



ALAMTARA.JSI by IAI TABAH is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

Naskah masuk	Direvisi	Diterima	Diterbitkan
23-Juni-2023	26-Juni-2023	28-Juni-2023	30-Juni-2023
DOI : https://doi.org/10.58518/alamtara.v7i1.1778			

ANALISIS PESAN MISTIK PADA KONTEN BERBURU PENAMPAKAN HANTU DI CHANNEL YOUTUBE SABLENG TV DAN BINTANG INDIGO

Intiha'ul Khiyaroh

IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan Indonesia

E-mail: intihaulkhiyaroh@iai-tabah.ac.id

Abstrak: perkembangan teknologi membuat pola kehidupan manusia berubah, salah satunya dampak media massa. Berawal dengan media youtube yang menjadi tontonan masyarakat baik dari kalangan dewasa bahkan anak-anak sering menonton youtube daripada televisi. Beralihnya tontonan masyarakat yang awalnya media televisi menjadi tontonan keluarga dan masyarakat pada umumnya, kini beralih pada penggunaan aplikasi youtube sebagai media massa utama yang digemari masyarakat. Hal ini membuat konten creator semakin genjar membuat inovasi dan kreasi yang membuat channel youtube mendapat subscriber, viewer, like dan dishare ke media social lainnya. Tulisan ini menganalisis dua channel youtube yang memiliki konten berburu penampakan hantu. Memiliki karakter yang berbeda membuat dua channel youtube ini memiliki ciri khas konten berburu hantu. Dengan adanya konten seperti ini membuat perubahan pola pemaknaan masyarakat terhadap penampakan hantu. Penampakan hantu yang awalnya merupakan hal tabu dan sangat dihindari kini berubah menjadi satu konten komedi bahkan hal lumrah yang terjadi dan bisa ditemui di tempat yang angker atau gelap seperti kuburan, hutan dan lainnya.

Kata kunci: konten berburu hantu, channel youtube, sableng TV, bintang indigo

Abstract: Technological developments change the pattern of human life, one of which is the impact of the mass media. Starting with the media YouTube, which is watched by the public, both adults and even children, often watch YouTube instead of television. The shift from public viewing, which was originally television media, to being watched by families and society in general, has now shifted to the use of the YouTube application as the main mass media that is popular with the public.



This makes content creators more enthusiastic about making innovations and creations that make the YouTube channel get subscribers, viewers, likes and sharing on other social media. This article analyzes two YouTube channels that have ghost sighting hunting content. Having different characters make these two YouTube channels have the characteristics of ghost hunting content. With content like this, it changes the pattern of people's meaning of ghost sightings. Ghost sightings, which were originally a taboo subject and were highly avoided, have now turned into comedy content, even commonplace things that happen and can be found in haunted or dark places such as cemeteries, forests and others.

Keywords: ghost hunting content, youtube channel, sableng tv, bintang indigo

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia terus menerus dari waktu ke waktu. Seiring perkembangannya selalu mengadaptasi berbagai teknologi informasi, hingga akhirnya tiba saatnya penggunaan internet mulai menjadi kebutuhan sehari-hari, yaitu teknologi internet. Internet merupakan sebuah inovasi luar biasa yang dapat memberikan kemudahan bagi para penggunaannya. Internet telah menjadi sarana komunikasi yang efektif, efisien dan terjangkau. Perkembangan teknologi tersebut juga telah membawa perubahan pada konsumen, pasar dan pemasaran. Teknologi ini disebut teknologi gelombang baru. Teknologi gelombang baru adalah teknologi yang memungkinkan konektivitas dan komunikasi antara individu dan kelompok.

Media online seperti media sosial merupakan salah satu media baru dalam komunikasi massa yang memberikan pengaruh besar terhadap masyarakat. Media sosial adalah media yang banyak digunakan oleh siapapun karena media sosial ini berguna untuk berbagi pesan. Terutama bagi kalangan pelajar, media sosial sangat diminati oleh generasi zaman sekarang ini. Salah satu media sosial yang sangat populer adalah platform youtube (Syaipudin 2020).

Dennis McQuail berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah:

a. Informasi

☐ Inovasi, adaptasi, dan kemajuan

b. Korelasi

☐ Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.



- ☐ Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
- ☐ Mengkordinasi beberapa kegiatan.
- ☐ Membentuk kesepakatan.
- c. Kesenambungan
 - ☐ Mengekspesikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan, khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru.
 - ☐ Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.
- d. Hiburan
 - ☐ Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
 - ☐ Meredakan ketegangan sosial.
- e. Mobilisasi
 - ☐ Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama

Riset dari data reportal menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022. Menurut data reportal media sosial paling populer di Indonesia puncaknya diduduki oleh *Youtube*. pengguna *youtube* di Indonesia mencapai 139 juta atau setara 50% dari total penduduk selama 2022. Kemudian di susul oleh facebook dengan jumlah pengguna mencapai 129,9 juta, di posisi ketiga ada instagram dengan jumlah pengguna 99,15 juta, dan tiktok yang jumlah penggunanya mencapai 92.07 juta.¹

Youtube sebagai media social nomor dua dengan pengguna aktifnya dari berbagai kalangan usia membuat para youtuber berinovasi dalam membuat konten youtube. Menarik jutaan viewer seluruh Indonesia selain konten lifestyle, makanan, kegiatan sehari-hari dan lain sebagainya konten berburu penampakan hantu juga sedang diminati oleh jutaan viewer. Terlihat pada beberapa konten di @sablengTV rata-rata ribuan bahkan sampai jutaan kali ditonton dan memiliki 488 ribu subscriber 853 video sedangkan

¹ Dicky Prastya, suara.com, Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta Per 2022, <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>, diakses pada 25 Februari 2023.



@bintangindigo5312 memiliki jumlah viewer ribuan dengan jumlah subscriber 81,8 ribu dan 468 video.

Pola penyebaran informasi ke seluruh lapisan masyarakat melalui youtube harus sesuai dengan nilai, norma dan kaidah yang berlaku dan dianut oleh masyarakat agar tidak terjadi perubahan yang mendasar dalam masyarakat seperti pola perilaku dan sikapnya terhadap kebudayaan sendiri. Relevansi dari etika dengan komunikasi dapat membantu memperoleh orientasi dalam hidup dan melatih melakukan pertanggungjawaban rasional terhadap penilaian dan pilihan tindakan yang akan diambil.

Uchjana (1986) dalam Wardani (2013:15) mengungkapkan bahwa media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang dalam melakukan penyebaran informasinya membutuhkan masyarakat luas dan disebarkan secara massal. Media massa yang sering digunakan oleh masyarakat adalah media cetak, elektronik dan media baru yaitu internet. Media massa berfungsi sebagai media informasi, pendidikan serta hiburan. Audiens adalah masyarakat yang menerima informasi yang disebarkan oleh media massa. Mereka terdiri dari pendengar publik atau pemirsa sebuah media massa. Umpan balik pada media massa berbeda dengan umpan balik komunikasi antarpribadi. Umpan balik komunikasi massa umumnya tertunda sementara komunikasi tatap muka atau antar pribadi bersifat langsung. Massa memiliki unsur-unsur penting, yaitu (Bungin, 2013:73): (1) jumlah masyarakat yang terlalu besar, (2) dengan jumlah massa yang terlalu besar sehingga masyarakat tidak dapat membedakan informasi satu dan yang lainnya, (3) orang-orang memiliki pandangan yang buruk terhadap suatu pemberitaan di media massa, (4) sulit mengorganisasikan media massa karena jumlah terlalu besar. Sehubungan dengan makna komunikasi terutama komunikasi massa, makna kata massa mengacu pada kolektivitas tanpa bentuk, yang komponen-komponennya sulit dibedakan satu dengan yang lainnya. Pada umumnya budaya massa dipengaruhi oleh budaya populer.

Perilaku manusia sebagian terbesar merupakan perilaku yang dibentuk, perilaku yang dipelajari. Maka salah satu persoalan ialah bagaimana cara membentuk perilaku itu sesuai dengan yang di harapkan (Walgito, 2010:14). 1. Cara pembentukan perilaku dengan kodisioning atau kebiasaan. Dengan cara membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan, akhirnya akan terbentuklah perilaku tersebut. 2. Pembentukan perilaku dengan pengertian. Selain pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan, pembentukan perilaku dapat ditempuh dengan pengertian atau insight.



Dengan memperhatikan sebab dan akibat maka perilaku tersebut terbentuk dengan sendirinya. 3. Pembentukan perilaku dengan menggunakan model. Pembentukan perilaku yang dapat ditempuh dengan menggunakan model atau contoh. Kalau menjadikan orang tersebut sebagai model sehingga menciptakan suatu perilaku yang mampu untuk kita tiru atau imitasi.

METODE

Artikel ini menekankan risetnya pada studi pustaka di beberapa konten Sableng TV dan Bintang Indigo selain itu penggalian data banyak didapat dari sumber-sumber ilmiah seperti jurnal dan makalah orasi ilmiah maupun media massa seperti pemberitaan, opini, dan artikel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konten Youtube Sebagai Tontonan Pokok Masyarakat

Youtube merupakan media sosial yang digunakan untuk mengupload video, menonton berbagai video, dan juga bisa berbagi video yang dimana video itu bisa dilihat oleh semua orang (Setiadi, Azmi, and Indrawadi 2019). Youtube sebagai media komunikasi massa menyediakan beragam informasi dan berita yang dibutuhkan oleh setiap orang sehingga sekarang ini semua orang dipermudah dalam pencarian berita karena tidak perlu lagi keluar rumah untuk membeli koran. Bukan hanya itu, youtube juga sering dijadikan sebagai hiburan karena ada banyak jenis konten video yang menghibur (Indarsih and Pangestu 2021). Dilansir dari (Liberty Jemadu, 2022), riset dari data reportal menunjukkan bahwa Di Indonesia, media social Youtube ini sangat banyak dikonsumsi dengan total pemakainya hingga 139 juta penduduk sebanding 50 persen dari keseluruhan jumlah penduduk pada Tahun 2022. Youtube memiliki iklan yang digunakan oleh perempuan mencapai 46,9% sedangkan yang berjenis laki-laki sekitar 53,1%. Pengguna youtube rentang usia berada diantara 16 hingga 64 tahun dengan presentase youtube mencapai 94%. Angka tersebut dikutip (Dahono, 2021) berdasarkan survey yang dilakukan GWI pada triwulan ketiga 2020.

Menurut (Setiadi et al. 2019) Keunggulan aplikasi youtube seperti berikut: 1) Informatif, artinya YouTube dapat memberikan informasi dan juga informasi tentang ilmu pengetahuan dan teknologi yang terbaru. 2) Cost effective, ini berarti youtube didapatkan secara gratis dengan jaringan internet. 3) Potensial, dikatakan potensial karena youtube semakin populer ditambah dengan semakin banyaknya beragam video



yang berisi informasi dan ada yang bersifat mengedukasi membuat youtube menjadi pegangan penting dalam pendidikan. 4) Praktis dan lengkap, aplikasi Youtube mudah digunakan dan juga youtube mempermudah siapapun yang ingin mencari video dan tepatnya sebagai sumber informasi. 5) Shareable, dengan youtube, siapapun bisa membagikan video yang ada diyoutube ke situs lain dengan mengcopy link video tersebut lalu dibagikan. 6) Interaktif, didalam youtube terdapat kolom komentar yang dimana netizen atau para pengguna internet bisa berdiskusi untuk saling tanya jawab. (Suryaman, 2015).

Masyarakat yang sering terjun dalam dunia maya pasti sudah tahu keunggulan YouTube. Youtube terus berkembang dan memunculkan berbagai fitur menarik yang dimana penggunaanya terpukau dan cenderung ingin menggunakan youtube setiap hari. Terdapat youtube stories merupakan fitur terbaru dan paling terkesan di youtube. Pengguna youtube dapat melahirkan karya yang kreatif melalui stories. Namun youtube juga memiliki kelemahan yaitu terdapat konten yang tidak pantas dilihat oleh anak -anak masih dibawah umur karena kontennya bersifat vulgar. Kebebasan yang diberikan kepada anak untuk melihat youtube akan merugikan pertumbuhan anak itu sendiri jika orang tua tidak mengawasi anaknya. Padahal sudah ada aplikasi khusus untuk anak yang disebut youtube kids tapi tidak semua orang bisa mengendalikan anaknya dengan baik. Selain itu, terdapat penyebar luasan berita bohong, berita palsu atau hoax di aplikasi youtube. Ini merupakan realita dan terbukti ada banyak pengguna youtube yang tidak jelas identitasnya dan tidak ada kejelasan sumber bisa dengan bebas menyebarkan video berisikan berita palsu dan tidak sesuai fakta. Masih banyak masyarakat yang mudah terprovokasi dan mudah percaya dengan apapun informasi yang ada diyoutube dan masyarakat harus diperingatkan untuk berhati-hati dalam menyerap informasi dan belajar memahami literasi digital media supaya tidak mudah terpancing dengan berita hoax (Indarsih and Pangestu 2021).

Menurut (Setiadi et al. 2019) ada seorang ahli bernama Triandis (1980) mengemukakan teori attitudes and behavior bahwa ada faktor-faktor yang memiliki pengaruh pada penggunaan teknologi informasi. Yang pertama ada 1) faktor sosial, ini adalah internalisasi kultur subjektif kelompok dan kesepakatan interpersonal yang dibuat oleh seorang dengan individu lainnya dalam suasana sosial tertentu. 2) affect (perasaan), ini memiliki arti yaitu apa yang dirasakan seseorang dengan profesinya, jenuh atau senang menjalaninya, senang atau tidak senang dalam melaksanakan pekerjaannya jika menggunakan teknologi informasi. 3) kompleksitas, artinya pencapaian inovasi yang



ditanggapi begitu sulit dipahami dan dikuasai, ini membuat berkurangnya penerimaan. 4) kesesuaian tugas, ini maksudnya adalah hubungan antara kepribadian seseorang mempengaruhi tugas dan teknologi itu sudah sesuai, teknologi yang dimanfaatkan dan tugas yang berkaitan dengan teknologi. 5) konsekuensi jangka panjang, ini artinya hasil output yang memiliki keuntungan dimasa yang akan datang mengukur konsekuensi jangka panjang. Keuntungannya misalnya pencapaian yang fleksibel pada pembaharuan pekerjaan atau peningkatan peluang untuk membaiknya suatu pekerjaan. 6) fasilitas, pada konsep manfaat dari teknologi informasi ini, situasi yang kondusif bisa dikategorikan dalam faktor yang mempunyai pengaruh dengan pemanfaatan teknologi informasi (Jin, 2003).

Demistifikasi: Mistisisme Berburu Penampakan Hantu

Seperti yang dijelaskan oleh Burhan Bungin bahwa konsep mistik di dalam masyarakat, dimaknai sebagai yang menakutkan, ngeri, horor, dan sejenisnya sedangkan dalam artian yang sesungguhnya mistik ialah sebuah hubungan antar realitas batiniah dan alam sadar dimana kekuatan indera lebih diutamakan untuk menafsirkan sebuah realitas (Bungin, 2005). Kemudian mistisisme lebih mengarah pada sebuah paham yang memberikan ajaran bersifat serba mistis dalam bentuk tertentu yang disepakati oleh para penganutnya. Ajaran-ajaran tersebut lebih menjurus pada kegelapan, terselubung, kelam, dan menyimpan berbagai rahasia di dalamnya (Petir, 2014).

Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tayangan reality show yang berbau mistis di televisi pada tahun 2010-an, tayangan-tayangan tersebut memperlihatkan sisi kengerian dari dunia mistis seperti Masih Dunia Lain, Indigo, Karma, dan sejenisnya sebagai ajang menguji nyali para penantang dan membuktikan adanya dunia di lain dunia yang sesungguhnya. Reresentasi sisi gelap mistis juga ditampilkan pada film-film ber genre horor yang identik dengan istilah jump scare yaitu sebuah teknik untuk membuat takut penonton dengan cara mengejutkannya melalui gambar atau kejadian secara mendadak. Perkembangan ilmu pengetahuan, membuat mistis mengalami dekonstruksi seiring dengan maraknya gagasan-gagasan postmodern. Gagasan baru ini memberi alternative sudut pandang lain untuk memahami sebuah realitas. Konsep dekonstruksi dikenalkan oleh Jaques Derrida. Dekonstruksi berarti mengurai, melepaskan, dan membuka. Konsep yang dibentuk oleh Derrida ini berusaha memberikan sumbangsih kepada modernisme berupa perombakan dari teori yang dianggapnya masih kaku (Maksum, 2014).



Dekonstruksi Derrida memiliki tiga point penting :

1. Dekonstruksi, yang dapat diartikan sebagai adanya perubahan yang terjadi dengan cara yang berbeda secara signifikan terus menerus untuk bertahan hidup.
2. Dekonstruksi dalam sebuah bahasa dan teks serta berbagai sistem yang hidup.
3. Dekonstruksi bukanlah sekedar sebuah kata, media, atau teknik yang digunakan dalam suatu kerja setelah fakta tanpa adanya subyek interpretasi (Sugiharto, 1996).

Mistifikasi pun mengalami demistifikasi ketika muncul berbagai pertanyaan atas segala yang dianggap mapan. Cerita hantu menjadi semacam aksioma yang tidak bisa dipertanyakan ulang. Tokoh yang menggunakan istilah demistifikasi ialah Kuntowijoyo yang mengutip pandangan D.A Rinkes, menyatakan bahwa umat Islam cenderung mengadakan mistifikasi agama. Kemudian Kunto menguraikan bentuk-bentuk mistik dalam umat Islam menjadi lima bentuk, yakni :

- 1). Mistik metafisik yang berarti hilangnya seseorang dari Tuhan yang disebut sufisme.
- 2). Mistik sosial yaitu hilangnya seseorang dalam satuan yang lebih besar.
- 3). Mistik etis diartikan sebagai tidak adanya kekuatan ketika menghadapi apa yang digariskan dalam hidup, sikap menerima takdir seperti fatalism
- 4). Mistik penalaran lebih kepada kepercayaan terhadap kejadian sekitaryang dianggap tidak masuk akal sehingga orang yang menyaksikan kehilangan nalar dalam berpikir.
- 5). Mistik kenyataan keadaan dimana hubungan antara agama dan kenyataan yang diartikan sebagai konteks tersebut hilang (Kuntowijoyo, 2005).

Demistifikasi yang dilakukan di channel youtube Sableng TV dan Bintang Indigo termasuk ke dalam unsur realisme magis, yaitu istilah yang mengarah pada modus narasi dengan menawarkan penggabungan antara fantasi dan kenyataan. Seperti yang dijelaskan oleh Wendy B. Faris bahwa realisme magis memiliki lima karakter sebagai acuan untuk mengetahui sifat dasar dari bentuk realisme magis itu sendiri (Faris, 2004). Teks dialog dan monolog dalam video yang disampaikan oleh Iqbal Sableng TV dan Bintang masuk diantara ke lima karakteristik tersebut, beberapa diantaranya adalah;



1. *Irreducible Elements* (Element-element yang tidak tereduksi) Yaitu mengenai sesuatu yang tidak dapat dijelaskan menggunakan paham empiris barat, sehingga memerlukan penjelasan secara logika, pengetahuan familier, atau dengan kepercayaan yang dimiliki (David Young dan Keith Hollaman dikutip dari Wendy B. (Faris, 2004). Kepercayaan mengenai dunia magis yang dianut masyarakat Indonesia sering kali tidak dapat dijabarkan menggunakan ilmu pengetahuan empiris bahkan di luar logika. Diperjelas dengan cerita mengenai kehidupan narator yang berdampingan dengan makhluk halus sejak kecil bahkan hingga menemaninya tumbuh, melakukan berbagai aktivitas selayaknya dengan manusia normal, kemudian ketika narator bercerita mengenai semakin terasahnya kepekaan terhadap hal ghaib apabila seorang yang normal sering berinteraksi dengan orang berkemampuan indigo. Bahkan berkomunikasi dengan sosok di suatu tempat yang kemudian bercerita secara detail mengenai sejarah tempat tersebut yang terkadang belum tercantum dalam kisah sejarahnya.



Channel Youtube Bintang Indigo di beberapa kontennya terdapat beberapa tayangan yang mempertontonkan atraksi duel dengan hantu.

Seperti yang kita ketahui bersama, bahwa wacana empiris barat selalu menghubungkan segala hal berdasarkan logika secara rasional ataupun ilmu pengetahuan yang familier, sedangkan beberapa kejadian supranatural yang dialami dan diceritakan oleh Bintang dan keluarganya tidak semua dapat dijelaskan secara logika. Diperjelas melalui cerita Bintang mengenai seseorang yang telah meninggal dunia, ternyata masih memiliki kehidupan di lain dunia dan melakukan aktifitas, serta terkadang masih ingin menyelesaikan permasalahan yang belum selesai di dunia manusia.



2. *The Unsettling Doubt*

Suatu keadaan yang dialami oleh pembaca dimana munculnya keraguan antara pemahaman kontradiktif atau suatu peristiwa dalam teks sebelum mengkategorikan the irreducible element sebagai unsur yang tidak tereduksi. Sebuah ketidakpastian antara kejadian realistik atau magis menimbulkan keraguan. Perpaduan antara realisme dan magis yang disampaikan oleh Bintang dalam setiap videonya, tidak jarang menimbulkan keraguan dari para penonton, bahkan pelanggan channel Youtube nya.

Keraguan para penonton muncul ketika suatu hal tidak dapat dijelaskan dengan ilmu empiris ataupun secara logika serta bertabrakan dengan ilmu budaya yang diyakini. Kemudian saat setiap personil melakukan proses mediasi dengan cara yang terlihat mudah dan tidak menggunakan ritual apapun, lalu mulai mengobrol seperti layaknya percakapan sesama 'manusia', penonton tidak bisa membedakan apakah itu sebuah realitas atau hal magis, kemudian menimbulkan keraguan. Adegan yang diperlihatkan seperti komunikasi antara salah satu personil dengan makhluk ghaib kemudian memberikan informasi seputar sejarah di tempat tersebut tetapi lebih detail, ataupun sosok yang bermediasi memberikan gambaran mengenai alasan mereka meninggal dunia dan membuat si mediator ikut merasakan rasa sakit.

Beberapa hal tersebut menimbulkan kontradiktif antar para penontonnya karena sebuah keraguan muncul ketika terbenturnya sistem budaya secara implisit dalam teks yang bergerak menuju kepercayaan di luar empiris dikemas secara realistik. Di satu sisi ada kepercayaan dari nenek moyang mengenai kehidupan makhluk ghaib yang juga sedikit banyak dibahas pada ilmu religi yang dipercayai, tetapi pada sisi lain hal tersebut juga tidak dapat dijelaskan melalui ilmu pengetahuan familier karena tidak dapat dipikirkan secara logika.

3. *Merging Realism*

Merupakan penggabungan antara dua dunia, ataupun dua alam. Dua dunia yang dimaksudkan dapat berupa pertemuan antara dunia tradisional dan modern, atau hal magis dengan material secara umum, menggabungkan antara realisme dan hal yang fantastik (Faris, 2004), atau dapat dikatakan sebagai sebuah pertemuan antara hal realistik dan magis yang bergabung menjadi sebuah kenyataan. Seperti seluruh teks dalam video yang ditampilkan oleh Iqbal dan Bintang berusaha memadupadankan antara realitas kehidupan dengan hal magis. Kemampuan supranatural yang dimiliki beberapa



keluarganya, kemudian pertemanannya dengan makhluk ghaib menimbulkan peleburan antara realitas dengan hal magis.

KESIMPULAN

Konten mistik di media social youtube menjadi salah satu tontonan masyarakat yang bisa merubah kesan horror pada hantu atau penampakan hantu. Ketika hal mistik dijadikan sebagai sebuah hiburan tentu akan memiliki pasar tersendiri. Apapun yang berbau ghaib selalu memberikan efek penasaran dan ketertarikan terhadap masyarakat sehingga banyak disukai. Jika dulu hal-hal mistik hanya bisa disalurkan dalam film atau buku, kini berganti media seperti Youtube, Spotify, Podcast, dan lain-lain. Pengalaman supernatural jadi salah satu genre yang sukses di era media baru, khususnya media sosial. Konten horor di media konvensional memang populer, tapi jumlahnya tak sebanyak konten horor yang disajikan dalam platform Twitter, Facebook, Youtube, hingga Spotify. 91 Konten yang dulunya hanya bisa diproduksi oleh media-media besar, kini siapapun bisa memproduksinya secara independen dengan kreativitasnya masing-masing. Munculkan lewat media sosial dengan pola dramatis melalui kanal Youtube maka menghasilkan respon yang cepat dari masyarakat, hal itu dikarenakan masyarakat sudah mengenalnya. Itu artinya bahwa semakin masyarakat disentuh sisi pikiran dan perasaannya tentang sesuatu yang mistik melalui penggunaan bahasa yang mistis dan dramatis ditunjang dengan kekuatan media digital, maka menghasilkan respon yang kuat. Dengan kata lain semakin banyak yang merespon/ melihat di kanal Youtube, pihak Sableng TV dan Bintang Indigo akan semakin mendapatkan keuntungan. Jadi wacana mistisisme yang direpresentasikan di media Youtube Sableng TV dan Bintang Indigo hanya dijadikan sebagai mesin pendulang keuntungan (produk jualan). Dalam kontennya ini mereka menggambarkan situasi yang terjadi di tempat bekas rumah sakit itu di mana tokoh-tokoh dalam cerita menyampaikan dengan bahasa yang mudah sehingga bisa tersampaikan kepada penonton. Konten ini membuat masyarakat untuk lebih memiliki adab sopan santun ketika mengunjungi tempat baru, memiliki sikap toleransi dengan tempat yang kosong (tak berpenghuni), dan memberikan pemahaman bahwa tidak semua makhluk ghaib membawa efek negatif.

BIBLIOGRAFI

Andriyani, Noni. 2017. "Mistik sebagai Ciri Kebudayaan Indonesia dalam Novel Intelegensi Embun Pagi karya Dee" Buku Membaca Nusantara Melalui Bahasa. Yogyakarta: Interlude.



Bungin, B. 2013. Metode Penelitian Sosial & Ekonomi Format-format Kuantitatif untuk Studi Sosial, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran. Jakarta: Kencana.

Dennis McQuali, Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar. 1992. Jakarta: Erlangga.

Efendy, Onong Uchjana, 1986. Dimensi-Dimensi Komunikasi. Bandung: Alumi.

-----, 2004. Dinamika Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Erik Fahron Setiadi, Alia Azmi, Junaidi Indrawadi. 2019. Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. JCE Journal of Civic Education. Vol 2 No 3.

Faris, Wendy B. 2004. Ordinary Enchantments: Magical Realism and the Remystification of Narrative. Nashville: Vanderbilt University Press.

Hardja, Agus M. 2003. Komunikasi Interpersonal dan Intrapersonal. Yogyakarta: Kanisius

Indarsih, Mike, and Dian Pangestu. 2021. Pemanfaatan Platform Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika. Jurnal AKRAB JUARA.

Jin, Fung Tjhai. 2003. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Sistem informasi dan sistem informasi dan teknologi informasi terhadap Kinerja Akuntan Publik. Jurnal Bisnis dan Akuntansi. 5(1)

Kadir. 2014. "Kadar Realisme Magis Dalam Novel Perempuan Poppo".

Kuntowijoyo. 2005. Pengantar Ilmu Sejarah. Benteng, Yogyakarta

Muhardi dan Hasanudin WS. 1992. Prosedur Analisis Fiksi. Padang: IKIP Padang Press

Nurgiyantoro, Burhan. 1995. Teori Pengkajian Fiksi. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Roh, Franz. 1995. Magical Realism: Theory, History, Community. Durham: Duke University Press.

Setiadi, N. J. 2019. Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga (Vol.3) Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Supratiknya, A. 1995. Komunikasi Antarpribadi: Tinjauan Psikologis. Yogyakarta: Kanisius.