

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kegiatan penelitian yang memiliki tujuan untuk mengkajian secara serius teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan topik yang akan di teliti. Teori dan konsep yang dikaji digunakan untuk memperjelas dan mempertajam ruang lingkup dan konstruk variabel yang akan diteliti oleh peneliti, sebagai dasar pembahasan penelitian ini digunakan untuk memberikan saran dalam upaya pemecahan topik permasalahan.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai perbedaan atau persamaan yang dimiliki penelitian sebelumnya. Selain itu peneliti juga menggali informasi dari buku-buku maupun skripsi dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya mengenai teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian merupakan salah satu acuan dan referensi yang diambil peneliti dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Bagian ini sebagai proses peneliti untuk

membuat perbandingan peneliti yang peneliti lakukan terhadap penelitian-penelitian lain yang telah ada. Penelitian-penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai acuan , antara lain sebagai berikut:

1. Skripsi milik Elsa Febytia Dinata, Mahasiswa Universitas Medan Area, Program Studi Ilmu Komunikasi yang berjudul “Pengaruh *Channel* YouTube Horor Sara Wijayanto Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis” . penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Channel* YouTube horor sara wijayanto terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei menggunakan rumus slovin.
2. Skripsi milik Dewi Afifah Masrulloh , Mahasiswa Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, Program Studi Komunikasi Dan Penyiraman Islam. Yang berjudul “Pengaruh Menonton Akun YouTube Jurnalisa Terhadap Rasionalitas Santri Komplek Gedung Putih Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh menonton akun YouTube Jurnalisa terhadap rasionalitas Santri Komplek Gedung Putih Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei dimana teknik pengumpulan data menggunakan kusioner.

Tabel 2.1 Review Penelitian

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Dan Persamaan Penelitian
1.	Elsa Febytia Dinata	Pengaruh <i>Channel</i> YouTube Horor Sara Wijayanto Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei	Penelitian ini membahas tentang adanya hubungan antara <i>Channel</i> YouTube horor Sara Wijayanto terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis mempunyai hubungan yang cukup	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah meneliti pengaruh <i>Channel</i> YouTube sarah wijayanto terhadap sikap penonton akan hal-hal

				berarti. Serta kemampuan <i>Channel</i> YouTube horor Sara Wijayanto dalam mempengaruhi sikap penonton akan hal-hal mistis.	mistis, sedangkan penelitian sekarang penelitian sekarang meneliti pengaruh konten YouTube kakak beradik podcast terhadap sikap kepercayaan penonton akan hal mistis. Persamaan penelitian
--	--	--	--	---	--

					sekarang dan sebelumnya ialah sama sama meneliti konten horor di YouTube dan menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian.
2.	Dewi Afifah Masrulloh	Pengaruh Menonton Akun YouTube Jurnalrisa Terhadap Rasionalitas Santri	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei	Hasil penelitian menyatakan bahwa tayangan YouTube jurnalrisa tayangan	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah meneliti pengaruh menonton

		Komplek Gedung Putih Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta		seperti ini membuat mistik dapat menimbulkan suatu efek/dampak bagi seseorang. Dan juga tayangan ini dapat diterima dan ditolak dalam masyarakat karena sesuatu yang berbau mistik mempunya unsur rasional dan irasional.	akun YouTube jurnalrisa terhadap rasionalitas terhadap santri komplek gedung putih pondok pesantren krapyak Yogyakarta. Sedangkan penelitian sekarang meneliti pengaruh konten YouTube kakak
--	--	--	--	--	--

					beradik podcast terhadap sikap kepercayaan akan hal mistis.
--	--	--	--	--	---

2.1.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu kaitan atau hubungan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konseptual diharapkan akan memberikan gambaran dan merupakan asumsi mengenai variable-variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual yang akan mndasari penelitian ini sebagai berikut:

2.1.2.1 New Media

Istilah new baru (new media) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. New media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi, interaktif dan dapat berfungsi secara *private* maupun publik. Media baru atau new media merupakan konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten apa saja,

dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima atau pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada giliran membantuk komunitas atau masyarakat “baru” melalui sosial media.

Dalam buku Teori Komunikasi Massa, McQuail menjelaskan bahwa “Media Baru atau *New Media*” adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain media baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaanya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”. Menurut Dennis McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubung, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada dimana mana. McQuail membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori: pertama, media komunikasi intrapersonal yang terdiri dari telepon, handphone, email, kedua: media bermain interaktif seperti computer, video game, permainan dalam internet, ketiga: media pencarian informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui computer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.

Menurut Danaher dan Davis (2003,h.462), *New Media* adalah sebuah media yang memfasilitasi interaksi antara pengirim dan penerima.berikut ini adalah contoh teknologi yang termasuk media baru yaitu: (a). internet dan website, (b). televisi digital/plasma TV, (c). digital *cinema*, (d). computer/laptop, (e). DVD/CD/blue ray,

dan lain – lainnya. Sebagai besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” bersifat digital, integratif, interaktif, dapat dimanipulasi, serta bersifat jaringan , padat, mampat, dan tidak memihak.

2.1.2.2 Komunikasi massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh bittner (Rakhmat, 2003 dalam Ardianto, 2007), yaitu komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus media massa. Dapat di simpulkan bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses dimana komunikator- komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan-pesan yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam melalui berbagai cara.

2.1.2.3 Media sosial

Media sosial merupakan salah satu penghubung internet mengizinkan pengguna menampilkan dirinya ataupun berhubungan, melakukan kerja sama, membagikan informasi, melakukan komunikasi dengan pengguna lainnya, juga membangun ikatan sosial dengan virtual (Nasrullah 2012,h.11). Media sosial membantu pengguna untuk berkomunikasi dengan seluruh pengguna diberbagai penjuru dunia.

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang menampakan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media online (fasilitator) yang mempererat hubungan antar pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial.

arena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Menurut Rulli Nasrullah (2015,h.15) terdapat beberapa karakteristik khusus media sosial, yaitu:

1. Jaringan (*Network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas, contohnya seperti Facebook, Twitter, dan lainnya.

2. Informasi (*Information*)

Informasi di media sosial menjadi komoditas yang di konsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang di produksi dan didistribusikan antar pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan memulai perangkat apa pun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di Facebook informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan sampai tahun.

4. Interaktif (*Interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

2.1.2.4 YouTube

YouTube merupakan suatu media sosial yang saat ini tengah diminati oleh khalayak. YouTube adalah situs web berbagi, situs ini mengizinkan pengguna mengunggah, menonton, dan membagikan video. YouTube adalah video online dan yang utama dari situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video dari segala penjuru dunia melalui suatu *web* (Budiarto, 2015, h.47). Kehadiran YouTube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki tempat untuk mempublikasikan karyanya.

YouTube merupakan bagian dari kecanggihan teknologi yang ternyata mendapat tempat dalam perubahan di dunia, dimana YouTube menjadi alat untuk mempresentasikan ataupun mempromosikan hasil-hasil karya seni apapun bentuknya dalam bentuk video yang bisa dinikmati oleh setiap orang yang menggunakannya.

2.1.2.5 Konten YouTube Horor

Konten menurut kamus besar bahasa Indonesia online (KBBI) adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Yang mana dapat diartikan bahwa informasi ini bisa berupa isi, topik atau kejadian tertentu yang sedang diperbincangkan dalam suatu acara. Adapun konten di dalam dunia media atau biasa disebut sebagai konten media. Konten media ini sendiri, seperti namanya berbentuk konten atau isi dalam sebuah media ini dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, file audio, iklan hingga bentuk konten media lainnya yang berbentuk melalui buatan pengguna sistem atau layanan online yang sering kali dilakukan lewat sebuah situs media online (Agesti,2018,h.25).

Konten dalam youtube adalah sebuah isi dan penyampaian pesan video yang membahas tentang kegiatan sehari-hari seseorang atau sebuah hiburan yang menunjukkan kreabilitas, daya tarik dan kekuasaan sebagai kreator dimana isi dan penyampaian pesan video harus menarik, dapat dimengerti dan diterima penonton (Rahkmat, 2013,h.260).

Menurut McClelland, mengusulkan teori kebutuhan/ *theory content* yang diperoleh, yang menyatakan bahwa tiga kebutuhan yaitu *achievement, affiliation, and*

power adalah penggerak utama dari perilaku seseorang. McClelland menggunakan istilah “*acquired needs*” karena dia percaya kita dilahirkan dengan kebutuhan kita (McClelland 1985). Tiga kebutuhan penting yang membantu memahami konten dalam YouTube sebagai berikut:

1. Prestasi (*Arhievement*) yaitu dorongan untuk mengungguli, mengejar standar, melakukan sesuatu dengan lebih baik,
2. Kekuasaan (*Power*) yaitu hasrat untuk mempunyai pengaruh dan mengendalikan orang lain,
3. Afiliasi (*Affiliation*) yaitu hasrat untuk disukai dan diterima baik oleh orang lain.

Konten dalam aplikasi YouTube merupakan informasi yang disajikan dalam bentuk video, dimana pesan yang ingin disampaikan ini diunggah oleh seorang pengguna akun YouTube yang dikenal sebagai *YouTuber* ke dalam YouTube. Konten yang di unggah ke YouTube sendiri terdiri dari berbagai macam genre tergantung dengan topik atau apa pembahasan yang ingin diangkat oleh oleh pengunggagh video YouTube. YouTube tidak hanya tempat bagi orang-orang menonton vlog, prank, komedi, tutorial make up dan sebagainya. Situs berbagi video ini juga memungkinkan orang untuk mengunggah konten video bertema lain, seperti horor misalnya. Konten horor di YouTube selalu mendapat perhatian banyak orang. Terlebih karena sifat orang Indonesia, khususnya yang memang menyukai hal-hal yang berbau mistis. Karena itu, tidak aneh, jika konten horor sangat diminati dan mendatangkan banyak *viewers*.

Meskipun perkembangan zaman sudah makin berkembang pesat, tontonan yang berhubungan dengan hal-hal yang berbau mistis masih di kagumi di masyarakat. Maka dari itu banyak sekali *Channel* YouTube dengan konten horor yang berkembang dan diminati. Konten YouTube horor biasa menampilkan cerita mistis tentang tempat angker dan penampakan yang sering muncul di dalamnya. Ada juga yang menampilkan pengalamana dari pemilik *Channel* YouTube saat berinteraksi dengan makhluk astral.

Beberapa *YouTuber* Indonesia pun banyak yang membuat konten dengan mengangkat kisah horor dan misteri. Bahkan mereka sudah memiliki *subscriber* berjuta-juta. Seperti Kakak Beradik Podcast, Nessie Judge, Sara Wijayanto, Jurnalrisa, Ewing HD dan masih banyak lagi. Namun dari banyaknya *YouTuber* dengan konten horor diatas, penulis memilih salah satu yaitu kakak beradik podcast melalui YouTube *MOP Channel*. Konten YouTube Kakak Beradik Podcast sering melakukan syuting penelusuran ke lokasi lokasi yang mempunyai cerita horor, seperti rumah belanda, sekolah terbengkalai dan masih banyak lainnya.

Konten YouTube kakak beradik podcast sebagai subjek penelitian karena tayangan ini memiliki keunikan dibanding dengan *Channel* YouTube horor lainnya yaitu penelusuran yang mereka lakukan yaitu secara *live streaming*. Selain mengungkap kejadian di suatu tempat yang di dipercaya akan hal-hal mistis dengan berkomunikasi secara langsung pada makhluk halus lalu menceritakan secara detail kisah makhluk tersebut kepada penonton.

2.1.2.6 Sikap

Sikap menurut Jalauddin Rahkmat (2015, h.39) ialah: Pertama sikap merupakan keinginan berpersepsi, berasumsi, berbuat dalam mengartikan nilai, kondisi, objek dan gagasan. Sikap tidak dapat disebut perilaku, namun kecondongan untuk berperilaku berdasarkan cara-cara yang sebanding dengan objek sikap. Kedua, sikap memiliki penggerak atau motivasi. Ketiga, sikap mutlak bertahan. Keempat, sikap menyimpan makna menggembarakan atau tidak menggembarakan. Kelima, sikap muncul berdasarkan pengalaman, tidak dibawa sejak lahir namun diperoleh dari hasil belajar. Maka dari ini sikap tidak bisa berubah dan juga diperkuat.

Travers, Grange dan Cronbach (1997) berpendapat bahwa sikap meliputi tiga komponen yang silih berkaitan (dalam Azwar, 2003, h. 34) yaitu:

1. Komponen Kognitif (*Cognitive*): adalah pengetahuan, kepercayaan atau pikiran yang berdasarkan kepada informasi, yang berkaitan pada objek. Bagian kognitif mengandung kepercayaan seseorang tentang apa yang berlangsung atau apa yang tepat terhadap objek sikap. Komponen kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Seringkali sesuatu yang dipercayai seseorang itu adalah stereotype atau objek yang telah memiliki pola didalam pikirannya. Kepercayaan timbul berdasarkan sesuatu yang sudah dilihat lalu terbentuk sebuah ide atau gagasan tentang sifatatau karakteristik umum sebuah objek. (Azwar,2003,h.25).

2. Komponen Afektif (*Affective*): tertuju kepada dimensi emosional dari sikap, merupakan emosi yang berkaitan pada objek. Objek yang dimaksud disini diibaratkan seperti sesuatu yang menggembirakan atau tidak menggembirakan. Unsur afektif terhubung dengan persoalan emosional subjektif seseorang kepada sebuah objek sikap. Pada dasarnya reaksi emosional yang termasuk unsur afektif ini amat dipengaruhi dari kepercayaan ataupun yang di percayai sebagai tepat dan berlaku terhadap objek. (Azwar, 2003, h.27).
3. Komponen Konatif (*Behavior*): menyangkut suatu preposisi untuk berperan kepada objek (Ahmadi, 2001,h.164). komponen konatif dalam bentuk sikap memperlihatkan dengan cara apa perilaku pada diri seseorang berhubungan pada objek sikap yang dihadapinya (Azwar,2003, h.27). Kestabilan antara kepercayaan pada unsur komponen kognitif, perasaan pada unsur komponen afektif, dengan kecendrungan perilaku selaku komponen konatif seperti itulah yang dijadikan dalam upaya yang di gambarkan dari jawaban kepada skala sikap (Azwar, 2003, h.27).

Menurut Budiman dan Riyanto (2013), tahapan sikap terdiri dari berbagai tingkat:

1. Menerima (*Receiving*)

Menerima diartikan bahwa orang (subjek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (objek).

2. Merespons (*Responding*)

Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan, dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari sikap. Karena dengan suatu usaha menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang diberikan, terlepas dari pekerjaan itu benar atau salah, adalah berarti bahwa orang menerima ide tersebut.

3. Menghargai (*Valving*)

Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga.

4. Bertanggung Jawab (*Responsible*)

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko merupakan sikap yang paling tinggi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap menurut Azwar (2013) sebagai berikut:

1. Pengalaman Pribadi

Sesuatu yang telah dan sedang kita alami akan ikut membentuk dan mempengaruhi penghayatan kita terhadap stimulus sosial. Tanggapan akan menjadi salah satu dasar terbentuknya sikap.

2. Pengaruh Kebudayaan

Kebudayaan dimana kita hidup dan dibesarkan mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan sikap. Apabila kita hidup dalam budaya yang mempunyai norma longgar bagi pergaulan heteroseksual, sangat mungkin

kita akan mempunyai sikap yang mendukung terhadap masalah kebebasan pergaulan heteroseksual.

3. Pengaruh Orang Lain Dianggap Penting

Seseorang yang kita anggap penting, seseorang yang kita harapkan persetujuannya bagi setiap gerak dan tingkah dan pendapat kita, seseorang yang tidak ingin kita kecewakan atau seseorang yang berarti khusus bagi kita, akan banyak mempengaruhi pembentukan sikap kita terhadap sesuatu. Diantara orang yang biasanya dianggap penting bagi individu adalah orang tua, orang yang status sosialnya lebih tinggi, teman sebaya, teman dekat, guru, teman kerja, istri atau suami dan lain-lain.

4. Media Massa

Media massa sebagai sarana komunikasi. berbagai bentuk media massa mempunyai pengaruh besar dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut.

5. Institusi atau Lembaga Pendidikan dan Lembaga Agama

Lembaga pendidikan serta lembaga agama sebagai suatu sistem mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap karena keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu.

6. Faktor Emosi Dalam Diri Individu

Bentuk sikap tidak semuanya ditentukan oleh situasi lingkungan dan pengalaman pribadi seseorang. Kadang-kadang, suatu bentuk sikap

merupakan pernyataan yang didasari oleh emosi yang berfungsi semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego.

2.1.2.7 Kepercayaan Akan Hal Mistis

Sikap kepercayaan timbul sesuai dengan pemikiran, perasaan, dan juga tindakan atas dasar masing-masing individu. Media sosial sangat dapat mempengaruhi pemikiran, sikap dan tindakan khalayaknya (Ardianto, 2009,h.59).

Kepercayaan dalam hal-hal mistis adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. *Believe or trust* dalam bahasa Indonesia, kata percaya atau tidak dibedakan tingkatannya, tapi dalam bahasa Inggris, kata percaya menggunakan 2 kata yang berbeda yaitu *believe* dan *trust*. *Believe* artinya percaya akan kebenaran suatu hal, sedangkan *trust* artinya mempercayakan diri kepada hal yang kita percaya itu (Satyaariyono.2012).

Mistis berawal dari bahasa Yunani yakni "*mystikos*" yang memiliki arti rahasia, tersembunyi, gelap atau terselubung dalam kekelaman. Dengan demikian bahwa kata mistik sebagai paham atau aliran dengan kata lain bahwa paham mitisme merupakan paham yang memberikan sebuah ajaran yang serba rahasia, terselubung dalam kekelaman sehingga hanya dikenal, diketahui atau dipahami oleh orang-orang tertentu saja, terutama sekali oleh penganutnya.

Mistis atau mistik adalah hubungan realitas “kebatinan” dan kesadaran manusia yang lebih mengutamakan kekuatan pengindraan manusia dalam menafsirkan realitas (Bungin, 2005, h.158). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mistis atau mistik adalah hal gaib yang tidak terjangkau dengan akal manusia yang biasa. Arti lain dari mistis adalah subsistem yang ada dalam hampir semua agama dan sistem religi untuk memenuhi hasrat manusia mengalami dan merasakan emosi bersatu dengan Tuhan.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 Teori *Stimulus – Respons* (S-R)

Teori Stimulus – respons (S-R) ini menunjukkan sebagai proses aksi (Stimulus) dan reaksi (Respon) yang sangat sederhana. Teori ini dapat dianggap sebagai proses pertukaran atau perpindahan informasi. (Effendy,2003,h.255). Model S-R muncul sebagai landasan teori psikologi yang menjelaskan *stimulus* dan *respons*, dalam kajian media massa stimulus adalah pesan yang diberikan oleh komunikator pada khalayak dan respon tersebut berupa sikap, kepercayaan atau kebiasaan individu.

Prinsip teori *Stimulus-Respons* (S-R) ini adalah dasar dari teori jarum *hipodermik*, teori klasik tentang proses terjadinya efek media massa sangat berpengaruh. Seperti yang sudah dijelaskan, teori jarum *hipodermik* melihat bahwa sebuah pemberitaan media massa diibaratkan sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh darah *audience*, lalu *audience* akan bereaksi seperti yang di harapkan.

Dalam masyarakat massa, dimana prinsip *stimulus-respons* mengasumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas. Sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima oleh sejumlah besar individu, bukan ditunjukkan pada orang per orang. Kemudian sejumlah besar individu itu akan merespon pesan informasi tersebut. Pengguna teknologi telematika yang semakin luas dimaksudkan untuk reproduksi dan distribusi pesan informasi itu sehingga diharapkan dapat memaksimalkan jumlah penerima dan respons oleh *audience*, sekaligus meningkatkan respons oleh *audience* (Bungin, 2006,h.281-282)

Disisi lain asumsi dasar yang dapat kita lihat dari stimulus respon merupakan segala bentuk pesan yang disampaikan baik verbal dan non verbal, yang mana nantinya akan menimbulkan respon. Jika kualitas rangsangan yang diberikan baik atau cukup besar maka akan semakin kuat ia dalam mempengaruhi respon yang ditimbulkan oleh individu. Dengan adanya teori ini dapat dengan jelas menunjukkan kepada kita bahwa komunikasi sebagai suatu proses aksi dan reaksi yang sederhana, dimana teori ini mengasumsikan kata-kata verbal, non verbal, gambar, dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan reaksi atau respon dengan cara tertentu (Mulyana,2007,h.134).

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan bisa jadi dapat diterima atau tidak diterima tergantung pada latar belakang individu seperti yang dijelaskan sebelumnya. Terjadi

komunikasi yang efektif jika ada perhatian, pengertian dan penerimaan terhadap stimulus yang diterima oleh komunikan. Perbedaan perhatian, pengertian dan penerimaan akan menyebabkan perbedaan respon setiap individu.

2.1.4 Kerangka Pemikiran

Menurut sugiyono (2013), seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar dari argumentasi dalam menyusun kerangka pemikiran yang mmbuahkan hipotesis. Mengutip Buku Metode Penelitian Kuantitatif oleh Dominikus Dolet Unaradjan (2019), kerangka befikir yaitu dasar pemikiran yang membuat kombinasi antara teori dengan observasi, fakta, dan kajian kepustakaan, yang akan dijadikan sebagai dasar penelitian.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Stimulus-Respons* (S-R). Teori Stimulus – respons (S-R) ini menunjukkan sebagai proses aksi (Stimulus) dan reaksi (Respon) yang sangat sederhana. Teori ini dapat dianggap sebagai proses pertukaran atau perpindahan informasi. (Effendy,2003,h.255). Model S-R muncul sebagai landasan teori psikologi yang menjelaskan *stimulus* dan *respons*, dalam kajian media massa stimulus adalah pesan yang diberikan oleh komunikator pada khalayak dan respon tersebut berupa sikap, kepercayaan atau kebiasaan individu.

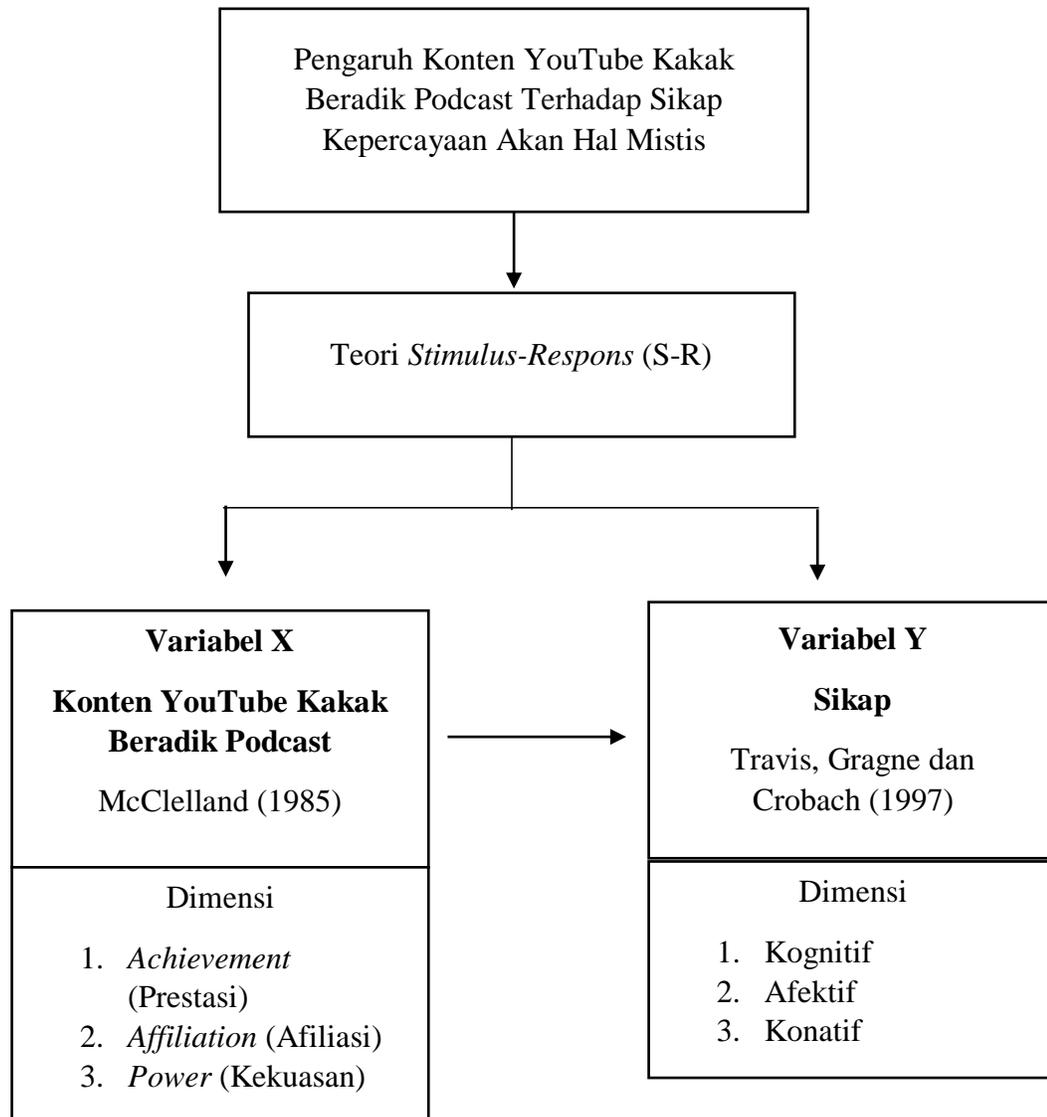
Dasar pemikiran yang peneliti menggunakan konten YouTube kakak beradik podcast sebagai objek penelitian, di karenakan Kakak Beradik Podcast merupakan kanal yang berfokus pada konten horor yang didalamnya mengkupas tentang misteri atau kejadian di suatu tempat dan mencari tau misteri apa yang ada di balik tempat

tersebut. Konten horor masih mendapat tempat tinggi di masyarakat Indonesia . Tak heran kreator yang menyajikan konten misteri selalu menuai kesuksesan hingga banyak ditonton. Salah satunya konten Kakak Beradik Podcast yang di pandu oleh Jordi Onsu. Karena itu, tidak aneh, jika konten horor sangat diminati dan mendatangkan banyak *viewers*.

Menurut McClelland, mengusulkan teori kebutuhan/ *theory content* yang diperoleh , yang menyatakan bahwa tiga kebutuhan yaitu *achievement*, *affiliation*, dan *power* adalah penggerak utama dari perilaku seseorang. McClelland menggunakan istilah “acquired needs” karena dia percaya kita dilahirkan dengan kebutuhan kita (McClelland 1985). Tiga kebutuhan penting yang membantu memahami motivasi, prestasi (*achievement*) yaitu dorongan untuk mengungguli, mengejar standar, melakukan sesuatu dengan lebih baik, kekuasaan (*power*) yaitu hasrat untuk mempunyai pengaruh dan mengendalikan orang lain, afiliasi (*affiliation*) yaitu hasrat untuk disukai dan diterima baik oleh orang lain.

Travers, Grange dan Cronbach (1997) berpendapat bahwa sikap meliputi tiga komponen yang silih berkaitan (Azwar, 2003,h. 34) yaitu: Komponen Cognitive (Kognitif): adalah pengetahuan, kepercayaan atau pikiran yang berdasarkan kepada informasi, yang berkaitan pada objek, Komponen Affective (Afektif): tertuju kepada dimensi emosional dari sikap, merupakan emosi yang berkaitan pada objek., dan Komponen Behavior (Konatif): menyangkut suatu preposisi untuk berperan kepada objek.

Dari banyaknya penonton YouTube MOP Channel membuktikan bahwa YouTube MOP *Channel* ini sangat digemari oleh publik. Dan membuat publik dibuat penasaran dengan hal mistis yang ada, tidak menutup kemungkinan dengan adanya tayangan konten Kakak Beradik Podcast ini publik menjadi percaya dengan adanya hal mistis. Karena media sosial tidak hanya memberikan informasi saja, namun dapat memberikan salah satu fungsi yaitu memberikan pengaruh kepada khalayaknya.

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran

2.1.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017,h.63) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian yang bertujuan untuk menjadikannya sebagai acuan dalam menentukan langkah selanjutnya agar dapat membuat kesimpulan – kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Ada dua hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

H₀ ; ditolak, H₁ ; diterima terdapat pengaruh konten YouTube kakak beradik podcast terhadap sikap kepercayaan akan hal mistis.