

KAJIAN NEW MEDIA
PENGARUH TERPAAN TAYANGAN VIDEO BLOG (VLOG) BERTEMA
MISTIK PADA *YOUTUBE CHANNEL* “JURNALRISA” TERHADAP
PEMAHAMAN TENTANG GAIB SESUAI AJARAN AGAMA KRISTEN
(Studi Kuantitatif di Kalangan Siswa-siswi Kristen SMP N 4 Surakarta
Angkatan 2017 dan 2018)

Arlisa Ratnastuti

Deniawan Tommy Chandra W

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

Along with the development of the world of technology and information, mass media also experienced developments, namely the presence of new media. One of the new media products that is being sought by the public is YouTube. The growing number of YouTube users, YouTube Channel owners compete to present content that people like, one of them is mystical themed vlog shows. One of the mystical YouTube channels loved by Indonesian people is the YouTube channel “Jurnalrisa”. The content displayed in “Jurnalrisa” is in the form of a Vlog or video blog where Risa Saraswati and other teams conduct mystical executives visiting certain places. Whereas, the occult understanding according to the teachings of Christianity is how the occult concepts in the teachings of Christianity are based on several verses in the Bible. In this study, researchers wanted to find out how the influence of mystical themed vlog impressions on the YouTube channel “Jurnalrisa” on the understanding of the occult according to the teachings of Christianity. In Cultivation theory shows that media exposure affects a perception change or someone’s description of something. The approach in this study is quantitative. The method used is survey research using quota sampling where the number of samples is 54 respondents. By distributing questionnaires to Surakarta N 4 SMP (Rokris) Christian students. Research shows the hypothesis that there is an effect of exposure to mysticist-themed vlog shows on the YouTube “Jurnalrisa” channel on the understanding of the occult according to Christian teachings of 0.717. With the results of the coefficient of determination amounting to 51.4%. This also means that the relationship between the two variables is included in the high or strong category. While the rest, amounting to 49.6% can be explained by other influencing factors. . In addition, a regression equation is also obtained, namely $Y = 3.130 + 1.053X$. So if the

frequency of exposure to mystical-themed vlog shows "Jurnalrisa" increases by one unit, then the dependent variable will add up to 1.053.

Keywords: *Media exposure, New Media, YouTube, Jurnalrisa, Cultivation*

Pendahuluan

Media massa menurut Leksikon Komunikasi adalah sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas. Media massa juga diartikan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi maupun hiburan. Selain itu, media massa juga dapat diartikan sebagai sarana komunikasi massa dimana proses penyampaian informasi, gagasan, dan pesan kepada publik secara serentak (Canggara, 2010:126). Setiap orang memerlukan media massa sebagai pemenuh kebutuhan informasi mengenai kejadian yang terjadi di sekitar mereka. Melalui media massa juga masyarakat dapat saling berbagi dan bertukar informasi, bukan hanya mendapatkan informasi. Oleh karena itu, media massa menjadi salah satu komponen penting komunikasi dalam masyarakat.

Seiring dengan perkembangan dunia teknologi dan informasi, media massa juga ikut mengalami perkembangan, yakni dengan hadirnya new media. New media hadir seiring dengan perkembangan internet. Internet merupakan hasil perkembangan teknologi yang paling berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat pada saat ini. Melalui internet, masyarakat dapat saling berkomunikasi secara interaktif tanpa ada batasan ruang dan waktu. Dalam fungsinya sebagai media komunikasi, internet digunakan untuk penyebaran pesan berupa video, teks, dan lain sebagainya.

Salah satu contoh media massa baru yang tengah menjadi media yang digemari oleh masyarakat adalah YouTube. Hal ini terbukti dengan adanya data yang menyatakan bahwa YouTube telah diakses oleh lebih dari satu miliar pengguna per bulannya di seluruh dunia yang mana jumlah ini merupakan sepertiga dari jumlah pengguna yang mengakses internet (Praditya, <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-YouTube-di-indonesia/>, akses 2

Januari 2019). Jumlah ini sendiri diperkirakan akan terus bertambah dengan semakin bertambahnya eksistensi Youtube.

YouTube sendiri didirikan pada tahun 2005 oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim (<https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>, akses 4 Januari 2019). YouTube merupakan sebuah platform yang ditujukan untuk berbagi video. Di dalam YouTube, pengguna bisa mengakses berbagai video dan membagikan berbagai video. Sejalan dengan peran televisi, YouTube menyampaikan pesan dengan bentuk audio visual. Dengan adanya berbagai konten yang dihadirkan melalui televisi dan YouTube ini sebenarnya menguntungkan bagi khalayak atau audiens. Hal tersebut dikarenakan khalayak kemudian dapat bebas memilih media mana yang akan mereka gunakan sebagai tempat mendapatkan berbagai pesan komunikasi.

Semakin populernya YouTube di kalangan masyarakat, para pemilik YouTube channel atau yang kemudian disebut dengan YouTube channel berusaha untuk menghadirkan konten yang sedang menjadi tren dan banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, salah satunya adalah tayangan mistik. Program tayangan mistik sendiri merupakan program yang berisi tentang hal-hal yang berbau gaib. Di dalam KBBI, gaib diartikan sebagai tidak terlihat; tersembunyi; dan tidak nyata. Menurut Murthadha Muthahari, gaib diartikan sebagai tersembunyi, dari tangkapan panca indera, pengelihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan rasa.

Tayangan yang mengandung isu gaib ini kemudian diketahui menjadi salah satu isu yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Realitas akan dunia gaib yang dihadirkan media juga merupakan realitas yang ada di tengah masyarakat Indonesia sejak jaman dahulu, dan terus diceritakan dari generasi tua ke generasi penerusnya. Pada konteks inilah kita melihat kedekatan masyarakat terhadap hal-hal mistik dan mengandung nilai magis merupakan perjalanan sejarah yang terus berlangsung sampai sekarang (Hekdi dan Alfitri, 2006 : 192).

Salah satu YouTube channel yang menghadirkan tayangan mistik adalah “Jurnalrisa”. “Jurnalrisa” sendiri merupakan YouTube channel yang dimiliki oleh serorang youtuber bernama Risa Saraswati yang juga merupakan seorang penulis

buku mistik. Risa Saraswati juga dikenal dengan kemampuan supranaturalnya yaitu bisa berkomunikasi dengan makhluk gaib. Risa mulai dikenal publik semenjak menjadi vokalis band Homogenic pada tahun 2002. Namanya semakin dikenal publik pada tahun 2012 ketika ia mengeluarkan sebuah buku berjudul “Danur” yang menceritakan sisi lain dari Risa sebagai seorang indigo. Semenjak itu Risa Saraswati dikenal publik akan kemampuan supranaturalnya.

Pada Agustus 2017, Risa Saraswati membuka YouTube channel yang diberi nama “Jurnalrisa”. Di dalam YouTube channelnya Risa Saraswati menghadirkan konten yang menunjukkan bagaimana dia dan beberapa saudaranya melakukan ekspedisi mistis mengunjungi tempat-tempat yang dinilai seram dan beberapa konten berkonsep mistik lainnya. *YouTube channel* “Jurnalrisa” sendiri hingga saat ini berhasil memperoleh jumlah *subscriber* sebanyak 2.069.727 *subscriber*. Dengan 66 video yang diunggah, *YouTube channel* “Jurnalrisa” berhasil memperoleh 142.232.944 kali penayangan. Selain itu, setiap video yang diunggah oleh “Jurnalrisa” berhasil menempati posisi *trending* YouTube Indonesia. Hal-hal tersebut menandakan bahwa konten yang dimiliki oleh *YouTube channel* “Jurnalrisa” digemari oleh pengguna YouTube Indonesia.

Sebagai sebuah tontonan masyarakat, konten mistis yang ada dengan konsep mistisnya tentu memiliki pengaruh terhadap audiens. Salah satunya adalah pengaruh terhadap kepercayaan masyarakat dalam hal mistis. Hal ini kemudian dikaitkan dengan adanya konstruksi sosial. Masyarakat sebagai audiens tentu memiliki realitas objektif, realitas objektif sendiri diartikan sebagai realitas hasil dari kesepakatan sosial berdasarkan intersubyektivitas. Hasil dari realitas obyektif tersebut kemudian akan menjadi kenyataan empiris yang bisa dialami oleh setiap orang. Selanjutnya adalah hadirnya realitas media.

Realitas media sendiri merupakan realitas yang hadir dengan sudah melalui proses konstruksi oleh media berdasarkan kaidah-kaidah jurnalisme. Selain itu fenomena ini juga dapat dikaitkan dengan adanya realitas subjektif. Realitas subjektif sendiri merupakan realitas hasil persepsi orang itu sendiri terhadap suatu peristiwa atau juga diartikan sebagai realitas hasil pengalaman seseorang berinteraksi dengan fenomena-fenomena. Pengertian lainnya dari

realitas subjektif ini adalah penyerapan kembali pemahaman objektif ke dalam kesadaran sedemikian rupa sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial.

Melalui ketiga proses konstruksi sosial tersebut tayangan vlog dalam YouTube channel “Jurnalrisa” sendiri tentu mencoba membangun realitas subjektif audiens melalui realitas media yang mereka hadirkan yang kemudian akan memengaruhi realitas objektif. Berdasarkan jurnal internasional yang berjudul “*YouTube, Social Norms, and Perceived Silence of Climate Changes in the American Minds*” dikatakan bahwa YouTube melalui tayangannya dan konten-kontennya dapat memengaruhi persepsi individu dan opini-opini publik (Spartz, dkk, 2017:1-16) .

Hal yang telah dipaparkan diatas kemudian akan menjadi dasar penelitian, yaitu pengaruh realitas media yang dihadirkan dalam konten di YouTube channel “Jurnalrisa” terhadap perubahan pandangan audiens dari realitas objektif menjadi terbangunnya realitas subjektif audiens. Kemudian, isi pesan dalam konten Vlog Jurnalrisa melalui beberapa aspek lainnya yang menjadi indikator terpaan media massa akan mengubah pandangan audiens mengenai pemahaman gaib sesuai ajaran agama Kristen.

Dalam penelitian ini, peneliti siswa-siswa SMP Kristen 1 Surakarta sebagai subyek penelitian. Berdasarkan data Nielsen, siswa-siswi SMP juga merupakan bagian dari generasi Z menghabiskan banyak waktu untuk menggunakan platform seperti Snapchat, Facebook, dan YouTube untuk mencari konten yang menghibur (Acoba, www.nielsen.com, akses 20 April 2019). Selain itu SMP N 4 Surakarta juga merupakan salah satu sekolah yang memiliki berbagai cerita tentang hal gaib yang beredar dan dibicarakan oleh para siswa-siswinya. Melihat dari sisi masyarakat Indonesia juga yang masih dekat dengan norma dan nilai budaya mistis.

Berdasarkan alasan-alasan dan fakta tersebut penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh terpaan tayangan Vlog bertema mistis pada YouTube channel “Jurnalrisa” terhadap pemahaman gaib menurut ajaran agama di kalangan siswa-siswi Kristen SMP N 4 Surakarta. Bagaimana pesan komunikasi

yang disampaikan melalui tayangan Vlog “Jurnalrisa” memengaruhi khalayak sebagai audiens percaya terhadap hal mistis dan merubah realitas obyektif mereka mengenai mistis dan hal-hal gaib tersebut serta untuk dapat mengetahui bagaimana efek perubahan gambaran atau pemahaman gaib yang sesuai dengan ajaran Kristen.

Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori kultivasi oleh George Gerbner. Teori ini akan melihat efek media massa yang bersifat kumulatif dan berdampak pada tatanan sosial budaya di dalam masyarakat. Dikatakan juga bahwa teori kultivasi melihat media massa sebagai agenda sosial dimana menemukan bahwa penonton televisi dapat mempercayai apa yang ditampilkan oleh televisi berdasarkan seberapa banyak atau frekuensi dan intensitas mereka menonton televisi yang merupakan media massa dan memengaruhi persepsi penonton terhadap realitas sosial (Santoso dan Setiansah, 2010:100).

Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana pengaruh terpaan tayangan vlog bertema mistik pada *YouTube channel* “Jurnalrisa” terhadap pemahaman gaib sesuai ajaran agama Kristen di kalangan siswa-siswi Kristen SMP N 4 Surakarta ?”

Landasan Teori

a) Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penciptaan makna bersama antara media dan khalayaknya. Pada dasarnya, komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Media massa sendiri merupakan alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan serempak dan cepat kepada audiens yang sifatnya heterogen dan luas.

Pengertian lain dari komunikasi massa datang dari Jay Black dan Frederick C. Whitney, mereka menyebutkan “ *Mass communication is a process whereby mass-produced messages are transmitted to large, anonymous, and*

heterogeneous masses of receiver". Dalam bahasa Indonesia diartikan : Komunikasi massa adalah proses dimana pesan yang diproduksi secara massal disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen. Kata anonim berarti bahwa audience atau penerima pesan cenderung asing satu sama lain atau tidak saling mengenal. Pengertian heterogen disini merujuk pada latar belakang audiens yang beragam mulai dari status, pekerjaan, ataupun jabatan dan dengan karakteristik yang berbeda satu dengan lainnya.

b) Media Baru (*New Media*)

Roger Fidler mengenalkan istilah "*mediasphosis*" yang diartikan sebagai transformasi dari media komunikasi dan berdasarkan pada perkembangan teknologi (Syaibani, 2011:5). Pengertian lain dari *new media* datang dari Terry Flew. Terry Flew mengatakan : "*forms of media contents that combine and integrate data, text, sound, and images of all kinds; are stored in digital format; and are increasingly distributed through networks*". Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa *new media* ditekankan pada format isi media yang dikombinasikan dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam platform digital (Syaibani, 2011:5-6).

c) Budaya Pop

Budaya pop berkaitan dengan istilah budaya massa. Budaya massa sendiri adalah budaya populer yang ada melalui teknik industrial produksi massa dan dipasarkan guna mendapatkan keuntungan dari khalayak. Budaya massa ini kemudian berkembang karena adanya kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi seperti percetakan, fotografi, rekaman suara, dan lainnya (Tressia, Skripsi, 2012:37).

Sedangkan, Hebdige dalam Subandy memandang budaya populer sebagai artefak yang ada, seperti film, kaset, acara televisi, alat transportasi, pakaian, dan sebagainya (Ibrahim, 2011: xxvii). Budaya populer kian hari kian berkembang, ada pula istilah budaya pop yang diposkan secara online.

d) YouTube

YouTube merupakan salah satu contoh *new media*. Hal ini dikarekan dalam pengaksesannya dibutuhkan internet. YouTube sendiri didirikan pada

Februari 2002 oleh 3 orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. YouTube juga merupakan salah satu platform yang berada di internet dengan perkembangan yang pesat. Berdasarkan pernyataan dari pihak google mewakili YouTube, hampir sepertiga pengguna internet adalah pengguna Youtube. Lebih lanjut, lembaga riset pasar Statista memprediksi bahwa YouTube akan berkembang lebih pesat hingga mencapai jumlah 1,8 milyar pengguna pada tahun 2021 (Praditya, <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-Indonesia>, akses pada 16 Mei 2019).

e) *YouTube Channel* “Jurnalrisa”

Youtube Channel “Jurnalrisa” adalah saluran YouTube yang dimiliki oleh seorang youtuber bernama Risa Saraswati. Risa Saraswati sendiri merupakan seorang public figure yang dikenal sebagai seorang indigo. Saluran YouTube “Jurnalrisa” dimulai pada tanggal 29 Agustus 2017. Hingga saat ini *subscriber* (pelanggan) dari *youtube channel* “Jurnalrisa” sudah mencapai angka 2.495.560 *subscriber*. Jumlah ini menjadikan channel youtube Jurnalrisa menjadi kanal youtube bertema mistik di Indonesia yang memiliki *subscriber* terbanyak.

Youtube channel “Jurnalrisa” sendiri memiliki 2 segmen khusus yakni jurnalrisa dan tanyarisa. Tanyarisa merupakan segmen atau video yang berisi konten tanya jawab bersama Risa saraswati dan tim jurnalrisa mengenai berbagai macam hal khususnya tentang hal-hal yang berbau mistis. Sedangkan, segmen “#jurnalrisa” sendiri merupakan video yang kontennya adalah ekspedisi mistis mengunjungi tempat-tempat yang dinilai mistis di mana Risa Saraswati mengungkap hal-hal gaib dengan kemampuan supranatural mereka termasuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan makhluk gaib.

f) **Terpaan Media**

Terpaan media atau *media exposure* sendiri dalam ilmu komunikasi diartikan sebagai perilaku yang muncul akibat penggunaan media. Menurut Rosengren, terpaan media merupakan penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen dengan isi media yang dikonsumsi secara keseluruhan (Supriyadi, Skripsi, 2010). Terpaan media juga diartikan

sebagai banyaknya informasi yang diperoleh dari penggunaan media yang meliputi frekuensi, atensi, dan durasi penggunaan media (Flander, 2009:851)

g) Remaja

Istilah remaja yang juga disebut dengan istilah *adolescence* berasal dari bahasa latin yaitu *adolescere* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan” (Mohammad Ali, 2016:9). Hurlock mengatakan bahwa rentang ini memiliki tempat yang tidak jelas yakni tidak bisa dikategorikan dalam kelompok anak-anak maupun dewasa. Menurut Sri Rumini dan Sri Sundari, masa remaja merupakan peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Dalam masa ini remaja mengalami perkembangan di semua aspek dan fungsi guna memasuki masa dewasa. (Anna, 2014:19).

h) Konstruksi Sosial

Istilah konstruksi sosial atas realitas ini pertama kali diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Ia menggambarkan proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, yang mana individu akan menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. Berger dan Luckmann menyebut konstruksi sosial sebagai konstruktivisme yang dilihat sebagai kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang sekitarnya. Individu kemudian akan mengembangkan sendiri pemahaman atas realitas tersebut berdasarkan pemahaman yang sudah ada sebelumnya.

i) Tayangan Mistik

Tayangan mistik diartikan sebagai sebuah konstruksi sosial sutradara film mistik terhadap bentuk “kengerian” pada obyek-obyek cerita yang penuh dengan upaya konstruksi (Bungin, 2007:330). Tayangan mistik juga dikategorikan dalam beberapa bentuk (Bungin, 2007:330-331), seperti :

- Mistik semi-sains, yaitu film yang berhubungan dengan fiksi ilmiah.
- Mistik-fiksi, film mistik hiburan yang tidak masuk akal karena bersifat fiksi yang diciptakan untuk menyajikan misteri, suasana mencekam, dan kengerian kepada audiens.

- Mistik-horor, film yang lebih banyak mengeksploitasi dunia lain, seperti jin. Setan, dan kekuatan-kekuatan supranatural seseorang.

j) Pandangan Kristen tentang Gaib

Di dalam agama Kristen sendiri memang tidak banyak menyinggung mengenai gaib, tetapi ada beberapa ayat di dalam Alkitab yang menyinggung persoalan gaib. Beberapa di antaranya adalah dalam Imamat 17:7 yang mana di dalam ayat itu Tuhan melarang manusia untuk bergaul dan takluk kepada jin-jin. Dikatakan juga bahwa sebagai umat Kristen kita tidak perlu merasa takut akan hal-hal gaib seperti tertuang pada ayat di dalam ayat 1 Yohanes 4:4 dan Bilangan 23:23.

k) Teori Kultivasi

Dalam melakukan penelitian terhadap fenomena tersebut, peneliti menggunakan teori kultivasi. Teori kultivasi dikemukakan oleh George Gerbner. Dalam bukunya, Morissan (2013:519) mengatakan bahwa teori kultivasi yang juga disebut dengan “analisis kultivasi” adalah teori yang memperkirakan dan menjelaskan pembentukan persepsi, pengertian, dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi pesan media dalam jangka panjang. Di dalam jurnal “*Cultivation Theory: Effect and Underlying Process*” juga mengemukakan tentang perkembangan dari teori kultivasi sendiri, yaitu kemungkinan new media dalam memberikan efek pengaruh kepada khalayak dan lebih besar dari pada televisi di era sekarang ini. Media baru ini menyediakan konten baru dan pengalaman menonton baru yang dapat berkontribusi pada penyempurnaan teori kultivasi dan proses-proses yang mendasarinya (Shrum, 2009:66-89).

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan studi kuantitatif dan juga menggunakan *explanatory research*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Regresi adalah alat ukur yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi atau hubungan antar variabel. Lebih lanjut, metode ini akan menganalisis bentuk hubungan antara dua atau lebih variabel

dengan tujuan membuat perkiraan atau prediksi hubungan fungsional antara variabel-variabel (Neolaka, 2016).

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMP N 4 Surakarta angkatan 2017 dan 2018 yang beragama Kristen. Jumlah populasi di dalam penelitian ini adalah 117 responden. Setelah populasi, peneliti perlu menentukan jumlah sampel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *quota sampling*. *Quota sampling* adalah teknik penarikan sampel dengan menentukan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu hingga jumlah (kuota) yang diinginkan. Penarikan sampel menggunakan rumus slovin dan didapatkan angka 54 responden.

Sajian dan Analisis Data

Terpaan media juga diartikan sebagai banyaknya informasi yang diperoleh dari penggunaan media yang meliputi frekuensi, atensi, dan durasi penggunaan media. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mengukur besarnya terpaan responden menggunakan 3 (tiga) indikator yaitu frekuensi, atensi, dan durasi. Selain itu, peneliti juga menambahkan 1(satu) indikator pendukung yaitu antusiasme atau daya tarik responden sebagai audiens terhadap tayangan “Jurnalrisa” dan tayangan mistis secara umum.

Pada penelitian ini total responden adalah 54 responden. 54 orang tersebut diberikan 11 pernyataan dan dapat disimpulkan bahwa terpaan tayangan vlog bertema gaib pada youtube channel “Jurnalrisa” (Variabel X) memiliki presentase terbesar dalam kategori sedang yaitu sebesar 44,4 %. Terpaan tayangan dinilai melalui indikator frekuensi, durasi, atensi, dan antusiasme/daya tarik menyaksikan tayangan vlog bertema mistis pada YouTube channel “Jurnalrisa”.

Untuk mengukur variabel dependen pada penelitian ini, digunakan beberapa indikator. Indikator tersebut merupakan pemahaman gaib sesuai ajaran agama Kristen yang tercantum pada beberapa ayat Alkitab. Indikator tersebut kemudian diturunkan menjadi 11 butir pertanyaan. Pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen. Berdasarkan data yang diperoleh, pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen diperoleh nilai terbesar dalam kategori

tinggi sebesar 51,8 %. Hal ini berarti terdapat perubahan pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen setelah menyaksikan tayangan “Jurnalrisa”.

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel digunakan uji korelasi terhadap dua variabel. Setelah melakukan uji korelasi, didapatkan nilai 0,717. Nilai ini berarti kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Korelasi antara variabel menunjukkan nilai positif yang artinya bahwa korelasi menunjukkan arah yang sama pada hubungan antara variabel, dimana jika nilai variabel terpaan semakin besar maka variabel pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen di kalangan siswa-siswi Kristen (Rokris) SMP N 4 Surakarta juga semakin besar.

Hasil nilai korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel “terpaan tayangan vlog bertema gaib pada youtube channel “Jurnalrisa”” dan variabel “pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen” adalah sebesar 0,717. Nilai tersebut memiliki arti bahwa ada hubungan antara variabel independen dan dependen.

Melalui hasil perolehan nilai *R square* diketahui bahwa pengaruh terpaan tayangan vlog bertema gaib pada youtube channel “Jurnalrisa” terhadap variabel “pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen” sebesar 51,4 %. Hal ini juga berarti bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk dalam kategori tinggi atau kuat. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 49,6 % dapat dijelaskan oleh faktor-faktor pengaruh lainnya, baik pengaruh internal maupun eksternal dari audiens tersebut. Hasil uji regresi linear sederhana didapat persamaan regresi $Y = 3,130 + 1,053X$. Maka apabila frekuensi terpaan tayangan vlog bertema mistis “Jurnalrisa” bertambah satu satuan, maka variabel dependennya yaitu “pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen” akan bertambah sebesar 1,053.

Berdasarkan hal-hal yang telah disampaikan sebelumnya dapat dikatakan sesuai dan relevan dengan teori yang digunakan di dalam penelitian, yaitu teori Kultivasi. Dalam teori Kultivasi dijelaskan bagaimana media massa membentuk persepsi, pengertian, dan kepercayaan mengenai dunia sebagai hasil dari mengonsumsi pesan media dalam jangka panjang. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa tayangan “Jurnalrisa” mempengaruhi persepsi dan pengertian tentang gaib pada audiens. Tayangan “Jurnalrisa” memberilakan

realitas media menegani gaib dan kemudian merubah realitas pada responden mengenai hal gaib tersebut. Di dalam teori Kultivasi juga disebutkan bahwa melalui proses konstruksi sosial, tayangan vlog dalam YouTube channel “Jurnalrisa” sendiri tentu mencoba membangun realitas subjektif audiens melalui realitas media yang mereka hadirkan yang kemudian akan memengaruhi realitas objektif.

Proses Kultivasi sendiri terjadi dengan dua cara salah satunya adalah *Mainstreaming* yang menyatakan bahwa berbagai simbol, informasi, dan ide yang ditayangkan mendominasi atau mengalahkan berbagai simbol, informasi, dan ide yang berasal dari sumber lainnya. Hal ini terlihat dari analisis data yang didapat bahwa informasi mengenai gaib yang terdapat di dalam konten tayangan “Jurnalrisa” mendominasi pemahaman gaib yang telah ada sebelumnya terkhusus pemahaman gaib sesuai ajaran agama Kristen sehingga terjadilah proses kultivasi dan perubahan realitas mengenai gaib.

Pengaruh terpaan tayangan vlog bertema mistis pada YouTube channel “Jurnalrisa” disimpulkan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel “pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen”. Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa tayangan “Jurnalrisa” dan tayangan bertema mistis pada umumnya mempengaruhi secara negatif pemahaman gaib yang sesuai dengan ajaran agama Kristen. Hal ini dikarena sebagian besar gambaran tentang gaib yang ditayangkan di dalam “Jurnalrisa” tidak sesuai dengan ajaran agama Kristen. Selain itu juga menggeser pemahaman gaib secara umum yaitu seperti dalam KBBI. Setelah menyaksikan tayangan “Jurnalrisa” para responden memiliki pemahaman bahwa gaib adalah selalu dikaitkan dengan adanya makhluk gaib. Dalam hal ini siswa-siswi Kristen (Rokris) SMP N 4 Surakarta.

Kesimpulan

Berdasarkan Penelitian dan Pengolahan data yang telah dilakukan. Penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut : Hasil nilai korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel “terpaan tayangan vlog bertema gaib pada youtube channel “Jurnalrisa”” dan variabel “pemahaman tentang gaib sesuai

ajaran agama Kristen” adalah sebesar 0,717. Nilai tersebut memiliki arti bahwa ada hubungan antara variabel independen dan dependen. Melalui hasil perolehan nilai *R square* diketahui bahwa pengaruh terpaan tayangan vlog bertema gaib pada *youtube channel* “Jurnalrisa” terhadap variabel “pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen” sebesar 51,4 %. Hal ini juga berarti bahwa hubungan antara kedua variabel termasuk dalam kategori tinggi atau kuat. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 49,6 % dapat dijelaskan oleh faktor-faktor pengaruh lainnya, baik pengaruh internal maupun eksternal dari audiens tersebut. Hasil uji regresi linear sederhana didapat persamaan regresi $Y = 3,130 + 1,053X$. Maka apabila frekuensi terpaan tayangan vlog bertema mistis “Jurnalrisa” bertambah satu satuan, maka variabel dependennya yaitu “pemahaman tentang gaib sesuai ajaran agama Kristen” akan bertambah sebesar 1,053.

Daftar Pustaka

- Ali, Mohammad dan Mohammad Asrori. (2016). *Psikologi Remaja*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. (2001). *Imaji Media Massa. Konstruksi dan Makna Realitas Sosial Iklan Televisi dalam Masyarakat Kapitalistik*. Yogyakarta: Jendela Pers.
- Bungin, Burhan. (2007). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Canggara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Farida, Anna. (2014). *Pilar-pilar Pembangunan Karakter Remaja*. Bandung : Penerbit Nuansa Cedikia.
- Hekdi dan Alfitri. “*Tayangan Mistik Televisi dan Respon Kultural : Suatu Tinjauan Sosiologi Komunikasi*”. *Mimbar Jurnal Agama dan Budaya*, 23 (2). Pp.190-199. ISSN 0854-5138.
- James T. Spartz, Leona Yi-Fan-Su, Robert Griffin, Dominique Bossard. Sharon D. (2017). “*Youtube, Social Norms, and Perceived Silence of Climate Changes in the American Minds*”, *Environmental Communication*, 11:1,1-16, DOI:10.1080/17524032.2015.1047887.
- L. J SHRUM. (2017). “*Cultivation Theory: Effect and Underlying Process*”.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Kencana Prenamedia Group. Jakarta.
- Neolaka, Amos. (2016). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nielsen Holdings. <http://nielsen.com> (di akses 20 April 2019).

- Praditya, Diaz. (2018). *Fakta Perkembangan Youtube di Indonesia*. Diambil dari :<https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-YouTube-di-indonesia/>. (diakses 2 Januari 2019).
- Supriyadi. (2012). *PENGARUH TERPAAN BERITA POLITIK DI MEDIA ONLINE DETIKCOM TERHADAP PENGETAHUAN DAN PARTISIPASI MAHASISWA DALAM KEGIATAN POLITIK (Studi Korelasional tentang pengaruh terpaan berita politik di media online detik.com terhadap pemahaman dan partisipasi mahasiswa Untirta Tahun Angkatan 2010 dalam Kegiatan Politik)*. Skripsi. <http://repository.fisip-untirta.ac.id/id/eprint/283>. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Syaibani, Yunus Ahmad,dkk. (2011). *New Media Teori dan Aplikasi*. Karanganyar : Lindu Pustaka.
- Tressia, Dara. (2013). Skripsi. *Daya Tarik Trend Fashion Korea Sebagai Budaya Populer di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung* . Fakultas Sospol Universitas Komputer Indonesia.
- Wikipedia. *YouTube*. Diambil dari: <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>. (diakses 4 Januari 2019)

