

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Zaman berkembang dengan sangat cepat, salah satunya ditandai dengan teknologi yang semakin mempermudah segala urusan. Bukan hanya urusan yang penting, bahkan hiburan pun mudah untuk ditemui. Kini, perubahan informasi berlangsung sangat cepat, tidak lagi dalam hitungan minggu, hari, atau jam, tetapi berubah setiap detik (Oka Prayuda Barsan et al., 2020). Di era digital, *urban legend* seperti Jelangkung yang sebelumnya dikenal melalui tradisi lisan kini dihidupkan kembali melalui platform seperti YouTube. Salah satu content creator yang secara konsisten menyajikan kisah-kisah mistis adalah Nadia Omara, yang melalui narasi dan visualnya menghadirkan pengalaman horor kepada audiens. Meskipun demikian, kajian akademik tentang bagaimana audiens menerima dan memaknai mistisme Jelangkung dalam format digital masih sangat terbatas. Beberapa penelitian sebelumnya lebih berfokus pada representasi *urban legend* dalam media tradisional seperti buku dan film, sehingga belum banyak yang meneliti bagaimana platform digital memengaruhi persepsi audiens.

Selain itu, meskipun YouTube telah menjadi medium penting dalam mendistribusikan konten budaya lokal, dengan angka pengguna YouTube mencapai 93,8% dengan batasan usia berada di antara 16 hingga 64 tahun, dengan total laporan audiens perempuan sebesar 45.9% dan laki-laki sejumlah 54.1% (Riyanto, 2021), penelitian tentang penerimaan audiens terhadap konten mistisme yang diciptakan oleh content creator lokal seperti Nadia Omara masih minim. Hal

ini menciptakan celah dalam literatur, khususnya terkait dengan bagaimana narasi mistis diadaptasi untuk memenuhi preferensi audiens modern. Kurangnya studi yang mengaplikasikan teori analisis resepsi, seperti *encoding/decoding* Stuart Hall, dalam konteks ini juga menunjukkan adanya potensi eksplorasi lebih lanjut tentang proses interpretasi audiens terhadap konten yang audiens konsumsi. Analisis resepsi ialah sebuah pendekatan dalam suatu penelitian tentang persepsi sebuah pesan yang ada di media. Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan mendasar, seperti bagaimana audiens menerima mistisme Jelangkung yang disajikan dalam konten YouTube Nadia Omara dan faktor-faktor apa yang memengaruhi penerimaan tersebut. Kajian ini penting untuk memahami peran media digital dalam merepresentasikan budaya lokal dan dampaknya terhadap pemaknaan audiens di era modern. Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap literatur akademik di bidang komunikasi, budaya, dan media digital.

Menggunakan teknologi yang semakin maju, banyak platform bermunculan dan perlahan tapi pasti menjadi bagian dari hidup orang-orang. Salah satu platform yang masih populer hingga 2024 ini ialah Youtube. Youtube menempati posisi kedua pengguna terbanyak setelah Facebook. Youtube mempunyai 2,49 miliar pengguna pada Januari 2024 (Yonatan, 2024). Youtube yang telah menjadi platform media sosial yang populer di masyarakat ini memberikan bermacam-macam jenis tayangan video. Mulai dari hiburan, musik, film, berita, olahraga, gaya hidup, permainan video, vlog, hingga video-video bertema horor dan mistis, semuanya tersedia di YouTube (Nurdianti & Basarah,

2024). Melihat Youtube yang masih aktif, tidak heran bila banyak konten creators menempatkan video konten di Youtube dengan tujuan yang berbeda.

Content creator ialah seseorang yang membuat konten yang menarik dan relevan yang disebarluaskan melalui berbagai platform digital seperti YouTube, blog, podcast, Instagram, dan sebagainya (News, 2023). Sekian banyaknya genre yang diminati, horor adalah salah satunya. Konten horor mampu menarik minat penonton dengan sensasi seramnya. Genre horor menduduki peringkat kedua setelah genre drama. Genre drama mendapatkan presentase sebanyak 17% dan horor mendapatkan presentase sebanyak 14% (App, 2024). Banyaknya minat pada konten horor ini dapat dilihat dari urband legend atau hal-hal mistis yang ada di Indonesia dan tidak sedikit masyarakat Indonesia yang masih percaya pada hal-hal yang berbau ghaib. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, mistisisme didefinisikan sebagai paham yang meyakini adanya hal-hal yang tidak dapat digapai oleh pikiran manusia. Di Indonesia, mistisisme kerap menjadi tema atau objek yang menarik untuk menjadi pembahasan dalam sebuah cerita sehingga dituangkan dalam layar lebar berbentuk film (Lestari & Waluyo, 2022).

Adanya konten horor sebagai salah satu konten yang ada di platform Youtube dan dari sekian banyaknya yang membuat konten horor, ada seorang youtuber yang juga mengangkat kisah horor ke dalam *channel* Youtubennya yaitu Nadia Omara. Nadia Omara merupakan seorang Youtuber, Tiktoker, dan Selebgram asal Indonesia yang mempunyai konten di *channel* Youtubennya, Nadia Omara. Nadia Omara memposting cukup banyak konten video sejak ia aktif menjadi Youtuber sejak 2019. Dalam *channel* Youtubennya, Nadia Omara pada

awalnya menceritakan tentang kasus kriminalitas, teori konspirasi, sejarah, hal-hal horor dan berbau mistis, hingga kisah-kisah nabi sampai yang paling dikenal saat ini ialah kisah horor wawak atau KHW. sejak berdirinya Youtube *Channel* Nadia Omara pada bulan Juni tahun 2019, dia hanya sendirian, namun hanya dalam beberapa tahun setelah terjadi kenaikan yang cukup cepat pada subscribe youtube *channelnya*, Nadia mulai memperkerjakan sejumlah karyawan sebagai editor, manager, pimpinan produksi, dan skripwriter (Aliya et al., 2024). Dari semua video yang di upload yang telah melewati angka 852 video, *channel* nadia omara berhasil menarik minat penonton hingga angka subscribernya mencapai angka 9,76 juta subscriber hingga tanggal 21 Juni 2024. Bukan hanya jumlah banyaknya subscriber saja yang menjadi alasan mengapa penulis memilih Nadia Omara, melainkan juga karna kosistensinya dalam membuat video yang temanya tidak jauh berbeda dari apa yang sudah ditetapkan, seperti KHW, kasus kriminalitas, teori konspirasi, sejarah, dan sebagainya.

Mistisme telah menjadi bagian yang berpengaruh penting dari kehidupan manusia sejak zaman dulu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mistisisme didefinisikan sebagai paham yang meyakini adanya hal-hal yang tidak dapat digapai oleh pikiran manusia (Lutfi & Trilaksana, 2013). Secara etimologis, istilah mistisme berasal dari kata Yunani mystikos, yang berarti sesuatu yang bersifat rahasia atau tersembunyi. Mistisme mencakup pengalaman atau keyakinan terhadap sesuatu yang bersifat transendental, metafisik, dan supranatural, yang melampaui batas kemampuan logika dan penjelasan ilmiah. Eliade (1959) menjelaskan bahwa mistisme sering kali dihubungkan dengan kehadiran the

sacred atau hal-hal yang dianggap sakral dalam kehidupan manusia (Eliade, 1959). Hal ini mencerminkan kebutuhan mendasar manusia untuk memahami dan terhubung dengan dimensi yang melampaui dunia material.

Pada konteks budaya lokal, mistisme memiliki peran penting sebagai bagian dari tradisi dan kepercayaan masyarakat. Di Indonesia, kepercayaan terhadap makhluk halus, roh leluhur, dan kekuatan supranatural adalah bagian tak terpisahkan dari identitas budaya. Koentjaraningrat dalam Lutfi & Trilaksana (2013) menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia meyakini adanya makhluk halus, roh penjaga (tempat angker), setan, hantu, dan kekuatan ghoib (Lutfi, 2013). Koentjaraningrat (1985) menegaskan bahwa mistisme menjadi landasan bagi banyak praktik adat dan ritual di Indonesia, seperti selametan, ruwatan, dan upacara penghormatan kepada leluhur (Koentjaraningrat, 1985). Hal ini menunjukkan bahwa mistisme tidak hanya bersifat personal, tetapi juga kolektif, berfungsi sebagai sarana penguatan solidaritas sosial dan simbol nilai-nilai budaya.

Pada era modern, mistisme mengalami transformasi signifikan melalui media digital. Gomes & Barros (2008) dalam Convergence Culture menyatakan bahwa cerita mistis kini menjadi bagian dari budaya populer yang tersebar melalui berbagai platform digital, seperti YouTube dan media sosial lainnya (Jenkins, 2006). Media digital memungkinkan mistisme, yang sebelumnya bersifat lokal dan tradisional, untuk diakses oleh audiens yang lebih luas. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan cerita mistis tetapi juga menciptakan interpretasi baru yang bergantung pada konteks budaya dan sosial audiens global.

Dari perspektif psikologi, kepercayaan terhadap hal-hal mistis sering kali berakar pada kebutuhan manusia untuk menjelaskan fenomena yang tidak dapat dipahami secara rasional. Freud (1927) dalam *The Future of an Illusion* mengemukakan bahwa kepercayaan terhadap mistisme mencerminkan keinginan mendalam manusia untuk menghadapi ketidakpastian dan ketakutan terhadap hal-hal yang tidak diketahui (Freud, 1927). Dalam konteks ini, cerita mistis berfungsi sebagai mekanisme emosional untuk memberikan rasa aman atau memuaskan rasa ingin tahu manusia.

Selain itu, dalam perspektif komunikasi dan media, Hall (1980) melalui teori *encoding/decoding* menunjukkan bahwa mistisme dalam media adalah konstruksi sosial yang merepresentasikan ideologi dan nilai-nilai tertentu. Audiens bukan hanya menerima pesan mistis secara pasif, tetapi juga menafsirkan cerita tersebut yang sesuai dengan pengalaman dan konteks sosial audiens (Hall, 1980). Dengan demikian, mistisme dalam media seperti YouTube bukan hanya menjadi sekedar hiburan, tetapi juga fenomena yang mencerminkan dinamika sosial-budaya yang kompleks.

Alasan memilih tema mistisme untuk penelitian sangat erat kaitannya dengan signifikansinya dalam budaya dan masyarakat. Mistisme tidak hanya mencerminkan nilai-nilai tradisional, tetapi juga menunjukkan bagaimana masyarakat merespons ketidakpastian atau kekuatan yang tidak terjelaskan. Pengetahuan mistis merupakan bentuk pengetahuan yang tidak dapat dipahami oleh rasio (Hambali, 2011). Pada konteks modern, mistisme juga sering digunakan sebagai sarana untuk mengeksplorasi rasa takut, rasa ingin tahu, dan spiritualitas.

Ini memberikan peluang besar untuk memahami bagaimana budaya lokal dan global berinteraksi melalui media dalam membentuk narasi mistis.

Selain itu, mistisme menawarkan daya tarik emosional yang kuat bagi audiens. Cerita-cerita yang mengandung elemen mistis sering memicu rasa takut, penasaran, dan keterlibatan emosional. Dalam platform seperti YouTube, konten bertema mistis memiliki popularitas yang luar biasa karena audiens merasa terhubung dengan narasi yang menyentuh pengalaman personal atau budaya audiens. Masyarakat percaya dan yakin akan adanya makhluk halus semacam setan dan hantu, kekuatan ghoib atau dunia supranatural dan cerita-cerita mistik. Maka tak heran bila banyak ritual dan upacara-upacara mistik telah dilakukan oleh masyarakat Indonesia (Lutfi & Trilaksana, 2013). Tema ini relevan untuk dianalisis karena dapat memberikan wawasan tentang bagaimana audiens memaknai dan merespons elemen-elemen mistis dalam konteks modern.

Pada penelitian ini, mistisme juga berperan sebagai refleksi dari transisi budaya dari tradisi lisan ke digitalisasi. Platform seperti YouTube memungkinkan cerita-cerita mistis disebarluaskan ke audiens yang lebih luas, melintasi batas geografis dan sosial. Hal ini membuka peluang untuk menganalisis bagaimana narasi tradisional diadaptasi dan diterima dalam bentuk media baru. Pilihan tema ini juga relevan untuk memahami dinamika budaya populer dan transformasi media di era digital. Di Indonesia, mistisisme juga kerap menjadi tema atau objek yang menarik untuk menjadi pembahasan dalam sebuah cerita hingga dituangkan dalam layar lebar berbentuk film (Lutfi & Trilaksana, 2013). Secara keseluruhan, mistisme menjadi tema yang kaya untuk dieksplorasi, tidak hanya karena daya

tarik emosional dan budaya, tetapi juga karena kontribusinya terhadap literatur akademis dalam studi komunikasi, budaya, dan media. Melalui mengkaji mistisme, penelitian ini dapat mengungkap lebih jauh hubungan antara tradisi, media digital, dan penerimaan audiens di era modern.

Urban legend ialah cerita fiksi atau dapat disebut cerita rakyat yang mempunyai alur, diceritakan dalam rentang waktu tertentu, dan berisi pesan simbolik (Akbar & Haryanti, 2022). *Urban Legend* ialah cerita sebuah kejadian yang tidak terdokumentasi namun menyebar luas di kalangan masyarakat. *Urban legend* sering kali menjadi pembicaraan mistis rakyat. Keterikatannya dengan identitas budaya lokal serta kepopulerannya hingga saat ini menjadi alasan penulis untuk meneliti tentang *urban legend* ini. Sama halnya seperti mitos, *urban legend* di setiap daerahnya mempunyai versinya sendiri-sendiri, biasanya digambarkan dengan latar yang seram dan berisi ancaman atau peristiwa yang mengerikan. Meskipun begitu, ada pula *urban legend* yang terkenal di Indonesia dan sering kali muncul di cerita horor masyarakat modern, seperti kuntilanak, genderuwo, tuyul, jelangkung, dan sebagainya. Makhluk-makhluk tersebut tentu saja mempunyai kisah tersendiri, seperti jelangkung, yang terkenal sebagai permainan mistis dengan boneka yang dilengkapi dengan alat tulis sebagai medianya.

Menurut KBBI, jelangkung ialah boneka yang menyerupai manusia dan dilengkapi alat tulis di tangannya, digunakan guna memanggil arwah dan bila arwah itu telah merasuki ke dalam boneka tersebut, akan diadakan tanya jawab, jawaban sang arwah yang diberikan melalui tulisan tangan boneka tersebut. Jelangkung pada awalnya merupakan mainan yang dilakukan oleh bangsa China

(Milenial, 2020). Jelangkung biasanya dibuat dari tempurung kelapa yang diberi pakaian dan bergagang batang kayu. Dalam ritual bermain jelangkung, akan ada sesi memanggil arwah dan bila jelangkung yang telah dibuat dapat bergerak sendiri, maka ini menandakan jelangkung tersebut telah terisi oleh jin, arwah, atau makhluk halus lainnya.

Sebelum jelangkung dikenal sebagai permainan mistis di Indonesia, jelangkung atau istilah lainnya jailangkung diduga berhubungan dengan kepercayaan tradisional Tionghoa yang sudah tidak ada lagi. Ritual ini ialah tentang adanya kekuatan dewa “Poyang” dan “Moyang” yaitu Cay Lan Gong atau Dewa Keranjang dan Cay Lan Tse yang dipercayai sebagai dewa pelindung untuk anak-anak. Permainan Cay Lan Gong bersifat ritual dan dimainkan oleh anak-anak remaja saat festival rembulan (Milenial, 2020).

Melihat dari ritual Cay Lan Gong, cara “memainkan”nya sama dengan jelangkung yang banyak dikenal sekarang. Dewa “Poyang” dan “Moyang” dipanggil agar masuk ke sebuah boneka keranjang yang tangannya dapat digerakkan. Pada ujung tangan boneka tersebut diikatkan sebuah alat tulis seperti kapur. Boneka tersebut dihiasi pakaian manusia dan dikalungi kunci serta dihadapkan ke papan tulis, sembari menyalaikan dupa. Ketika boneka yang menjadi media tersebut terasa berat, hal tersebut dipercaya sebagai dewa yang telah memasuki boneka tersebut. Bila boneka tersebut mengangguk, hal tersebut menjadi pertanda setuju dari boneka atau dewa tersebut saat ditanya siap tidaknya untuk ditanyai. Jawaban-jawaban dari berbagai pertanyaan yang diutarakan akan

dituliskan oleh dewa yang masuk kedalam boneka tersebut pada papan tulis yang disediakan (Milenial, 2020).

Ritual Cay Lan Gong ini telah punah di Tiongkok, namun diduga nama dan ritualnya diserap kedalam bahasa Indonesia, menjadi Jailangkung dan masih hidup karena hubungan Tiongkok dengan Nusantara yang telah berlangsung selama ribuan tahun (Milenial, 2020). Berbeda dengan Cay Lan Gong, media yang digunakan untuk menampung dewa dalam jailangkung adalah gayung penciduk air yang diiringi dengan nyala kemenyan serta perapian. Zaman dahulu, gayung terbuat dari tempurung kelapa yang diberi gagang kayu, sehingga dalam perkembangannya, permainan jailangkung di Nusantara lebih dikenal dengan ritual pemanggilan dewa lewat boneka berkepala tempurung kelapa yang didandani pakaian.

Melihat makhluk mitos serta *urban legend* yang beredar di kalangan masyarakat memiliki cukup banyak penggemar, hal ini telah membuka peluang untuk membantu perekonomian masyarakat dengan membuka tempat wisata horor. Kisah-kisah mistis yang tersembunyi menjadi sebuah sejarah di suatu tempat cenderung mempunyai daya tarik tersendiri. Daya tarik inilah yang menimbulkan rasa penasaran dan keingintahuan yang kuat. Tempat wisata horor cukup berpotensi untuk dikembangkan serta diminati oleh banyak orang karena orang-orang seringkali penasaran dengan asal muasal bagaimana sejarah itu dapat terjadi (Murwanti & Fatmarani, 2024).

Berdasarkan kesadaran pengelola untuk menggaet pengunjung, tentunya tempat wisata horor dijaga kenyamanan, kerapian, serta kebersihannya oleh

pengelola untuk pengunjung. Dapat membantu usaha UMKM, pengelola biasanya menyewakan atau memberikan tempat gratis kepada para pedagang snack, makanan berat, minuman, souvenir, dan sebagainya. Bukan hanya pelaku UMKM, namun juga pembukaan jasa transportasi serta penginapan atau hotel pun akan ada disekitar tempat wisata tersebut. Seperti di Lawang Sewu Semarang, lokasinya mudah diakses dengan transportasi pribadi maupun umum. Wisatawan yang dari luar daerah bisa dengan mudah datang ke Lawang Sewu tanpa perlu khawatir jalur masuknya serta harus menginap dimana, karena pelayanan jasa transportasi serta penginapan sudah tersedia secara terpisah disana. Contoh lainnya adalah Gua Jepang Bandung, ada banyak warga sana yang menyediakan jasa tour guide yang bukan hanya sekedar menemani wisatawan, namun juga memberikan edukasi sejarah tentang objek wisata tersebut dengan tarif tiga puluh ribu rupiah. Warga setempat juga menyewakan senter untuk penerangan di dalam gua dengan tarif 5 ribu rupiah (Murwanti & Fatmarani, 2024).

Pada penelitian ini, penulis memfokuskan tulisan ini pada salah satu video yang telah ditonton sebanyak 3,7 juta kali hingga tanggal 21 Juni 2024, yaitu video yang berjudul “Kisah Terseram *Urban Legend* “Jelangkung”!”. Video ini diunggah pada tanggal 29 Oktober 2020. Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pandangan sosok *urban legend* jelangkung dimata penonton setelah melihat konten video dari nadia omara ini.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana Penerimaan Audiens tentang Mistisme Jelangkung pada Konten Youtube Nadia Omara?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis penerimaan audiens berdasarkan teori *encoding/decoding* Stuart Hall terhadap mistisme Jelangkung dalam konten YouTube Nadia Omara.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Kontribusi pada Literatur mistisme *Urban Legend* dan Psikologi Horor. Penelitian ini akan memberikan kontribusi pada kajian penerimaan audiens dan membantu memahami bagaimana konten mistisme di Youtube mempengaruhi psikologi penonton.

1.4.2. Manfaat Praktis

Panduan bagi *content creator*. Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi *content creator*, khususnya *content creator* dengan tema horor, tentang bagaimana audiens merespon cerita mistis. Mengetahui ekspektasi penonton, *content creator* dapat membuat konten yang lebih menarik untuk ekspektasi penonton.