



# Pengaruh Tayangan Misteri dan Mistis di Televisi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Islam: Pendekatan Kultivasi Media

**Agung Teguh Priyanto**

STID Al-Hadid, Surabaya

[Agungtp@stidalhadid.ac.id](mailto:Agungtp@stidalhadid.ac.id)

**Maimunah**

STID Al-Hadid, Surabaya

[Maimunah@stidalhadid.ac.id](mailto:Maimunah@stidalhadid.ac.id)

**Abstrak:** Hari ini tayangan mistis cukup masif di TV. Umat Islam yang menonton tayangan tersebut sedikit banyak akan terpapar dan berpotensi mempengaruhi perilakunya. Penting untuk mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruhnya. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh tayangan mistis pada media TV terhadap perilaku umat Islam. Kajian ini menggunakan survey dengan objek data tayangan-tayangan mistis dan misteri yang disiarkan pada TV dan juga pada platform media sosial. Dengan pendekatan teori kultivasi media Goerge Gerbner, dimana pemirsa TV dan sosial media akan memiliki paradigma akibat paparan televisi yang luas membuat pandangan penonton menjadi lebih homogen. Artinya, perbedaan individu dalam memandang realitas menjadi semakin kecil dan terjadi pengalaman yang dinamakan Resonance, yaitu ketika pengalaman pribadi seseorang sesuai dengan apa yang dilihatnya di televisi, maka pengaruh televisi tersebut akan semakin kuat dalam membentuk perilaku pemirsanya. Dan dampaknya kalau ini berlaku secara kolektif di masyarakat maka akan bisa merubah perilaku masyarakat tersebut. Misalkan perilaku rasa takut di daerah-daerah tertentu, melakukan ritual-ritual tertentu di tempat yang ada penunggunya.

**Kata kunci:** tayangan mistis, kultivasi media, perubahan perilaku

**Abstract: The Influence of Mystery and Mystical Programmes on Television Towards Behavioural Changes in Islamic Society: A Media Cultivation Approach.**

Today, there is a massive broadcast of mystical shows on television. Muslim viewers who watch these programs may be exposed to and potentially influenced by them. It is important to understand how and to what extent this influence occurs. Therefore, this research aims to investigate the impact of mystical television shows on the behavior of Muslims. This study employs a survey approach, focusing on mystical and mystery shows aired on television and social media platforms. Using George Gerbner's media cultivation theory, it is posited that television and social media viewers develop a paradigm where extensive exposure to television leads to a more homogeneous perspective among viewers. This means that individual differences in perceiving reality become smaller, resulting in an experience known as resonance. This occurs when a person's personal experiences align with what they see on television, thereby strengthening the influence of television in shaping viewer behavior. If this phenomenon occurs collectively within society, it can lead to changes in community behavior. For instance, it may manifest as heightened fear in certain areas or the performance of specific rituals in places believed to be inhabited by spirits.

**Keywords:** mystical shows, media cultivation, behavioral change

## Pendahuluan

Dalam tayangan-tayangan yang ada di media sosial, baik itu lewat kanal Youtube, Tik-tok, Instagram dan juga di media konvensional seperti televisi banyak menayangkan acara berbau misteri serta mistik. Sejak era tahun 2000-an, ada beberapa acara misteri yang dianggap sebagai pionir hingga menginspirasi beberapa stasiun televisi untuk membuat acara serupa. Ada yang identik dengan uji nyali, reka ulang momen-momen seram, hingga perburuan hantu bersama orang yang dianggap memiliki kemampuan di bidang supernatural. Akhirnya tayangan tayangan misteri tersebut sempat menjamur dan *booming* menjadi hiburan masyarakat. Berawal dari acara *reality show*-nya Trans TV yang sukses dengan tayangan Dunia Lain dan di situ ada "uji nyali", stasiun televisi yang lain kecuali *TVRI* dan *Metro TV* kemudian membuat tayangan serupa. Sukses dengan acara-acara mistik yang diproduksinya, pihak stasiun televisi memproduksi tayangan tersebut dalam bentuk sinetron. Tayangan-tayangan mistik di televisi yang memiliki jam tayang di *prime time* tersebut merupakan indikasi betapa cerita misteri laku dijual di masyarakat.<sup>1</sup>

Dan tidak hanya itu, semakin maraknya tayangan yang berbau mistis dan misteri itu sukses dikemas oleh beberapa stasiun TV, maka acara-acara *reality show* yang lain

seharusnya bertema keluarga atau remaja tak luput juga masuk ke ranah mistis atau misteri tersebut. Beberapa tayangan mistis juga ada pada media sosial yang sering dipakai oleh orang Indonesia, seperti Youtube, Instagram, Twitter, dan lain-lain.<sup>2</sup> Karena dianggap bahwa pasar Indonesia dalam hal tema seputar mistis dan misteri itu mendapat rating yang tinggi, maka dunia perfilman juga merambah tema-tema serupa untuk mendongkrak minat masyarakat terhadap film-film Indonesia, di tahun 2024 saja beberapa judul film Indonesia yang bertemakan misteri dan horor "Sumala" yang dibintangi Luna Maya dan Darius Sinatra tentang perjanjian dengan syetan, ada lagi "Kuasa Gelap" yang menceritakan tentang kerasukan syetan, "Pulau Hantu" yang menceritakan beberapa orang yang tersesat di sebuah pulau yang angker. Adalagi yang menceritakan tentang sebuah perkemahan di daerah hutan terlarang "Kemah terlarang dan Kesurupan Masal" atau "Tebusan Dosa" tentang seorang ibu yang merasa bersalah mencari anaknya yang hilang tetapi di dalam pencariannya di bayang-banyangi oleh hantu seorang ibu, atau judul film "Perewangan" tentang sebuah perebutan harta warisan.<sup>3</sup>

Persoalannya adalah tidak semua acara tersebut dikemas secara baik terutama waktu untuk anak-anak yang masih membutuhkan bimbingan orang tua.

<sup>1</sup> Muhammad Rizal Fikri, "5 Acara Misteri yang Populer di Televisi Indonesia," *Espos Indonesia*, 6 April 2018, <https://lifestyle.espos.id/5-acara-misteri-yang-populer-di-televisi-indonesia-908251>.

<sup>2</sup> Lina Masruroh, "YouTube sebagai Media Fundraising bagi Fundraiser Islami," *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan*

*Penyiaran Islam* 2, no. 1 (30 Januari 2024): 106, <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v2i1.24>.

<sup>3</sup> "7 Film Horor Indonesia Tayang hingga Akhir 2024, Kuasa Gelap," diakses 21 Juni 2025, <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20240918092017-220-1145494/7-film-horor-indonesia-tayang-hingga-akhir-2024-kuasa-gelap>.

Dalam sebuah studi menemukan bahwa program televisi yang menakutkan memiliki dampak negatif pada perilaku, psikologi, dan sikap anak-anak, khususnya bagi mereka yang menonton televisi lebih banyak dibandingkan anak-anak lainnya, Dampak dari program televisi yang menakutkan ini bertahan lebih dari tiga bulan di pikiran anak-anak, ketakutan terhadap hal-hal yang tidak diketahui dan dominasi cara mereka belajar.<sup>4</sup> Ada juga fenomena seorang anak remaja yang sering menonton tayangan horor dan mistis, remaja tersebut mungkin mulai percaya pada keberadaan makhluk halus dan menjadi takut akan hal-hal yang dianggap mistis, ia mungkin mengalami kesulitan tidur atau merasa takut ketika sendirian di rumah. Contoh dalam konteks yang lain mencerminkan media, menunjukkan bagaimana tayangan televisi dapat membentuk persepsi dan perilaku masyarakat, termasuk dalam konteks berbagi dan kepedulian sosial.<sup>5</sup> Sehingga TV adalah media yang tepat dalam membentuk perilaku masyarakat, yang akan diarahkan menuju suatu pandangan tertentu, dengan perilaku kolektifnya.

Pada awalnya fungsi media adalah sebagai lembaga sosial yang mengedepankan kebutuhan masyarakat. Fungsi tersebut meliputi informasi, pendidikan, kontrol sosial dan hiburan hanyalah sebagai fungsi terakhir dari sekian banyak fungsi media massa. Pada perkembangannya media massa telah berubah. Perubahan bentuk tersebut berdasarkan atas kapitalisme

kepemilikan modal. Media massa telah membentuk jati dirinya bukan lagi sebagai media informasi ataupun pendidikan namun 80 % beralih fungsi menjadi media hiburan. Bayangkan saja dari jam tayang selama lebih dari 12 jam tersebut fungsi informasi (berita) dan pendidikan hanya memiliki porsi tidak lebih dari tiga jam. Apalagi masalah rohani tidak lebih dari 2 jam saja jika dihitung secara total jam penyiaran. Tidak pula ketinggalan materi hiburan yang berupa supranatural, mistik ataupun sejenisnya juga hadir dalam khasanah hiburan masyarakat kita. Masalah ini sebenarnya masih mengalami pro dan kontra dikarenakan banyak orang tua yang mengeluhkan adanya tayangan tersebut. Tetapi para orang tua juga tidak mampu melakukan protes lebih jauh kepada pihak televisi ataupun pemerintahan, selain orang tua membatasi jam anak-anaknya melihat televisi, mungkin juga pemilihan tayangan yang boleh dan yang tidak boleh untuk di lihat, hal tersebut sangatlah susah dilakukan, karena membutuhkan sistem untuk mengontrolnya, apalagi orang tua yang sama-sama berkerja.

Penelitian yang dilakukan oleh Rohmah tentang perilaku sosial remaja dan tayangan televisi (analisis teori kultivasi), menghasilkan bahwa tayangan televisi memang mempengaruhi perilaku sosial remaja, nilai 0,796 pada variabel tayangan televisi (X) bernilai positif sehingga dapat dikatakan semakin tinggi tayangan televisi (X), maka semakin berpengaruh pula

<sup>4</sup> Dhyan Singh, "Impacts of Scary Television Programmes on children Psychology, Attitude and Behavior," *New Media and Mass Communication* Vol.23, 2014 (t.t.), <http://www.iiste.org/>.

<sup>5</sup> Muhammad Hildan Azizi, "Struktur Narasi Berbagi Kepada Sesama Dalam Semiotika TV Commercial (TVC) Lazismu | Semiotics of Narrative Structure Sharing with Others in the Commercial TV (TVC) Lazismu," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (13 Maret 2021): 85–103, <https://doi.org/10.31764/jail.v4i2.4320>.

terhadap perilaku sosial remaja. 54,8% perilaku remaja dipengaruhi oleh tayangan televisi, sedangkan sisanya 45,2% perilaku remaja dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.<sup>6</sup> Perbedaan dalam penelitian tersebut tayangan televisi secara umum, tidak spesifik pada tayangan mistis dan misteri, kemudian spesifik pada usia remaja, sedangkan penelitian ini pada masyarakat umum mulai anak-anak, remaja, dewasa, dan usia tua.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Abd. Rahman, Mifda Hilmiyah tentang Media Sosial dan Masyarakat: ditinjau dari analisis kultivasi, dengan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa menurut teori kultivasi, pesan yang ada dalam media dapat mempengaruhi masyarakat.<sup>7</sup> Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada tayangan misteri dan mistis, persamaan pada pendekatan teori kultivasi dan dampak pada masyarakat umum.

Penelitian oleh Arli dan Santi dengan judul Analisis Resepsi Viewers Terhadap Tayangan Mistis Sableng TV, hasil penelitian menghasilkan tiga kategori posisi khayalak yang menjadi bagian dari teori resepsi Stuart Hall yaitu Hegemoni Dominan, Negosiasi dan Oposisi.<sup>8</sup> Perbedaan dengan penelitian ini adalah

pada pendekatan teori yang digunakan, persamaan pada tayangan TV mistis.

Dari penelitian sebelumnya positioning penelitian ini adalah pada spesifik tayangan yang berbau misteri dan mistis. Televisi sebagai salah satu media massa merupakan alat perpanjangan manusia (*the extensions of man*) dalam menjangkau informasi.<sup>9</sup> Televisi merupakan perpanjangan dari mata dan telinga pemirsanya untuk melihat dan mendengar hal-hal yang terjadi di sekitar kita, bahkan peristiwa yang terjadi jauh dari jangkauan nalar kita, termasuk peristiwa-peristiwa alam gaib yang kemudian divisualkan dalam bentuk tayangan mistis.

Seperti dikatakan Prof. Dr. R. Mar'at, acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan para penonton. Ini adalah hal wajar. Jadi, bila ada hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah, bukanlah sesuatu yang istimewa, sebab salah satu pengaruh psikologis dari televisi seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga mereka seolah-olah hanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang dihadirkan televisi.<sup>10</sup>

Maka dari tayangan-tayangan tersebut yang diputar terus-menerus dan ditambah dengan budaya yang berkembang di

<sup>6</sup> Nurliya Ni'matul Rohmah, "Perilaku Sosial Remaja dan Tayangan Televisi (Analisis Teori Kultivasi)," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (30 Juni 2020): 17, <https://doi.org/10.31764/jail.v3i2.2534>.

<sup>7</sup> Abd Rahman dan Mifdah Hilmiyah, "Media Sosial dan Masyarakat: Ditinjau Dari Analisis Cermin Media (pdf) | Kertasitas," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* Volume 14 Nomor 01 Tahun 2024 (2024): 79, <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>.

<sup>8</sup> Inttihaul Khiyaroh, "Analisis Pesan Mistik Pada Konten Berburu Penampakan Hantu Di Channel Youtube Sableng Tv Dan Bintang Indigo," *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan*

*Penyiaran Islam* 7, no. 1 (30 Juni 2023): 5347, <https://doi.org/10.58518/alamtara.v7i1.1778>.

<sup>9</sup> Marshall McLuhan, *Understanding Media The Extensions of Man*, Electronoc edition design: Scott Boms (California: Gingko Press, 2013), 113.

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendy, "Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi," Universitas Indonesia Library (Citra Aditya Bakti, 2000), 122, <https://lib.ui.ac.id>.

Indonesia tentang mitos-mitos tersebut akan mempunyai efek pada masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, seperti saat orang tua melarang anaknya untuk pulang malam-malam, bukan karena takut akan tindak kriminalitas tetapi takut akan diganggu oleh makhluk halus.

Studi ini berfokus pada komunikasi kultivasi media, seberapa jauh efek dari pemberitaan dan penayangan-penayangan yang bersifat mistis dan misteri tersebut pada masyarakat ditinjau dari komunikasi kultivasi media. Persoalan yang hendak dijawab adalah, "Bagaimana pengaruh tayangan-tayangan mistis dan misteri pada media sosial dan TV dapat merubah perilaku pada masyarakat Islam dengan pendekatan teori Kultivasi Media George Gebner? Sehingga tujuan studi untuk mengetahui perubahan perilaku masyarakat Islam yang ditimbulkan dari tayangan-tayangan misteri dan mistis di media sosial dan TV dari sudut pandang teori Kultivasi media Goerge Gebner.

## Metode

Subjek penelitian di sini adalah penulis sendiri dengan beberapa nara sumber yang dibagi dalam tiga level kelompok berdasarkan status dan pekerjaan: kelompok orang tua, kelompok pekerja pabrik, kelompok remaja.<sup>11</sup> Objek penelitian adalah komunikasi media, yang difokuskan pada kultivasi atau pembudayaan media yang bisa melahirkan efek-efek komunikasi verbal

dan komunikasi non verbal yang terjadi di masyarakat yang diakibatkan dari tayangan-tayangan media, baik itu TV dan juga film-film yang diputar di bioskop-bioskop. Desain penelitian studi ini adalah deskriptif kualitatif yang mengambil responden pemirsa aktif (*heavy viewers*) dan pemirsa pasif (*light viewers*), di tiga level kelompok masyarakat.<sup>12</sup> Teknis pengumpulan data dalam hal ini melalui pengamatan acara-acara tayangan misteri dan mistis yang ada di tiap-tiap TV beserta jam tayang serta durasi tayangan tersebut, lalu mensurvey berdasarkan jadwal tayangan dan penonoton di bioskop-bioskop yang memutar film-film horor atau misteri.<sup>13</sup> Pendekatan angket digunakan kepada responden pemirsa yang terdiri dari tiga kelompok di atas. Hasil dari angket di antaranya bisa diketahui kategorisasi responden, apakah pemirsa pecandu atau pemirsa aktif (*heavy viewer*) atau pemirsa pasif (*light viewer*). Sedangkan analisa dilakukan dengan mereduksi data yang tidak berhubungan dengan tema, dan kemudian bagaimana efek dari tayangan-tayangan bagi pemirsa yang kategori aktif dan pemirsa yang kategori pasif.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Teori Kultivasi Media

Teori Kultivasi ini adalah teori tentang penanaman, atau bisa juga disebut dengan penyuburan. Gagasan tentang *cultivation theory* atau teori kultivasi untuk pertama

<sup>11</sup> "Suharsimi Arikunto Prosedur Penelitian | PDF," diakses 24 Juni 2025, <https://www.scribd.com/document/756557803/Suharsimi-Arikunto-Prosedur-Penelitian>.

<sup>12</sup> John W. Creswell dan J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (SAGE Publications, 2022).

<sup>13</sup> Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis* (SAGE, 2014).

kalinya dikemukakan oleh George Gerbner bersama dengan rekan-rekannya tahun 1969.<sup>14</sup> George Gerbner adalah seorang Profesor dan sekaligus dekan emiritus dari *Annenberg School for Communication* di Universitas Pennsylvania. Sebagai seorang imigran dari Hongaria yang mempunyai profesi penulis, ia kemudian masuk sekolah Jurnalistik pada Universitas Berkely. Setelah lulus *Bachelor* (S1) ia bekerja di *San Fransisco Chronicle*. Kemudian kembali ke kampusnya untuk mengambil Program Masters dan Doctoral (Ph.D). Riset pertamanya pada awal tahun 1960-an tentang Proyek Indikator Budaya (*Cultural Indicators Project*) untuk mempelajari pengaruh menonton televisi. Dimana Gerbner dan koleganya di *Annenberg School for Communication* ingin mengetahui dunia nyata seperti apa yang dibayangkan dan dipersepsikan penonton televisi. Tradisi pengaruh media dalam jangka waktu panjang dan efek yang tidak langsung menjadi kajiannya. Argumentasi awalnya adalah, "televisi telah menjadi anggota keluarga yang penting, anggota yang bercerita paling banyak dan paling sering".<sup>15</sup>

Teori kultivasi muncul dalam situasi ketika terjadi perdebatan antara kelompok ilmuwan komunikasi yang meyakini efek sangat kuat media massa (*powerfull effects model*) dengan kelompok yang mempercayai keterbatasan efek media (*limited effects model*), dan juga perdebatan antara kelompok yang menganggap efek media massa bersifat langsung dengan

kelompok efek media massa bersifat tidak langsung atau kumulatif. Teori kultivasi muncul untuk meneguhkan keyakinan orang, bahwa efek media massa lebih bersifat kumulatif dan lebih berdampak pada tataran sosial-budaya ketimbang individual. Menurut Signorielli dan Morgan analisis kultivasi merupakan tahap lanjutan dari paradigma penelitian tentang efek media, yang sebelumnya dilakukan oleh George Gerbner yaitu '*cultural indicator*' yang menyelidiki: (a) proses institusional dalam produksi isi media; (b) image (kesan) isi media; dan (c) hubungan antara terpaan pesan televisi dengan keyakinan dan perilaku khalayak.<sup>16</sup>

Proses institusional dalam produksi isi media mengacu pada cara di mana media diproduksi dan disebarluaskan oleh lembaga-lembaga tertentu, seperti stasiun televisi, perusahaan film, dan platform media sosial. Proses ini melibatkan berbagai faktor, termasuk kebijakan editorial, kepentingan komersial, dan tekanan dari pemangku kepentingan. Sebuah stasiun televisi mungkin memutuskan untuk menayangkan program-program tertentu berdasarkan analisis rating dan preferensi pemirsa. Jika data menunjukkan bahwa program horor mendapatkan rating tinggi, stasiun tersebut mungkin akan memproduksi lebih banyak konten horor untuk menarik pemirsa dan meningkatkan pendapatan iklan. Proses ini menunjukkan bagaimana keputusan produksi dipengaruhi oleh kebutuhan untuk menarik perhatian dan

<sup>14</sup> Joseph A. Devito, *Komunikasi antar Manusia*, 5 ed. (Tangerang Selatan: KARISMA Publishing Group, 2011), 527.

<sup>15</sup> Werner J Severin dan James W Tankard, "Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media," t.t., 268.

<sup>16</sup> EM Griffin, *A First Look At Communication Theory*, Sixth (Amerika\_New York: McGraw-Hill, 2006), 210.

memenuhi ekspektasi pasar. Sehingga dapat dilakukan survey atau mengamati pada pola-pola tayangan yang ada, jika didominasi oleh genre tayangan tertentu, maka dapat di hipotesa bahwa tayangan tersebut sedang populer atau diminati oleh masyarakat dan dapat mendatangkan keuntungan yang besar.

Image (kesan) isi media merujuk pada cara di mana konten media membentuk persepsi dan pemahaman khalayak tentang dunia. Ini mencakup representasi karakter, tema, dan narasi yang disajikan dalam media program-program. Kesan ini dapat mempengaruhi cara orang melihat diri mereka sendiri dan orang lain, serta norma dan nilai yang mereka miliki. Jika media sering menampilkan karakter perempuan sebagai sosok yang lemah atau bergantung pada laki-laki, hal ini dapat membentuk kesan bahwa peran perempuan dalam masyarakat adalah sebagai pendukung, bukan sebagai pemimpin. Kesan ini dapat mempengaruhi pandangan masyarakat tentang gender dan peran sosial, serta memperkuat stereotip yang ada. Jika tayangan media TV banyak menampilkan konten horor maka akan membentuk keyakinan akan tempat-tempat tertentu yang menakutkan, kegelapan dan kesunyian dihubungkan dengan keberadaan hantu, pohon-pohon tertentu butuh sesaji, lautan tertentu membutuhkan sesaji dan lain sebagainya. Artinya dari tayangan horor akan membentuk persepsi bahkan sampai keyakinan khalayak atau masyarakat.

Hubungan antara terpaan pesan televisi dengan keyakinan dan perilaku khalayak,

hubungan ini menjelaskan bagaimana paparan terhadap pesan-pesan yang disampaikan melalui televisi dapat mempengaruhi keyakinan dan perilaku individu. Paparan yang konsisten terhadap konten tertentu dapat membentuk pandangan dunia tontonan dan mempengaruhi tindakan mereka dalam kehidupan sehari-hari. Jika seseorang sering menonton program-program yang menampilkan kekerasan, mereka mungkin mulai berasumsi bahwa kekerasan adalah hal yang umum dan dapat diterima dalam masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa anak-anak yang terpapar pada tayangan kekerasan cenderung lebih agresif dan memiliki sikap yang lebih permisif terhadap kekerasan. Hal ini menunjukkan bahwa televisi pesan terpaan dapat membentuk keyakinan dan perilaku, terutama jika paparan tersebut berlangsung dalam jangka waktu yang lama. Jika tayangan televisi banyak menampilkan tayangan horor, atau berbau mistis dan misteri, maka hal yang menakutkan adalah biasa dan dapat diterima oleh masyarakat. Semua hal akan disangkut pautkan dengan mistis dan misteri. Dalam jangka waktu yang lama maka yang akan membentuk keyakinan dan perilaku penakut, bahkan cara berpikir mistis, tidak melihat realitas secara objektif. Ketiga aspek ini saling terkait dan menunjukkan bagaimana media tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat yang kuat dalam membentuk budaya dan perilaku masyarakat.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Stanley J. Baran, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (Belmont, CA:

Thomson/Wadsworth, 2003), 324–25, <http://archive.org/details/masscommunication0000baran>.

Televisi secara esensial dan fundamental berbeda dari bentuk media massa lainnya. Televisi tidak menuntut melek huruf seperti pada media surat kabar, majalah dan buku. Televisi bebas biaya, sekaligus menarik karena kombinasi gambar dan suara. Kedua, medium televisi menjadi *the central cultural arm* masyarakat Amerika, karena menjadi sumber sajian hiburan dan informasi. Ketiga, persepsi seseorang akibat televisi memunculkan sikap dan opini yang spesifik tentang fakta kehidupan. Karena kebanyakan stasiun televisi mempunyai target khalayak sama, dan bergantung pada bentuk pengulangan program acara dan cerita (drama). Keempat, fungsi utama televisi adalah untuk medium sosialisasi dan enkulturasi melalui isi tayangannya (berita, drama, iklan) sehingga pemahaman akan televisi bisa menjadi sebuah pandangan ritual (*ritual view*/ berbagi pengalaman) daripada hanya sebagai medium transmisi (*transmissional view*). Kelima, observasi, pengukuran, dan kontribusi televisi kepada budaya relatif kecil, namun demikian dampaknya signifikan.

Menurut teori kultivasi ini, televisi menjadi media atau alat utama dimana para pemirsa televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur lingkungannya. Dengan kata lain untuk mengetahui dunia nyata macam apa yang dibayangkan, dipersepsikan oleh pemirsa televisi. Atau bagaimana media televisi mempengaruhi persepsi pemirsa atas dunia nyata. Asumsi mendasar dalam teori ini adalah terpaan media yang terus menerus akan memberikan gambaran dan pengaruh

pada persepsi pemirsanya. Artinya, selama pemirsa kontak dengan televisi, mereka akan belajar tentang dunia (dampak pada persepsi), belajar bersikap dan nilai-nilai orang. Jika masyarakat melihat tampilan terus menerus tentang cerita-cerita mistis dan misteri, maka jelas saja akan mempengaruhi persepsi, yang awalnya masyarakat tidak mengetahui bahwa pohon di yakini ada "penunggu" setelah melihat tayangan televisi, masuklah pengetahuan bahwa di daerah tertentu pohon diberikan sesaji untuk yang diyakini, sesuatu yang dianggap gaib, dan memiliki kekuatan tertentu. Maka setelah tayangan tersebut masyarakat akan memiliki keyakinan jika melihat, atau melewati pohon yang besar dan tua, mulai ada perasaan takut, dan dalam bayangan ada yang menyeramkan. Hal tersebut ditunjang oleh tayangan-tayangan lainnya yang juga berbau mistis, semakin banyak tayangan yang dilihat, maka akan melahirkan persepsi-persepsi baru yang berujung pada keyakinan pada hal yang bersifat mistis dan misteri.

Fokus utama riset kultivasi pada tayangan kriminal dan kekerasan dengan membandingkan kepada prevalensi (frekuensi) kriminal dalam masyarakat. Salah satu aspek yang menarik dari Kultivasi adalah "*mean world syndrome*". Nancy Signorielli.<sup>18</sup> Studi ini menyajikan laporan mendalam mengenai sindrom dunia makna atau Mean World Syndrome, sebuah fenomena yang muncul akibat paparan berulang terhadap kekerasan di media. Para peneliti menganalisis tayangan kekerasan dalam program

---

<sup>18</sup> Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories of Human Communication* (Thomson Wadsworth, 2008), 289.

televisi anak-anak selama hampir dua dekade, dari tahun 1967 hingga 1985. Dengan menganalisis lebih dari 2.000 program yang ditayangkan pada jam-jam utama (*prime time*) dan akhir pekan, penelitian ini menghasilkan temuan yang signifikan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kekerasan merupakan elemen yang dominan dalam tayangan televisi pada era tersebut. Secara spesifik, sekitar 71% program yang disiarkan selama *prime time* mengandung adegan kekerasan. Angka ini bahkan melonjak jauh pada tayangan akhir pekan, mencapai 94%. Intensitas dan frekuensi paparan ini menimbulkan kekhawatiran besar akan dampaknya pada psikologi penonton. Penelitian ini secara khusus menyoroti efek pada penonton yang mengonsumsi televisi secara intensif (*heavy viewer*). Bagi individu-individu ini, paparan kekerasan yang terus-menerus dan dalam jangka waktu lama secara perlahan membentuk pandangan dunia yang kelam. Mereka cenderung memiliki keyakinan yang kuat bahwa dunia adalah tempat berkembang yang berbahaya dan penuh ancaman. Dampak paling merusak dari *Mean World Syndrome* ini adalah terciptanya rasa ketidakpercayaan yang mendalam; mereka menjadi yakin bahwa tidak ada satu pun orang yang bisa dipercaya di dunia yang mereka anggap sangat kejam dan penuh kekerasan. Kesimpulan dari penelitian ini menggarisbawahi peran penting media dalam membentuk persepsi masyarakat, terutama pandangan anak-anak terhadap realitas sosial. Bagi pemirsa pecandu berat televisi (*heavy viewers*) dalam jangka waktu lama ternyata hal ini memberi keyakinan

bahwa tak seorang pun bisa dipercaya atas apa yang muncul dalam dunia kekerasan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pecandu berat televisi cenderung melihat dunia ini sebagai kegelapan/mengerikan serta tidak mempercayai orang. Apa yang terjadi di televisi itulah dunia nyata. Televisi menjadi potret sesungguhnya dunia nyata. Gerbner dan koleganya berpendapat bahwa televisi menanamkan sikap dan nilai tertentu. Mediaupun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antar anggota masyarakat yang kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Sehingga para pecandu berat televisi itu akan mempunyai kecenderungan sikap yang sama satu sama lain.<sup>19</sup> Sementara mengutip pandangan Gerbner bahwa televisi tidak hanya disebut sebagai jendela atau refleksi kejadian sehari-hari di sekitar kita, tetapi dunia itu sendiri.<sup>20</sup> Gambaran tentang adegan kekerasan di televisi lebih merupakan pesan simbolik tentang hukum dan aturan.

Televisi sering kali menampilkan kekerasan sebagai cerminan kenyataan di sekitar. Ketika sebuah adegan kekerasan di televisi menunjukkan bahwa hukum tidak mampu mengatasi masalah tersebut, penonton cenderung percaya bahwa itulah kenyataan yang sebenarnya. Mereka menganggap kekerasan di layar sebagai cerminan kekerasan yang terjadi di dunia nyata. Begitu pula, jika sebuah program menunjukkan bagaimana hukum diterapkan untuk mengatasi kejahatan,

---

<sup>19</sup> Nurudin, *Komunikasi massa* (Cespur, 2003), 159.

<sup>20</sup> Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory* (SAGE, 2010), 465.

penonton akan berasumsi bahwa itulah cara sistem hukum kita bekerja saat ini.

Fenomena ini dikenal sebagai analisis terobosan televisi, yang menjelaskan bagaimana media membentuk pandangan dunia kita melalui dua proses utama: *mainstreaming* (pelaziman) dan resonansi (*resonance*).

*Mainstreaming* terjadi pada individu yang menonton televisi secara berlebihan—lebih dari empat jam sehari—atau yang disebut pecandu berat televisi. Bagi kelompok ini, simbol dan pesan yang terus-menerus disajikan oleh televisi mendominasi dan menjadi satu-satunya sumber informasi serta gagasan mereka tentang dunia. Akibatnya, pandangan mereka menjadi seragam dan selaras dengan narasi yang disajikan oleh media.

Orang menginternalisasi realitas sosial dominannya lebih kepada aspek kultural, karena ini lebih dekat dengan kesehariannya. Sementara, *resonance* terjadi ketika pemirsa melihat sesuatu di televisi yang sama dengan realitas kehidupan mereka sendiri, realitas televisi tak berbeda dengan realitas di dunia nyata. Artinya, mereka menganggap bahwa pemberitaan perang, kriminalitas, dan konflik para pesohor di televisi ialah realitas dunia yang sesungguhnya. Televisi tidak sekadar memberikan pengetahuan, atau melaporkan realitas peristiwa. Lebih dari itu, televisi berhasil menanamkan realitas bentukannya ke benak pemirsa. Sehingga menurut Perse efek dominan kultivasi kekerasan televisi pada individu

adalah pada kognitif (meyakini tentang realitas sosial) dan afektif (takut akan kejahatan).<sup>21</sup>

Lebih jauh dalam Teori Kultivasi dijelaskan bahwa pada dasarnya ada dua tipe penonton televisi yang mempunyai karakteristik saling bertentangan/bertolak belakang, yaitu: (1) para pecandu/penonton fanatik (*heavy viewers*) adalah mereka yang menonton televisi lebih dari empat jam setiap harinya. Kelompok penonton ini sering juga disebut sebagai kahalayak "*the television type*", serta; (2) penonton biasa (*light viewers*), yaitu mereka yang menonton televisi 2 jam atau kurang dalam setiap harinya.<sup>22</sup>

Menurut peneliti Gerbner, konsep budaya diferensial dapat digunakan sebagai tolok ukur untuk membandingkan sikap penonton televisi. Dalam pandangan Gerbner, paparan media, terutama bagi *heavy viewer* (penonton berat), dapat memicu empat sikap utama yang berbeda dalam menghadapi kekerasan. Sikap-sikap tersebut adalah: Keterlibatan dengan Kekerasan, kelompok ini tidak hanya mengonsumsi konten kekerasan, tetapi pada akhirnya juga cenderung terlibat dan menjadi bagian dari berbagai peristiwa kekerasan di dunia nyata. Paparan media yang intensif seolah-olah menormalisasi atau bahkan mendorong mereka untuk melakukan tindakan serupa. Ketakutan berjalan sendirian di malam hari: Kelompok ini mengembangkan pandangan bahwa dunia nyata adalah tempat yang sangat berbahaya. Kekerasan yang mereka saksikan di layar televisi

<sup>21</sup> Elizabeth M. Perse, *Media Effects and Society* (Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates, 2001), 215, <http://archive.org/details/mediaeffectssoci0000pers>.

<sup>22</sup> Nurudin, *Komunikasi massa*.

membentuk keyakinan mendalam bahwa tindak kekerasan bisa terjadi kapan saja dan di mana saja. Hal ini menimbulkan rasa takut yang berlebihan, terutama dalam situasi yang dianggap berisiko tinggi seperti berjalan sendirian di malam hari. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa sikap ini lebih dominan ditemukan pada perempuan daripada laki-laki. Keterlibatan dalam penegakan hukum sikap ini menunjukkan bahwa tidak semua penonton berat televisi menjadi takut atau terlibat dalam kekerasan. Ada juga kelompok yang masih memiliki keyakinan bahwa sebagian besar orang tidak akan terlibat dalam tindakan kekerasan. Mereka mungkin terdorong untuk berpartisipasi dalam penegakan hukum atau upaya-upaya untuk menjaga keamanan, percaya bahwa hukum masih efektif dalam mengendalikan kejahatan. Kehilangan Kepercayaan (apatis) : Kelompok ini adalah mereka yang telah mencapai titik di mana mereka merasa apatis dan kehilangan kepercayaan terhadap sistem yang ada. Mereka tidak lagi percaya bahwa hukum atau aparat penegak hukum memiliki kemampuan untuk mengatasi berbagai tindakan kekerasan yang terus-menerus mereka lihat di media. Sikap ini mencerminkan rasa putus asa dan skeptisisme yang mendalam terhadap efektivitas institusi sosial.

Dengan demikian, Gerbner menunjukkan bahwa dampak pemanasan media tidak seragam; ia mempengaruhi penonton dengan cara yang berbeda-beda, mulai dari mendorong partisipasi dalam kekerasan hingga memicu ketakutan,

membangun kepercayaan pada hukum, atau bahkan menimbulkan sikap apatis total.

## **2. Tayangan Misteri dan Mistis di Televisi**

Dalam kamus Purwadarminta istilah misteri adalah *"sesuatu yang menjadi teka-teki (masih belum jelas, tidak dapat dimengerti, belum terbuka rahasianya)"*.<sup>23</sup> Sedangkan mistis dianggap bagian dari misteri karena mistis merupakan kondisi tempat atau barang yang masih dianggap misteri. Sehingga tayangan misteri adalah tayangan yang disiarkan oleh media yang isi tayangan tersebut memuat hal-hal yang berkenaan dengan kepercayaan seseorang atau kelompok pada suatu daerah, benda, tempat dimana tayangan tersebut sulit untuk dirasionalkan tetapi keberadaannya diyakini ada, dan membawa pengaruh pada seseorang atau masyarakat tersebut. Misalkan benda seperti keris, pohon, batu akik, kemudian tempat atau daerah-daerah tertentu bekas pabrik yang pernah terjadi kecelakaan kemudian terbengkalai, lautan yang beberapa kali menelan korban yang jika di usut tidak menemukan kejelasan, daerah gunung-gunung tertentu yang memang secara wilayah agak sulit dan terjal jika ada korban dan dilakukan evakuasi, sehingga menyisakan cerita-cerita mistis dan misteri, yang tidak berujung. Kemampuan manusia untuk memecahkan dan teknologi yang terbatas, membuat sebagian mereka berlari menuju jawaban pada hal yang diluar manusia yaitu misteri.

---

<sup>23</sup> W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus umum Bahasa Indonesia* (Balai Pustaka, 2003).

Dari riset penelitian media ini dengan adanya tayangan-tayangan misteri dan mistis yang disiarkan pada tiap-tiap saluran chanel TV, bisa dikategorikan: *Pertama*, tayangan reality show, seperti "dunia Lain" yang dulu ditayangkan di Trans TV. Acara tersebut menayangkan adanya uji nyali yang dilakukan di tempat-tempat yang dianggap mistis atau keramat, seperti: makam tua, rumah tua, gua, pantai, sekolahan, rumah sakit dan lain-lain. Dengan adanya kamera infrared bisa mendeteksi adanya energi atau benda yang diyakini itu berasal dari makhluk gaib (alam imaterial). Acara "Pemburu Hantu" di MNCTV, dalam tayangan ini menggambarkan tim pemburu hantu yang bisa mengusir atau menghalau tempat-tempat yang diyakini ada makhluk gaib, dan dengan memakai ritua-ritual tertentu makhluk itu bisa diusir, bahkan orang lain bisa berkomunikasi dengan "hantu" tersebut dengan dimediasi oleh tim pemburu hantu tersebut. Acara "Ekspedisi Alam Ghaib" di Indosiar, tayangan ini berfokus pada sekelompok orang yang melakukan ekspedisi ke daerah-daerah tertentu yang dianggap mempunyai kekuatan mistis dan ghaib.

*Kedua*, tayangan sinetron, seperti sinetron "Pesugihan" yang ditayangkan di ANTV. "Rahasia Illahi," "Misteri Illahi" yang ditayangkan di MNCTV, "Tuhan ada dimana-mana" yang ditayangkan di RCTI. "InsyaF" yang ditayangkan oleh TransTV.

*Ketiga*, Film-film Nasional. Tiap hari sabtu malam ANTV memutar ulang film-film horor dan misteri yang pernah ditayangkan di bioskop-bioskop, seperti: *miror*, *pocong*, *bangsal 13* dan sebagainya. Tiap malam Jumat atau Kamis malam SCTV

pernah memutar ulang film-film horor dan misteri yang pernah ditayangkan di bioskop-bioskop.

Berdasarkan jam tayang dari acara-acara tersebut adalah sebagai berikut: Pukul 04.00 stasiun MNCTV mulai menayangkan sinetron religi. Pukul 10.00 stasiun MNCTV menayangkan sinetron religi "Rahasia Illahi." SCTV dengan film nasionalnya atau FTV yang berbau mistis. Pukul 21.00 dan 23.00 hari Senin dan Kamis Trans TV dengan "Dunia Lain," di jam yang sama Indosiar dengan "Ekspedisi Alam Ghaib." Pukul 21.00 tiap hari sabtu ANTV memutar film nasional bertema horor dan di Trans TV ada *reality show* "Indigo". Pukul 23.30 bioskop Trans TV yang kedua biasanya memutar film-film horor luar negeri.

Berdasarkan pemirsa tayangan TV, yaitu kategori keluarga yang didominasi dengan ibu-ibu, kategori remaja dan kategori karyawan pabrik, mengapa subjek ini yang diteliti. Jika melihat kategori tontonan dari sisi keluarga, ibu-ibu rumah tangga dapat dianggap sebagai penonton yang fanatik atau aktif. Hal ini karena mereka cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di rumah. Sebaliknya, kaum laki-laki yang mayoritas bekerja di luar rumah dibatasi sebagai penonton pasif. Meskipun ada juga laki-laki yang menjadi penonton fanatik, jumlah mereka tidak sebanyak perempuan, terutama ibu rumah tangga.

Kaum Remaja, di sini juga bisa dibagi berdasarkan jumlah jam yang ditonton oleh remaja tersebut di hadapan TV, semakin padat aktifitas remaja tersebut di luar maka semakin kecil intensitas dia menonton tayangan TV, tetapi semakin berkurang aktifitas di luar maka semakin

besar remaja tersebut masuk ke kategorisasi peserta aktif atau pemirsa fanatik.

Kategori karyawan pabrik, dengan tingkat aktifitas yang cenderung permanen dan stagnan di dunia industri, mengakibatkan munculnya tingkat kejenuhan yang tinggi dan kompensasi yang ada biasanya adalah hiburan, bagi penghasilan karyawan pabrik yang besar maka bisa menentukan alternatif hiburan di luar rumah tetapi bagi karyawan pabrik yang penghasilannya pas-pasan maka hiburan adalah sesuatu yang mewah atau mahal, maka alternatif hiburan hanyalah melihat tayangan-tayangan TV yang ada di stasiun-stasiun TV, ini memungkinkan karyawan pabrik menjadi pemirsa yang aktif atau pemirsa fanatik.

Dalam teori perubahan sosial (*Social Change Theory*) menjelaskan bagaimana perubahan dalam norma, nilai, dan struktur sosial dapat mempengaruhi perilaku individu dan kelompok.<sup>24</sup> Melalui tayangan-tayangan TV yang terus menerus akan mempengaruhi perilaku individu dan kelompok.

Dalam tayangan media-media TV yang menayangkan hal-hal yang berbau misteri dan mistis, digunakan pisau analisa teori kultivasi, sebenarnya secara substansi teori ini untuk mencari efek pesan dari tayangan-tayangan yang ada di media terutama adalah media TV baik efek pesan tersebut berupa verbal ataupun non verbal.

Kalau kultivasi diawali untuk melihat efek pesan dari tayangan-tayangan TV yang berbau kekerasan, sehingga membuat pemirsa fanatik yang rata-rata menonton tayangan tersebut minimal 4 jam sehari mempunyai anggapan bahwa dunia realitas sama dengan dunia yang ada pada gambaran pesan yang disampaikan pada TV, dan perilaku pemirsa fanatik tersebut mencoba sama seperti perilaku yang ada pada media TV, perilaku takut, perilaku jahat, atau beringas, perilaku waspada, was-was, kemana-mana bawa senjata, pisau, pistol dls, itu disebabkan pesan yang diterima lewat media membuat dia harus berperilaku semacam itu.<sup>25</sup>

Istilah wacana pertama kali diperkenalkan oleh Gerbner pada tahun 1969. Dengan menggunakan teori yang sama, kita bisa menerapkan wacana untuk mengkaji analisis dampak yang ditimbulkan oleh tayangan-tayangan mistis dan misteri. Analisis ini akan menggunakan objek penelitian yang telah disebutkan sebelumnya untuk memahami bagaimana program-program tersebut mempengaruhi penayangan dan persepsi penonton terhadap dunia.

### **3. Pesan yang ingin disampaikan oleh media**

Bahwa kekuatan gaib adalah bagian alami dari eksistensi yang ada di sekitar dan dapat mempengaruhi manusia. Kekuatan ini diyakini dapat berkomunikasi dengan kita melalui berbagai cara, seperti penampakan wujud atau melalui perantara benda-benda di sekitar, seperti

---

<sup>24</sup> Nadhifa Ahdi Fadillah, "Memahami Teori Sosial Karl Marx: Kelas, Konflik, Dan Perubahan," *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humaniora* 1, no. 02 (2023),

<http://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/view/574>.

<sup>25</sup> Littlejohn dan Foss, *Theories of Human Communication*, 289.

alam, bebatuan, tumbuhan, dan benda pusaka. Komunikasi juga bisa terjadi melalui individu yang dianggap memiliki kemampuan khusus, seperti paranormal, dukun, kyai, atau anak indigo.

Disebutkan bahwa melalui komunikasi dengan makhluk gaib, manusia diyakini dapat memperoleh kekuatan tertentu. Kekuatan ini memungkinkan mereka untuk melihat hal-hal yang berkaitan dengan masa depan atau dimensi ruang dan waktu lain yang tidak dapat dilihat dengan mata telanjang. Singkatnya, paragraf tersebut menggambarkan dunia spiritual sebagai bagian yang integral dari realitas yang dapat diakses dan mempengaruhi kehidupan manusia.

Masyarakat meyakini bahwa membutuhkan perantara dalam berkomunikasi, dan perantara tersebut telah dipilih melalui kesepakatan yang tidak formal, misalkan disebut orang "pintar", anak dengan kelebihan khusus, kyai dan lain-lain.

Siapakah makhluk alam ghaib tersebut! Makhluk alam ghaib dengan istilah lain adalah makhluk halus atau makhluk jin adalah komunitas selain manusia yang juga ada pada alam semesta ini, dimana kalau manusia disebut sebagai alam makhluk material maka komunitas mereka juga disebut makhluk immaterial, dalam konteks Indonesia makhluk ghaib ini juga mengalami pembauran kultur yang disesuaikan dengan adat istiadat setempat, di dalam mitos Jawa dikenal adanya makhluk halus yang bernama *gonderuwo*, yang digambarkan seperti sosok raksasa berbulu hitam dan mata merah serta berambut panjang yang

mempunyai taring. *Gondoruwo* secara umum berkesan menakutkan, besar dan seram.

*Tuyul*, yang digambarkan seperti anak kecil tanpa memakai baju dan berambut plontos yang pekerjaan suka mengambil uang, berjalan berjinjit, dan konon memiliki mata hanya satu. Cerita-cerita detail banyak versi, tetapi secara umum tuyul adalah anak kecil tanpa memakai baju dan gundul.

*Sundel Bolong*, yang digambarkan wanita berambut panjang berpakaian putih tetapi punggungnya berlobang dan keluar ulat, dengan mengeluarkan bau-bau busuk, wajahnya pucat dan seram. Sundel bolong juga memberikan kesan menyeramkan dan jahat.

*Pocongan*, yang digambarkan mayat yang berkafan dengan kaki masih terikat tetapi hidup dengan cara melompat-lompat, ada yang berpendapat terlihat sedikit wajahnya, dan ada yang berpendapat sama sekali tidak terlihat karena terbungkus kain kafan, beberapa meyakini jika bertemu pocong akan dikejar. *Ratu Nyi Roro Kidul*, yang digambarkan wanita cantik penguasa pantai selatan, yang merupakan ratu jin di tanah Jawa. *Nyi Blorong*, yang digambarkan putri dari ratu pantai Selatan, yang berkendara ular. *Wewe Gombel*, yang digambarkan dengan pakaian yang sobek-sobek, kotor dan lusuh dengan wajah yang buruk rupa, dengan tubuh besar.

Dalam opini masyarakat orang-orang yang mati atau meninggal dengan tidak wajar diyakini akan menjadi arwah yang gentayangan dan akan menuntut balas

pada orang yang membuat dia mati. Karena dalam kehidupannya belum selesai, dan seakan-akan mereka dapat menuntut untuk menyelesaikannya meski beda dunia, yaitu dengan menakut-nakuti sebagai bentuk balas dendamnya.

Belum lagi mitologi makhluk halus yang ada di luar Jawa dan luar negeri yang juga mempengaruhi masyarakat berkat "propaganda" media-media TV, seperti Leak dari Bali, Vampire dari Cina atau Vampire dan Zombie dari Eropa, Zudoku dari Jepang.

Dari kepercayaan-kepercayaan yang terus berujung ke mitologi yang ada di masyarakat, akhirnya ditangkap oleh media-media TV selanjutnya dikemas dengan seting dan background latar belakang tertentu lalu "ditawarkan " di masyarakat dan masyarakat mempercayai itu adalah sesuatu yang riil, apalagi dengan adanya testimoni-testimoni untuk memperkuat kejadian tersebut.

Terlihat pada beberapa tayangan televisi yang berupaya menampilkan atau menggambarkan bentuk-bentuk yang sesuai cerita, keyakinan mistis. Diolah oleh media mendekati opini tersebut, dan akhirnya seakan riil, benar, atau divalidasi yang menjadi semakin dalam ada di persepsi masyarakat, dan berfungsi membenarkan.

#### **4. Efek Komunikasi Verbal dan Non Verbal yang ditimbulkan dari kultivasi media**

Berdasarkan data yang ada, para penonton fanatik atau *heavy viewer* adalah mereka yang menonton televisi lebih dari empat jam setiap hari. Paparan media

yang intensif ini menyebabkan efek komunikasi verbal, di mana mereka cenderung mendengar peristiwa yang tidak dapat dijelaskan secara logistik dengan keberadaan makhluk gaib.

Misalnya, mereka akan berkomentar, *"Jangan lewat sana, ada penunggunya!"* Hal ini menunjukkan bahwa pandangan mereka telah dipengaruhi oleh konten media, sehingga mereka menginterpretasikan kejadian sehari-hari melalui lensa supranatural yang sering digambarkan di televisi. *"Jangan kencing sembarangan nanti penunggunya marah!"* *"Amet-amet jabang bayi lanang wedok, jangan sampai anakku seperti itu! Rumah itu ada Genderuwonya."* *"Kesambet wewegombel di jalan"* *"Orang itu kaya karena pesugihan,"* *"Menyimpan uang harus diberi kaca, agar tidak dicuri tuyul,"* dan lain sebagainya.

Adanya ritual-ritual tertentu dan doa-doa tertentu adalah efek verbal, karena melihat contoh-contoh tayangan yang ada di media, misalkan salam ketika melewati daerah tertentu, menggerakkan lampu dem di mobil jika melewati jembatan atau perepatan, ritual-ritual menanam kepala kerbau pada bangunan jembatan, ritual memberikan sesaji di pohon-pohon besar dan tua dianggap keramat.

Orang tua terhadap anak-anaknya juga tidak sadar akan mengkomunikasikan seperti gambaran di media, seperti: *"Nak, sudah magrib pulang nanti digondol wewegombel!"* *"Jangan bicara sembarangan nanti kesambet,"* *"Nak jangan buang air kencing di situ nanti sang penunggu akan marah!"* *"Jangan makan di depan pintu, nanti*

*tidak laku.” “Salam dulu jika masuk di tempat yang baru, sapa terhadap penghuni gaib.”*

Bentuk-bentuk komunikasi non verbal yang muncul akibat dari efek tayangan tersebut: Bagi penonton pecandu/penonton aktif rasa takut untuk keluar malam atau melewati tempat-tempat yang dirasa ada makhluk halus, seperti kuburan, lorong rumah sakit, hutan, jalanan sepi, gedung tua, tempat-tempat yang sepi, rumah atau kamar dengan nomor-nomor tertentu, bahkan sekarang juga marak menghindari tempat makan yang rame pembeli dan diduga diluar nalar (makanan tidak enak, tetapi ramai pembeli) dan lain sebagainya.

Perasaan bersalah apabila melintas, menginjak, melangkahi sesuatu yang dianggap ada penunggunya dan harus segera untuk meminta maaf dengan ritual-ritual tertentu, membuang air panas di lubang pembuangan juga harus amet-amet terlebih dahulu, konon ceritanya jika tidak begitu ada makhluk halus yang ada di situ akan marah dan dapat mendatangkan petaka. Merasa bahwa bahwa makhluk halus adalah hantu yang seperti ada pada gambaran di media-media TV, seperti: Pocongan, Sundel Bolong, Genderuwo, Tuyul, dan lain lain.

Peristiwa-peristiwa yang dianggap membuat manusia meninggal dunia dan dalam kondisi tidak wajar maka dianggap oleh penonton pecandu sesuatu yang bisa menyebabkan manusia itu bangkit lagi menjadi arwah gentayangan yang berbentuk seperti kondisi manusia itu meninggal, misal : orang meninggal lupa tali pocongnya tidak diambil maka dia beranggapan akan jadi pocong, wanita

hamil yang meninggal menjadi sundel bolong, dan lain sebagainya.

Bagi pecandu aktif yang dia secara psikologis kuat akan rasa takutnya maka dia berusaha mengikuti alur dalam tayangan media tersebut untuk kepentingannya, semisal: menyendiri di kuburan, ritual "suluk", pesugihan, dan lain sebagainya

Bagi penonton pasif atau *light viewer* dimana penonton ini hanya melihat tayangan maksimal dua jam per hari maka efek komunikasi verbal dan non verbal adalah: komunikasi verbal bagi penonton pasif cenderung tidak terpengaruh oleh efek tayangan-tayangan misteri dan mistis yang disiarkan di televisi. Hal ini disebabkan oleh durasi tayangan yang biasanya berlangsung sekitar dua jam, yang dianggap tidak cukup signifikan untuk mempengaruhi pola interaksi komunikasi mereka. Misalnya, ketika seseorang menonton program mistis, mereka mungkin hanya terfokus pada konten yang ditampilkan tanpa benar-benar terlibat dalam diskusi atau refleksi mendalam tentang apa yang mereka lihat. Seperti halnya seseorang yang menonton film horor di bioskop; meskipun mereka merasakan ketegangan dan ketakutan selama film berlangsung, setelah film selesai, mereka kembali ke kehidupan sehari-hari tanpa membawa dampak emosional yang mendalam. Analoginya, bayangkan seseorang yang hanya sesekali mendengarkan berita di radio saat berkendara. Meskipun mereka mungkin mendengar informasi penting, mereka tidak memiliki waktu untuk merenungkan atau mendiskusikan berita tersebut dengan orang lain. Dalam konteks ini,

penonton pasif yang menonton tayangan mistis di televisi berfungsi seperti pendengar radio yang tidak terlibat. Mereka mungkin terpapar pada berbagai tema dan ide, tetapi tanpa adanya interaksi atau diskusi, resonansi yang dihasilkan dari tayangan tersebut tidak sempat direspon atau diproses secara mendalam. Akibatnya, pengaruh tayangan tersebut menjadi minimal dan tidak meninggalkan jejak yang signifikan dalam pola pikir atau perilaku mereka. Lebih jauh lagi, penonton pasif sering kali memiliki kebiasaan menonton yang lebih bersifat ritualistik, seperti menonton televisi sebagai latar belakang saat melakukan aktivitas lain, seperti makan atau bersantai. Dalam situasi ini, tayangan mistis yang disiarkan tidak lebih dari sekadar hiburan yang mengisi waktu luang mereka. Seperti seseorang yang mendengarkan musik sambil bekerja, mereka mungkin menikmati melodi tetapi tidak benar-benar memperhatikan lirik atau makna di balik lagu tersebut. Dengan demikian, tayangan mistis di televisi tidak mampu memicu resonansi yang kuat, karena penonton pasif tidak memberikan perhatian penuh atau keterlibatan emosional yang diperlukan untuk mempengaruhi keyakinan dan perilaku mereka secara signifikan.

Komunikasi non-verbal, seperti halnya komunikasi verbal, tidak akan menghasilkan perilaku yang sama seperti yang ditunjukkan oleh penonton aktif jika penonton pasif tidak terlibat secara mendalam dengan tayangan yang mereka saksikan. Penonton pasif cenderung tidak merespons tayangan mistis dengan perilaku yang mencolok atau fanatik. Misalnya, jika seseorang menonton

program tentang ritual mistis, mereka mungkin hanya melihatnya sebagai hiburan tanpa merasa terdorong untuk meniru atau mengadopsi perilaku tersebut. Dalam konteks ini, pengaruh tayangan media tidak cukup kuat untuk mengubah sikap atau tindakan mereka, karena mereka lebih dipengaruhi oleh kultur dan kepercayaan yang telah ada sebelumnya.

Sebagai contoh, dalam budaya tertentu, praktik ritual seperti sesaji atau doa sering kali dilakukan sebagai bagian dari tradisi yang telah berlangsung lama. Misalnya, di beberapa daerah di Indonesia, masyarakat melakukan ritual sesaji sebagai bentuk penghormatan kepada roh nenek moyang atau dewa-dewi. Praktik ini biasanya dilakukan tanpa pengaruh tayangan media, melainkan sebagai hasil dari nilai-nilai budaya dan kepercayaan yang telah ditanamkan dalam masyarakat. Dalam hal ini, komunikasi non-verbal yang terjadi selama ritual, seperti gerakan tangan, ekspresi wajah, dan penggunaan simbol-simbol tertentu, mencerminkan keyakinan yang mendalam dan bukan sekadar respons terhadap tayangan televisi.

Data menunjukkan bahwa pengaruh budaya dan kepercayaan yang telah ada sebelumnya lebih dominan dalam membentuk perilaku individu dibandingkan dengan tayangan media. Responden yang terlibat dalam praktik spiritual atau ritual tertentu melakukannya karena pengaruh keluarga dan tradisi, bukan karena tayangan televisi atau media lainnya. Ini menunjukkan bahwa meskipun tayangan mistis dapat menarik perhatian penonton, perilaku non verbal yang muncul, seperti melakukan ritual atau doa,

lebih banyak dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya yang telah ada sebelumnya. Dengan demikian, penonton pasif tidak akan menunjukkan perilaku fanatik yang sama seperti penonton aktif, karena mereka tidak terlibat secara emosional atau kognitif dengan tayangan yang mereka saksikan.

Sehingga Berbeda dengan komunikasi verbal, perilaku nonverbal yang diamati pada penonton pasif tidak disebabkan oleh pengaruh tayangan media. Jika penonton pasif menunjukkan perilaku yang mirip dengan penonton aktif, hal itu kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor lain, seperti budaya atau keyakinan yang sudah ada sebelumnya. Misalnya, perilaku seperti melakukan ritual sesajen atau berdoa bukan berasal dari paparan media, melainkan dari tradisi dan kepercayaan yang sudah melekat dalam masyarakat.

## Simpulan

Dari penelitian mengenai tayangan-tayangan misteri dan mistis di media televisi, dapat disimpulkan bahwa efek komunikasi yang terjadi, baik secara verbal maupun non-verbal, sangat dipengaruhi oleh tingkat keterlibatan penonton. Penonton yang tergolong pecandu atau penonton aktif cenderung lebih terpengaruh oleh konten yang mereka konsumsi. Mereka tidak hanya menyaksikan tayangan tersebut, namun juga menginternalisasi pesan-pesan yang disampaikan, sehingga mereka mulai menerjemahkan bahwa realitas di sekitar mereka mencerminkan apa yang

ditampilkan dalam tayangan misteri dan mistis. Misalnya, mereka mungkin mulai percaya bahwa fenomena supranatural yang digambarkan dalam program-program tersebut adalah hal yang umum dan dapat terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat memicu perilaku tertentu, seperti menghindari tempat-tempat yang dianggap angker atau melakukan ritual-ritual tertentu sebagai respon terhadap ketakutan yang ditanamkan oleh tayangan tersebut.

Di sisi lain, bagi penonton pasif yang hanya mencari hiburan dan sering berpindah-pindah saluran TV, tayangan misteri dan mistis tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap komunikasi verbal dan non-verbal mereka. Penonton ini cenderung melihat tayangan tersebut sebagai bentuk hiburan semata, tanpa mendengarkannya dengan kenyataan yang alami. Mereka masih mampu membedakan antara dunia fiksi yang ditayangkan di layar televisi dengan kenyataan di sekitar mereka. Meskipun mungkin ada beberapa elemen komunikasi non-verbal yang terekam, seperti ekspresi ketakutan atau rasa ingin tahu, hal ini tidak serta-merta disebabkan oleh tayangan yang mereka tonton. Sebaliknya, faktor-faktor lain seperti budaya, adat istiadat, dan latar belakang budaya penonton tersebut lebih berperan dalam membentuk cara mereka berinteraksi dan berkomunikasi. Misalnya, dalam budaya tertentu, ada norma-norma yang mengatur bagaimana seseorang bereaksi terhadap hal-hal yang dianggap mistis, yang mungkin tidak mempengaruhi tayangan televisi. Dengan demikian, perbedaan dalam tingkat keterlibatan penonton menjadi kunci dalam

memahami bagaimana tayangan misteri dan mistis dapat mempengaruhi perilaku dan komunikasi mereka.

## **Bibliografi**

- "7 Film Horor Indonesia Tayang hingga Akhir 2024, Kuasa Gelap." Diakses 21 Juni 2025. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20240918092017-220-1145494/7-film-horor-indonesia-tayang-hingga-akhir-2024-kuasa-gelap>.
- Azizi, Muhammad Hildan. "Struktur Narasi Berbagi Kepada Sesama Dalam Semiotika TV Commercial (TVC) Lazismu | Semiotics of Narrative Structure Sharing with Others in the Commercial TV (TVC) Lazismu." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (13 Maret 2021): 85–103. <https://doi.org/10.31764/jail.v4i2.4320>.
- Baran, Stanley J. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth, 2003. <http://archive.org/details/masscommunication0000bara>.
- Creswell, John W., dan J. David Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, 2022.
- Devito, Joseph A. *Komunikasi antar Manusia*. 5 ed. Tangerang Selatan: KARISMA Publishing Group, 2011.
- Fadillah, Nadhifa Ahdi. "Memahami Teori Sosial Karl Marx: Kelas, Konflik, Dan Perubahan." *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humaniora* 1, no. 02 (2023). <http://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/view/574>.
- Fikri, Muhammad Rizal. "5 Acara Misteri yang Populer di Televisi Indonesia." *Espos Indonesia*, 6 April 2018. <https://lifestyle.espos.id/5-acara-misteri-yang-populer-di-televisi-indonesia-908251>.
- Griffin, EM. *A First Look At Communication Theory*. Sixth. Amerika New York: McGraw-Hill, 2006.
- Khiyaroh, Inttihaul. "Analisis Pesan Mistik Pada Konten Berburu Penampakan Hantu Di Channel Youtube Sableng Tv Dan Bintang Indigo." *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (30 Juni 2023): 71–82. <https://doi.org/10.58518/alamtara.v7i1.1778>.
- Littlejohn, Stephen W., dan Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. Thomson Wadsworth, 2008.
- Masruroh, Lina. "YouTube sebagai Media Fundraising bagi Fundraiser Islami." *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (30 Januari 2024): 105–26. <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v2i1.24>.
- Mcluhan, Marshall. *Understanding Media The Extensions of Man*. Electronoc edition design: Scott Boms. California: Gingko Press, 2013.
- McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE, 2010.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis*. SAGE, 2014.
- Nurudin. *Komunikasi massa*. Cespur, 2003.
- Onong Uchjana Effendy, Author. "Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi." Universitas Indonesia Library. Citra Aditya Bakti, 2000. <https://lib.ui.ac.id>.
- Perse, Elizabeth M. *Media Effects and Society*. Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates, 2001. <http://archive.org/details/mediaeffectssoci0000pers>.

- Poerwadarminta, W. J. S. *Kamus umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, 2003.
- Rahman, Abd, dan Mifdah Hilmiyah. "Media Sosial dan Masyarakat: Ditinjau Dari Analisis Cermin Media (pdf) | Kertasitas." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* Volume 14 Nomor 01 Tahun 2024 (2024). <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>.
- Rohmah, Nurliya Ni'matul. "Perilaku Sosial Remaja dan Tayangan Televisi (Analisis Teori Kultivasi)." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (30 Juni 2020): 17–40. <https://doi.org/10.31764/jail.v3i2.2534>.
- Severin, Werner J, dan James W Tankard. "Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media," t.t.
- Singh, Dhyan. "Impacts of Scary Television Programmes on children Psychology, Attitude and Behavior." *New Media and Mass Communication* Vol.23, 2014 (t.t.). <http://www.iiste.org/>.
- "Suharsimi Arikunto Prosedur Penelitian | PDF." Diakses 24 Juni 2025. <https://www.scribd.com/document/756557803/Suharsimi-Arikunto-Prosedur-Penelitian>.