with informants, namely the people of Nitikan Barat Village. The results of this study show that the perception of the people of Nitikan Barat Village seen from the usefulness of the show has a positive impression because in addition to adding insight to the audience, it can also be a means of strengthening faith in Allah SWT and avoiding musyrik actions.

Keywords : Perception, Reality Program Mistik, Channel Youtube Kisah Tanah Jawa

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang tumbuh semakin pesat dewasa ini tak dapat dipungkiri menyebabkan berbagai pembaharuan di berbagai sektor kehidupan manusia. Salah satu hasil dari kemajuan itu adalah berkembangnya media-media yang bisa dinikmati oleh masyarakat dunia untuk saling berkomunikasi. Media yang muncul dari perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (*IPTEK*) adalah *New Media* atau biasa kita kenal dengan Media Baru. Menurut Mondry (2008:13) Media baru merupakan media yang menggunakan internet, media online yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun publik. Kehadiran dari *New Media* ini menjadi salah satu jalan yang memudahkan masyarakat dunia untuk saling berkomunikasi secara aktif tanpa ada batas ruang dan waktu. Salah satu bentuk *New media* yang menjadi sarana komunikasi dan penyebaran informasi yang bersifat massal adalah Youtube.

Youtube merupakan salah satu situs yang menyediakan konten berbentuk video yang didalamnya mengandung informasi, hiburan maupun edukasi dengan berbagai macam *genre* yang bisa dilihat oleh *audien*. Youtube sendiri mulai berdiri pada tahun 2005 dan bermarkas di San Bruno, California, Amerika Serikat. Pendirian Youtube diperkarsai oleh tiga orang

founder yaitu Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Karena terus mengalami perkembangan pesat, pada bulan November 2006 *Google* resmi membeli Youtube dengan harga US 1,65 Miliar (dilansir dari laman www.merdeka.com yang diakses pada tanggal 22 November 2019 pukul 18.28 WIB).

Sebagai penyedia layanan video streaming terbesar di dunia, Youtube menjadi salah satu tempat bagi seseorang untuk menonton video secara online. Dalam Youtube seseorang bisa menonton tayangan video sesuai dengan tema atau genre yang mereka sukai. Pengguna Youtube bisa dengan mudah mencari video yang akan ditonton karena di Youtube memiliki mesin pencarian (*Search Engine*) yang memudahkan dalam mencari suatu video dengan kata kunci tertentu. Youtube sendiri bisa diakses dengan menggunakan smartphone maupun komputer yang tersambung dengan internet. Oleh karena itu tak heran Youtube menjadi salah satu media yang disukai oleh masyarakat Indonesia.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
Y
Gambar 1
Data tentang Media Sosial Yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia



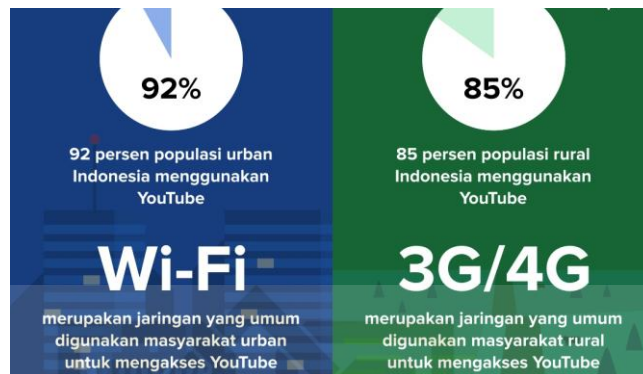
Sumber: (<http://Katadata.co.id/infografik/2019/03/06/Youtube-medsos-no-1-di-indonesia>)

Dari gambar diatas terdapat hasil survei dari *We Are Social* yang menyebutkan diantara media-media baru yang ada, Youtube menjadi media yang paling populer dan sering diakses masyarakat Indonesia terutama untuk memutar musik dengan prosentase sebesar 88% atau sekitar 132 Juta Jiwa (dilansir dari katadata.id yang diakses pada tanggal 20 Oktober 2019 pukul 18.23 WIB). Hasil survei lain dari Google menyatakan bahwa sebanyak 57% pengguna Youtube mencari konten hiburan dan 86% untuk mendapatkan atau mempelajari informasi baru (Dikutip dari laman <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia> yang diakses pada tanggal 28 Mei 2020 pukul 07:49 WIB).

Keberadaan Youtube ini secara tidak langsung menyebabkan pergeseran budaya menonton di kalangan audien. Eksistensi televisi mulai terancam dengan kehadiran Youtube. Menurut riset yang dilakukan oleh *Google* dan TNS menyebutkan jika penikmat tayangan Youtube dan penonton televisi tidak terpaut selisih yang cukup jauh. Dari 1500 responden yang terlibat dalam penelitian, sebanyak 53% menjadi Penonton Youtube dan 57% menyatakan juga masih menonton televisi (Sumber : <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia> yang diakses pada tanggal 28 Mei 2020 pukul 07:49 WIB).

Gambar 2.

Data Populasi Pengguna Youtube di masyarakat kota dan pedesaan



Sumber : <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>

Penambahan jumlah pengguna yang mengakses Youtube ini tentunya tidak terlepas dari kemudahan masyarakat rural atau masyarakat pedesaan dalam mengakses Youtube. Dari data riset yang dilakukan Techinasia menunjukkan jika perbedaan penonton Youtube di Masyarakat Perkotaan dan Masyarakat Rural tidak terpaut jauh. Kemajuan teknologi berupa *Smartphone* yang mulai digunakan oleh masyarakat desa, infrastruktur penyediaan jaringan internet yang semakin baik, terjangkaunya harga paket data internet yang disediakan oleh operator penyedia layanan internet hingga tayangan di Youtube yang relevan dengan minat serta kesukaan masyarakat menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk semakin sering dalam mengakses Youtube.

Sebagai layanan penyedia video, Youtube memiliki beberapa kategori-kategori video. Adapun kategori-kategori video yang ada di Youtube meliputi otomotif, kuliner, perjalanan wisata, olahraga, vlog keseharian, vlog family hingga *paranormal experience* yaitu sebuah tayangan yang mengandung unsur-unsur mistik. Dalam Youtube, tayangan

yang bertema *paranormal experience* yang mengandung unsur mistik menjadi tontonan yang disukai oleh penonton di Indonesia tahun 2019 ini dan menjadi trending di Youtube (Dilansir dari laman nextren.grid.id yang diakses pada tanggal 18 November 2019 pukul 10.53 WIB).

Masyarakat Indonesia dan hal mistik sendiri merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Pengertian mistik sendiri menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah hal-hal gaib yang tidak dapat dijangkau oleh akal manusia tetapi ada dan nyata. Sebagai salah satu negara yang dahulu pernah menganut aliran animisme dinamisme, menyebabkan masyarakat Indonesia pada umumnya tidak dapat dilepaskan dari hal-hal mistik. Hal tersebut dapat dilihat dari kepercayaan dan budaya masyarakat Indonesia tempo dulu yang selalu memasukan unsur-unsur mistik dalam ritual kepercayaan masyarakat. Sampai sekarang beberapa tempat di Indonesia masih memasukan unsur mistik di tengah kemajuan perkembangan teknologi di Indonesia.

Gambar 3



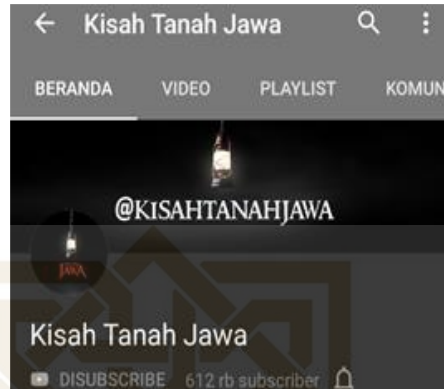
Sumber : (indonesiabaik.id, 2019)

Dari riset yang dilakukan oleh Indonesiabaik.id diatas menjelaskan alasan mengapa tayangan atau konten yang mengandung unsur-unsur mistik selalu mendapat respon dan disukai oleh masyarakat. Terlepas dari masyarakat indonesia yang dulu menganut aliran animisme dan dinamisme, cerita tentang klenik dan berbagai jenis makhluk halus telah dikenal dan terbentuk dalam imajinasi masyarakat yang ada di indonesia. Selain itu tayangan video dengan unsur mistik ini membuat penasaran dan memberikan efek ketagihan bagi yang menonton karena tayangan tersebut mampu memacu *adrenaline* bagi penonton setelah menonton tayangan mistik tersebut.

Karena tayangan mistik amat disukai oleh masyarakat maka konten-konten ini menjadi konsumsi masyarakat di indonesia. Karena sudah menjadi konsumsi, maka tak heran muncul konten-konten yang membahas mistik/ tak hanya dalam bentuk tulisan atau tayangan di di stasiun televisi, tayangan mistik ini mulai merambah ke media baru yaitu Youtube. Disini para *Youtuber*-berlomba-lomba membuat/ konten bertema mistik yang mampu menarik perhatian masyarakat. Adapun beberapa channel Youtube yang membahas tentang hal mistik diantaranya channel Youtube *Paranormal Experience* milik Raditya Dika, kemudian akun Youtube *Jurnalrisa* oleh penulis novel horror Risa Sarasvati, *Diary Misteri Sara* oleh Sara Wijayanto, dan *Kisah Tanah Jawa*.

Gambar 4

Profil Channel Youtube Kisah Tanah Jawa



(Sumber : Akun Youtube Kisah Tanah Jawa)

Kisah Tanah Jawa merupakan salah satu channel Youtube yang menyajikan video dengan bertema horror mistik. Channel Youtube ini dipandu oleh 3 orang asli jogja yaitu Mada Karisma, Hari haohao, dan Genta Bonaventura. Channel Youtube kisah tanah jawa ini mulai aktif pada tanggal 20 Mei 2018. Dalam channelnya, kisah tanah jawa memiliki 79 video yang bisa dinikmati oleh penonton Youtube. Adapun rinciannya ada 33 video yang dibuat dengan tema obrolan santai dan 46 video dengan tema gerbang antar dimensi. Total ada 510.000 ribu subscriber yang mengikuti akun ini dengan jumlah *viewers* total mencapai 21.467.915 kali (Sumber : Channel Youtube Kisah Tanah Jawa).

Perbedaan akun ini dengan channel Youtube bertema mistik yang lain terletak dari penyampaian pesan, yang mana kisah tanah jawa memang memiliki tujuan untuk menceritakan sejarah dari tempat yang mereka kunjungi dalam tayangan videonya. Jadi dalam tayangan videonya, kisah tanah jawa tidak menitikberatkan kepada penampakan sosok makhluk astral

yang ditemui secara nyata ataupun adegan uji nyali maupun kesurupan. Kisah Tanah Jawa lebih fokus untuk mengulik cerita dari tempat yang dikunjungi untuk kemudian diceritakan baik tentang sejarah atau sisi mistik yang ada tentunya dengan tutur kata yang sopan dan memperhatikan tata krama.

Selain menceritakan tentang sejarah yang berkaitan dengan suatu tempat, tim kisah tanah jawa juga pernah membuat konten video video yang berisi tentang obrolan ringan yang membahas seputar hal-hal berbau mistik dengan judul Obrolan Santai. Dalam format video ini, tim Kisah Tanah Jawa akan membahas tentang hal-hal berbau mistik yang erat terjadi dalam kehidupan manusia, Sebut saja seperti fenomena anak indigo, jin pengelaris makanan dan fenomena hilangnya pendaki di suatu gunung

Mistik sendiri sudah menjadi kepercayaan yang dapat ditemui di setiap agama. Allah SWT sendiri berfirman dalam dalam Al Qur'an perihal tentang hal gaib seperti yang termaktub dalam Surat Al Baqarah ayat 3 yang berbunyi :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴿٣﴾

Artinya : yaitu mereka yang beriman kepada yang gaib, yang mendirikan shalat dan menafkahkan sebagian rezeki yang kami anugerahkan kepada mereka, (Q.S. Al Baqarah : 3).

Dari ayat tersebut menjelaskan tentang adanya perintah untuk mengimani dan membenarkan perkara yang gaib yaitu suatu hal yang

sejatinya tidak dapat dijangkau oleh panca indera dan akal pikiran (dilansir dari laman www.tafsirweb.com yang diakses pada tanggal 18 Januari 2019 pukul 21.21 WIB). Perihal gaib sendiri sejatinya menjadi urusan Allah SWT yang meliputi Dzat-Nya, sifat-sifat-Nya, malaikat, jin, setan, iblis dan sebagainya. Dari perintah Allah SWT untuk mempercayai hal gaib membuat rasa keingintahuan dari khalayak untuk mencari tahu tentang hal gaib tersebut.

Adapun dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Masyarakat Dusun Nitikan Barat sebagai subjek penelitian karena berdasarkan hasil observasi peneliti, masyarakat Dusun Nitikan Barat juga menonton Channel Youtube Kisah Tanah Jawa. Dengan maraknya *smartphone* murah dan jaringan internet yang bisa di akses di pedesaan membuat masyarakat dusun Nitikan Barat dapat dengan mudah mengakses Youtube. Sebelumnya memang masyarakat sudah menonton tayangan mistik di media lain yaitu di Televisi. Budaya menonton tayangan mistik ini juga tidak dapat dilepaskan dari kondisi sosial masyarakat yang masih mempercayai akan hal-hal berbau mistik dan klenik. Seperti mengoleksi keris dan menjalankan laku ritualnya karena kepercayaan mereka akan peruntungan yang lebih baik contohnya untuk mencari jabatan yang diinginkan.

Dari permasalahan yang sudah dipaparkan diatas, peneliti tertarik mengetahui tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap tayangan mistik di akun Youtube Kisah Tanah Jawa. Peneliti menyadari bahwa

khalayak menjadi kajian penting dalam melihat seberapa besar perhatian dalam hal ini yang menyebabkan persepsi dalam diri khalayak dalam tayangan video di akun channel Youtube Kisah Tanah Jawa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada halaman latar belakang, maka peneliti merumuskan permasalahan yang ada yaitu :
“Bagaimana Persepsi Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Desa Semanu, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DIY pada tayangan mistik *Channel Youtube* Kisah Tanah Jawa?”.

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang Persepsi Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Desa Semanu, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DIY pada tayangan mistik *Channel Youtube* Kisah Tanah Jawa.

D. Manfaat

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi dan dokumentasi ilmiah untuk perkembangan penelitian terlebih pada bidang Ilmu Komunikasi.

B. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan dan pengetahuan baru khususnya bagi masyarakat Dusun Nitikan Barat.

E. Tinjauan Pustaka

Sumber yang pertama ada skripsi dari Saiful Arif mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2015 dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Reality Show Mistik”. Penelitian ini membahas tentang persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tayangan Dua Dunia di Stasiun TV Trans7.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap tayangan *reality show* mistik Dua Dunia cukup positif karena tayangan tersebut mampu mempertebal iman kepada Allah SWT. Selain itu penonton juga merasa puas terhadap tayangan yang diberikan oleh Dua Dunia karena rasa penasarannya akan misteri yang digambarkan dalam tayangan tersebut yang terjawab. Penonton juga menganggap Isi tayangan yang beragam dan tayangan tersebut asli tanpa rekayasa

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak di objek penelitian yang mana sama-sama membahas tentang persepsi dalam tayangan mistik. selain itu penelitian ini juga sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah pada media yang digunakan yang mana penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan media Youtube. Selain itu tayangan

yang diteliti juga berbeda yang mana dalam penelitian ini peneliti menggunakan Channel Youtube Kisah Tanah Jawa.

Kemudian sumber yang kedua ada skripsi dari Willy Andry Batuara Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area tahun 2018 yang berjudul, “Persepsi Mahasiswa Tentang Tayangan *Reality Show* Karma di ANTV”.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana Persepsi Mahasiswa Tentang Tayangan *Reality Show* Karma di ANTV pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan. Hasil Penelitian adalah tayangan *reality show* karma yang tayang di ANTV menarik perhatian untuk ditonton karena terdapat unsur mistik yang menjadi ciri khas dari acara tersebut. mahasiswa juga menaruh perhatian karena ada unsur "mistik" yang menarik perhatian dalam tayangan tersebut dengan unsur nuansa gelapnya. selain itu berdasarkan nilai yang dianut serta kepuasan terhadap tayangan *reality show* karma ini mahasiswa mengatakan cukup positif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian yang sama yaitu penelitian kualitatif. selain itu juga sama-sama membahas tentang persepsi pada tayangan mistik. Sedangkan perbedaannya adalah dalam penelitian ini menggunakan program acara Karma sebagai objek penelitian sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan

menggunakan tayangan Youtube Kisah Tanah Jawa. Selain itu subjek penelitiannya juga berbeda yang mana dalam penelitian yang akan peneliti lakukan di masyarakat.

Sumber yang ketiga ada skripsi dari Azizaton Nuha Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2020 dengan judul Aspek Mistik Dalam Film Munafik 2. Penelitian ini membahas tentang aspek-aspek mistik yang ada dalam film Munafik 2..

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aspek ritualistik ditunjukkan dengan adanya pemujaan terhadap benda yaitu tengkorak. Selanjutnya yaitu aspek interaksi yang ditunjukkan dengan adanya pertarungan antara manusia melawan makhluk atau kekuatan gaib. Kemudian aspek visualisasi ditunjukkan dengan adanya penampakan realitas gaib dan pertanda makhluk atau kekuatan gaib. Penampakan realitas gaib digambarkan sebagai beberapa sosok seperti sesosok gadis kecil berambut panjang, memakai baju putih berlumuran darah, dan wajahnya nampak hitam dan tidak jelas ataupun sesosok wanita berwajah putih kebiruan memakai jubah hitam yang wajahnya nampak tidak jelas dan kakinya tidak menyentuh tanah, dan lain sebagainya. Sedangkan pertanda makhluk atau kekuatan gaib digambarkan dengan beberapa hal seperti adanya pintu yang tiba-tiba tertutup dan terkunci

tanpa ada yang terlihat melakukannya, dan sebagainya. Yang terakhir yaitu aspek karakter seperti ustadz Adam, Sakinah, dan lain sebagainya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan terletak di objek penelitian yang mana sama-sama membahas tentang aspek mistik. Kemudian juga menggunakan metode yang sama yaitu penelitian kualitatif. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah pada media yang digunakan. Dalam penelitian diatas peneliti menggunakan media film sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan media youtube.

Tabel 1.

Telaah Penelitian

Sumber : Olahan Pribadi

| No | Nama | Judul | Hasil | Persamaan | Perbedaan |
|----|--------|--|--|---|--|
| 1 | Saiful | Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Reality Show Mistik | persepsi mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap tayangan reality show mistik Dua dunia cukup positif karena tayangan tersebut mampu mempertebal iman kepada Allah SWT dan Menciptakan kepuasan setelah menontonnya | <ul style="list-style-type: none"> • sama-sama membahas tentang persepsi dalam tayangan mistik. • Sama-sama menggunakan metode kualitatif. | <ul style="list-style-type: none"> • Media yang digunakan adalah program televisi sedangkan yang akan peneliti lakukan adakah di Youtube. |
| 2 | Willy | Persepsi Mahasiswa Tentang Tayangan Reality Show Karma di ANTV | tayangan reality show karma yang tayang di ANTV menarik perhatian untuk ditonton karena terdapat unsur mistik yang menjadi kekhasan dari acara tersebut . selain itu berdasarkan nilai yang dianut serta kepuasan terhadap tayangan reality show karma ini mahasiswa mengatakan cukup positif. | <ul style="list-style-type: none"> • sama-sama menggunakan metode penelitian yang sama yaitu penelitian kualitatif. • sama-sama membahas tentang persepsi pada tayangan mistik. | <ul style="list-style-type: none"> • subjek penelitian • Media yang digunakan sebagai sarana penelitian. |
| 3 | Vanya | Persepsi Mengenai Tayangan Youtube Jurnalrisa #31”Jangan Kambing Hitamkan Mang Emen” | Dari keempat aspek mistik yang ada, aspek visualisasi menjadi faktor yang dominan | <ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama membahas aspek mistik dalam tayangan. • sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif | <ul style="list-style-type: none"> • Media yang digunakan |

F. Landasan Teori

1. New Media

Istilah media baru atau *new media* telah ada sejak tahun 1960 yang merujuk pada penggunaan serta penerapan perangkat teknologi komunikasi yang terus berkembang dalam suatu media. Dalam artian *New Media* adalah media yang menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital dalam proses komunikasinya.

Menurut *Techencyclopedia* menyatakan *new media* sebagai bentuk berkomunikasi dalam dunia digital, termasuk didalamnya penerbitan elektronik, televisi digital dan yang paling signifikan adalah internet. *New media* memiliki implikasi digunakannya komputer maupun gadget untuk menunjang proses komunikasinya (dilansir pakarkomunikasi.com yang diakses pada tanggal 3 november 2019 pukul 10.00 WIB).

Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Menurut Levy, *new media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan dari media yang berbentuk konvensional ke media digital. Karakteristik dari *new media* adalah adanya mode edit atau sunting yang memudahkan dapat diubah, jaringan yang terstruktur, interkatif dan konten atau isi artikel dalam internet yang dapat ditulis oleh khalyak umum sehingga menghindari terjadinya monopoli informasi dari orang yang berkepentingan.

Dalam teori *new media*, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yaitu :

- a. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.
- b. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki. (Solomon, 2011 : 52).

Sebagai media baru, tentunya *new media* memiliki perbedaan dengan media yang lainnya. Mcquail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* (2010:144) menguraikan beberapa perbedaan *new media* dengan media konvensional meliputi :

- a. *Interactivity*, sebuah indikator terjadinya respon atau inisiatif pengguna media terhadap sumber atau pengirim pesan.
- b. *Social Presence*, dialami oleh pengguna. Dalam hal ini seorang pengguna merasakan *sense of personal contact* dengan orang lain menggunakan suatu medium.
- c. *Autonomy*, diartikan sebagai seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.
- d. *Playfulness*, digunakan sebagai sarana mencari hiburan dan kenikmatan.
- e. *Privacy*, diasosiasikan dengan penggunaan medium dan isi yang dipilih.
- f. *Personalization*, adalah tingkatan dimana isi dari sebuah pesan dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

2. Youtube Sebagai New Media

Youtube merupakan salah satu media yang lahir dari perkembangan teknologi komunikasi terutama internet yang semakin pesat. Youtube sendiri merupakan salah satu situs video yang menyediakan berbagai informasi, edukasi, maupun hiburan dengan berbagai macam tema atau *genre* yang bisa dipilih oleh *audiens*. Situs ini disediakan untuk orang-orang yang memiliki keinginan untuk mencari informasi melalui video dan bisa ditonton langsung secara

fleksibel. Selain digunakan untuk menonton video, Youtube juga bisa digunakan untuk mengunggah video ke server Youtube agar bisa ditonton oleh orang lain di penjuru dunia.

Selain sebagai salah satu media baru, Youtube juga dikaitkan sebagai media komunikasi massa baru karena masifnya penonton dan pengguna Youtube. Hal itu tidak terlepas dari fitur Youtube yang variatif dan interaktif bagi masyarakat. Salah satunya adalah adanya fitur komentar pada tayangan video yang sedang diputar. Hal ini memungkinkan terjadinya interaksi antara si pembuat konten video dengan penonton videonya atau biasa disebut *viewers*. Bahkan sekarang Youtube menyediakan fitur *live streaming* yang mana seseorang bisa menyiarkan langsung aktivitas yang sedang dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone*. Maka tak heran banyak sekarang orang-orang yang menjadi *Youtubers* karena popularitas yang mereka dapatkan.

a. Fitur-fitur di Youtube

Sebagai sebuah media, Youtube tentunya memiliki fitur-fitur yang menjadi ciri khas dan dapat digunakan untuk memudahkan penggunaannya dalam mengakses media tersebut. Fitur-fitur tersebut meliputi :

- 1) Fitur Trending. Fitur ini memudahkan seseorang untuk melihat video apa saja yang sedang *Hits* atau menjadi *Trending Topic* di Youtube.

2) Fitur Subscribe. Fitur ini adalah layanan yang disediakan Youtube untuk memudahkan orang yang mengakses Youtube agar bisa melihat video yang mereka sukai secara *up to date* dengan cara berlangganan dengan channel Youtube yang disukai. Adapun cara berlangganannya dengan cara klik tombol Subscribe yang ada di bawah video yang mereka tonton.

3) Fitur Library. Fitur ini terdiri atas *History*, *Watch Later*, dan *Liked Video*. *History* sendiri adalah riwayat tentang video apa saja yang diakses dalam kurun waktu tertentu. Sementara itu *Watch Later* adalah tayangan video yang telah dipilih oleh pengguna untuk ditonton yang mana penonton bebas menentukan kapan akan menonton video tersebut. Sedangkan fitur *Liked Video* berisi tentang video-video yang pernah disukai oleh pengguna.

4) Fitur Notification. Fitur ini berguna sebagai sarana mengingatkan pengguna Youtube baik itu penonton ataupun pemilik channel Youtube yang sudah berlangganan ketika suatu channel Youtube yang diikuti membagikan konten tayangan baru sehingga para *Subscribarnya* akan mendapatkan berita update dari channel Youtube yang bersangkutan.

- 5) Fitur *Like dan dislike*. Fitur ini memberikan pilihan bagi seseorang yang menonton video untuk menyukai maupun tidak menyukai video yang mereka tonton.
- 6) Fitur *Comment*. Fitur ini memungkinkan seseorang yang menonton video di suatu channel Youtube dapat melakukan interaksi dengan pemilik maupun penikmat video dengan saling berkomentar melalui kolom komentar yang telah disediakan.
- 7) Fitur *Live Streaming*. Fitur ini memungkinkan pemilik akun Youtube atau seorang Youtuber untuk melakukan perekaman secara langsung pada waktu itu juga dan bisa dinikmati oleh para pengunjung akun Youtube yang bersangkutan.

b. Kategorisasi Video di Youtube

Sebagai salah satu kanal penyedia video tentunya Youtube

memiliki banyak sekali jenis kategori video yang ada di dalam situsnya. Secara umum jenis atau tema video di dalam Youtube

terdiri atas :

- 1) Otomotif dan kendaraan. Jenis video ini membahas seputar dunia otomotif dan kendaraan yang dikemas secara unik dan penuh informasi. Contoh Channel Youtubanya ada Otomotif TV, Carmudi dan Otodriver.

- 2) Komedi. Jenis video ini berisi dengan lelucon atau lawakan yang dilakukan seseorang sebagai sarana menghibur. Contoh Channel Youtubnya Ini Talkshow, Malam-Malam NET, Tonight Show.
- 3) Hiburan. berisi dengan konten video yang berisi dengan hiburan. Contoh Channel Youtubnya Tukang Ojek Pengkolan, Dunia Terbalik, Insert Today
- 4) Film dan Animasi. Jenis video ini berisi tentang film maupun animasi kartun Contoh Channel Youtubnya Nusa Official, Falcon Pictures
- 5) Gadgets. Jenis video ini membahas tentang dunia gadget yang mana seorang Youtuber melakukan review sebuah gadget dan menjelaskan fitur-fitur, kelebihan, dan kekurangan suatu gadget. Contoh Channel Youtubnya adalah Gadgetin, Sobat Hape, Ndroid Lime
- 6) Games. Jenis video ini membahas tentang dunia game baik itu game untuk android hingga komputer. Contoh Channel Youtubnya ada Bangskot yang membahas tentang Game *Clash Of Clans* di andorid.
- 7) Musik. Jenis video ini berisi tentang dunia musik dengan berbagai macam genre yang ada. Contoh Channel Youtubnya ada Musiceverywhere, Billboard Indonesia, Dan Musica Studio.

- 8) Berita dan Politik merupakan jenis video yang berisi tentang berita-berita terkini dan isu-isu politik yang sedang terjadi di suatu negara. Contoh Channel Youtubanya Mata Najwa, Indonesia Lawyer Club
- 9) Blog Keseharian Orang. Jenis video ini membahas tentang aktivitas keseharian seseorang yang dibuat dalam konten video blog atau vlog. Contoh Channel Youtubanya adalah Channel Youtube Atta Halilintar, Mael lee, Ria Ricis dan Baim Paula
- 10) Binatang dan Binatang Peliharaan. jenis video ini membahas tentang aneka dunia binatang baik itu binatang buas yang ada di alam bebas ataupun binatang jinak yang menjadi peliharaan. Contoh Channel Youtubanya adalah *National Geographic*
- 11) Olahraga. Jenis video ini membahas seputar dunia olahraga baik itu berupa informasi, siaran langsung, maupun *highlight* berita olahraga. Contoh Channel Youtubanya adalah Beinsports Indonesia, Bolasport, dan Shopee Liga 1
- 12) Perjalanan Wisata. Jenis video ini menjelaskan tentang perjalanan seseorang yang sedang menikmati liburan dengan berwisata di suatu tempat. Contohnya adalah video dari channel Youtube My Trip My Adventure

13) Paranormal Experience. Video ini berisi tentang pengalaman atau hal-hal yang berhubungan dengan sesuatu yang mistik yang pernah dialami oleh seseorang. Contoh Channel Youtube yang membahas tentang paranormal experience adalah paranormal experience milik Raditya Dika, Jurnal Risa dan Kisah Tanah Jawa.

3. Persepsi

Persepsi secara umum diartikan sebagai pandangan, pola pikir, maupun pendapat seseorang terhadap suatu objek. Istilah persepsi sendiri diambil dari bahasa latin "*perceptio*" yang berarti menerima atau mengambil. Menurut Jalaludin Rakhmat (2007:51) persepsi adalah pengalaman tentang suatu objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dan disimpulkan menjadi sebuah pesan berupa informasi setelah melalui proses penafsiran suatu pesan oleh individu. Sedangkan Laura A King dalam Suciati (2015:92) mendefinisikan persepsi sebagai proses mengartikan informasi sensoris untuk memberikan makna.

Dalam proses persepsi tidak dapat terlepas dari proses penginderaan karena proses tersebut merupakan proses awal yang terjadi dalam proses persepsi. Penginderaan sendiri dapat diartikan sebagai stimulus yang diterima oleh individu melalui *reseptor* yang biasa disebut indera. Indera inilah yang menjadi penghubung antara individu dengan lingkungannya.

Dengan panca indera yang kita miliki, indera mengumpulkan informasi dibantu dengan penginderaan yang kita miliki. Contohnya mata menangkap stimuli dengan melihat, hidung dengan mencium, telinga dengan mendengar, lidah dengan merasakan dan seterusnya. Dari stimulus yang ditangkap oleh indera, informasi tersebut diorganisasikan dan diinterpretasikan sehingga suatu individu menyadari dan mengerti tentang sesuatu yang diinderkan sehingga terciptalah persepsi.

a. Kategori Persepsi

Kategori dalam persepsi pada manusia terdiri dari dua bagian yaitu persepsi terhadap lingkungan fisik dan persepsi sosial. Kedua jenis persepsi ini tentunya memiliki perbedaan masing-masing. Adapun jenis persepsi tersebut meliputi :

Pertama, persepsi lingkungan fisik merupakan proses dari penafsiran suatu objek yang tidak memiliki nyawa dan biasa ditemui di sekitar lingkungan kita. Persepsi terhadap objek ini dipengaruhi oleh beberapa hal mulai dari latar belakang pengalaman individu, nilai budaya psikologis, nilai-nilai dan norma, keyakinan, dan kondisi dari alat indera itu sendiri.

Kedua, persepsi sosial adalah proses menangkap arti objek sosial dan kejadian yang dialami dalam suatu lingkungan manusia. Karena setiap orang memiliki sifat

emosional, maka penilaian terhadap seseorang akan mengandung resiko berupa perbedaan mempersepsi. Setiap orang memiliki perbedaan mengenai pandangan realitas sekelilingnya karena setiap orang memiliki persepsi berbeda-beda terhadap lingkungan sosial di sekitarnya.

b. Proses terjadinya Persepsi

Mulyana (2007:181-182) mengidentifikasi ada tiga aktivitas dalam proses persepsi yaitu :

- 1) Sensasi merupakan proses yang merujuk pada pesan yang disampaikan ke otak melalui panca indera yang dimiliki oleh manusia. Sensasi sendiri berasal dari kata *Sense* yang berarti alat penginderaan yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Panca Indera yang menangkap sebuah stimulus kemudian mengubah informasi menjadi bahasa-bahasa yang mudah dipahami otak sehingga terjadilah proses sensasi.

- 2) Atensi merupakan bagian dari persepsi. Sebelum kita merespon dan menafsirkan suatu kejadian atau rangsangan, kita akan melewati proses atensi atau memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Oleh karena itu atensi akan mempengaruhi persepsi secara keseluruhan.

3) Interpretasi merupakan tahap terpenting dalam sebuah persepsi. Interpretasi merupakan proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai makna bagi seseorang. Dalam fase inilah rangsangan yang diterima oleh indera selanjutnya diproses dalam bentuk interpretasi. Dalam menginterpretasikan sebuah informasi, ada faktor-faktor yang mempengaruhi seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi, dan kepribadian.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Dalam proses persepsi ada faktor-faktor yang mempengaruhi. Dalam Rahmat (2009:52) ada 4 faktor yang mempengaruhi proses persepsi yaitu :

1) Perhatian atau atensi

a) Motif

Menurut Rahmat (2005 : 79) membagi motif menjadi dua yaitu motif biologis (motif yang berhubungan dengan kebutuhan saat itu yang perlu dipenuhi) dan motif sosiopsikologis (motif yang meliputi sikap, kebiasaan, dan keinginan seseorang). Motif sendiri adalah dorongan untuk memenuhi suatu kebutuhan yang kita perlukan

sehingga motif mampu mempengaruhi apa yang orang perhatikan.

b) Faktor Eksternal Penarik Perhatian

Adanya faktor eksternal meliputi tentang intensitas, stimuli, kebaruan akan hal-hal baru yang menarik perhatian, dan pengulangan.

2) Interpretasi

a) Pengalaman

Interpretasi berdasarkan pengalaman merupakan persepsi manusia terhadap seseorang, objek maupun kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal yang bersangkutan melalui pengalaman atau pembelajaran masa lalu yang berkaitan dengan, manusia, objek atau kejadian yang serupa.

b) Nilai-nilai yang dianut

Nilai merupakan sebuah komponen dari suatu kepercayaan maupun keyakinan yang dianut dan mengandung kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan. Nilai-nilai sendiri bersifat normatif yang berarti sebuah nilai memberitahukan kepada suatu anggota untuk mengenal budaya yang mengandung apa yang baik dan buruk, benar atau salah dan apa yang harus mereka lakukan dan perjuangkan.

c) Pengharapan

Setiap individu memiliki harapan tentang apapun baik itu berhubungan dengan obyek maupun orang. Harapan ini dibentuk oleh pengalaman sebelumnya dari informasi yang mereka peroleh dari media dan rekan atau kenalan. Selain itu juga bisa dari apa yang mereka lihat, dengar, dan rasakan saat itu.

d) Kebudayaan

Dalam persepsi juga didasarkan pada kebudayaan yaitu didasarkan pada kepercayaan dan pemahaman individu berdasarkan kebudayaan yang mereka percayai.

d. Sifat Persepsi

Beberapa hal yang patut kita pelajari menyangkut persoalan dalam persepsi ini, Mulyana (2000: 176-196) mengungkapkan hal-hal berikut :

1) Persepsi berdasarkan pengalaman

Pola-pola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas (sosial) yang telah dipelajari (pengalaman). Ketiadaan pengalaman terdahulu dalam menghadapi suatu obyek jelas akan membuat seseorang menafsirkan obyek tersebut

berdasarkan dugaan semata, atau pengalaman yang mirip.

2) Persepsi bersifat selektif

Alat indera kita bersifat lemah dan selektif (*selective attention*). Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Atensi kita pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas kita atas rangsangan tersebut

3) Persepsi bersifat dugaan

Oleh karena data yang kita peroleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap, persepsi merupakan loncatan langsung pada kesimpulan. Seperti proses seleksi, langkah ini dianggap perlu karena kita tidak mungkin memperoleh seperangkat rincian yang lengkap kelima indera kita.

4) Persepsi bersifat evaluatif

Tidak ada persepsi yang bersifat obyektif, karena masing- masing melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepentingannya. Persepsi adalah suatu proses kognitif psikologis yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan persepsi bersifat pribadi dan subjektif

yang digunakan untuk memaknai persepsi

5) Persepsi bersifat kontekstual

Konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Konteks yang melingkungi kita ketika kita melihat seseorang, suatu objek atau suatu kejadian sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya juga persepsi kita.

4. Mistik

Mistik adalah pengetahuan yang tidak tidak rasional, sebuah pemikiran yang susah dinalar dengan akal sehat. kata mistik sendiri berasal dari bahasa Yunani, "mystikos" yang berarti rahasia, serba rahasia, tersembunyi, gelap atau terselubung. dengan kata lain aliran mistik adalah sebuah kepercayaan atau paham yang serba rahasia, tersembunyi dan bernuansa gelap dan terselubung. Dalam psikologi komunikasi, kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor *sosiopsikologis*.

Dalam Rakhmat (1991:42) menjelaskan kepercayaan sebagai keyakinan bahwa sesuatu itu benar atau salah atas dasar 3 bukti yaitu sugesti, otoritas, dan pengalaman atau intuisi. kepercayaan ini dapat bersifat rasional maupun irasional dan memberikan persepektif bagi manusia untuk mempersepsi kenyataan, memberikan dasar bagi pengambilan sebuah keputusan hingga menentukan sikap terhadap suatu objek.

Menurut Bungin (2011), unsur-unsur dalam mistik terbagi menjadi beberapa hal meliputi :

a. Ritualistik

Dinamisme : ritual pemujaan terhadap benda-benda atau kekuatan gaib seperti akik, batu, pohon, makam, dan benda ritual.

Animisme : ritual pemujaan pada makhluk halus dan berkekuatan gaib seperti jin, iblis, dan lain-lain.

b. Interaksi

Persekutuan : meminta tolong atau mencari solusi masalah pada makhluk gaib, meminta perlindungan, meminta rejeki, dan lain sebagainya.

c. Visualisasi

Penampakan realitas gaib, munculnya simbol, firasat, makhluk gaib, kekuatan supranatural, dan lain-lain.

d. Karakter

Karakter yang terlibat dalam peristiwa bermuatan mistik atau supranatural seperti kyai atau pemuka agama, dukun, manusia, makhluk atau kekuatan gaib.

a. Jenis Tayangan Mistik

Tayangan mistik merupakan jenis tayangan berupa visual yang berbentuk audio video yang menceritakan tentang hal-hal berbau mistik atau *klenik* yang dekat dengan kebiasaan suatu

masyarakat. Sehubungan dengan itu, jenis tayangan mistik dapat dikategorikan dalam beberapa bentuk, seperti :

1) Mistik-Semi Sains, yaitu jenis tayangan video mistik yang berhubungan dengan fiksi ilmiah. Tayangan ini menceritakan tentang berbagai macam misteri yang ada hubungannya dengan hal ilmiah yang memungkinkan terdapat sebuah kebenaran.

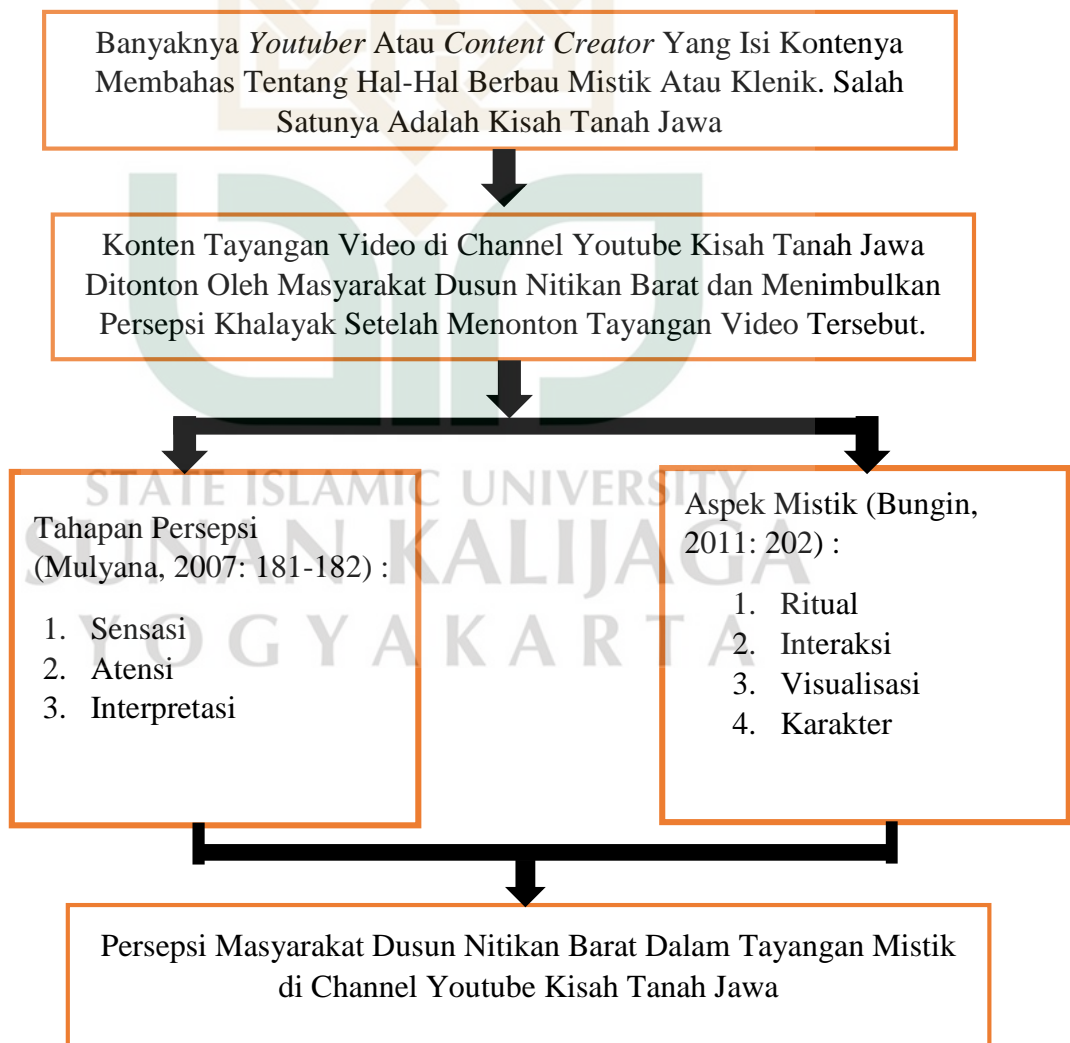
2) Mistik-fiksi, yaitu jenis tayangan video mistik yang berbentuk hiburan dan dibuat secara fiksi. Hal ini berarti misteri yang ada dalam tayangan ini adalah misteri yang secara sengaja dibuat dengan tambahan suasana dan kengerian yang mencekam.

3) Mistik-Horor, yaitu jenis tayangan mistik yang lebih mengeskploitasi pada hal-hal yang berkaitan dengan dunia lain. Seperti hubungan jin, setan, santet, kekuatan-kekuatan supranatural seseorang, kematian tidak wajar, balas dendam, penyiksaan, dan sebagainya.

G. Kerangka Berpikir

Gambar 5

Kerangka Berpikir



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln (1987) dalam Moleong menjelaskan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah dengan maksud menafsirkan dan menjabarkan sebuah fenomena yang sedang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan metode yang ada.

Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan dalam penelitian adalah wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen. Adapun metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif.

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang dijadikan peneliti untuk melakukan penelitian adalah di Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Desa Semanu, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DIY.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Desa Semanu, Kecamatan Semanu, Kabupaten

Gunungkidul, Provinsi DIY. Adapun objek dalam penelitian ini adalah persepsi Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Desa Semanu, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DIY di tayangan mistik pada channel Youtube kisah tanah jawa. Untuk lebih mudah dalam menentukan subjek penelitian maka peneliti merumuskan indikator yang dijadikan pertimbangan, yaitu :

- a. Merupakan Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Desa Semanu, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DIY
- b. Informan pernah menonton tayangan mistik pada channel Youtube Kisah Tanah Jawa sebanyak 15 kali.

4. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan informasi dan keterangan yang diperoleh peneliti dari narasumber langsung yaitu para pihak yang menjadi narasumber penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dari Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Desa Semanu, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DIY yang pernah menonton tayangan mistik pada channel Youtube kisah tanah jawa.

b. Data Sekunder

Data sekunder sendiri merupakan data pelengkap yang menunjang dalam sebuah penelitian dimana data tersebut diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi dan dipublikasikan. Adapun dalam

penelitian ini, peneliti menggunakan sumber berupa buku, jurnal dan artikel terkait yang memiliki hubungan dengan materi yang akan peneliti lakukan.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode Observasi atau pengamatan merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang didapatkan dari peneliti yang terjun langsung ke lapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan dengan peristiwa atau fenomena yang akan dilakukan oleh peneliti (Mantra dalam Ghony:2012). Dalam penelitian ini peneliti terjun langsung ke lingkungan mahasiswa untuk melihat dan mengamati aktivitas mahasiswa di lokasi penelitian.

Dalam metode observasi ini, peneliti kualitatif juga dapat terlibat dalam peran-peran yang beragam mulai dari segi non partisipan sampai partisipan utuh.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data yang diperoleh dari percakapan yang dilakukan oleh dua orang pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (moleong,2009:186).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara mendalam. Menurut moleong (2009:186) wawancara

mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data berupa dokumen yang berbentuk catatan tertulis, foto, maupun video yang menjelaskan suatu peristiwa yang pernah terjadi di masa lalu. Menurut Guba dan Lincoln (1981:235) dalam Moleong mengatakan bahwa dokumentasi dapat digunakan untuk keperluan penelitian karena dapat dipertanggungjawabkan. Dokumentasi merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong. Selain itu, dokumentasi sesuai dengan penelitian kualitatif karena bersifat alamiah, sesuai konteks.

Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan adalah dalam bentuk foto, gambar, serta data-data dokumentasi lain yang mendukung penelitian mengenai persepsi Masyarakat Dusun Nitikan Barat, Desa Semanu, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi DIY.

6. Teknik Analisis Data

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum data-data yang didapatkan di lapangan. Data-data yang direduksi tersebut dirangkum kemudian difokuskan pada hal-hal yang penting kemudian dicari tema dan polanya.

Proses reduksi data tersebut, peneliti melakukan pemeriksaan dan penyederhanaan dari berbagai sumber data yang diperoleh yaitu melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil dari data yang telah direduksi tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih tajam mengenai hasil pengamatan.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses penyusunan data yang relevan untuk menghasilkan informasi yang dapat disimpulkan. Hal ini dilakukan agar data hasil reduksi data tersebut dapat tersusun dengan baik sesuai dengan pola hubungan sehingga mudah untuk dipahami. Penyajian data tersebut dapat berbentuk narasi, bagan, hubungan kategori, diagram dan lain sebagainya.

c. Penarikan Kesimpulan

Data yang telah terkumpul tersebut, peneliti mencari pola, tema, hubungan, persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis ataupun hal lainnya. Kesimpulan yang masih diragukan tersebut, seiring bertambahnya data membuat kesimpulan tersebut lebih *grounded*. Kesimpulan yang didapatkan selama penelitian tersebut

senantiasa harus diverifikasi dengan mencari data baru untuk menjamin validitas atau *confirmability* (Ardianto, 2016:216).

7. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif terdapat berbagai macam teknik keabsahan data yang bisa digunakan oleh peneliti untuk menguji penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Salah satunya teknik keabsahan data yang bisa digunakan adalah triangulasi. Menurut Denzin (1978:350) dalam moleong memdedakan triangulasi menjadi empat macam triangulasi yaitu triangulasi sumber data, metode, peneliti, dan teori.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah teknik menggali kebenaran data atau informasi melalui berbagai sumber data yang berbeda. Misalnya selain peneliti menggunakan wawancara sebagai sarana menggali informasi, peneliti juga melakukan wawancara dengan Bapak Wahyu Setiawan S.Pd selaku budayawan muda sekaligus guru di SMP Muhammadiyah 5 Yogyakarta.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, persepsi Masyarakat Dusun Nitikan Barat terhadap Tayangan Mistik di Channel Youtube Kisah Tanah Jawa positif dan baik. Mulai dari faktor-faktor yang membentuk persepsi mulai dari atensi dan interpretasi hingga aspek-aspek mistik yang ada. Dari faktor perhatian, baik itu faktor internal dan eksternal dari tayangan di Channel Youtube Kisah Tanah Jawa mampu menarik minat informan untuk menonton. Hal inilah yang menyebabkan terjadinya intensitas menonton dari informan.

Interpretasi informan yang berkaitan dengan faktor nilai-nilai, pengalaman, kebudayaan dan agama serta pengharapan juga menghasilkan interpretasi positif yang berpengaruh kepada persepsi para informan. Hal ini dikarenakan dari nilai-nilai yang dianut dalam tayangan Youtube Kisah Tanah Jawa dianggap memiliki kegunaan, kebaikan serta dapat memuaskan kebutuhan informan. Kemudian dari pengalaman masa lalu informan yang pernah bersinggungan dengan hal mistik secara tidak langsung mempengaruhi persepsi informan. Ditambah lagi dalam budaya dan agama yang menurut informan juga tidak ada pertentangan dari nilai-nilai yang ada.

Kemudian dari aspek mistik mulai dari segi ritualistik, persepsi Masyarakat Dusun Nitikan Barat menganggap proses ritual yang ada di

tayangan Youtube Kisah Tanah Jawa itu tujuannya baik. Meskipun ada proses ritual yang biasanya berupa sesaji, itu dapat dimaklumi karena hanya sebatas menghormati sebagai sesama makhluk ciptaan Allah SWT. Selain itu proses ritual masih sering ditemui dalam masyarakat Indonesia. Kemudian dari segi interaksi sendiri Persepsi Masyarakat Dusun Nitikan Barat juga positif. Mereka tidak menganggap interaksi yang dilakukan mengarah ke hal negatif dan ada unsur rekayasa. Persepsi masyarakat sendiri didasari karena pengalaman masa lalu masyarakat yang sering menemui kejadian mistik interaksi yang ada semisal kesurupan dan mediumisasi.

Untuk segi visualisasi sendiri Persepsi Masyarakat Dusun Nitikan Barat juga positif. Mereka merasa penampakan sosok makhluk halus dalam konten tersebut sangat minim. Namun tidak menjadi masalah karena tujuan dari Channel ini adalah untuk berbagi informasi dan wawasan ke penonton bukan untuk menunjukkan eksistensi makhluk halus. Meskipun demikian, untuk memuaskan rasa penasaran penonton, tim Kisah Tanah Jawa membuat gambar ilustrasi makhluk halus yang sedang dibahas. Kemudian aspek terakhir, disini Masyarakat Dusun Nitikan Barat sangat mengapresiasi keberadaan dari presenter dan bintang tamu yang ada karena dianggap memiliki karakter dan pembawaan yang baik sehingga konten yang dibuat oleh tim Kisah Tanah Jawa menarik untuk ditonton. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan masyarakat Dusun Nitikan Barat menonton Channel Youtube Kisah Tanah Jawa.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka peneliti mencatat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan antara lain :

1. Bagi konten kreator di Youtube khususnya yang memproduksi konten mistik horor hendaknya lebih selektif dalam mengangkat tema-tema mistik dan mengurangi frekuensi penggambaran sosok yang terlalu menakutkan. Perihal untuk membuktikan asli atau tidaknya rekayasa konten tersebut, ada baiknya sang pembuat konten bisa membuat konten secara langsung atau mengundang salah satu khalayak untuk menjadi salah satu peserta.
2. Bagi khalayak yang menonton konten video mistik di media Youtube hendaknya dapat dipahami sebagai sarana hiburan dan penyegaran pikiran saja. Jikapun ada informasi yang sifatnya baik dan positif bisa diambil untuk dijadikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi khalayak. Selain itu juga diharapkan khalayak untuk semakin menguatkan keimanan dan keyakinan kepada sang pencipta agar dihindarkan dari hal negatif dan tidak baik kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini Elda. (2021). *Keterampilan berbicara master of ceremony dengan penggunaan media video youtube alan albana pada siswa kelas VIII Smp manba'ul ulum Jakarta tahun pelajaran 2020/2021*. UIN Syarif Hidayatullah. Diambil dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/56097>
- Akbar, A. (2018). Efektifitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV). *Efektifitas YouTube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV*, 16(02), 1–112. Diambil dari [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5845/4/Ali Akbar.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5845/4/Ali%20Akbar.pdf)
- Algiffari, M. (2015). Perancangan Motion Graphic (Bumper In) dan Video Dokumenter Permainan Tradisional Jawa Barat. *Jurnal Sketsa*, 2(1), 49–61.
- Alifiah, L. (2018). Motif Dan Kepuasan Dalam Menonton Tayangan Asing Di Kalangan Perempuan, 1–125.
- Almira, S. K. & S. (2014). Implementasi Strategi Marketing Public Relation dalam Pengelolaan Citra Merek. *Komunikasi*.
- Angkari, S. (2013). Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menonton Program Good Morning Hard Rockers on Sbo. *Jurnal E-Komunikasi*, I(3), 11.
- AnimasiStudio. (2019). Apa itu Backsound dan fungsinya di Video Animasi. Diambil dari <https://animasistudio.com/apa-itu-backsound-dan-fungsinya-di-video-animasi/>
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Simbiosis Rekatama Media. Yogyakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardiyanto, E. (2005). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Budiansyah, A. (2019). Tayangan Paranormal Experience Jadi Top Trending Youtube Saat Ini. Diambil dari <https://nextren.grid.id/read/011624273/tayangan-paranormal-experience-jadi-top-trending-youtube-saat-ini?page=all>
- Bungin, B. (2011). *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cutlip, C. & B. (2006). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Darwanto. (2007). *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewey, J. (2004). *Experience And Education: Pendidikan Berbasis Pengalaman*.

Jakarta: Teraju.

- Edison, & Tambes, R. P. (2019). Peran Editor Video Dalam Produksi Program Sembang Malam Di Ceria Tv Pekanbaru. *Jurnal An-nida'*, 43(1).
- Ghony, D. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Helen Katz. (2010). *The Media Handbook*. London: Routledge.
- Hidayat, A. (2017). *Persepsi Masyarakat Desa Pamongan Kecamatan Guntur Kabupaten Demak Terhadap Program Acara Berita Islami Masa Kini Di Trans Tv*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *ASY SYAR'IIYAH: JURNAL ILMU SYARI'AH DAN PERBANKAN ISLAM*, 5(2), 202–225. Diambil dari <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Joe Goldblatt. (2013). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. London: Wiley.
- Kharisma, Z., Kurniawan, H., & Genta, B. (2020). *Kisah Tanah Jawa Jagad Lelembut*. Jakarta: Gagas Media.
- kurniawan prasetyo. (2019). Kurniawan, Boedi, Aprilia: Pengaruh Gaya Komunikasi Presenter Talkshow.... *Jurnal Visi Komunikasi*, 18(01), 64–77.
- Lidwina, A. (2021). 94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>
- Liliwari, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Majid, A., & Andayani, D. (2011). *Pendidikan karakter perspektif Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Manunggal, T. P. (2018). *Fungsi Suara Latar Sebagai Penunjuk Setting Dalam Film A Copy of My Mind*. Institut Seni Indonesia.
- Mcquail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mellyaningsih, A. (2016). Motif Subscriber Menonton Channel YouTube Raditya Dika. *Motif Subscriber Menonton Channel YouTube Raditya Dika*, 4(1), 1–12. Diambil dari <https://media.neliti.com/media/publications/76701-ID-none.pdf>
- Moleong, L. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, A. (2014). , *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2012). *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan*

Sosioteknologi. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.

- Novita, D. (2019). Pengaruh Berita Hoax Penculikan Anak di Grup Facebook Liputan Kendal Terkini Terhadap Perilaku Masyarakat Desa Karanganom Kecamatan Waleri Kabupaten Kendal. *Jurnal Komunikasi*.
- Nugraha, P. M. (2019). Penerapan Sound Effet dengan gaya Hyperreallity pada film fiksi “malam minggu kliwon.” *Program studi Televisi dan Film*, 2.
- Nurtyasrini, S. (2016). Pengalaman Komunikasi Pemulung Tentang Pemeliharaan Kesehatan Diri Dan Lingkungan Di Tpa Bantar Gebang. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(2), 219–228. Diambil dari <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n2.9>
- Pertiwi, W. K. (2021). Sejarah YouTube, Berawal dari Situs Kencan Online hingga Dibeli Google. Diambil 12 Februari 2022, dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/15310057/sejarah-youtube-berawal-dari-situs-kencan-online-hingga-dibeli-google?page=all>
- Praditya, D. (2018). 3 Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan YouTube di Indonesia. Diambil dari <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>
- Prasetyo, R. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Safari, L. (2018). Unsur Suara Membangun Suspense Pada Film “Gravity.” *Unsur Suara Membangun Suspense Pada Film “Gravity.”*
- Siregar, M. D. C., Aritonang, A. I., & Budiana, D. (2019). Motif Dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel Youtube Tasya Farasya. *Jurnal e-Komunikasi*, 7(2). Diambil dari <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/10297%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/viewFile/10297/9202>
- Sobur, A. (2011). *Psikologi Umum : Dalam Lintasan Sejarah*. Bandung: Pustaka Setia.
- suciati. (2016). *Psikologi Komunikasi : Sebuah Tinjauan Teoritis dan Persepektif Islam*. Yogyakarta: Buku Liter.
- Suyono, C. (2009). *Dunia Mistik Orang Jawa*. Yogyakarta: LKIS Printing Cemerlang.
- Syahputra, I. (2011). *Rahasia Simulasi Mistik Televisi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Utami, S. S. (2019). *Strategi Komunikasi News Presenter Dalam Penyampaian Berita*. Universitas Sumatera Utara.
- Walgito, B. (2002). *Pengantar Pskologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Widuhung, S. M. (2021). Efek Komunikasi Tayangan Horor Youtube Jurnalrisa Terhadap Subscribarnya. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 21(2), 108–115. Diambil dari <https://doi.org/10.31294/jc.v21i2.10510>
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659. Diambil dari <https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>
- YUNANTO, T., Arfan, A., & Jamilah, J. (2020). Upaya Peningkatan Kompetensi Presenter Berita Televisi Di Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (Lpp Tvri) Jambi. Diambil dari <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/4108>
- Zahary. (2019). *Analisis Kompetensi Presenter Acara Talkshow Rosi Di Kompas Tv Menurut Pedoman Perilaku Penyiaran Dan Standar Program Siaran (P3sps)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA