

NILAI-NILAI KEIMANAN DALAM MEDIA SOSIAL
(ANALISIS RESEPSI PENGIKUT AKUN YOUTUBE KISAH TANAH JAWA)



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

**MAHDY PERWIRA UTAMA
17102010036**

Pembimbing:

**Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1 006**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1693/Un.02/DD/PP.00.9/11/2022

Tugas Akhir dengan judul : NILAI - NILAI KEIMANAN DALAM MEDIA SOSIAL (ANALISIS RESEPSI PENGIKUT AKUN YOUTUBE KISAH TANAH JAWA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MAHDY PERWIRA UTAMA
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010036
Telah diujikan pada : Selasa, 04 Oktober 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
SIGNED

Valid ID: 635bd528f5ae



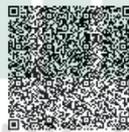
Penguji I
Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 635b750605f1d



Penguji II
Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 634e0761acd



Yogyakarta, 04 Oktober 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6360a317e972c

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230
E-mail : fdk.uin-suka.ac.id. Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Mahdy Perwira Utama
NIM : 17102010036
Judul Skripsi : NILAI-NILAI KEIMANAN DALAM MEDIA SOSIAL
(ANALISIS RESEPSI PENGIKUT AKUN YOUTUBE KISAH TANAH JAWA)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wasalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 21 September 2022

Mengetahui:

Ketua Program Studi


Nanning Mizwar I., S.Sos., M.Si.
NIP 19840307 201101 1 013

Dosen Pembimbing Skripsi


Dr. IL Akhmad Rifa'i, M.Phil
NIP 19600905 198603 1 006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mahdy Perwira Utama
NIM : 17102010036
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas. : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **NILAI-NILAI KEIMANAN DALAM MEDIA SOSIAL (ANALISIS RESEPSI PENGIKUT AKUN YOUTUBE KISAH TANAH JAWA)** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku

Yogyakarta... 24 September 2022

Yang Menyatakan,



Mahdy Perwira Utama
17102010036

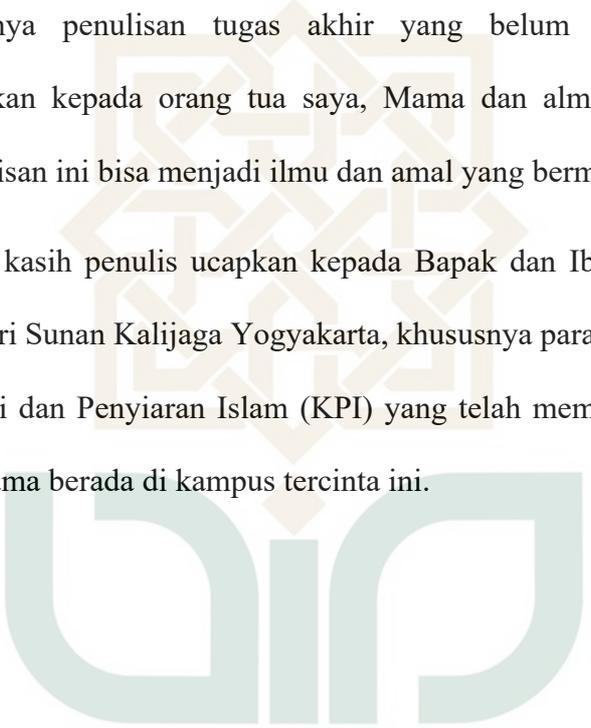
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, allahumma shalli'ala Muhammad,

Selesainya penulisan tugas akhir yang belum sempurna ini saya persembahkan kepada orang tua saya, Mama dan almarhum Papi tercinta. Semoga tulisan ini bisa menjadi ilmu dan amal yang bermanfaat.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islma Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya para dosen program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama berada di kampus tercinta ini.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

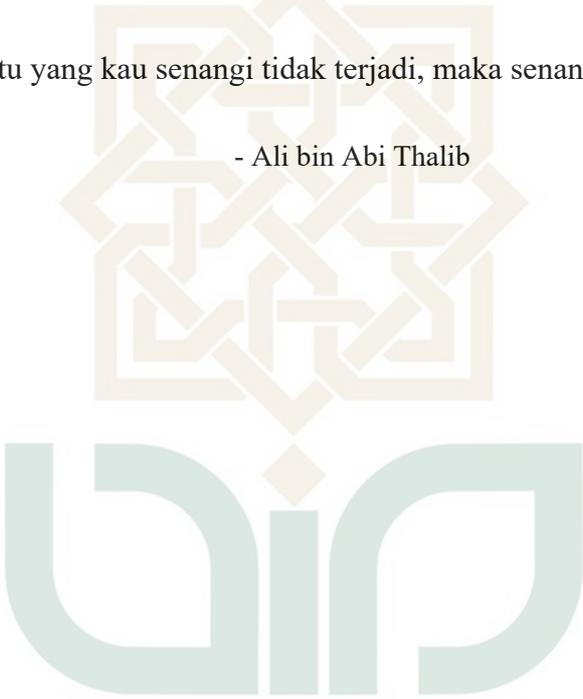
MOTTO

“Anda bisa menjadi segalanya dalam hidup, tetapi yang terpenting adalah menjadi orang baik.”

- Shams Tabrizi

“Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi, maka senangilah apa yang terjadi.”

- Ali bin Abi Thalib



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, telah memberikan nikmat sehat dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat serta salam kepada Nabi Muhammad ﷺ panutan kehidupan, semoga beliau berkenan memberikan syafaat dihari akhir.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si, yang senantiasa memberikan dukungan.
4. Dosen pembimbing akademik, Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si. yang telah memberi motivasi dan arahan kepada peneliti.
5. Dosen pembimbing skripsi, Dr. H. Akhmad Rifai, M.Phil. yang telah memberikan waktu, motivasi, semangat, masukan, saran, dan membimbing dari awal pengerjaan hingga selesainya skripsi ini.

6. Segenap dosen dan karyawan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terima kasih atas ilmu dan bantuan yang diberikan.
7. Para admin atau anggota yang dituakan di komunitas Javanica Plat H terutama ibu Indarti Sulistyaningsih yang telah meluangkan waktu menjadi narasumber penelitian.
8. Orang tua yang tinggal satu-satunya yang tersisa, Mama Munasyifak yang tiada henti memberikan kasih sayang dan dukungan dari segi moral, moril, hingga segala pernik-pernik kehidupan lain yang tak lekang oleh waktu.
9. Mbak Lia dan Mas Ting Harto, Mba Jati, Mba Iin dan Mas Rio yang terus memberikan perhatian dan motivasi skripsi cepat kelar kepada anak nomor empat (4) ini.
10. Partner pemberi warna-warni kehidupan: Rini, terima kasih sudah bersama melukis warna yang begitu banyak dan indah di kota Jogja tercinta ini.
11. Sobat diskusi perkara hidup; Yovie Febriansyah, Khairul Amanillah, Arijul Ulya, Hafid Ihya, Yusril Hadi dan Amalludin Farhan yang memberikan kesan bahwa kuliah memang sesenang ini.
12. Teman-teman di Suka TV, yang telah banyak memberikan ilmu dalam dunia pertelevisian dan dalam berorganisasi.
13. Teman-teman seperjuangan dari kota asal yang bersama-sama ke jogja, Sultan Salahuddin, Huda Badres, Ikhsan Londo, Asad Dirana, Damar

Saksomo Jati, dan Putri Lestari.

14. Sahabat-sahabatku dari kecil Rizky (Weng), Jati (Siom), Errico, Abi, dan Firnanda (Canus) yang selalu memberikanku dukungan.

15. Seluruh kawan seperjuangan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017.

Sebagai penutup, penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran membangun sangat disambut baik. Harapan penulis, semoga penelitian dan keseluruhan skripsi ini dapat bermanfaat di masa mendatang.

Yogyakarta, 09 September 2022

Peneliti

Mahdy Perwira Utama

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

17102010036

ABSTRAK

Utama, Perwira Mahdy (2022). Nilai – Nilai Keimanan Dalam Media Sosial (Analisis Resepsi Pengikut Akun Youtube Kisah Tanah Jawa). Skripsi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Tahun 2022.

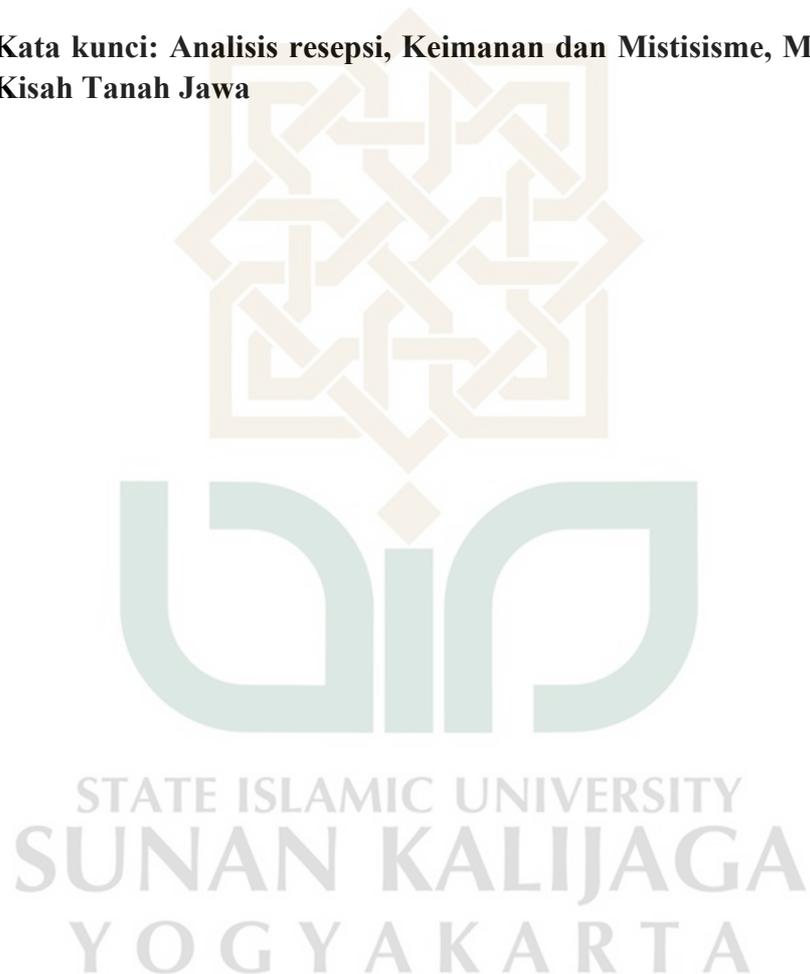
Teknologi sebagai media komunikasi berkembang seiring zaman, kini berbagai *niche* media sosial pun tersedia. Youtube sebagai media sosial berbasis video dengan audiens digital lekat pada varian model tayangan. Kentalnya nuansa keagamaan terlebih Islam di Indonesia, keseharian khalayak meneladani nilai-nilai keimanan dalam kepercayaannya (Syariat Islam). Spesifik sajian konten tayangan mistis pun menjadi pilihan hiburan dari media *mainstream* hingga digital (Youtube). *Channel* Youtube Kisah Tanah Jawa, satu saluran penyedia tayangan mistis yang diminati khalayak maya dengan model tayangan berupa penalaran dan cerita penelusuran baik situs mistis maupun fenomena supranatural di kawasan Pulau Jawa. Oleh karena itu, peneliti ingin memahami respon khalayak memaknai pesan terkait nilai-nilai keimanan dalam tayangan mistis Youtube Kisah Tanah Jawa.

Demi mendapat pemahaman respon terkait, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif disertai pendekatan metode analisis resepsi melalui diskusi terfokus (FGD) sebagai media dalam memahami proses penerimaan pesan khalayak atas konten tayangan dengan ketentuan kriteria narasumber sebagai peserta diskusi. Penggunaan analisis resepsi ditujukan memperoleh pemahaman respon atau *decoding* khalayak secara utuh, sebagai bentuk pendalaman maka peneliti menuliskan pengkajian secara deskriptif. Resepsi khalayak digolongkan dalam tiga kategori pemaknaan, yakni; (1) Hegemonic Reading Position, (2) Negotiated Reading Position, (3) Oppositional Reading Position.

Adapun hasil penelitian yang berhasil ditemukan dua posisi pemaknaan terkait nilai-nilai keimanan dalam konten tayangan mistis *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa. Pertama, Hegemonic Reading Position – Khalayak menyepakati kandungan nilai terkait diterima baik secara langsung maupun tidak dalam konten tayangan dengan varian sudut pandang bersumber pada preferensi individu sebagai bentuk penguatan resepsi kolektif. Kedua, Negotiated Reading Position – khalayak menyepakati konten tayangan mistis sebagai sarana hiburan yang edukatif dan informatif tentang keimanan berbasis supranatural namun muatan kontennya terdapat batasan berupa pemahaman khalayak pada Syariat Islam. Kecenderungan perbedaan pendapat posisi negosiasi dapat dikompromikan, penerimaan pesan dengan nilai keimanan dalam konten mistis ini menjadi penyempurna sekaligus

wawasan baru khalayak dalam merespon sesuatu. Demikian kesimpulan berupa penerimaan pesan khalayak perlu berimbang dilandasi keimanan pada syariat islam dan konten tayangan mistis *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa memuat pesan nilai-nilai keimanan dan bernuansa islami memiliki penerimaan yang cukup baik, disampaikan secara naratif didukung simbol, teks, gestur dan praktik supranatural agar relevan dengan unsur mistis sebagai segmentasi tayangan terkait.

Kata kunci: Analisis resepsi, Keimanan dan Mistisisme, Media Online, Kisah Tanah Jawa



ABSTRACT

Utama, Mahdy Perwira (2022). Values of Faith in Social Media (The Reception Analysis of Kisah Tanah Jawa Youtube Followers). Thesis of the Islamic Communication and Broadcasting study, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University of Yogyakarta, 2022.

Technology as a communication medium have develop till today, various social media niches are also available. Youtube as a video-based social media with a digital audience is attached to the variant of the impression model. The thick nuances of believers, especially Islam in Indonesia, the daily life of audiences exemplifie their values of faith (Shari'a). Specifically, the existance of mystical show is also an entertainment content choice from mainstream to digital media (Youtube). Kisah Tanah Jawa Youtube channel, provides mystical shows in digital media form with high demand audiences. It shows various content personas like reasoning and search stories both mystical sites also supernatural fenomenas in Java Island. Therefore, researchers want to understand the response to interpret messages that related to faith values in the Youtube Kisah Tanah Jawa mystical show.

In order to understand the related response, researchers used a qualitative research approached by the reception analysis method through focused group discussion (FGD) as a medium to receive and process audience messages of the content impression with categorized sources person as participants. The aim of reception analysis is obtaining a complete understanding of the response or decoding process, as a deepening form, the researcher descriptively writes the study. Audience receptions are classified into three categories of meaning, namely; (1) Hegemonic Reading Position, (2) Negotiated Reading Position, (3) Oppositional Reading Position.

The research finds that audiences have two meaning position related to faith values in the content of the Youtube Kisah Tanah Jawa mystical show. First, Hegemonic Reading Position – The audience agrees that the content of related values is accepted either directly or indirectly in the content of the show with a variety of points of view sourced from individual preferences as a form of strengthening the collective reception. Second, Negotiated Reading Position – the audience agrees on the content of mystical shows as a means of educational and informative entertainment about supernatural-based faiths but the content of the content has limitations in the form of audience understanding of Islamic Law (Shari'a). The tendency of audience statements in negotiation positions can be compromised, the acceptance of messages with the faith value in this mystical content becomes a perfection as well as a

new insight of the audience in responding to something. The conclusion in the audience respons need to be balanced based on faith in sharia and Youtube Kisah Tanah Jawa mystical show contents contain faith values and Islamic nuances messages have a fairly good reception, delivered in general and narratively supported by symbols, texts, gestures and supernatural practices to be relevant to mystical elements as a segmentation of related shows.

Keywords: Reception analysis, Faith and Mysticism, Online Media, The Story of the Land of Jawa



DAFTAR ISI

COVER.....	I
HALAMAN PENEGERAHAN.....	II
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	III
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	V
MOTTO.....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
ABSTRAK.....	X
DAFTAR ISI.....	XIV
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
1. Kegunaan Teoritis.....	7
2. Kegunaan Praktis.....	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	12
1. Nilai-Nilai Keimanan	12
2. Media Sosial	15
3. Youtube	17
4. Analisis Resepsi.....	19
5. Proses Encoding dan Decoding	23
G. Metode Penelitian.....	28
1. Pendekatan Penelitian.....	28
2. Objek dan Subjek Penelitian.....	29
3. Sumber Data	30
4. Teknik Pengumpulan data	30
5. Teknik Analisis dan Interpretasi Data	35
H. Sistematika Pembahasan	38
BAB II GAMBARAN UMUM.....	40
A. Channel Youtube Kisah Tanah Jawa	40

B. Javanica Plat H	48
BAB III.....	52
A. Encoding konten Youtube Kisah Tanah Jawa.....	52
B. Decoding resepsi khalayak terkait konten Youtube Kisah Tanah Jawa.....	59
1. Penerimaan anggapan penonton pada konten Youtube Kisah Tanah Jawa...	61
2. Penerimaan nilai keimanan dalam konten Youtube Kisah Tanah Jawa	63
3. Penerimaan sisi keislaman dalam konten Youtube Kisah Tanah Jawa	65
4. Penerimaan sisi positif atas konten Youtube Kisah Tanah Jawa.....	68
5. Penerimaan sisi negatif atas konten Youtube Kisah Tanah Jawa.....	70
6. Penerimaan relasi keimanan dalam konten Youtube Kisah Tanah Jawa	72
7. Penerimaan pengaruh pandangan peserta atas hasil diskusi terfokus.....	74
8. Saran atas resepsi penonton konten Youtube Kisah Tanah Jawa	76
C. Analisis data resepsi khalayak terkait konten Youtube Kisah Tanah Jawa	78
BAB IV	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	95
Daftar Pustaka.....	96
LAMPIRAN.....	98
Lampiran 1: Transkrip forum diskusi grup.....	98
Lampiran 2: Daftar Riwayat Hidup.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo Channel Youtube Kisah Tanah Jawa.....	40
Gambar 1.2. Profil Channel Youtube Kisah Tanah Jawa.....	41
Gambar 1.3. Terbitan Novel Tematik Kisah Tanah Jawa.....	42
Gambar 1.4. Potret Kolaborasi Konten Kisah Tanah Jawa.....	43
Gambar 1.5. Sampul Seri Drama Kisah Tanah Jawa: Merapi (2019)	44
Gambar 1.6. Capaian Data Terkini Konten Kisah Tanah Jawa.....	45
Gambar 1.7. Komunikasi Beragam Regional Komunitas Kisah Tanah Jawa.....	47
Gambar 1.8. Logo Javanica Plat H.....	48
Gambar 1.9. Penelusuran Sejarah Gunung Talang dan Kota Lama Semarang.....	49
Gambar 1.10. Aktivitas Grup Whatsapp Javanica Plat.....	49
Gambar 1.11. Kegiatan Komunikasi Bersama Ibu Indarti.....	53
Gambar 1.12. Cuplikan Tayangan Seri Taman Bermain Wonderia.....	54
Gambar 1.13. Cuplikan Tayangan Seri Alas Ketonggo.....	56
Gambar 1.14. Sesi Diskusi Terfokus Perihal Topik Penelitian.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pemetaan resepsi audiens dalam FGD	36
Tabel 1.2. Klasifikasi nilai-nilai keimanan dalam tayangan KTJ.....	58
Tabel 1.3. Resepsi anggapan penonton pada konten Youtube KTJ.....	61
Tabel 1.4. Resepsi nilai keimanan dalam konten Youtube KTJ.....	63
Tabel 1.5. Resepsi sisi keislaman dalam konten Youtube KTJ.....	66
Tabel 1.6. Resepsi dampak positif dalam konten Youtube KTJ.....	68
Tabel 1.7. Resepsi dampak negatif dalam konten Youtube KTJ.....	70
Tabel 1.8. Resepsi relasi keimanan dalam konten Youtube KTJ.....	72
Tabel 1.9. Verifikasi resepsi penonton dalam diskusi terfokus.....	74
Tabel 1.10. Saran konten atas resepsi penonton.....	76
Tabel 1.11. Analisis resepsi penonton dalam sesi diskusi terfokus.....	79
Tabel 1.12. Klasifikasi posisi resepsi narasumber dalam FGD.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keimanan adalah prinsip hidup yang ada pada setiap orang dan harus dihormati. Percaya pada sesuatu adalah arti umum dari kepercayaan. Dalam Islam, keimanan terekam dalam berbagai komponen, atau yang lebih dikenal dengan rukun keimanan, dan semua umat Islam harus mengetahui rukun iman ini karena telah menjadi sistem kepercayaan seluruh umat Islam. Keyakinan memiliki arti yang berbeda dalam aspek kehidupan yang berbeda. Keyakinan dalam kehidupan bermasyarakat tidak selalu mencakup semua aspek keagamaan, tetapi aspek keimanan yang utuh berkorelasi positif dan berpengaruh penting terhadap kualitas hidup masyarakat dan manusia.¹

Beragam keimanan ada di setiap aspek kehidupan, termasuk proses komunikasi. Setiap harinya manusia selalu berhasrat mengetahui informasi yang terlintas dalam pikirannya. Komunikasi adalah salah satu proses mendapatkan informasi baik antar individu manusia berkomunikasi dengan menyampaikan dan menerima pesan dari beragam saluran sampai menggunakan media publik atau yang disebut komunikasi massa. Di zaman digital sekarang, manusia sudah sampai menggunakan teknologi sebagai

¹ Shofaussamawati. (2016). Iman dan Kehidupan Sosial. *Riwayah: Jurnal Studi*

pola penyebaran informasi kepada khalayak umum. Perkembangan dalam media informasi yang digunakan manusia yang semakin hari semakin berkembang ini hingga dibedakan menjadi dua, yaitu media lama (*old media*) dan media baru (*new media*).² Kemajuan teknologi berbentuk internet dan media sosial, media baru (*new media*) mampu dengan mudah menggeser media lama (*old media*) dalam menyampaikan informasi. Media sosial memiliki posisi mendominasi karena sangat gampang diakses di mana dan kapan saja serta memiliki sumber yang tanpa batas. Seperti contohnya televisi dan radio yang berbentuk audio-visual mulai tersaingi oleh kehadiran Youtube.

Media sosial berbasis video yang dinamakan Youtube pamornya semakin melejit dalam satu dekade terakhir. Youtube memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga pengguna internet di dunia. Hingga Maret 2015, pembuat konten di Youtube sudah mengunggah 10.000 video karena membuat akun atau *channel* di Youtube dan meraih pendapatan dari pelanggan atau penayangan yang menghasilkan uang.³ Setiap harinya Youtube dapat menayangkan hingga ratusan juta kali durasi dan penayangan video. Youtube menjangkau beragam segmen pemirsanya dari anak-anak hingga usia dewasa dan semua kelas ekonomi.

² Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, Stefi Harilama, "Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi". Jurnal Acta Diurna, Vol. 6 No. 1 (2017) hlm. 2

³ *Ibid.* hlm. 2

Konten video yang disajikan Youtube berbagai macam, seperti dunia Musik, Film, Informasi, Pendidikan, Keagamaan, hingga konten Mistis.

Salah satu konten yang sedang diminati publik adalah *channel* Youtube yang menyajikan tontonan dengan konten mistis. *Channel* tersebut salah satunya *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa yang hingga Oktober 2022 sudah memiliki hingga 2,39 Juta *subscriber*. Kisah Tanah Jawa memberikan sajian tayangan investigasi mengenai kisah mistis dan mitos sejarah yang sudah ada di Pulau Jawa. *Channel* ini terbentuk karena seorang penulis dan rekan sejawatnya yakni Hari Setiawan, Mada Zidan dan Bonaventura D Genta, yang juga menjadi pengisi dalam video-video yang diunggah oleh Kisah Tanah Jawa. Tujuan dari tayangan tersebut adalah mengenalkan sejarah dan budaya Indonesia, khususnya di kawasan Pulau Jawa yang sekarang sudah dilupakan oleh generasi sekarang.⁴ Untuk menarik perhatian khalayak, tayangan Youtube Kisah Tanah Jawa dikemas dengan pendekatan mistisisme di dalam penelusuran yang sarat kultur dan sejarah.

Mistisisme lekat sekali dengan struktur masyarakat Indonesia, khususnya sejak dahulu pulau jawa diketahui sebagai penganut aturan-aturan hukum adat serta sistem keagamaannya yaitu animisme dan dinamisme yang telah menjadi inti sebuah kebudayaan dan saling berkaitan

⁴ Gresnia Arela Febriani, " Kenal Dekat dengan Kisah Tanah Jawa yang Cerita Horornya Bikin Merinding", *wolipop* <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-4697668/kenal-dekat-dengan-kisah-tanah-jawa-yang-cerita-horornya-bikin-merinding>, diakses pada 19 November 2020.

dengan segala aktivitas kehidupan masyarakat. Keadaan yang ada pun membuat masyarakat kita menjadi masyarakat yang bersifat statis dan konservatif.⁵ Dalam dunia Islam, mistisisme ini sangat rentan menjadi sebuah bentuk kepercayaan takhayul dan kemusyrikan yang bertentangan dengan nilai-nilai keimanan. Tetapi, menonton tayangan yang berbau mistik itupun tidak terdapat larangan dengan syarat tidak mempengaruhi keimanan kita terhadap Allah SWT.

Tayangan yang berbau mistis bagi sebagian khalayak menjadi sebuah tayangan yang dianggap tidak sopan atau tabu. Namun, tayangan mistis atau membicarakan tentang mistis bagi sebagian orang justru mengasyikkan. Dengan alasan tersebut, *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa mengemas kontennya dengan memadukan kegiatan mistisisme dengan nilai pendidikan, sejarah, dan religiusitas (keimanan). Tayangan yang disajikan Kisah Tanah Jawa ini memberikan penjelasan-penjelasan yang berisikan hal-hal yang harus dibenarkan ataupun tidak seharusnya dilakukan dalam konteks mistisisme dan keimanan. Keterkaitan Dengan memberikan sebuah pengenalan sejarah melalui unsur mistisisme ini sangatlah mempunyai banyak resepsi yang muncul di benak khalayak, salah satunya unsur dalam konten tersebut menjelaskan tentang hal-hal yang sangat berkaitan dengan nilai-nilai keimanan. Muatan nilai-nilai keimanan yang termuat disampaikan oleh *host* sebagian besar beririsan dengan ajaran Islam.

⁵ Ridwan, "Mistisisme Simbolik dalam Tradisi Islam Jawa", *Jurnal Studi Islam dan Budaya*, vol 6, no 1, 2008

Kisah Tanah Jawa selaku penyedia konten mistis dengan pendekatan sajian media yang cukup variatif dibandingkan pada media arus utama membuat peneliti tertarik untuk melihat lebih dekat tentang adanya fenomena konten mistis dalam platform digital yakni Youtube. Hal ini ditunjukkan dengan model konten media arus pertama yang menjadi *trendsetter* berupa uji nyali, berbeda dengan *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa mampu memberikan diferensiasi konten berupa penelusuran, review perjalanan, tapak tilas tempat suci hingga pembelajaran supranatural yang dikemas dengan apik sebagaimana selera video masa kini. Selain itu juga, tayanga konten Kisah Tanah Jawa acapkali melibatkan ‘orang pintar’ atau juru kunci situs untuk dapat terlibat dalam konten entah untuk mengarahkan perjalanan maupun diminta keterangan pelengkap dari penelusuran yang tak sempat terekam oleh tim Kisah Tanah Jawa.

Ketertarikan peneliti dimulai dari bahan perbincangan kejadian mistis di lingkup pertemanan yang acapkali muncul baik secara langsung atau tidak langsung berkorelasi dengan konten mistis *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa. Sejalan dengan fokus penelitian ini merujuk pada tingginya antusias audiens loyal atau yang menantikan tayangan konten penelusuran dan aktif saut menyaut dalam kolom komentar menanggapi sajian konten yang dihadirkan oleh tim Kisah Tanah Jawa. Beragam komentar audiens tersebut turut menjadi bahan pertimbangan tim Kisah Tanah untuk mempersiapkan dan memilah daerah tujuan untuk konten penelusuran selanjutnya.

Pemunculan komentar audiens secara konteks merujuk pada bagian video *Host* yang sedang menjelaskan peristiwa mistis yakni berupa merefleksikan pengalaman mereka, kalimat istighfar dan hamdalah juga turut menghiasi kolom komentar. Berdasarkan rasional tersebut peneliti memperdalam resepsi audiens yang relatif dekat dengan *update* konten Kisah Tanah Jawa tentang nilai-nilai keimanan dalam kaidah syariat Islam terlebih *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa memiliki sebaran komunitas yang terbilang aktif di Indonesia.

Dari penjelasan latar belakang di atas maka peneliti tertarik mengambil permasalahan di atas untuk dianalisis dan bertujuan mengetahui nilai-nilai religius (keimanan) yang terkandung di dalam konten media *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa melalui resepsi yang diterima oleh pengikutnya. Terdapat tiga hipotesis untuk memaknai isi media yaitu: dominan, negosiasi dan oposisi. Dengan analisis resepsi peneliti dapat mengetahui resapan nilai-nilai keimanan berbasis pada ajaran islam dalam media sosial dari pengikut *channel* youtube Kisah Tanah Jawa setelah melihat tayangan konten.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana resepsi subscriber terhadap nilai-nilai keimanan yang termua dalam konten tayangan mistis *channel* Youtube “Kisah Tanah Jawa”?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan yang mengandung nilai-nilai keimanan oleh pengikut *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa hingga bentuk keimanan yang masih relevan dalam konten mistis pada resepsi penonton.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang ditunjukkan atas penelitian yang dilakukan peneliti menimbang dari berbagai aspek teoritis dan praktis dalam lingkup kaidah keilmuan penelitian yakni sebagai berikut.

1. Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat meningkatkan, mengembangkan ilmu pengetahuan dan bermanfaat untuk referensi penelitian-penelitian ilmu komunikasi dan dakwah terkait relasi resepsi audiens pada media baru selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Jurusan KPI

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur untuk lebih memahami problematika keilmuan dengan mengkaji secara ilmiah mengenai suatu media baru sebagai alat berkomunikasi yang semakin berkembang pesat dan beragam melalui teknologi.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan keilmuan dan pengetahuan yang bermanfaat terutama dibidang informasi dan

ajaran agama, menghasilkan tayangan video Youtube yang menghibur, dengan dilengkapi informasi yang berkualitas serta dapat mengaplikasikan masyarakat untuk dapat berperan aktif dalam memantau konten video di media sosial Youtube agar lebih selektif dalam memilih tontonan.

c. Bagi Pembuat Konten Media Sosial Youtube

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah motivasi dalam meningkatkan kualitas konten yang diunggah di media sosial Youtube agar lebih dapat bermanfaat bagi pengguna media sosial Youtube. Sehingga konten yang diunggah dan channel Youtube menjadi channel yang syarat akan nilai edukatif dan nilai religius serta diminati masyarakat.

E. Kajian Pustaka

Setelah melewati penelusuran, observasi dan pengamatan terhadap berbagai kajian penelitian sejenis, peneliti melihat bahwa penelitian mengenai konten mistis dalam media harus merujuk pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Oleh, sebab itu, perlu adanya penelusuran referensi pendukung terkait konten media yang berbau mistis di media sosial. Berikut peneliti menemukan sejumlah penelitian akademik serupa mengenai konten mistis dan analisis media baru dengan sub topik bahasan yang beragam namun memiliki korelasi konstruktif.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Ridwan dan Nawiroh Vira yang berjudul “Mistisisme dalam Program Televisi (Analisis Resepsi

Pemirsa pada Program Menembus Mata Bathin di ANTV)”. Objek yang diteliti dalam penelitian tersebut adalah adalah tanda-tanda dan proses yang dimaknai mengenai mistisisme pada tayangan televisi Menembus Mata Bathin di ANTV.⁶ Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat bagaimana keberadaan konten mistis yang disajikan dalam program acara televisi tersebut. Hasil penelitian ini adalah bahwa unsur mistis yang disajikan memiliki pengecualian dalam keyakinan keagamaan dan faktor lainnya seperti; budaya, etnisitas dan tingkat keyakinan setiap individual terhadap alam ghaib yang mereka yakini sehingga menghasilkan pemaknaan negosiasi dan oposisi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis resepsi. Perbedaan yang ada antara penelitian milik Muhamad Ridwan dan Nawiroh Vera dengan karya peneliti adalah meskipun serupa tentang mistisisme, penelitian ini lebih melihat objek penelitian dalam sosial media melalui basis penonton tayangan terkait yang mampu menyampaikan persepsinya secara langsung.

Beranjak pada penelitian berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Tentang Lettering Capture dalam Official Accounts Instagram @sub.letter” yang diteliti oleh Choirul Batiyah, penelitian ini berfokus pada resepsi tentang fungsi media yang berhasil ditangkap oleh audiens sebagai objek penelitian.

Adapun Hasil penelitian ini menunjukkan adanya resepsi khalayak berupa

⁶ Muhamad Ridwan, Nawiroh Vera, “Mistisisme dalam Program Televisi (Analisis Resepsi Pemirsa pada Program Menembus Mata Bathin di ANTV)”, *Jurnal KOMUNIKATIF*, vol. 8 No.2, 2019.

akun Instagram @sub.letter dipandang dominan sebagai media informasi dan negosiasi sebagai media partner atas kegiatan-kegiatan di mana hal ini belumlah sesuai dengan tujuan aktivasi akun tersebut.⁷

Adapun peneliti menangkap konteks perbedaan dalam penelitian ini berupa penggunaan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskripting sedangkan peneliti melakukan penelitian pada objek dengan pendekatan analisis resepsi yang ditunjang oleh penulisan deskriptif sebagai pemenuhan data lanjutan dari para narasumber. Selain itu, peneliti menemukan jika dalam penelitian terkait berfokus mengkaji interpretasi khalayak untuk menentukan fungsi dan posisi media akun sosial media tersebut. Bertolak pada objek penelitian peneliti mengacu pada penerimaan nilai-nilai keimanan yang berhasil dimaknai oleh audiens Kisah Tanah Jawa terlebih yang masih relevan dalam kaidah Islam.

Mengulas topik penelitian berikutnya yang ditulis oleh Mega pertiwi, Ida Ri'aeni dan Ahmad Yusron yakni berjudul "Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film 'Dua Garis Biru'". Penelitian ini berfokus mengkaji penerimaan pesan dan tanda oleh audiens sebagai simbol pesan dalam film dan berkorelasi dengan pemahaman konteks konflik keluarga pada khalayak. Dalam hal ini, penelitian terkait menggunakan metode kualitatif dengan didukung pendekatan analisis resepsi dan ditemukan hasil berupa posisi dominan atas

⁷ Chirul Bariyah, "Analisis Resepsi Khalayak Tentang Lettering Capture dalam Official Instagram @Sub.Letter (Studi Followers Official Account Instagram @Sub.Letter), (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)

dua bagian film dan posisi negosiasi untuk bagian film ke-3 dengan alternatif penerimaan lain yang menjadi acuan media penelitian. Dengan begitu peneliti menemukan jika adanya penerimaan positif dan negatif tentang konflik keluarga dan simbol pesan dalam kajian film terkait.⁸

Adapun persamaan dengan penelitian yang dilakukan berupa objek media penelitian bersifat komunikasi satu arah dan segi metode yang mengisyaratkan audiens dapat berekspresi atas penerimaan yang dimiliki. Berlanjut pada perbedaan penelitian peneliti dan penelitian terkait yakni peneliti mengacu pada unggahan konten berbasis digital dalam platform youtube, perbedaan topik penelitian antara konflik keluarga dan konten mistisme serta perbedaan pendalaman pesan yang diterima oleh khalayak atas film yang dibuat secara penuh kreasi dan konten mistis yang dibuat berdasarkan respon lingkungan penelusuran.

Topik serupa dengan pengkajian berbasis fenomena adalah penelitian karya Riki Saputra berjudul “Kekuatan Mistisisme Agama Dalam Proses Kebangkitan Manusia Pasca Bencana Alam: Respon Warga Muhammadiyah Kota Padang”. Objek yang diteliti terletak pada respon warga Muhammadiyah Kota Padang dalam kekuatan mistisisme dalam proses kebangkitan pasca bencana alam. Hasil yang diperoleh berupa manusia memiliki respon yang berbeda-beda dalam menangkap pesan mistis.⁹

⁸ Mega Pertiwi, Ida Ri'aeni dan Ahmad Yusron “Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam film “Dua Garis Biru””. Jurnal Audiens. Vol 1, No. 1, 2020.

⁹ Riki Saputra, “Kekuatan Mistisisme Agama Dalam Proses Kebangkitan Manusia Pasca Bencana Alam: Respon Warga Muhammadiyah Kota Padang”. Jurnal Menara Ilmu. Vol 12, No. 7, 2018.

Penelitian terkait menggunakan metode penelitian kualitatif yang didukung dengan analisis deskriptif berbasis teks. Perbedaan dalam penelitian terkait dengan karya peneliti adalah penelitian terkait melihat tindakan orang-orang setelah menerima sebuah fenomena mistis secara riil berbanding dengan bentuk penerimaan resepsi individu setelah menerima pesan mistis melalui media sosial Youtube. Demikian penelitian terkait juga memiliki persamaan dengan karya peneliti yaitu tentang topik penelitian berupa bentuk penerimaan individu setelah terpapar pesan yang mengandung unsur mistisisme.

F. Kerangka Teori

Menilik pentingnya teori sebagai alur berpikir dalam memproses penelitian ini maka peneliti memberikan gambaran kerangka teori lengkap sebagaimana berikut.

1. Nilai-Nilai Keimanan

Nilai adalah prinsip atau hakikat yang menentukan harga atau nilai dan makna bagi sesuatu. Dalam kehidupan akhlak manusia, yang menentukan sebuah nilai manusia dan harga diri dan amal serta sikapnya adalah prinsip-prinsip tertentu seperti kebenaran, kebaikan, kesetiaan, keadilan, persaudaraan, ketulusan dan keikhlasan, kesungguhan dalam kebenaran, persaudaraan, keprihatinan, kerahiman. Dalam definisi lain, Noor Syam menyatakan bahwa nilai adalah suatu penyematan atau

kualitas objek yang menyangkut suatu jenis apresiasi atau minat.¹⁰ Sedangkan Menurut Rokeach dan Bank bahwasannya nilai adalah kepercayaan pada sistem kepercayaan di mana seseorang bertindak atau menghindari perilaku seseorang, atau tentang apa yang dianggap pantas atau tidak pantas.¹¹

Nilai disebut dengan kekuatan dalam hidup, memberikan tindakan yang dilakukan dengan penegasan. Nilai memiliki dua aspek, yaitu: akal dan emosi. Kombinasi kedua aspek ini menentukan nilai dan peran tindakan dalam hidup. Kombinasi yang mengatur dimensi emosional disebut norma atau prinsip, cinta, pengampunan, kesabaran, persaudaraan, dll. Ini adalah norma atau prinsip dalam dimensi emosional, yang diwujudkan dalam perilaku atau cara berpikir.¹²

Kata iman berasal dari bahasa Arab yaitu *amana* yang artinya aman. Maksudnya orang yang beriman selalu merasakan aman karena yakin selalu dalam lindungan Allah SWT. Definisi iman adalah keyakinan penuh yang diiyakan dalam hati, dikeluarkan dalam lisan dan dilakukan oleh amal perbuatan.¹³ Menurut pemahaman agama, keyakinan nabi tentang iman berarti percaya kepada Tuhan, utusannya, kitab sucinya, utusannya, dan percaya pada yang baik atau buruk dalam takdir.¹⁴

¹⁰ Abd Aziz, *Filasafat Pendidikan Islam: Suatu Gagasan Membangu Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm, 124.

¹¹ Asmaun Sahlan, *Mewujudkan Budaya Religius di Sekolah*, (Malang, UIN-Maliki, 2009), hlm. 66.

¹² Hamdani, *Dasar-dasar Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), hlm 145-146.

¹³ Novan Ardy Wiyani, *Pendidikan Karakter Berbasis Iman dan Taqwa*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm 24.

¹⁴ Masjfuk Zuhdi, *Studi Islam Jilid 1: Akidah*, (Jakarta: CV Rajawali, 1988), hlm 4.

Pembenaran dengan hati, pada dasarnya pembenaran iman hanya dapat dilakukan oleh struktur hati, yang merupakan struktur nafsani mampu menerima doktrin keimanan meta empiris, informasi wahyu dan supra rasional. Iman dalam pengucapan dengan lisan adalah mengucapkan kalimat *syahadatain* yang artinya saya bersaksi tiada Tuhan selain Allah dan saya bersaksi bahwa Nabi Muhammad adalah utusan Allah. Mewujudkan dengan amal perbuatan seperti jihad, berkorban, membayar zakat, menunaikan ibadah haji dan lain sebagainya.¹⁵

Iman erat kaitannya dengan ketaqwaan. Amien Wahyudi yang dikutip dalam Ashiddieqy menyatakan: “Iman menurut bahasa arab ialah *At-tashdiq bil qalbi*, yaitu membenarkan dengan (dalam) hati”.¹⁶

Sebagaimana firman Allah dalam QS. At-taubah ayat 61 yang berbunyi:

وَمِنْهُمْ الَّذِينَ يُؤَدُّونَ النَّبِيَّ وَيَقُولُونَ هُوَ أَدْنَىٰ قَلْبِي وَأَدْنَىٰ قَلْبِي خَيْرٌ لَّكُمْ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَيُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِينَ وَرَحْمَةً
لِّلَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ يُؤَدُّونَ رَسُولَ اللَّهِ لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Artinya :“Di antara mereka (orang-orang munafik) ada yang menyakiti nabi dan mengatakan: "Nabi mempercayai semua apa yang didengarnya."

Katakanlah: "Ia mempercayai semua yang baik bagi kamu, ia beriman kepada Allah, mempercayai orang-orang mukmin, dan menjadi rahmat bagi orang-orang yang beriman di antara kamu." dan

¹⁵ Rizki Toyibah, “Program Pembinaan Imtaq (Iman dan Taqwa) untuk Membangun Perilaku Keagamaan Siswa Kelas X di MAN Wonosari Gunung Kidul Yogyakarta”, (skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hlm 9-10.

¹⁶ Amien Wahyudi, “Iman dan Taqwa Bagi Guru Bimbingan dan Konseling”, Jurnal Fokus Konseling 2, no. 2, (2016), hlm 90.

orang-orang yang menyakiti Rasulullah itu, bagi mereka azab yang pedih.” (QS. At-Taubah: 61).¹⁷

Ath-Thabari dalam tafsirnya menjelaskan bahwa para mujahid menyatakan maksud ayat ini bahwa “Dia membenarkan bahwa Allah SWT Esa dan tidak ada sekutu bagi-Nya”. Adapun konteks “Mempercayai orang-orang mukmin” mengarah pada ia (nabi) membenarkan ucapan orang-orang mukmin, bukan orang kafir atau munafik. Ini merupakan pengingkaran Allah SWT kepada orang yang munafik yang mengatakan bahwa Muhammad S.A.W mempercayai apa yang ia dengar, seakan-akan Allah SWT berfirman: Sesungguhnya Muhammad hanya mendengar yang baik-baik, membenarkan apa yang diwahyukan Allah SWT kepadanya, serta membenarkan ucapan orang-orang mukmin, bukan ucapan orang-orang munafik dan orang-orang yang mengingkari Allah SWT.¹⁸

2. Media Sosial

Media sosial adalah jenis media baru berbasis *online* terhubung oleh jaringan internet yang menjadi kanal dukungan untuk interaksi sosial.

Media Sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang diubah melalui komunikasi menjadi sebuah dialog interaktif dalam platform terpadu.

Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog,

Twitter, Facebook, Instagram, Youtube dan Wikipedia. Definisi lain

¹⁷ Al-Qur'an, At-Taubah ayat 61, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Al-Qur'an, 2005), hlm 197.

¹⁸ Amien Wahyudi, “Iman dan Taqwa Bagi Guru Bimbingan dan Konseling”, 91.

sosial media juga dijelaskan oleh Antony Mayfield (2008). Menurutnya, media sosial adalah sebuah media di mana penggunaanya dipermudah untuk berinteraksi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia *online*, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar/karakter 3D).¹⁹

Media sosial menjadi salah satu yang sangat diminati karena sangat membantu setiap individu manusia untuk mencari sebuah hiburan, khususnya para penyuka sebuah konten hiburan yang sesuai dengan minat setiap individu. Hal ini berakibat semakin maraknya pengguna media dikalangan masyarakat. Para peminat konten hiburan lebih meminati media sosial karena media sosial yang mudah untuk mencari apa saja, selalu *up to date* juga dapat menyalurkan pesan secara langsung.

Adanya aplikasi media sosial maka setiap individu dapat membagikan pula informasi atau berbagai kesamaan pemikiran menggunakan sebuah tulisan, gambar, ataupun video berdurasi kepada khalayak yang direnungkan dan dicerna oleh individu lainnya. Sehingga kebanyakan dari pembaca/penonton konten tersebut bisa terpengaruh apa saja yang mereka lihat dan mereka melihat konten yang berisikan aneka macam tontonan dan pesan media berjejaring. Pengguna media

¹⁹ Lihat di http://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/ diakses pada tanggal 2 April 2021 pukul 22.00

akan semakin meningkat dan pesan-pesan yang diberikan semakin mendapat perhatian penggunanya seiring waktu.

3. Youtube

Youtube adalah sebuah portal berbentuk website dan menyediakan layanan berbagi video. Pengguna yang telah terdaftar dapat mengunggah sebuah video miliknya ke server website Youtube agar dapat ditonton oleh khalayak umum melalui internet di seluruh dunia. Video yang diunggah biasanya berbentuk video-video pribadi, kelompok dan kreasi para penggunanya. Selain itu, klip dari artis-artis *hollywood*, *bollywood*, dan video yang berasal dari seluruh mancanegara juga dapat kita temui melalui aplikasi Youtube.

Youtube sendiri memang tergolong baru di dunia internet karena baru tercipta pada tahun 2005 oleh 3 sekawan mantan karyawan Paypal yang merupakan perusahaan transaksi online berbasis internet. Kemudian, Google membeli situs tersebut pada 13 November 2006 dengan harga fantastis yaitu, 1,65 triliun Dolar Amerika. Melejitnya pertumbuhan Youtube serupa dengan fenomena blog di internet. Apalagi Blog merupakan catatan harian *online* berbentuk buku, sedangkan Youtube adalah catatan harian *online* yang berbentuk video atau yang disebut *Vlog* (Video Log). Karena kepopulerannya tersebut, banyak *website* lokal di Indonesia memberikan layanan yang serupa tentunya bernuansa lokal (Kindarto).²⁰

²⁰ Kindarto, Asdani, *Belajar Sendiri Youtube*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), 2

Youtube adalah platform teknologi yang tercipta bukan untuk dihadirkan saja dan peranannya tidak langsung diterima dalam masyarakat. Teknologi yang terdapat pada youtube dapat berkembang dalam kehidupan manusia karena konstruksi yang didirikan masyarakat itu sendiri terhadap teknologi yang sudah ada. Jadi dapat dikatakan ketika teknologi itu tercipta, masyarakat dapat memberikan makna terhadap teknologi itu, dengan cara memaknai tersebut mereka telah membuat konstruksi dari arti teknologi itu sendiri. Apakah nantinya digunakan sebagai gaya hidup, pemenuh kebutuhan, mencari setiap informasi atau pemaknaan hal lainnya.

Ditambah lagi, sekarang sosial media Youtube sudah berada dalam naungan Google yang disandingkan dengan fitur yang bernama Youtube AdSense. AdSense adalah program kerjasama dengan fitur periklanan berbayar di media internet yang juga dikelola oleh Google, memperbolehkan penggunaannya untuk menyebarkan iklan di video yang ada di Youtube mereka. Ringkasnya, Youtube AdSense adalah model pendapatan dan berbayar dari skema aktivasi periklanan jika pengunggah tayangan memenuhi ketentuan syarat pihak Youtube.²¹

Konten dalam aplikasi Youtube merupakan sebuah informasi yang diunggah dalam bentuk tayangan video, pesan yang ingin disampaikan

²¹ Lely Maulida, "OKEZONE INNOVATION: Kisah Youtube yang Didirikan 3 Mantan Karyawan PayPal", techno okezone.
<https://techno.okezone.com/read/2017/08/25/207/1763207/okezone-innovation-kisah-Youtube-yang-didirikan-3-mantan-karyawan-paypal> diakses pada tanggal 10 April 2021.

oleh pengguna Youtube atau dikenal sebagai Youtuber ke dalam Youtube. Konten atau isi yang dilihat di media sosial Youtube terdiri dari berbagai macam genre tergantung dengan topik atau pesan yang ingin diinformasikan oleh pengunggah video tersebut, begitu sebaliknya dari segi penonton berdasarkan preferensi individu.

Berdasarkan pengamatan peneliti melalui Youtube sendiri, ada banyak sekali konten yang telah ditampilkan dalam website Youtube seperti vlog, jebakan, musik, permainan, pendidikan, animasi, film, mistis, olahraga binatang, berita dan masih banyak lainnya. Konten video yang dilihat harus bersifat komunikatif dalam setiap penyampaiannya, dimana yang telah kita ketahui kunci utama dari komunikasi sendiri adalah sebuah pesan yang disampaikan dengan baik kepada para penonton video tersebut. Konten yang bagus adalah konten yang memberikan sebuah pengaruh yang baik bagi para penonton Youtube.²²

4. Analisis Resepsi

Analisis resepsi atau analisis penerimaan adalah sebuah teori berbasis dengan khalayak dan berfokus pada bagaimana beragam jenis audiens memandang konten tertentu. (Baran dan Davis, 2010:202).²³

Studi resepsi menyatakan bahwa apapun yang dilakukan oleh analisis

²² Fatty Faiqah, Muh. Najib, Andi Subhan Amir. "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram". *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5 No.2, 2016

²³ Stanley J. Baran dan Denis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan* (Cet. VI; Jakarta: Salemba Humanika, 2013), hlm. 304

makna tekstual menjadi kritik masih jauh menurut kepastian mengenai makna yang teridentifikasi yang akan diaktifkan oleh pembaca/audien/konsumen. Audien yang dimaksud adalah pencipta aktif dalam kaitannya sebagai pengguna teks. Di mana sebelumnya, mereka menggunakan kompetensi kultural yang sudah mereka dapatkan untuk dikemukakan pada teks dan berakibat terbentuknya audien menggunakan cara yang tidak sama akan mengerjakan makna yang berlainan.²⁴

Menurut Stuart Hall menyatakan bahwa Analisis resepsi memfokuskan pada perhatian penerimaan setiap individu dan responnya dalam proses komunikasi massa (decoding). Yang berarti pada proses penerimaan dan pemaknaan, kemudian menciptakan respon pada khalayak media secara mendalam atas teks media dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media dengan pengetahuan dan pengalaman hidup setiap individu itu sendiri. Jadi bisa diartikan bahwa seorang khalayak pada media dalam menginterpretasikan pesan dari teks media dapat dipengaruhi oleh pengetahuan dan juga pengalaman hidupnya sehingga tercipta berbagai respon yang berbeda-beda antara individu satu dengan individu lainnya.

Menurut pakar sosiologi Pertti Alasuutari beropini bahwa pada perkembangan penelitian penerimaan (*reception analysis*) memiliki tiga tahapan yakni:

²⁴ Ibid., hlm. 305

- a. Tahap pertama melibatkan pada metode pengkodean milik Stuart Hall
- b. Tahap kedua didominasi studi etnografi yang diawali oleh David Morley
- c. Tahap ketiga dalam memunculkan sebuah kerangka luas di mana orang yang menciptakan media & penggunaan media. Seseorang tidak perlu mengabaikan studi perkara etnografis terhadap khalayak atau analisis acara individu, namun penekanan utamanya tidak terbatas hanya mencari memahami tentang penerimaan atau pemaknaan berdasarkan sebuah program acara sang audien tertentu. Akan namun, tujuannya merupakan buat memahami “budaya media” kontemporer. (Baran dan Davis)²⁵

Resepsi yang diterima dari *subscriber* Youtube Kisah Tanah Jawa setelah menonton konten tayangan mistik *channel* Kisah Tanah Jawa dapat menjadi sebuah pemaknaan positif atau sebaliknya. Tanggapan atau sambutan penonton pada dasarnya akan sampai pada memaknai tayangan video itu sendiri jika keutuhan konten yang ada pada tayangan *channel* Youtube tidak pernah lengkap. Oleh karena itu, langkah yang harus dipenuhi adalah dengan melengkapi *channel* Youtube itu oleh penonton dengan melakukan validasi guna penyelarasan atau pengisian makna. Untuk hal ini, resepsi adalah penerimaan khalayak terhadap

²⁵ Muhamad Ridwan, Nawiroh Vera, Op.cit., hlm. 123

konten yang dibungkus dengan unsur mistisisme dan ditayangkan channel Youtube Kisah Tanah Jawa.

Aspek penonton pada penelitian ini sangatlah dibutuhkan karena perilaku para pengguna media sosial adalah menerima serta membuat respon dari teks yang mereka tonton melalui media sosial. Teori resepsi adalah sebuah teori yang lebih mengunggulkan pada peran audiens di media dalam menerima sebuah pesan bukan pada dalam peran pengiriman pesan di media. Ini mengartikan jika audien media pada dasarnya adalah penerima atau penikmat sebuah karya media oleh penonton media, resepsi merupakan buah penelitian teks yang ada di dalam media dengan menjadikan titik fokus penontonnya yang memberi reaksi atau tanggapan hasil dari tampilan yang ditayangkan oleh media pada waktu tertentu dengan melakukan interpretasi dan evaluasi. Dalam melakukan sebuah proses resepsi, khalayak media bukan hanya ditangkap sebuah pemaknaan saja melainkan juga dibarengi dengan berbagai pemaknaan lain sehingga semakin memperbanyak tanggapan dari sebuah konten yang ditayangkan oleh media. Dengan berbagai tanggapan khalayak media dari pengalamannya melihat serta membaca, menjadikan konten tayangan media khususnya media sosial menciptakan respon dari penontonnya baik itu respon positif ataupun negatif.²⁶

²⁶ Aan Ardiansah, "Analisis Resepsi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya tentang Pesan Youtube Bangsa Surabaya." Skripsi, (Surabaya: ILKOM, 2020)

Teori resepsi ini juga mempertanyakan otonomi teks dan pengaruh komposisi teks berdasarkan argumen, ketika interpretasi dan evaluasi ditentukan bukan oleh sifat teks dan pendapat yang dibuat oleh pengarang tetapi juga oleh karakter dari teks tersebut. Penerima atau konsumen disertai pengalaman hidupnya, teori resepsi merupakan suatu kajian dengan pendekatan yang berbeda. Penerimaan tersebut didasarkan pada hasil penelitian empiris. Tetapi kita juga bisa melihat luasnya dari: proses, institusi, konteks dan struktur, kondisi dan batasan reaksi pengamat.

Peran aktif khalayak dalam memberikan makna teks media terlihat pada premis-premis model *encoding/decoding* Stuart Hall merupakan dasar dari analisis resepsi.

5. Proses Encoding dan Decoding

Peran aktif khalayak di dalam memberikan makna teks media dapat terlihat pada premis-premis dari model *encoding/decoding* Stuart Hall merupakan dasar dari analisis resepsi. Hasil *encoding* dan *decoding* berasal dari reservasi teori komunikasi Hall di bidang penelitian komunikasi massa. Persepsi khalayak adalah berpartisipasi aktif dalam konstruksi dan penafsiran makna dari apa yang mereka baca, dengar, dan lihat, dan selaras dengan latar belakang budaya. Oleh karena itu, makna teks media bukanlah sebuah fitur transparansi. Tetapi, itu adalah produk dari pemahaman pembaca dan pemirsa.²⁷

²⁷ Ido Prijana Hadi, "Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis," *Jurnal Ilmiah Scriptura*, Vol. 3, No. 1, Januari 2009. Hal, 3.

Penggunaan teori analisis resepsi dalam penelitian khalayak bertujuan tidak hanya memposisikan khalayak secara pasif, tetapi juga memposisikannya sebagai subjek budaya (*Cultural agent*) yang memiliki kekuatan tersendiri guna menciptakan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan oleh media. Penyampaian makna media bersifat terbuka atau polisemi, bisa dijawab secara opositif oleh khalayak.²⁸

Analisis resepsi berfokus pada perhatian individu dalam proses komunikasi (*decoding*), yaitu cara pemaknaan dan pemahan yang mendalam pada teks media, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media. Individu secara aktif menginterpretasikan teks media dengan memaknai dan berkaca terhadap pemahaman atas pengalaman dalam hidup kesehariannya (*verstehen* atau *understanding*). Interpretasi diartikan sebagaimana individu dalam kondisi aktif dalam memproses kemampuan berpikir dan kreatif dalam mencari makna.²⁹

Tahapan *decoding* yaitu proses dalam memaknai dan membagikan terhadap individu lain. Dalam *social contexts*, konsumen media cenderung mengkonsepkan media sebagai representasi daripada sebagai sumber informasi. Khalayak merasakan media sebagai sebuah hasil dari budaya dan bagaimana interpretasi atas apa yang mereka baca, lihat dan

²⁸ Tri Nugroho Adi, "Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi," *Acta di Urna* Vol. 8, No. 1, 2012. Hal. 26-27.

²⁹ Ido Prijana Hadi, *Op.cit.*, hlm, 3-4

dengar. Proses interpretasi muncul jika media mampu memberikan makna tersendiri atas pelaksanaan konsumsi media yang dilakukan setiap harinya, dalam ranah sosialnya. Penggunaan isi media mampu memberikan *sharing the experince* individu dengan individu lainnya melalui tahapan penggunaan media (*contexts of media use*) dengan interpretasi secara introspeksi, retrospeksi (persepsi), dan pernyataan verbal yang orang lakukan atas kegiatan dalam menggunakan media.³⁰

Analisis resepsi tidak hanya melibatkan perilaku media terhadap audiens atau orang yang terkait dengan media, tetapi juga bagaimana media berinteraksi dengan audiens sebagai agen. Analisis resepsi merujuk pada sebuah perbandingan antara analisis tekstual wacana media dengan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan *context* atas isi yang ada dalam media lain. Khalayak dapat dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam melakukan persepsi pesan dan membuat makna, bukan hanya sekedar menjadi seorang individu yang pasif hanya menerima saja sebuah makna yang dibuat oleh media massa.³¹

Pada analisis resepsi khalayak media bisa dibagi menjadi dua bagian yang mempunyai pandangan arus besar (*mainstream*) yaitu:

³⁰ Ido Prijana Hadi, Op.cit., hlm. 4

³¹ James Procter, Stuart Hall (Routledge Critical Thinkers). Routledge. London 2004). Hal.73

a. Khalayak aktif

Khalayak aktif adalah audien yang berpartisipasi secara aktif dalam audiens media. Karena dalam hal ini khalayak media terdiri dari tema-tema yang dikomunikasikan dalam masyarakat, sehingga khalayak media benar-benar dapat berdiskusi tentang tema-tema yang dikomunikasikan di masyarakat. Hal ini dikarenakan pengaruh media terhadap isi pesan yang disampaikan oleh masyarakat terbatas, karena masyarakat sudah memiliki kemampuan berpikir dan menyesuaikan pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Dalam kondisi ini, karena masyarakat sudah memiliki pengetahuan literasi media yang baik, maka khalayak media dapat dengan leluasa menginterpretasikan konten media tersebut, sehingga dapat berkontradiksi atau menyimpulkan pemberitaan media berdasarkan kepentingan khalayak media.

b. Khalayak Pasif

Audiens pasif adalah audiens dalam media yang hanya bereaksi terhadap hal yang mereka lihat dan dengar. Meskipun dikontrol ketat oleh media, namun khalayak media hanya menerima informasi dari media dan tidak ada sangkut pautnya dengan fakta lain, dapat dikatakan informasi tersebut langsung mengolah pemberitaan media dan tidak membahas fakta atau mencari makna lainnya. Hal ini disebabkan karena media

menggunakan media khalayak sebagai tujuan utama penyebarluasan informasi, karena media merupakan sumber komunikasi satu arah dimana penyampaian informasinya dilakukan melalui saluran yang dibuat dengan siaran langsung kepada khalayak media³².

Khalayak melakukan *encoding/decoding* terhadap berbagai interpretasi yang beragam dalam melakukan proses produksi dan penerimaan (resepsi) pesan yang ada dalam media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu:

- a. *Dominant* atau “*hegemonic*” *reading*: Dalam hal ini, pembaca atau pengguna jejaring sosial secara langsung berpikir untuk menerima pesan siaran lengkap dengan teks siaran di jejaring sosial, yang berdampak besar pada penerimaan khalayak media.
- b. *Negotiated reading*: Dalam hal ini, pembaca atau pengguna media sosial sangat setuju dengan konten dan teks yang dibaca di media sosial. Namun, pengguna Internet sebagai pengguna akan terus menyaring informasi yang mereka terima dan memodifikasi sesuai. Menurut pengalaman hidup mereka, sebelum menjelaskan hal ini, perlu untuk membuat efek difusi tidak terlalu jelas, sehingga mempengaruhi penerimaan, dan tidak terlalu banyak.
- c. *Oppositional “counter hegemonic” reading*: Pembaca tidak bergantung pada konten yang di baca dan di sebarkan di

³² Metha Gunawan, ”Penerimaan Penggemar SNSD Terhadap Kecantikan SNSD Dalam Video Klip Gee”, *Jurnal E-Komunikasi Uk. Petra Surabaya*, Vol. 1. No.3. Tahun 2013, Hlm. 65

jejaring sosial, dan karena itu tidak suka artinya secara luas. Oleh karena itu, mereka membuat analisis sendiri dan menafsirkannya sebagai cara lain untuk menerima pesan siaran. Oleh karena itu, karena pemirsa media ditolak sebagai pengguna, efek teks siaran menjadi tidak efektif.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sebuah metode atau cara teknis yang dilakukan dalam proses penelitian untuk memperoleh fakta-fakta yang berdasarkan praktik. Adapun tahapan peneliti memperoleh data empiris dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dalam konteks ini adalah prosedur penelitian yang membuahkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari khalayak atau pengamatan sebuah perilaku sehingga data yang telah terkumpul adalah data berupa kata, kalimat atau gambar (bukan angka-angka). Data-data yang diproduksi bisa berupa naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, memo ataupun dokumen resmi lainnya.³³

³³ Rahmat Kriyantono, *Teknik Prastis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 120.

Penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan penelitian yang mengembangkan pemikiran induktif untuk menarik kesimpulan tentang fenomena tertentu. Model berpikir induktif ini adalah cara berpikir yang memungkinkan Anda menarik kesimpulan dari konten yang spesifik dan bukan konten umum. Rumusnya adalah dengan menitikberatkan pada proses dan mencari makna dari fenomena yang terjadi selama penyelidikan, dan berharap informasinya yang diberikan berupa fakta dan dikaji lebih bersifat komprehensif, mendalam, alamiah, dan apa adanya.³⁴

2. Objek dan Subjek Penelitian.

Objek penelitian adalah materi yang menjadi fokus penelitian. Sedangkan subjek penelitian adalah pelaku yang menjadi fokus penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah *subscriber* atau pengikut media sosial Youtube Kisah Tanah Jawa yang tergabung dalam Javanica Plat H yang berada di Semarang dan sekitarnya. Javanica Plat H adalah sebuah grup fans yang berada di daerah Semarang dan sekitarnya dengan berlatang belakang berbagai sosio-demografis (pekerjaan, usia, jenis kelamin, budaya, agama) yang berbeda-beda.

³⁴ Dilihat <http://staff.unila.ac.id/ekobudisulistio/files/2013/09/materi-2-jenis-data-dan-pendekatan.doc>, *Jenis Data dan Pendekatan*, Diunduh dari File PDF Pada 10 April 2021, Pukul 21:10 WIB.

Objek penelitian merupakan sumber data melalui penelitian, dimana data tersebut dapat diperoleh. Objek dalam penelitian ini adalah *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa dalam media sosial yakni bagaimana bauran unsur mistis mempengaruhi sebuah pemaknaan individu perihal keimanan setelah menonton tayangan konten dalam *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa.

3. Sumber Data

Sumber data primer adalah sumber data yang secara khusus berkaitan langsung dengan objek penelitian. Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data yang menjadi sebuah pendukung data-data yang terdapat pada data primer untuk melengkapi tema penelitian. Dalam hal ini sumber data didapatkan melalui arsip ataupun dokumen.

Dokumen tersebut bisa berbentuk dokumen publik ataupun privat. Dokumen publik misalnya: laporan kepolisian, berita dari media. Transkrip acara televisi, dan sebagainya. Dokumen privat misalnya memo, surat-surat pribadi catatan telepon, dan sebagainya.³⁵

4. Teknik Pengumpulan data

Diskusi kelompok terfokus adalah sebuah tanya jawab atau wawancara kelompok yang dilakukan untuk mencari tahu bagaimana

³⁵ Rahmat Kristiyanto, *Teknik Riset*, (Jakarta: Kencana Prenada, 2006), hlm 120.

khalayak menerima rasa tentang suatu produk, jasa atau issue. Kumpulan orang yang dikumpulkan dan melakukan sebuah diskusi bebas atau *free form discussion*. Pemimpin dalam diskusi ini adalah seseorang moderator yang ingin memperoleh informasi-informasi yang ingin diketahui.³⁶ Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan memberikan beberapa tayangan video dari *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa yang didapat melalui media internet.

Tujuan pelaksanaan atau sebuah teknik diskusi kelompok terfokus dilaksanakan secara terbatas tersebut adalah tidak untuk membuat konsensus tetapi untuk mencari sebuah informasi dari pemikiran setiap individu yang berkumpul pada kelompok terhadap sajian topik diskusi untuk mengetahui informasi dari setiap individu berkaitan dengan pendapat dan deskripsi perilaku dan kepentingannya. Diskusi kelompok terfokus adalah sebuah metode untuk mengetahui secara mendalam bagaimana preferensi atas persepsi setiap pemikiran dan reaksi individu setelah menerima hal yang menstimulus cara berpikirnya.

Kemudian peneliti menggunakan teknik yang sudah dipilih yaitu FGD (*Focus Group Discussion*) dilakukan untuk mengetahui pertanyaan mengapa dan bagaimana yang berdasar pada data ataupun informasi yang diberikan. Subjek penelitian akan dimintai sebuah *retelling* sebuah teks, dalam hal tayangan video, yang sudah

³⁶ Rahmah Ida, *Studi Media dan Kajian Budaya*, (Jakarta:Kencana), 2014. Hal 169-170

ditontoton dan dimaknainya. Dilakukan pula sebuah observasi yang memiliki fungsi dimana peneliti ikut serta dalam bagian kumpulan orang yang dikaji, sehingga selain melakukan pengamatan, peneliti juga melakukan sesuatu yang berhubungan dengan kajian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini juga akan dilakukan pencatatan dan mengkritisi data-data sebagai data pendukung.

Data yang sudah didapatkan memerlukan pengembangan yang valid agar hasil dari penelitian nyata dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki sebuah manfaat baik secara teoritis ataupun secara praktis. Tekni pemeriksaan diperlukan juga untuk memantapkan keabsahan (*trustworthiness*) data. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan sebuah kepastian (*confirmability*). Penelitian ini menggunakan sebuah teknik analisis resepsi, dengan melihat bagaimana khalayak melakukan pemaknaan sebuah tayangan, yang dalam hal ini adalah tayangan video youtube Kisah Tanah Jawa.

Sebelum melakukan kegiatan FGD (*Focus Froup Discussion*) peneliti terlebih dahulu menentukan beberapa peserta yang mengikuti forum. Peneliti memilih peserta dari sebuah komunitas fans *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa di kawasan semarang dan sekitarnya yang tergabung dalam komunitas JAVANICA PLAT H. Empat profil

khalayak yang ditentukan dalam penelitian ini adalah dua orang pria dan dua orang perempuan dengan kriteria antara lain :

1. Ndika Permana S.Kom (29 tahun, Islam) adalah pengikut *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa. Ndika juga gemar dengan hal-hal yang berbau sejarah dan mitos-mitos yang berkembang pada cerita-cerita tanah jawa, alasan peneliti memilih Ndika dalam forum diskusi ini karena Ndika pengamat *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa dan tergabung dalam komunitas Javanica Plat H.
2. Arief Setya S (34 tahun, Islam). Adalah pengikut *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa. Arief setya juga pekerja sebagai relawan situs-situs bersejarah dan di dinas kebudayaan. Arief juga bergabung dalam komunitas Javanica Plat H. Alasan peneliti, memilih Arief menjadi dalam forum diskusi grup ini karena peneliti ingin mengambil sudut pandang menurut kebudayaan.
3. Siti Hertantri (32 tahun, Islam) Adalah pengikut *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa. Siti adalah seorang ibu rumah tangga yang memiliki pandangan awam soal konten-konten dari *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa. Beliau mengikuti *channel* Youtube Kisah Tanah jawa dengan alasan sajian kontennya cocok antara realita dan cerita yang didapatnya dari lingkungan sekitar.

4. Nur Wiryoningrum (28 tahun, Islam), Nur adalah pengikut *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa. Nur adalah pekerja sebagai guru agama yang mengikuti channel youtube Kisah Tanah Jawa. Nur juga bergabung dalam komunitas Javanica Plat H. Peneliti memilih Nur sebagai peserta forum diskusi ini karena Nur memiliki sudut pandang melalui sisi keislaman dalam memandang konten-konten yang diberikan oleh channel youtube Kisah Tanah Jawa.

Kemudian peneliti melakukan langkah-langkah FGD (Focus Group Discussion), berikut adalah langkah-langkah yang dilakukan :

1. Identifikasi teks
2. Pengumpulan data : FGD (*Forum Group Discussion*)
3. Menganalisis *preferred reading* dari teks yang diteliti dengan melakukan sebuah analisis komunikasi massa *Tecnological Derteminism Theory* terhadap struktural internal dari tayangan.

4. Analisis dan interpretasi data dari FGD. Data hasil dari wawancara tersebut ditransformasikan dalam sebuah transkrip, kemudian dibuat beberapa ketentuan kategorisasi berdasarkan tema-tema terkait penelitian dari temuan pada subjek atas pemunculan makna-makna yang relevan dengan topik utama penelitian.

5. Tema-tema yang ditemukan kemudian dilakukan analisis dengan sebuah pertimbangan diskursus yang meliputi proses, karakteristik individu dan cara mengurai pemaknaan serta konteks sosial-kultural yang tercakup didalamnya. Selain dari FGD, peneliti melakukan analisis wacana, di mana wacana dari mereka diinterpretasikan dengan sebuah pertimbangan dari konteks yang baik dengan wacana teks media maupun konteks sosial dan kondisi psikologis yang dimiliki khalayak.
6. Tema-tema yang muncul dibandingkan dengan *preffered reading* yang kemudian dikelompokkan ke dalam tiga kelompok pemanakaan, yaitu *dominant reading*, *oppositional reading*, atau *negoticated reading*.³⁷

5. Teknik Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data merupakan rangkaian kegiatan yang digunakan untuk menganalisis, mengklasifikasikan, dan mengevaluasi data sehingga fenomena tersebut memiliki nilai sosial, akademik, dan ilmiah, tidak ada teknik buku (seragam) untuk melakukan hal tersebut khususnya penelitian kualitatif. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif dengan metode analisis resepsi selaras dengan pendekatan penelitian yang dilakukan.

³⁷ Hapsari Sulistyani. 2006. Analisis Resepsi. Pelatihan Metodologi Penelitian Kualitatif Universitas Diponegoro Semarang, Hal: 71-72

Pelaksanaan FGD secara teknis dilakukan peneliti sebagai pemandu dengan dua episode konten tayangan Kisah Tanah Jawa sebagai acuan, namun media acuan ini bersikap dinamis terbuka dengan pandangan audiens FGD terkait tayangan konten mistis Kisah Tanah Jawa yang pernah ditonton juga. Hal ini diharapkan dapat mengeksplorasi lebih dalam pandangan audiens FGD dengan dibantu panduan aspek nilai-nilai keimanan yang telah ditetapkan meliputi anggapan penonton, nilai keimanan, sisi keislaman, dampak positif dan negatif, bentuk keimanan atas konten mistis, verifikasi resepsi dan saran terhadap konten terkait. Setelah melalui proses tersebut, peneliti melakukan pendalaman dan pengelompokan resepsi audiens FGD.

Ulasan analisis data tersebut didukung observasi peneliti dan kumpulan data resepsi narasumber melalui FGD (*Focus Group Discussion*) yang akan dituliskan secara deskriptif guna penerimaan pemahaman secara utuh. Adapun tahapan teknik menganalisis data resepsi dalam karya ilmiah ini mencakup tiga hipotesis pemaknaan terhadap isi media;

Tabel 1.1. Pemetaan resepsi audiens dalam FGD

Resepsi Audiens Berdasarkan Apek Nilai-Nilai Keimanan			
Peserta FGD	Tanggapan	Hasil	Keterangan
Narasumber 1			
Narasumber 2			
Narasumber 3			
Narasumber 4			

Klasifikasi Posisi Resepsi Audiens			
Peserta FGD	Dominant hegemonic reading	Negotiated reading	Opositional hegemonic
Narasumber 1			
Narasumber 2			
Narasumber 3			
Narasumber 4			

1. *Dominant-hegemonic reading*, Pembaca memiliki pemahaman yang selaras dengan kode-kode program (yang meliputi nilai-nilai, sikap, keyakinan, dan asumsi) dan secara penuh menerima sebuah makna yang diberikan dan dikehendaki oleh pencipta program.
2. *Negotiated reading*, Pembaca dalam batasan tertentu sejalan dengan kode-kode dari program dan berdsarkan penerimaan makna yang diberikan si pencipta program namun sedikit merubah sedemikian rupa sehingga memberikan cerminan posisi dan minat pada setiap individu.
3. *Opositional 'counter' hegemonic reading*, Pembaca tidak sejalan dengan kode-kode program dan cenderung untuk menolak sebuah makna dan pembacaan yang diberikan, dan lalu menentukan frame yang lain sendiri di dalam menginterpretasikan sebuah pesan ataupun program.³⁸

³⁸ Hall, Stuart. 1986. Encoding/Decoding. dalam Stuart Hall, etall (ed). Culture, Media, Language. London: Hutchinhon &Co. Hal: 227-230.

Setelah memperoleh validasi antar data yang relevan, kemudian peneliti menyimpulkan varian data tersebut menjadi keutuhan kajian analisis resepsi audiens tentang nilai-nilai keimanan dalam tayangan *channel* Kisah Tanah Jawa.

H. Sistematika Pembahasan

Meruntut pentingnya format penelitian yang sistematis, dalam penyusunan karya ilmiah ini peneliti ingin membagi beberapa hal penting ke dalam empat bab terpisah, untuk memudahkan dalam sistematika pembahasan topik penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berlaku sebagai pengantar pemahaman alur berpikir peneliti, membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan metodologi penelitian yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan tahap-tahap penulisan serta penyusunan karya ilmiah.

BAB II GAMBARAN UMUM

Sebagai penjelas kredibilitas objek penelitian, pada bab ini peneliti akan menjelaskan gambaran umum tentang *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa yang mencakup visi dan misi, sejarah dan *crew* channel serta sinopsis atas konten tayangan yang disajikan.

BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan berisi tentang peneliti melakukan penguraian teori yang digunakan untuk pengkajian topik penelitian serta analisis dan

pembahasan secara tematik terkait preferensi makna unsur mistik dan keimanan individu subjek penelitian terhadap tayangan Youtube Kisah Tanah Jawa melalui teori *encoding-decoding*.

BAB IV PENUTUP

Bab ini akan berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian mendatang yang diperoleh secara kompleks melalui proses penguraian dan pendalaman topik penelitian atas bab-bab sebelumnya.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berkaca pada bab tiga mengenai hasil dan bahasan terkait analisis resepsi nilai-nilai keimanan pada konten *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa secara utuh, maka peneliti dapat menarik benang merah atas uraian respon khalayak dalam karya ilmiah yang sesuai kaidah penelitian. Sebagaimana kesimpulan analisis resepsi penonton ditemukan dua posisi yakni;

1. Posisi Hegemoni Dominan (*Dominant position*)

Empat penonton peserta diskusi terfokus (FGD) penelitian terkait konten mistis *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa sepakat memiliki sisi nilai-nilai keimanan yang diselipkan dalam cerita-ceritanya namun cara penyampaiannya bersifat tersirat namun agar tidak terkesan berafiliasi pada agama tertentu melainkan bertujuan lebih mudah diterima untuk sampai pada penonton umat agama lain yang juga meyakini hal ghaib dan mistis dalam konten tersebut. Dalam hal ini, Tim Kisah Tanah Jawa Sebagian beragama Islam meski demikian dalam penyajian kontennya tetapi berusaha menengahkan perihal hal-hal edukasi supranatural sebagai inti kehadiran konten tayangan mistis yang mereka produksi dan tayangkan untuk khalayak maya.

Kadar nilai-nilai keimanan tersirat ditampilkan dalam konten *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa terbilang padat namun kurang dimaknai peserta diskusi terfokus (FGD) secara utuh. Hal ini tentu besar pengaruhnya karena kesenjangan dari segi wawasan, pengalaman dan kompetensi bidang yang menjurus pada cara pemaknaan yang berbeda pada pesan secara simbol atau teks. Dengan latar belakang beragama islam, peserta diskusi terfokus (FGD) menyampaikan bentuk keimanan yang mampu mereka tangkap dari banyak seri konten tayangan mistis *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa berupa identitas kru, salam, do'a, keimanan terhadap hal ghain, pesan-pesan supranatural yang bernuansa islami seperti pembahasan ulang syariat islam namun lebih bersifat umum dan penjelasan praktik supranatural disertai rasionalisasi pun edukasi. Adapun nilai-nilai keimanan yang terlewat yakni wejangan baik dari *host* maupun mediasi spiritual dan hikmah atau pelajaran yang diterima oleh individu peserta diskusi atas suatu penelusuran supranatural dalam penceritaan peristiwa oleh *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa.

2. Posisi Negosiasi (*Negotiated position*)

Peserta diskusi terfokus (FGD) dengan berbasis *fanbase* Kisah Tanah Jawa Plat H sebagai penikmat yang dekat dengan sajian konten mistis terkait memiliki kesamaan pendapat atas nilai-nilai keimanan dalam keyakinannya yang bersifat general, namun

cenderung berbeda pada sub-sub proses penerimaan pesannya. Hal tersebut coba diupayakan dalam diskusi dan ditemukan peserta diskusi sepakat berpegang pada syariat islam meski berkompromi terkait adegan *host* yang ditampilkan berupa edukasi dengan tujuan baik dan meyakini makhluk hidup dan ghaib hidup berdampingan.

Adapun resepsi nilai-nilai keimanan atas keyakinan peserta diskusi berupa;

a. Resepsi berkecenderungan positif memandang *klenik* dan mediasi merupakan wajar selagi esensinya kebaikan dan berkomunikasi. Hal ini terlepas pada masing-masing individu pelaku dalam menjalankan bentuk praktik supranatural di jalan yang baik (putih) dan jahat (hitam) beserta konsekuensinya.

b. Resepsi berkecenderungan negatif ini meyakini jika *klenik* dan mediasi tersebut kurang selaras dengan syariat islam

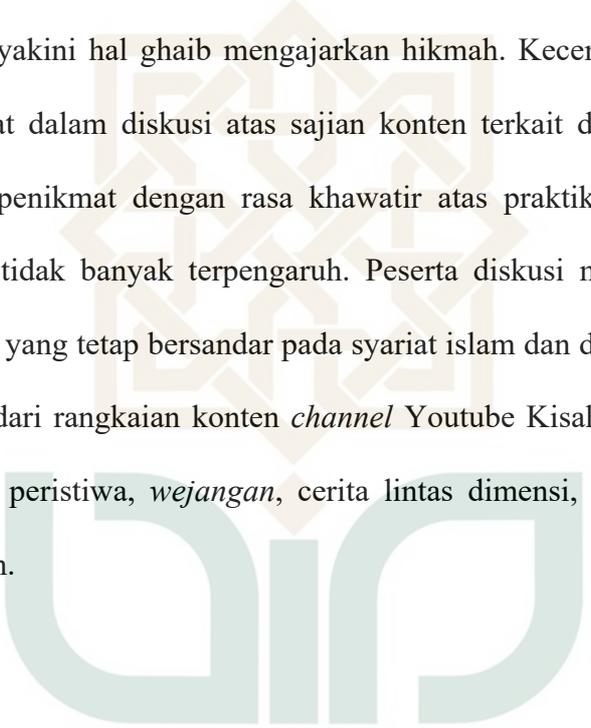
untuk ditampilkan dalam konten karena dirasa mendekati peserta dengan praktik *kesyirikan* meski tidak ditujukan

langsung. Pendapat demikian wajar adanya jika individu peserta dengan perimbangan antara syariat islam dan hal

supranatural (ghaib), penonton dengan tipe terkait memiliki kesadaran atas konten tayangan dikonsumsi dan mampu

memahami pemaknaan pesan atau teks dalam tayangan mistis secara berlapis atau filterisasi.

Berangkat dari pendapat di atas, peneliti berkesimpulan jika nilai-nilai keimanan dalam konten mistis yang disajikan *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa ini terbilang cukup kuat, penyampaian nilai-nilai tersebut dalam konteks hal mistis atau ghaib yang masih relevan dalam lingkup Islam. Hal itu juga mendorong peserta diskusi punya kualitas keimanan yang lebih baik dan meyakini hal ghaib mengajarkan hikmah. Kecenderungan perbedaan pendapat dalam diskusi atas sajian konten terkait dapat dikompromikan selaku penikmat dengan rasa khawatir atas praktik *klenik* dan mediasi namun tidak banyak terpengaruh. Peserta diskusi menontonnya sebagai hiburan yang tetap bersandar pada syariat islam dan dapat memperoleh hal positif dari rangkaian konten *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa seperti hikmah peristiwa, *wejangan*, cerita lintas dimensi, dan mawas diri dari kejadian.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Saran

Setelah peneliti melakukan pendalaman menyeluruh terkait resepsi nilai-nilai keimanan penonton konten bernuansa mistis oleh *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa, Adapun saran yang dapat diberlakukan sebagai pembenahan kedepannya antara lain;

1. Terkait percaya atau tidaknya penonton atas hal ghaib dalam sajian *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa, tim KTJ dapat membuat improvisasi dengan menggali referensi lebih dalam atas suatu peristiwa atau situ yang dikunjungi agar peserta memiliki sumber pembandingan sekaligus pelengkap untuk memverifikasi informasi yang disajikan dalam konten.
2. Berangkat dari sikap skeptis yang ada di antara penonton berkenaan *klenik* dan mediasi spiritual, alangkah baiknya tim *channel* Youtube Kisah Tanah Jawa dapat mengemas adegan-adegan tersebut dengan tetap bernuansa mistis namun diiringi konsep lebih elegan dan menarik agar penonton tidak terpapar praktik-praktik spiritual tersebut secara langsung yang rawan disalahgunakan.
3. Kurangnya penerimaan pesan nilai-nilai keimanan dalam *channel* Youtube kisah Tanah Jawa, tim KTJ dapat menambahkan peringatan dan ilustrasi-ilustrasi terkait pesan keimanan agar penonton mengetahui batasan dari sajian konten dan baiknya kecenderungan penerimaan sosial terkait konteks mistis.

Daftar Pustaka

- Abimanyu, Petir, *Mistik Kejawen*, Cet-1, .Yogyakarta: Palapa. 2014.
- Adi, Tri Nugroho. “Mengkaji Khalayak Media dengan Metode Penelitian Resepsi,” *Acta di Urna* Vol. 8, No. 1, 2012.
- Ardiansah, Aan. *Analisis Resepsi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya tentang Pesan Youtube Bangsa Surabaya*. Skripsi, Surabaya: ILKOM, 2020.
- Berger, Charles R, dkk. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Bandung: Nusa Media. 2015.
- Budiargo, Dian. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2015.
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik*
- David, Eribka Ruthellia. Mariam Sondakh. Stefi Harilama. 2017. Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Acta Diurna*. Vol. 6 No. 1
- Febriani, Gresnia Arela, ” Kenal Dekat dengan Kisah Tanah Jawa yang Cerita Horornya Bikin Merinding”, *wolipop*, 2019. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-4697668/kenal-dekat-dengan-kisah-tanah-jawa-yang-cerita-horornya-bikin-merinding>,
- Hadi, Ido Prijana. “Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis,” *Jurnal Ilmiah Scriptura*, Vol. 3, No. 1, 2009.
- Hall, Stuart. 1986. *Encoding/Decoding*. dalam Stuart Hall, etall (ed). *Culture Media, Language*. London: Hutchinhon &Co.
- Hapsari Sulistyani. 2006. *Analisis Resepsi. Pelatihan Metodologi Penelitian Kualitatif Universitas Diponegoro Semarang*.
- <http://staff.unila.ac.id/ekobudisulistio/files/2013/09/materi-2-jenis-data-dan-pendekatan.doc>, *Jenis Data dan Pendekatan*, Diunduh dari File PDF Pada 10 April 2021, Pukul 21:10 WIB.
- Ida, Rahmah. *Studi Media dan Kajian Budaya*, Jakarta: Kencana. 2014
- Kindarto, Asdani, *Belajar Sendiri Youtube*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2018.

- Kriyantono, Rahmat. *Teknik Prastis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006
- Latifatussolikhhah. *Studi Deskriptif Mitos Larangan Menggunakan Kasur kapuk Dalam Tayangan Program Acara Dua Dunia di Trans 7*, Skripsi, (Yogyakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2014).
- Maslikha, Endah. *Pemaknaan Penonton Terhadap Program Reality Show Janji Suci Raffi & Nagita” Di Trans Tv*, Skripsi, Malang: Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang. 2016.
- Maulida, Lely. “OKEZONE INNOVATION: Kisah Youtube yang Didirikan 3 Mantan Karyawan PayPal”, techno okezone. <https://techno.okezone.com/read/2017/08/25/207/1763207/okezone-innovation-kisah-Youtube-yang-didirikan-3-mantan-karyawan-paypal>. 2017.
- Procter, James. Stuart Hall. (Routledge Critical Thinkers). London: Routledge. 2004.
- Ridwan, Muhammad, Nawiroh Vera, Mistisisme dalam Program Televisi (Analisis Resepsi Pemirsa pada Program Menembus Mata Bathin di ANTV). *Jurnal KOMUNIKATIF*. Vol. 8 No. 2, 2019.
- Ridwan. Mistisisme Simbolik dalam Tradisi Islam Jawa. *Ibda Jurnal Studi Islam dan Budaya*. Vol.6 No.1. 2008.
- Bariyah, Choirul, *Analisis Resepsi Khalayak Tentang Lettering Capture dalam Official Account Instagram @Sub.Letter*. Surabaya, Skripsi, Surabaya: Ilmu Komunikasi, Uin Sunan Ampel. 2018.
- Perti, Mega, Ri'aeni, Ida, Yusron, Ahmad, Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film “Dua Garis Biru”. *Jurnal Audiens*. Vol.1 No.1 2020.
- Saputra, Riki, “Kekuatan Mistisisme Agama Dalam Proses Kebangkitan Manusia Pasca Bencana Alam: Respon Warga Muhammadiyah Kota Padang”. *Jurnal Menara Ilmu*. Vol 12, No. 7, 2018.
- Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Media Group, 2005.
- Wijayanto, Felix http://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/ Prezi. 2018.



LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA