

**PENDEKATAN CMC PADA AKUN @WOWCREEPY\_ID  
SEBAGAI MEDIA BERITA MISTIK DI INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas PTIQ  
Jakarta sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan program studi Strata Satu  
(S1) untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)



Oleh:

**AHMAD AINUN FIKRI**

NIM: 201210055

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS PTIQ JAKARTA  
1446 H/2024 M**

**PENDEKATAN CMC PADA AKUN @WOWCREEPY\_ID  
SEBAGAI MEDIA BERITA MISTIK DI INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas PTIQ  
Jakarta sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan program studi Strata Satu  
(S1) untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Oleh:

**AHMAD AINUN FIKRI**

NIM: 201210055

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS PTIQ JAKARTA  
1446 H/2024 M**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi:

### **PENDEKATAN CMC PADA AKUN @WOWCREEPY\_ID SEBAGAI MEDIA BERITA MISTIK DI INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

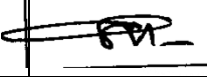
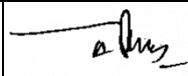
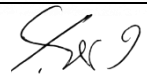

Nama Mahasiswa : Ahmad AinunFikri

NIM : 201210055

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah yang diselenggarakan pada hari Kamis 19 September 2024

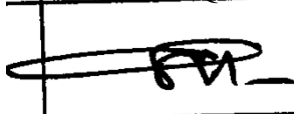
NO	NAMA PENGUJI	JABATAN TIM	TANDA TANGAN
1	Dr. H. Topikurohman, S.Ag. M.A.	Ketua Sidang	
2	Ahmad Fahrudin, M.Si.	Penguji I	
3	Wahab Nur Kadri, S.Sos M.Sos	Penguji II	
4	Dr. Ellys Lestari Pambayun, M.Si.	Pebimbing	
5	Sri Haryati, S.Pd.	Sek. Sidang	

Jakarta, Kamis 19 September 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Universitas PTIQ Jakarta



Topikurohman Bedowi, S. Ag, MA.

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi:

PENDEKATAN CMC PADA AKUN @WOWCREEPY\_ID  
SEBAGAI MEDIA BERITA MISTIK DI INSTAGRAM

Disusun oleh:

**Ahmad Ainun Fikri**

NIM: 201210055

Telah selesai dibimbing oleh kami, dan menyetujui untuk selanjutnya dapat diajukan dan disidangkan

Jakarta, 29 Juli 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Ellys Lestari Pambayun, M. Si.

Mengetahui,

Kepala Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam



Ahmad Fahrudin, M. Si

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Nama : Ahmad Ainun Fikri  
NIM : 201210055  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PENDEKATAN CMC PADA AKUN @WOWCREEPY\_ID  
SEBAGAI MEDIA BERITA MISTIK DI INSTAGRAM

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku
2. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan (*Plagiat*), maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di lingkungan Universitas PTIQ Jakarta dan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Jakarta, 28 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan

AHMAD AINUN FIKRI

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu pasti ada kemudahan,

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah, 94:5-6)

“Untuk masa sulitmu, biarlah Allah yang menguatkanmu. Tugasmu hanya berusaha agar jarak antara kamu dengan Allah tidak pernah jauh”

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan, kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya”

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillahirobbil'alamin.* Ucapan rasa syukur tak terhingga kepada Allah SWT atas segala kenikmatan, kekuatan, kesehatan serta atas izin yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi ini agar memenuhi syarat untuk lulus di Universitas PTIQ Jakarta ini.

Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada yang mulia, suri tauladan umat dan pemberi syafa'at kelak pada hari kiamat yakni Nabi Muhammad SAW, keluarga serta para sahabatnya. Semoga kita semua dapat istiqomah untuk menjadi ummatnya hingga hari akhir. Aamiin.

Dalam proses penggarapan skripsi yang berjudul “ANALISIS KONTEN MISTIK TERHADAP FOLLOWERS MUSLIM DI INSTAGRAM”, Penulis banyak mendapatkan bantuan, semangat dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nasaruddin Umar, M.A. Selaku Rektor Universitas PTIQ Jakarta
2. Dr. H. Topikurohman Bedowi, S.ag M.A. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas PTIQ Jakarta
3. Drs. Ahmad Fahrudin, M.Si. Selaku Kepala Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas PTIQ Jakarta
4. Ellys Lestari Pambayun, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Komunikasi & Penyiaran Islam Universitas PTIQ Jakarta yang telah membimbing, memberikan kritik dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh dosen serta staff tata usaha Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas PTIQ Jakarta, atas segala pengetahuan dan pengalaman berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Universitas PTIQ Jakarta.
6. Pimpinan Pondok Pesantren Mancengan Darussalam kepada KH. Ali Imron Salam Asror dan KH. Firdaus Salam, S.H. M.Pd. beserta seluruh majelis keluarga Pondok Pesantren Mancengan Darussalam, yang tak ada hentinya memberikan bantuan do'a dan barokahnya untuk penulis dalam penelitiannya.
7. Kedua orang tua saya, (Bapak Bukhori Basri dan Ibu Kholilah) sebagai tanda bakti dan hormat dan rasa terimakasih yang tidak terhingga penulis

mempersalahkan karya kecil ini kepada bapak dan ibu, karena telah menjadi orang tua yang hebat, yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, cinta kasih yang tiada terhingga, yang tidak pernah lelah dalam mendidik dan mendo'akan anak-anak nya dengan segala kemurahan hati dan fasilitas yang diberikan selama penulis menuntut ilmu selama ini. yang hanya dapat penulis balas untuk saat ini hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Terimakasih Bapak dan Mamah karena berkat ridho, do'a dan dukungan Bapak dan Ibu penulis bisa berada dititik ini. Sehat bahagia selalu dan hiduplah lebih lama lagi, Bapak dan Mamah harus selalu ada disetiap langkah dan pencapaian penulis.

8. Saudariku wanita yang bernama Siti Alfiatul Hasanah yang selalu memberikan suport serta Do'a untuk kelancaran dalam penulisan penelitian ini.
9. Nenek ku tersayang Ibu Mukena yang selalu memberikan dukungan Do'a serta menyisihkan finansialnya untuk kelancaran selama masa-masa kuliah sehingga peneliti dapat menyelesaikan masa studi ini.
10. Kepada jajaran kepengusan akun Instagram @Wowcreepy\_id terutama kepada Agung Budi Prasetyo selaku konten kreator sekaligus owner. Terima kasih sudah mengizinkan dan membantu penulis dalam penelitian ini.
11. Kepada teman-teman yang sudah menjadi bagian dalam penyusunan skripsi ini, yang selalu memberikan suport dan menghibur penulis.
12. Nasi Goreng Rajau Busri, sudah mengizinkan dan menjadikan tempat dengan nyaman untuk sering berlarut malam menyelesaikan skripsi ini.
13. Semua orang yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang belum bisa saya sebutkan satu-persatu, saya ucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya. Saya meminta maaf yang sebesar-besarnya apabila ada salah kata maupun etika yang kurang berkenan dari segi ucapan dan tindakan selama ini.
14. Terakhir, diri saya sendiri, Ahmad Ainun Fikri atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Semoga saya tetap selalu rendah hati, Karena ini baru awal dari semuanya.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi merupakan penyalinan dengan penggantian huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Dalam penulisan skripsi ini transliterasi arab-latin mengacu pada berikut ini:

### 1. Konsonan Tunggal

Arab	Latin	Arab	Latin
ب	B	ط	t
ت	T	ظ	z
ث	Th	ع	'
ج	J	غ	Gh
ح	h	ف	F
خ	Kh	ق	Q
د	D	ك	K
ذ	Dh	ل	L
ر	R	م	M
ز	Z	ن	N
س	S	و	W
ش	Sh	ه	H
ص	s	ي	Y
ض	ḍ		

### 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Panjang	Vokal Rangkap
Fathah : a	ا : ā	أ... : ay
Kasrah: b	ي : ī	ؤ... : au
Dhammah : u	و : ū	

### 3. Kata Sandang

4. Kata sandang yang diikuti alif lam (ال) *al-qamariyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya.

Contoh: البقرة – *al-Baqarah*                      المدينة – *al-Madīnah*

- a. Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ال) *as-syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh: الرجل – *ar-Rajul*                      الشمس – *as-Syams*

#### 5. Syaddah (*Tasydid*)

*Syaddah (Tasydid)* dalam sistem aksara Arab digunakan lambang (ّ), sedangkan untuk alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan cara menggandakan huruf yang bertanda tasydid. Aturan ini berlaku secara umum, baik tasydid yang berada di tengah kata, di akhir kata ataupun yang terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah.

Contoh: اَمَنَّ بِاللّٰهِ – *Âmanna billâhi*      اَمَنَّ السُّفَهَاۗءُ – *Âmana as-Sufahâ'u*

#### 6. Ta' Marbutah (ة)

Apabila berdiri sendiri, *waqaf* atau diikuti oleh kata sifat (*na`at*), maka huruf tersebut dialih aksarakan menjadi huruf “h”.

Contoh: الْاَفْدِيَّةِ – *al-Af'idah*

Sedangkan *Ta' Marbutah (ة)* yang diikuti atau disambungkan (*diwashal*) dengan kata benda (*isim*), maka dialih aksarakan menjadi huruf “v”.

Contoh: الْاٰيَةُ الْكُبْرٰى – *al-Âyat al-Kubrâ*

#### 7. Hamzah

*Hamzah* ditrasliterasikan dengan *apostrof*. Namun, itu hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, *hamzah* tidak dilambangkan, karena dalam bahasa Arab berupa *alif*.

Contoh: ثِيء – *Syai'un*                      امرت – *Umirtu*

#### 8. Huruf Kapital

Sistem penulisan huruf Arab tidak mengenal huruf kapital, akan tetapi apabila telah dialih aksarakan maka berlaku ketentuan Ejaan yang Disempurnakan (EYD) Bahasa Indonesia, seperti penulisan awal kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Ketentuan yang berlaku pada EYD berlaku pula dalam alih aksara ini, seperti cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*) dan ketentuan lainnya. Adapun untuk nama diri

dengan kata sandang, maka huruf yang ditulis kapital adalah awal nama diri, bukan kata sandang.

Contoh: *'Ali Hasan al-Âridh, al-Asqallânî, al-Farmawî*, dan seterusnya.

Khusus untuk penulisan kata Al-Qur'an dan nama-nama surahnya menggunakan huruf kapital. Contoh: *Al-Qur'an, Al-Baqarah, Al-Fâtiyah*, dan seterusnya.

## DAFTAR TABLE

<b>Table 1 1 Data Kompotitor @wowcreepy_id.....</b>	<b>6</b>
<b>Table 4 1 Data Kepengurusan @wowcreepy_id .....</b>	<b>41</b>
<b>Table 3. 1 Data Informant Akun @Wowcreepy_id.....</b>	<b>30</b>

## DAFTAR ISI

<b>PENDEKATAN CMC PADA AKUN @WOWCREEPY_ID SEBAGAI MEDIA BERITA MISTIK DI INSTAGRAM... Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABLE .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian .....	8
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
A. Kajian Pustaka .....	11
B. Landasan Teori.....	16
1. Teori Narasi .....	16
2. Karakteristik Narasi .....	18
3. Komunikasi Virtual (Cyberstudies).....	20
4. Media Dakwah.....	21
5. Media Sosial .....	22
6. Instagram .....	22
7. Pengikut .....	24
8. Mistik dan Mistisme.....	25

C. Kerangka Konseptual .....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	28
B. Waktu Penelitian dan Lokasi Penelitian .....	29
C. Informan Penelitian .....	29
D. Teknik Penentuan Informan .....	30
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Keabsahan Data .....	34
G. Teknik Analisis Data.....	37
<b>BABA IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
A. Sejarah Singkat Akun Instagram @wowcreepy_id .....	39
B. Analisis dan Pembahasan .....	43
1. Analisis .....	43
2. Pembahasan .....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan .....	58
B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>60</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Profil Instagram @wowcreepy_id .....	39
Gambar 4. 2 Tautan Kerja Sama @wowcreepy_id.....	40
Gambar 4. 3 Logo @wowcreepy_id.....	40
Gambar 4. 4 Insight Jangkauan Berdasarkan Lokasi .....	42
Gambar 4. 5 Insight Jangkauan Berdasarkan Usia .....	42
Gambar 4. 6 Konten Mitos Instagram @wowcreepy_id.....	45
Gambar 4. 7 Konten Misteri Instagram @wowcreepy_id .....	46
Gambar 4. 8 Berupa kritik dan saran .....	52
Gambar 4. 9 Pemanfaatan kolom komentar.....	52

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena mistisme di Indonesia yang mengalami perkembangan pesat dari media televisi ke media sosial, Khususnya Instagram. Akun @wowcreepy\_id, yang menyajikan konten mistis dan superanatural, menarik banyak perhatian pengikut, termasuk Muslim milenial, dengan cerita dan mitos yang seringkali bertentangan dengan ajaran Islam. Minat yang tinggi terhadap konten ini mencerminkan dinamika menarik antara kepercayaan agama dan daya tarik fenomena mistis di era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana menganalisis pesan-pesan mistis dari akun @wowcreepy\_id diterima dan dimaknai oleh followers Muslim di Instagram, serta mengidentifikasi dampaknya terhadap pandangan keagamaan mereka. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *computer mediated communication* (CMC) digunakan untuk mengamati interaksi komunikasi di media sosial. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menguraikan secara sistematis, faktual dan akurat hubungan antara fenomena mistis dan pandangan followers Muslim. Data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan lima informan yang merupakan owner dan staff konten kreator serta pengikut akun @wowcreepy\_id dan diolah melalui tahap pengumpulan data berupa reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang peran akun @wowcreepy\_id di Instagram terhadap keseimbangan antara keyakinan agama dan minat terhadap konten mistis dan superanatural di kalangan Muslim milenial.

**Kata Kunci:** Mistisisme, Instagram, *Communicatioan Mediated Computer*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sejak tahun 2000-an, fenomena mistisme dalam tayangan televisi di Indonesia sudah berkembang pesat<sup>1</sup>. Bahkan akhir-akhir ini fenomena tersebut telah merambah dunia media sosial seperti youtube, tiktok, instagram, dll. Media sosial adalah platform media yang fokus kepada eksistensi penggunanya dan memfasilitasi mereka untuk beraktifitas ataupun berkolaborasi<sup>2</sup>.

Era media sosial telah menemani kehidupan manusia khususnya pengguna muslim millennial, nyaris tidak ada aspek kehidupan manusia yang lepas dari pengaruh media sosial<sup>3</sup>. Kehadiran media baru menjadikan informasi jadi semakin terbuka dan mudah dicari. Selain itu, media baru telah menghadirkan alternatif pilihan tayangan audio-visual yang mampu bersaing dengan program televisi. Tidak hanya itu, waktu yang disediakan, sumber yang tak terbatas, serta bisa diakses kapanpun dan dimanapun membuat kehadiran media sosial menjadi lebih mendominasi<sup>4</sup>.

Transformasi yang terjadi telah mempengaruhi penggunaan internet, seperti bagaimana agama Islam digunakan untuk menghidupkan kembali nilai-nilainya di dunia yang lebih bebas konsumsi, dan bagaimana masyarakat Islam melihat dan merawat diri mereka sendiri<sup>5</sup>. Penggunaan media sosial dilakukan dalam beberapa tahap, yakni perencanaan berita, pengeditan berita, dan publikasi berita. Saat ini, pelimpahan data, kecepatan informasi, dan kemudahan dalam berbagi

---

<sup>1</sup> Siahaan, Juanda Elizabeth Essolonia. “Komodifikasi Mistisisme Di Media “Studi Kualitatif Mengenai Komodifikasi Televisi Tentang Mistisisme pada Program Reality Show Karma di Stasiun Televisi ANTV”, *Dissertasi: Universitas Sumatera Utara*, medan: (2021).

<sup>2</sup> Nasrullah dan Rulli. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media: 2015).

<sup>3</sup> Dudi Iskandar, Indah Suryati dan Liliyana. *Jurnalisme Dasar*. (Depok: Rajawali Pers: 2022).

<sup>4</sup> Dian Muhtadiah Hamna. “Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial.” *Jurnal: Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar Vol 3, No 1* (2017).

<sup>5</sup> Mochammad Fakhruroji dan Iqbal Triadi Nugraha, *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*, ( Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 127.

termasuk keuntungan yang bisa didapat dari media sosial menurut Adelia<sup>6</sup>.

Media sebagai alat publik digunakan sebagai ruang baru untuk mentransformasi pesan agama. Ini adalah pergeseran tempat pesan agama dari yang tradisional ke yang baru, di mana media berfungsi sebagai medium dakwah. Jika media hanya digunakan sebagai alat, perbedaan antara agama dan media tidak dapat disatukan. Selanjutnya, gagasan bahwa agama adalah "tuan" dan media adalah "pelayan"<sup>7</sup>.

Dalam bidang agama, khususnya Islam, pemikiran-pemikiran mengenai hal-hal mistis dan supranatural mempunyai tatanan tersendiri. Al-Qur'an dan Hadits memberikan panduan yang jelas tentang okultisme dan peristiwa supernatural. Namun, meski ada prinsip agama, tidak dapat dipungkiri bahwa minat terhadap hal-hal mistis masih tinggi di kalangan umat Islam, bahkan di media sosial seperti Instagram. Hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara ajaran agama dan kepentingan pribadi yang perlu digarap lebih lanjut.

Sedangkan dalam pengertian umum, mitos dipahami sebagai cerita atau kepercayaan yang secara implisit salah, manipulatif, dan takhayul. Selain itu, mitos juga dipahami sebagai cerita rakyat berbentuk prosa yang diyakini kebenarannya dan dianggap sakral oleh masyarakat yang mendukungnya. Cerita terjadi di masa lalu, di dunia lain atau di dunia yang tidak kita kenal sekarang, dengan karakter yang menjadi dewa atau setengah dewa<sup>8</sup>. Fenomena mistis di media sosial belakangan ini semakin berkembang pesat. Konten-konten mistis ramai dipertontonkan di media sosial seperti youtube, instagram, tiktok, dll. Menyadari hal itu, beberapa stasiun televisi memanfaatkan popularitas konten horror sebagai bagian dari pertunjukan mereka. Melalui media sosial, popularitas konten horror semakin tinggi<sup>9</sup>.

Oleh karena itu, Adaptasi dari suatu bentuk karya seni ke dalam bentuk karya seni, dari unsur mistik pada media yang lain saat ini sudah sangat lazim dilakukan. Menurut Pascal adaptasi merujuk pada bentuk pengulangan tanpa

<sup>6</sup> Alma Fikhasari dan Gilang Gusti Aji. "Peran Media Sosial Dalam Manajemen Media Online,(Studi Kasus Tirto.id)". *Jurnal Ilmu Sosial dan Hukum*. (2019).

<sup>7</sup> Hilman Fauzi Patahilah, "Instagram Fatwa: Analisis Terhadap Pesan Fatwa Dalam Akun Instagram @dakwahquransunnah," *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 1, no. 02 (2021): 163–84.

<sup>8</sup> Danandjaja dan James. *Folklor Indonesia, Ilmu Gosip, Dongeng, Dan lain-lain*. (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti. 2007).

<sup>9</sup> Putra, Gilang Permana, Umaimah Wahid, dan Hafied Cangara. "Komodifikasi Konten Mistis Pada Program Televisi Kisah Viral dalam Menghadapi Invasi Media Sosial." *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA* 15.02 (2023): 55-65.

replikasi, sehingga sebuah konten harus berdiri sendiri sebagai objek budaya yang otonom dan dinilai apakah menjadi sesuatu yang lebih baik atau buruk. Linda Hutcheon mendefinisikan adaptasi sebagai membuat ulang dengan variasi tanpa meniru atau menjiplak. Hutcheon berpendapat mengacu sepenuhnya pada teks sumber tidak lagi produktif, karena hanya akan merugikan dan membosankan. Hutcheon membagi adaptasi menjadi tiga perspektif berbeda yaitu: Pertama produk, artinya transposisi dari satu media ke media lainnya, misalnya adaptasi dari novel ke film. Kedua proses kreasi, yaitu proses adaptasi yang di dalamnya terdapat proses interpretasi-ulang dan kreasi ulang sebagai usaha menyelamatkan sumber aslinya. Ketiga proses resepsi, merupakan tanggapan dari manuskrip atau teks yang terdapat pada memori kita yang bukan berasal dari sumber asli melainkan dari medium yang lain<sup>10</sup>.

Ketertarikan pengguna media sosial terhadap hal-hal gaib tidak terlepas dari budaya dan kepercayaan masyarakat Indonesia yang sarat dengan mistisisme dan peristiwa supranatural. Menurut kajian Santoso, budaya mistik di Indonesia masih sangat kuat dan menjadi bagian dari keseharian banyak orang, termasuk media sosial<sup>11</sup>. Selain kebutuhan informasi untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan dan pemahaman seseorang akan lingkungan sehari-hari. Uniknya, di era saat ini banyak pengguna sosial media Instagram menjadikan akun instagramnya sebagai akun informasi atau hiburan. Akun hiburan yang ada di sosial media instagram tidak hanya mencakup kuliner, musik maupun game, ada juga informasi mengenai mitos, mistis, dan misteri yang bisa digunakan sebagai kebutuhan berkhayal<sup>12</sup>.

Fenomena mistisme di media sosial tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga mempengaruhi pandangan keagamaan generasi Muslim millennial contoh nyata konten kreator yang terlihat pada youtube Jurnalrisa yang memiliki pengikut hingga lima juta subscribers dan Sarah Wijayanto yang mencapai tujuh juta subscribers, sering membahas pengalaman mistis yang dapat bertentangan dengan ajaran Islam tentang hal-hal ghaib. Selain itu juga, Fenomena KKN di Desa Penari yang berawal dari utasan viral di twitter direproduksi menjadi sebuah film yang meledak di pasaran. Ini menunjukkan bahwa media sosial memfasilitasi konten horror untuk dikemas ulang dan dikonsumsi oleh lintas

---

<sup>10</sup> Hutcheon and Linda. "The Theory of Adaptation". *Routledge: Jurnal Budaya dan Media*, London (2006).

<sup>11</sup> Budi Santoso. *Budaya Mistik di Era Digital*. (Jakarta: Pusat Medika. 2019).

<sup>12</sup> Pawit Muhammad Yusup. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2009): 338-339.

media<sup>13</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa konten-konten mistis masih sangat diminati oleh khalayak di Indonesia. Konten mistis telah menyajikan hiburan, realita, serta sisi lain dari kehidupan masyarakat yang masih percaya mengenai hal-hal tak kasat mata<sup>14</sup>.

Dalam penelitian Elizabeth Poole dalam Islam, *Faith and Media Perceptions of Islam in the Media*, media memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi publik tentang agama<sup>15</sup>. Dengan demikian, penting untuk memahami bagaimana konten mistis di media sosial diterima dan dimaknai oleh pengguna Instagram generasi Muslim millennial.

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Instagram, salah satu jejaring sosial terpopuler, Memungkinkan pengguna berbagi foto, video, dan cerita. Diantara berbagai jenis konten yang beredar di Instagram, Jumlah pengguna instagram global mencapai 1,63 milyar pada april 2023, Meningkat 12.2% dari tahun sebelumnya. Menurut laporan We Are Social, Per-april 2023, Jumlah pengguna instagram di Indonesia mencapai 106 juta. Menjadikan negara dengan pengguna instagram terbanyak keempat di dunia. Namun berdasarkan data terbaru dari Napoleon Cat pengguna Instagram, Per Mei 2024, Ada 90,183,200 Juta pengguna Instagram di Indonesia<sup>16</sup>. Statistik ini menunjukkan bahwa Instagram adalah *platform* utama bagi generasi milenial untuk mencari hiburan dan informasi, termasuk konten mistik.

Penelitian tentang minat terhadap konten mistis juga menunjukkan bahwa banyak pengguna tertarik pada cerita dan informasi mengenai konten horor dan supranatural, yang semakin memperkuat dengan adanya popularitas akun seperti @wowcreepy\_id. Hal ini ditunjukkan pada penelitian Azizah dan Putri Rahayu Z dalam jurnalnya yang berjudul Perempuan dalam Film Horor Indonesia dari Perspektif Psikologi<sup>17</sup>, mengungkap bahwa bagaimana perempuan digambarkan

---

<sup>13</sup> Lavenia anstasya, "Konten Mistik Masih Problematic," *REMOTIVI: Artikel Kajian Media dan Komunikasi*. (25 mei 2021): [Remotivi - Medium Berganti, Konten Mistik Masih Problematic](#).

<sup>14</sup> Siahaan Jee. 2021 "*Komodifikasi Mistisisme Di Media*"

<sup>15</sup> Elizabeth Poole dan Jhon Richardson. *Muslims and New Media*, (London: I.B. Tauris&CO Ltd 6 Salem Road. 2006).

<sup>16</sup>"Data Pengguna Instagram di Indonesia," (17 Januari 2024): <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram-pada-oktober-2024>

<sup>17</sup> Nurul Azizah dan Sri Putri Rahayu Z. "Perempuan dalam Film Horor Indonesia dari Perspektif Psikologis," *Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya Vol.3 No.2* (2022).

dalam film horor Indonesia, termasuk karakter hantu atau korban kekerasan dan bagaimana gambaran ini mempengaruhi stigma terhadap perempuan di Indonesia. Demikian pula Putri dan Lestari dalam Pengaruh Film terhadap Kepribadian dan Emosional Anak<sup>18</sup>, menyoroti bahwa popularitas genre horor di berbagai *platform* media dapat dikaitkan dengan perilaku mencari sensasi *psikologis* dan narasi budaya seputar supernatural. Selain itu Rachel Mohereisa Zahra dalam studi mereka Representasi Kisah Horos di Youtube<sup>19</sup>, menunjukkan bahwa *platform* media sosial seperti Youtube telah memfasilitasi *proliferasi* konten horor, dengan banyak saluran yang didedikasikan untuk verita hantu, legenda urban, dan fenomena supranatural yang mendapat pengikut yang substansial.

Banyaknya akun hiburan tentu membuat pengguna individual harus memilih akun yang seperti apa yang perlu diikuti sesuai dengan minatnya. Penting untuk memahami bagaimana konten mistis media sosial mempengaruhi opini pengikutnya. Selain itu, Mengingat pentingnya pemahaman yang lebih baik tentang interaksi antara media sosial, konten mistik, dan umat Islam. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan misteri yang di publikasikan oleh akun @wowcreepy\_id dan bagaimana pesan tersebut diterima oleh pengikut Muslim. Percaya bahwa dengan memahami persepsi dan penerimaan terhadap fenomena mistis tersebut, mereka dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai fungsi budaya dan agama di era digital. Selain itu, studi pendahuluan yang dilakukan Ramadhani menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk pemikiran dan opini pengguna tentang berbagai topik, termasuk topik mistis dan supernatural<sup>20</sup>.

Dalam hal ini, @wowcreepy\_id dalam mengembangkan kontennya yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai berita horor, berita misteri, dan berita mitos. Analisis pada konten @wowcreepy\_id membagikan langkah untuk menciptakan konten yang sesuai dengan kebutuhan informasi bagi para pengikutnya. @wowcreepy\_id melakukan riset yang cermat untuk memahami minat dan preferensi audiens mereka. Dengan pemahaman yang mendalam tentang topik horor dan misteri, mereka dapat menyajikan konten

---

<sup>18</sup> Rizka Putri Ayuning Lestari Fajar dan Triana Lestari. "Pengaruh Film Horor terhadap Perkembangan Kepribadian dan Emosional Anak," *Jurnal Kajian Gender dan Anak Vol. 5 No 1*, (2021).

<sup>19</sup> Rachel Mohereisa Zahra. "Representasi Kisah Horor di Youtube (Analisis Semiotika Mitos Roland Barthes terhadap Konsep Kisah Horor Chanel Youtube "Kisah Pendaki,") *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret*, (2022).

<sup>20</sup> Fitria Ramadani. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Opini Publik*. (Yogyakarta; Gadjah Mada University Press. 2020).

yang relevan dan menarik.

Dari wawancara sementara, fokus @wowcreepy\_id adalah kualitas visual konten mereka. Untuk menarik pengikut, mereka menggunakan gambar dan video yang menarik dengan tata letak yang menarik dan tampilan yang sedikit menyeramkan. Kontennya dikemas dengan bahasa non-formal yang mendorong pembaca untuk berinteraksi, seperti mengajukan pertanyaan atau mengajak mereka berbagi pengalaman serupa. Saat ini, ada banyak akun informasi di media sosial Instagram, yang menghasilkan persaingan ketat dalam membuat konten yang menarik untuk menarik pengguna Instagram. @wowcreepy\_id memiliki konten yang serupa dengan genre yang sama, seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut:

**Table 1 1 Data Kompetitor @wowcreepy\_id**

Nama Akun	Jumlah Pengikut	Jumlah Postingan	Ciri Khas Akun
Wowcreepy_id	164 ribu	2.811	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengungkap misteri dan mitos dari belahan dunia dengan pengecatan ulang pada konten sensitif</li> <li>• Menggunakan photo dan video</li> <li>• Memberi informasi singkat atau keterangan (<i>headline</i>) pada <i>cover post feed</i></li> </ul>
Mata Kelana	350 ribu	2.456	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten tentang informasi dan keajaiban di dunia</li> <li>• Dominasi konten dengan photo dibandingkan dengan video</li> <li>• Memberi informasi singkat (<i>headline</i>)</li> </ul>

			pada <i>cover post feed</i>
Wrongrea	570 ribu	1.130	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengunggah informasi misteri dan horor</li> <li>• Menggunakan <i>fitur post</i> dan <i>highlight story</i></li> <li>• Menggunakan <i>cover post feed</i> dengan informasi terkait</li> </ul>
Merindink	1,2 juta	1.679	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengunggah informasi fakta dan keunikan di belahan dunia</li> <li>• Memasukan iklan pada <i>fitur post feed</i></li> <li>• Menggunakan <i>cover post</i> sebagai <i>headline</i></li> </ul>

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa fitur yang digunakan, cakupan informasi yang dipilih, dan pemilihan cover untuk judul atau headline masing-masing akun kompetitor @wowcreepy berbeda. Perbedaan inilah yang digunakan oleh strategi konten kreator untuk memberikan informasi kepada pengikut.

Pada awal peluncuran akun Instagram @wowcreepy\_id, kreator konten hanya membagikan beberapa informasi tanpa sensor tentang misteri, mistis, dan kejadian aneh di luar negeri yang bersifat kekerasan dan dewasa, seperti kecelakaan, konflik, dan kisah sejarah yang mengerikan. Dengan berkembangnya peraturan yang ditetapkan oleh Instagram, @wowcreepy\_id mulai mengubah beberapa konten yang ditampilkan di akunnya. Dalam beberapa tahun terakhir, mereka telah membatasi konten yang mengandung konflik kekerasan dan menerapkan sensor pada beberapa konten. Oleh karena itu, konten yang diunggah di akun Instagram @wowcreepy\_id selalu diedit untuk menambahkan sensor, menghilangkan atau memotong bagian objek sensitif. Hal ini dilakukan sesuai dengan panduan dan kebijakan sosial media, terutama Instagram, agar tetap bisa diunggah tanpa terkena blokir.

@wowcreepy\_id berusaha untuk menjaga jadwal dan frekuensi tayangan

konten mereka tetap teratur. Mereka dapat membangun kehadiran Instagram yang kuat dan menjaga minat pengikut mereka dengan merilis konten secara teratur dan konsisten. @wowcreepy\_id berusaha untuk mengamati apa yang pengikutnya katakan dan apa yang mereka pikirkan saat berinteraksi dengan mereka. Mereka berusaha untuk mengetahui apa yang diinginkan pengikut mereka dan menyesuaikannya dengan kebutuhan mereka. Dalam hal ini, mereka dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengikut mereka dengan memanfaatkan pesan langsung dan komentar Instagram.

Oleh karena itu berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti ingin meneliti bagaimana strategi yang dilakukan oleh konten kreator instagram @wowcreepy\_id selaku akun hiburan bergenre misteri dan mitos dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pengikut dengan judul “Pendekatan CMC Pada Akun @wowcreepy\_id Sebagai Media Berita Mistik di Instagram”.

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah di jelaskan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini, dapat diuraikan dalam beberapa poin, Antara lain:

1. Perkembangan pesat pada konten mistis di media sosial, khususnya Instagram, yang berpotensi mempengaruhi pandangan keagamaan terutama generasi Muslim milenial.
2. Potensi adanya konflik antara ajaran agama Islam dan ketertarikan terhadap konten mistis dikalangan generasi muda.
3. Masih terdapat beberapa akun Instagram yang melanggar aturan Instagram dan menyebarkan *hoax* dalam postingannya pada berita informasi mengenai horror, misteri dan mistis.
4. Kurangnya pemahaman mengenai bagaimana konten mistis yang disajikan oleh akun-akun di Instagram seperti @wowcreepy\_id diterima dan dimaknai oleh pengikutnya yang muslim.
5. Kajian yang masih langka terhadap konten mistis di media sosial pada akun Instagram.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan pada bagian identifikasi masalah, agar penelitian ini lebih jelas dan terarah maka peneliti membatasi penelitian ini yaitu, akan difokuskan pada aspek pesan yang dibangun dan peranan akun @wowcreepy\_id. Dalam membangun opini narasi pengikutnya followers muslim di instagram.

#### **D. Rumusan Masalah**

Adapun dalam rumusan masalah penelitian ini, peneliti menurunkan pertanyaan, sebagai berikut:

1. Bagaimana menganalisis pesan mistik dalam Akun @wowcreepy\_id pada followers Muslim di Instagram?
2. Bagaimana narasi followers Muslim dalam menarasikan pesan mistik pada konten @wowcreepy\_id di Instagram?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, penelitian ini mempunyai beberapa tujuan penelitian yang diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan. Adapun tujuan diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana menganalisis pesan mistik terhadap konten akun @wowcreepy\_id di Instagram.
2. Untuk mengidentifikasi pandangan followers muslim terhadap konten misteri pada akun @wowcreepy\_id di Instagram.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapat peneliti adalah, peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang sudah dipelajari di perkuliahan dan dapat memberitahukan peranan seorang konten kreator pada Instagram dalam memenuhi kebutuhan bagi pengikutnya.

1. Segi Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini di harapkan bisa menjadi salah satu acuan untuk mengetahui teori-teori yang berkaitan dengan ilmu komunikasi dan media sosial secara umum maupun khusus.
  - b. Hasil penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan pengetahuan penulis terhadap materi-materi yang didapatkan dibangku perkuliahan dan kemudian diaktualisasikan dalam sebuah bentuk karya ilmiah.
  - c. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pengetahuan baru kearah yang lebih baik dimasa yang akan datang. Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi landasan dalam pengembangan dan pembelajaran atau penerapan pembelajaran yang lebih lanjut. Selain itu juga dapat menjadi nilai tambah dibidang komunikasi penyiaran islam.
2. Segi Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pembaca agar mengetahui cara penerapan dalam pembuatan konten-konten di Instagram dan bagaimana followers dapat menarasikannya.

### 3. Manfaat Akademis

- a. Untuk sebagai syarat untuk menyelesaikan program S1 program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas PTIQ Jakarta.

## **G. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini dituliskan dalam bentuk skripsi yang disusun berdasarkan sistematika penulisan berikut ini:

### 1. BAB I - Pendahuluan

Pada Bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi, rumusan, dan pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### 2. BAB II - Kajian Pustaka dan Landasan Teori

Pada Bab ini, dijelaskan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan tema penelitian, teori-teori tentang tauhid, semiotika, puisi, dan kerangka konsep penelitian.

### 3. BAB III - Metode Penelitian

Pada Bab ini dijelaskan mengenai pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### 4. BAB IV - Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini peneliti menjelaskan gambaran umum objek penelitian yang akan diteliti dan hasil penelitian serta pembahasan tentang penelitian yang sudah ditulis peneliti.

### 5. BAB V - Penutup

Pada bab yang terakhir ini peneliti akan memberikan Kesimpulan dan saran-saran sebagai jawaban untuk rumusan masalah pada BAB I.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Pustaka

Beberapa kajian pustaka yang peneliti tuliskan didapatkan dari beberapa jurnal penelitian terdahulu, sebagai berikut:

1. Jurnal: “Analisis Persepsional Siswa Sekolah Dasar Karawaci Baru VIII Tangerang Terhadap Video Animasi Kisah Nabi Ibrahim as”. Oleh: Ellys Lestari Pambayun, M Irsyad Agung Nugraha dan Muhammad Ibtisam Han (Vol. 4 No. 2 Tahun 2021)

Kajian jurnal ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi siswa SD Karawaci Baru VIII Tangerang terhadap video animasi Kisah Nabi Ibrahim as. Video animasi ini menjadi alternatif konten edukatif dan inspiratif untuk anak-anak di tengah maraknya konten negatif di media sosial. Hasil kajian menunjukkan bahwa siswa SD Karawaci Baru VIII Tangerang menyukai video animasi Kisah Nabi Ibrahim as karena mengandung hikmah, mau'izah hasanah, dan jidal ahsan. Video animasi ini juga menjadi sarana bagi siswa untuk membangun filter terhadap informasi negatif dari luar. Selain itu, siswa juga ingin menyampaikan seruan tentang kebaikan, kebijaksanaan, dan kesalehan Nabi Ibrahim as. Video animasi ini menjadi jendela kecil bagi siswa untuk mengenal sejarah dan riwayat para nabi<sup>21</sup>.

Dari pendapat Pambayun mempunyai persamaan dan perbedaan, persamaan dalam penelitian ini sama-sama menganalisis dampak konten media terhadap *audiens* Muslim, dengan fokus pada pesan moral dan religius. Namun, perbedaan terletak pada jenis konten yang dianalisis. Pada penelitian Pambayun jenis konten yang dianalisis adalah video animasi edukatif tentang Nabi Ibrahim as, serta perbedaan dalam target *audiens* dan metode yang digunakan.

2. Skripsi: “Analisis *Computer Mediated Communication* Konten Memeislam.Id sebagai Media Dakwah di Kalangan Milenial” Oleh: Abdul Azhar Putra (2023)

Penelitian ini membahas mengenai fenomena dakwah melalui *meme* di media Instagram. Kajian ini bertujuan untuk menganalisis konten pada akun Memeislam.Id dalam peranannya sebagai media dakwah di kalangan generasi muda. Dengan menggunakan metode *Computer Mediated Communication* (CMC), penelitian ini menganalisis tiga tahapan penting yaitu impersonal, interpersonal dan hyperpersonal. Hasil temuan menunjukkan bahwa penggunaan

---

<sup>21</sup> Ellys Lestari Pambayun, M Irsyad Agung Nugraha, dan Muhamad Ibtissam Han, “Analisis Persepsional Siswa Sekolah Dasar pada Konten Video Animasi Dakwah Nabi Ibrahim,” *IQ (Ilmu Al-qur'an): Jurnal Pendidikan Islam* 4, no. 02 (4 November 2021): 139–53.

*emoticon* dan *meme* digunakan oleh pengguna Instagram dalam menggantikan bahasa non verbal. Kreator *meme* cenderung menampilkan konten yang dinilai *relate* dengan audiens untuk mencapai *engagement* yang tinggi. Pengemasan identitas sebagai akun dakwah melalui captions dan konten yang relevan dilakukan untuk mendapatkan feedback dari khalayak.<sup>22</sup>

Penelitian ini memiliki persamaan metode yang digunakan yakni *Computer Mediated Communication* (CMC), namun memiliki objek penelitian dan sudut pandang yang berbeda. Dimana penelitian oleh Putra (2023) fokus mengeksplorasi peran konten *meme* dalam menyampaikan pesan dakwah secara non verbal, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada analisis pesan-pesan mistis, mengkaji bagaimana konten tersebut diterima dan dimaknai oleh followers Muslim.

3. Dissertasi: “Pesan Dakwah Dalam Tayangan: Menyingkap Tabir Misteri Pada Channel Youtube Muhammad Faizar Official” Oleh: Sisworo Catur Pamungkas (2022)

Penelitian ini membahas cerita mistis dan mitos masih menjadi perbincangan yang hangat di kalangan masyarakat. Mistis merupakan paham yang memberikan ajaran yang serba mistis. Dengan nilai mistis akhirnya menimbulkan mitos yang berkaitan. Mitos adalah prinsip struktur dasar dalam sastra yang memungkinkan hubungan antara cerita dengan makna. Cerita mistis dan mitos selalu mendapat

---

<sup>22</sup>Abdul Azhar Putra. Analisis *Computer Mediated Communication* Konten Memeislam.Id sebagai Media Dakwah di Kalangan Milenial. *Skripsi*: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas PTIQ Jakarta. (2023).

tanggapan pro dan kontra di kalangan masyarakat. Namun jika tidak dikaji berpotensi menyesatkan maka penting cerita mistis dan mitos untuk dikaji. Hal tersebut yang membuat Ustadz Muhammad Faizar akhirnya membentuk suatu tayangan yang bernama “Menyingkap Tabir Misteri” pada channel Youtube Muhammad Faizar Official. Tayangan ini akan mengkaji cerita mistis dan mitos yang ada di kalangan masyarakat dengan menggunakan petunjuk Al-Quran dan As-Sunnah. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis wacana pendekatan Teun A. VanDijk. Penelitian ini menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara. Obyek penelitian ini yaitu tiga episode yang memiliki unsur cerita mistis dan mitos di daerah Banyumas pada tayangan “Menyingkap Tabir Misteri” pada channel Youtube Muhammad Faizar Official. Selanjutnya data yang diperoleh diolah menggunakan metode analisis wacana pendekatan Teun A. VanDijk yang memiliki elemen analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Hasil penelitian ini adalah pada elemen analisis teks dalam tayangan “Menyingkap Tabir Misteri” dari tiga episode yang peneliti pilih mengandung nilai pesan dakwah yaitu terkait Aqidah. Kemudian pada elemen kognisi sosial Ustadz Muhammad Faizar merasa prihatin dengan kepercayaan bathil yang masih dipercaya oleh masyarakat. Terakhir pada elemen konteks sosial terkait tayangan “Menyingkap Tabir Misteri” mendapat tanggapan pro dan kontra di kalangan masyarakat<sup>23</sup>.

Penelitian ketiga dari Sisworo Catur Pamungkas mempunyai persamaan dan perbedaan, persamaan sama-sama menganalisis tema mistis dan mitos dalam konteks media, serta bagaimana konten tersebut dipersepsikan oleh *audiens* atau pengikut Muslim. Persamaannya terletak pada pendekatan kualitatif dan fokus pada pesan religius, dengan kedua penelitian mencatat adanya pro dan kontra di kalangan Masyarakat. Namun, perbedaannya terletak pada *platform* media yang dianalisis. Youtube untuk penelitian Sisworo Catur Pamungkas, serta perbedaan metode analisis dan konteks *audiens* yang berbeda, di mana pada penelitian Sisworo Catur Pamungkas fokus pada cerita mistis dari daerah Banyumas, sementara pada penelitian ini lebih mencakup berita mistis di Instagram/

4. Jurnal: “Kepercayaan Mistisisme Konten Youtube (Analisis Resepsi Mahasiswa Surabaya Pada Konten Sarah Wijayanto)”. Oleh: Ari Purwita Riyadi dan Tsurroya (Vol. 7 No. 1 Tahun 2023)

Penelitian ini memiliki rumusan masalah pada penelitian ini adalah, Konten mistis pada platform youtube bentuk dari media baru yang memiliki peran

---

<sup>23</sup> Sisworo Catur Pamungkas. Pesan Dakwah Dalam Tayangan “Menyingkap Tabir Misteri” Pada Channel Youtube Muhammad Faizar Official (Kajian Analisis Wacana Teun A. Van Dijk). *Disertasi*: Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri, (2022).

sebagai media yang menggambarkan realita sosial. Khalayak yang aktif berperan sebagai hasil dari pemaknaan isi pesan dalam media. Pengetahuan dalam kepercayaan hal mistis yang terdapat di konten Diary Misteri Sara merupakan video berdurasi pendek dengan banyak adegan-adegan mistis yang mengunjungi tempat-tempat yang tidak dijamah oleh manusia. Pemaknaan adegan mistis akan menghasilkan perbedaan-perbedaan suatu makna disebabkan oleh lingkungan sosial budaya diantaranya pada ajaran agama, lembaga pendidikan dan kebiasaan sehari – hari yang beragam. Adegan pada “Rumah belanda di pabrik gula dan Istana bank gaib” dalam pemaknaan anggota followers dari instagram @saraddict\_surabaya pada mahasiswa Surabaya terhadap kepercayaan hal – hal mistis. Penelitian menggunakan metode analisis resepsi dengan melibatkan empat informan. Hasil penelitian ini ada tiga kategori Dominan, Negosiasi dan Oposisi<sup>24</sup>.

Pada penelitian keempat Ari Purwita Riyadi dan Tsuroyya mempunyai persamaan dalam bagaimana menganalisis konten mistik di persepsikan oleh *audiens* di media sosial, menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami respons *audiens*. Namun, perbedaannya terletak pada *platform* media yang dianalisis pada penelitian ketiga ini menggunakan Youtube, serta fokus pada penelitian Ari Purwita dan Tsuroyya ini adalah mahasiswa, sedangkan pada penelitian penulis memfokuskan pada pengikut akun @wowcreepy\_id di Instagram.

5. Jurnal: "Pesan Dakwah Sunan Kalijaga: Analisis Konten Buku Mistik dan Makrifat karya Achmad Chodjim". Oleh: Muhamad Abdul Malik dan Pajrun Kamil (Vol. 15 No. 2 Tahun 2022)

Penelitian ini bertujuan melakukan analisis terhadap isi buku karya Achmad Cholidjim tentang ajaran mistik dan makrifat Sunan Kaligaja sehingga dapat ditemukan pesan-pesan dakwah baik secara eksplisit maupun implisit yang terurai dalam buku tersebut. Penelitian ini menggubakan pendekatan kualitatif non interaktif karena hanya menelaah isi buku tersebut, sumber data utama penelitian ini adalah buku karya Achmad Chodjin berjudul Sunan Kalijaga: Mistik dan Makrifat yang memperoleh simpulan bahwa isi pesan dakwah Sunan Kalijaga yang terkandung dalam buku Sunan Kalijaga: Mistik dan Makrifat karya Achmad Chodjim ini memuat tentang syariat, tarekat, dan hakikat dirajut menjadi satu. Sunan Kalijaga menggunakan caranya sendiri untuk menyebarkan agama Islam khususnya di pulau Jawa. Beliau menggunakan bahasa dan budaya Jawa dalam berdakwah. Dengan demikian orang-orang tersebut akan lebih mudah mengetahui tentang ajarannya dan tidak terlepas dari sunah Allah dan

---

<sup>24</sup> Ari Purwita Riyadi and Tsuroya. “Kepercayaan Mistisme Konten Youtube Analisis (Analisis Resepsi Mahasiswa Surabaya Pada Konten Sara Wijayanto).” *The Commercium: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 7 No.1 (2023): h. 32-45.

Sunah Rasul. Sunan Kalijaga juga berpesan agar setiap muslim mengamalkan dan menerapkan ajaran Islam sebagaimana yang sudah dijelaskan di dalam Al-Qur'an dan Hadits<sup>25</sup>.

Pada penelitian ini oleh Muhammad Abdul Malik dan Pajrun Kamil persamaan dan perbedaan. Persamaan sama-sama membahas tema mistik dalam konteks dakwah dan menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis pesan religius yang terkandung. Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian dan sumber data pada buku ajaran Sunan Kalijaga pada penelitian ini.

6. Dissertasi: “Presepsi Generasi Milenial Tentang Faktor Mistis pada Konten Horor Film *Nessie Judge* (Studi Analisis: Resepsi Stuart Hall)”. Oleh: Paksi Agatha, (2020)

Penelitian ini mencoba mengungkap tentang konten horor yang telah ditonton oleh jutaan orang. Sub tema yang diambil adalah bagaimana horor dengan mengembangkan faktor mistis pada konten horor. Pencarian referensi pada penelitian ini dilakukan untuk melengkapi tujuan penelitian ini dan membantu peneliti untuk menganalisis data yang telah peneliti yang telah peneliti dapatkan. Seperti menganalisis faktor mistik, youtube, media sosial, dan masih banyak lagi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Dan metode yang digunakan adalah resepsi analisis resepsi. Analisis resepsi adalah sebuah opini yang berkembang di masyarakat sehingga pesan pesan dari komunikator kepada penerima akan terkonstruksi. Hasil dari penelitian ini adalah data wawancara antara peneliti dan narasumber. Dengan teori Stuart Hall yang mendefinisikan tiga nilai yang dikonstruksikan khalayak yang dikonstruksikan oleh masyarakat kepada media. Seperti, Posisi Dominan, Posisi Negosiasi, dan Posisi Oposisi (*Oppositional Position*)<sup>26</sup>.

Penelitian keenam oleh Paksi Agatha mempunyai persamaan dan perbedaan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis bagaimana konten mistik di persepsikan, oleh *audiens* di media sosial dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis resepsi pada penelitian Paksi Agatha. Sedangkan, pada perbedaan terletak pada *platform* yang dianalisis penelitian yang kelima ini mengunggunkana Youtube, serta pada focus konteks dan *audiens* pada penelitian ini adalah generasi milenial.

---

<sup>25</sup> Muhammad Abdul Malik dan Pajrun Kamil. “PESAN DAKWAH SUNAN KALIJAGA: Analisis Konten Buku Mistik dan Makrifat karya Achmad Chodjim.” *Jurnal Bina'Al-Ummah*, Vol. 15 No. 2 (2021): Hal 115-144.

<sup>26</sup> Paksi Agatha. “Presepsi Generasi Milenial Tentang Faktor Film Horor *Nessie Judge* (Studi Analisis: Stuart Hall)”. *Dissertasi*: Universitas Mercu Buana (2020).

## B. Landasan Teori

### 1. Teori Narasi

Narasi berasal dari kata latin *narre*, yang artinya “membuat tahu”. Dengan demikian, narasi berkaitan dengan upaya untuk memberitahu sesuatu atau peristiwa. Tetapi tidak semua informasi atau memberitahu peristiwa bisa dikategorikan sebagai narasi<sup>27</sup>. Dalam buku analisis naratif, Eriyanto. terdapat tiga definisi narasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli<sup>28</sup>. Yaitu:

- a. Girard Ganette: *Representation of events or of a sequence of events* (Representasi dari sebuah peristiwa atau rangkaian peristiwa-peristiwa).
- b. Gerald Prince: *The representation of one or more real or fictive events communicated by one, two, or several narator to one, two, or several narratees.* (Representasi dari satu atau lebih peristiwa nyata atau fiktif yang dikomunikasikan oleh satu, dua, atau beberapa narator untuk satu, dua, atau beberapa narator untuk satu, dua, atau beberapa naratee).
- c. Porter Abbot : *Representation of events, consisting of story and narrative discourse, story is an events or sequence of events (the action) and narrative discourse is those events as represented* (Representasi dari peristiwa-peristiwa, memasukkan cerita dan wacana naratif, di mana cerita adalah peristiwa- peristiwa atau rangkaian peristiwa (tindakan) dan wacana naratif adalah peristiwa sebagaimana ditampilkan).

Narasi diungkapkan oleh Bragnigan sebagai cara untuk mengelola data spasial dan temporal menjadi penyebab dan memunculkan efek keterkaitannya sebuah peristiwa, dari awal, tengah dan akhir cerita yang akan menimbulkan sifat dari cerita itu<sup>29</sup>. Dari berbagai definisi narasi yang dikemukakan oleh para ahli tersebut, terdapat benang merah. Narasi adalah representasi dari peristiwa-peristiwa atau rangkaian dari peristiwa-peristiwa. Dengan demikian, sebuah teks baru bisa disebut sebagai narasi apabila terdapat beberapa peristiwa atau rangkaian dari peristiwa-peristiwa<sup>30</sup>. Narasi mempunyai alur yang didasarkan pada hubungan sebab dan akibat. Menurut Braston dan Stafford, narasi terdiri

<sup>27</sup> Eriyanto, *Analisis Naratif : Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media* (Jakarta : Prenadamedia Group, 2013), hlm. 1.

<sup>28</sup> Gill Braston and Roy Stafford, *The Media Student's Book* (London and New York : Routledge, 2003), 56-57.

<sup>29</sup> Braston dan Stafford, *The Media Student's Book*, (London: Routledge, 2003), hlm.33.

<sup>30</sup> Eriyanto, *Analisis Naratif : Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media* (Jakarta : Prenadamedia Group, 2013), hlm. 1-2.

dari empat model, yaitu<sup>31</sup> :

- a. Narasi menurut Tzvetan Todorov, suatu cerita yang memiliki alur awal, tengah dan akhir.
- b. Narasi menurut Vladimir Propp, suatu cerita yang pasti memiliki karakter tokoh.
- c. Narasi menurut Levis Staruss, suatu cerita yang memiliki sifat-sifat yang berlawanan.
- d. Narasi menurut Joseph Campbell, hubungannya membahas narasi dengan mitos.

Analisis naratif, disebut juga *narrative analysis*, digunakan untuk memahami atau menentukan bagaimana cerita dan narasinya dibuat atau dikonstruksi. Metode *narrative analysis* untuk studi film sebagian besar mengikuti metode analisis kualitatif tradisional atau kualitatif strukturalisme. Hal ini dikarenakan dalam analisis terdapat kaidah atau seperangkat kaidah atau pola yang harus dipahami dan dijadikan pedoman ketika membaca gambar dan cerita yang ada di dalam film. Sebuah adegan film sebenarnya berisi informasi tentang apa yang ingin disampaikan oleh aktor film tersebut. Bagaimana cerita dalam film itu diciptakan dan dikembangkan<sup>32</sup>.

Analisis naratif adalah analisis informasi, baik fiksi (buku, puisi, cerita rakyat, dongeng, film, komik, musik, dll), cerita, atau berita. Menggunakan analisis deskriptif berarti mengelompokkan teks sebagai cerita (story) berdasarkan ciri-ciri di atas. Sebuah dokumen muncul sebagai rangkaian peristiwa, logika, rangkaian peristiwa, yang bagian-bagiannya telah dipilih. Analisis kinerja memiliki banyak manfaat<sup>33</sup>.

- a. Ini membantu kita memahami bagaimana pengetahuan, makna dan nilai diproduksi dan didistribusikan dalam masyarakat.
- b. memahami bagaimana dunia sosial dan politik dibentuk dengan cara tertentu dapat membantu kita memahami kekuatan dan nilai-nilai sosial yang dominan dalam masyarakat. Misalnya melalui analisis cerita kita dapat mengklasifikasikan aktor atau tokoh sebagai pahlawan dan tokoh lain sebagai penjahat.

---

<sup>31</sup> Gill Braston and Roy Stafford, *The Media Student's Book* (London and New York : Routledge, 2003), 56-57.

<sup>32</sup> Ida Rachmah, *Metode Penelitian : Studi Media dan Kajian Budaya* (Jakarta : Prenada Media Group, 2016), hlm. 147.

<sup>33</sup> Eriyanto, *Analisis Naratif : Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media* (Jakarta : Prenadamedia Group, 2013), hlm.9-11.

- c. analisis naratif memungkinkan kita melakukan hal tersebut menyelidiki konten rahasia dan rahasia yang ditulis di media. Peristiwa dihadirkan dalam bentuk cerita, dan di dalam cerita tersebut terdapat nilai-nilai dan ideologi yang ingin disampaikan oleh pencipta cerita. Pemilihan peristiwa, penyajian tokoh, pemilihan tokoh antagonis dan pahlawan, serta nilai-nilai pendukung mengungkap makna mendasar yang ingin ditekankan oleh informan.
- d. jelas dari analisis penyajiannya populasi dan pertukaran komunikasi. Kisah yang sama dapat diceritakan berkali-kali dengan cara yang berbeda dan dengan cerita yang berbeda pada saat yang bersamaan. Perubahan sosial mengacu pada kelangsungan atau perubahan budaya yang ada dalam masyarakat.

## 2. Karakteristik Narasi

Sebuah narasi memiliki beberapa karakteristik, diantaranya<sup>34</sup>:

### a. Adanya rangkaian peristiwa

Pada dasarnya cerita merupakan sebuah ekspresi dari naratif dan wacana merupakan bentuk dari suatu cerita yang diekspresikan. (Nurgiyantoro Burhan, 2017). dan setiap cerita memiliki sebuah kronologi atau kejadian dan alur sehingga membuat cerita itu hidup.

Cerita terdiri atas peristiwa (*events*) dan wujud keberadaannya, eksistensinya (*existens*). Peristiwa itu sendiri dapat berupa tindakan aksi (*actions*, peristiwa yang merupakan tindakan manusia, verbal dan non verbal) dan kejadian (*happenings*, peristiwa yang bukan merupakan hasil tindakan dan tingkah laku manusia, misalnya peristiwa alam gempa bumi). Wujud eksistensinya terdiri dari tokoh (*characters*) dan unsur-unsur latar (*items of setting*)<sup>35</sup>.

Cerita terdiri dari urutan kronologis dari suatu peristiwa, di mana peristiwa tersebut bisa ditampilkan dalam teks bisa juga tidak ditampilkan dalam teks. Peristiwa yang utuh (dari awal hingga akhir) disebut dengan cerita (*story*), sementara alur (*plot*) adalah peristiwa eksplisit yang ditampilkan dalam teks. Atau secara singkat dapat dikatakan unsur cerita adalah apa yang ingin dilukiskan dalam teks naratif itu, sedang wacana adalah bagaimana cara melukiskannya<sup>36</sup>.

---

<sup>34</sup>*Ibid* .2-5.

<sup>35</sup> Nurgiyantoro Burhan, *Teori Pengkajian Fiksi*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2017), hlm.33.

<sup>36</sup> Gora Radita, *Riset Kualitataif Public Relation*, (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019), hlm. 372.

1) Rangkaian ( *Sekuensial* )

Rangkaian (sekuensial) peristiwa tersebut tidaklah random (acak), tetapi mengikuti logika tertentu, urutan atau sebab akibat tertentu sehingga dua peristiwa berkaitan secara logis. Dengan demikian sebuah kalimat atau sebuah gambar di mana terdapat lebih dari dua peristiwa, tetapi peristiwa-peristiwa itu tidak disusun menurut logika tertentu, maka tidak bisa disebut sebagai narasi. Pola umum adalah mengikuti urutan waktu, misalnya A, B, C, D, E. Tetapi tidak selalu harus berurutan, bisa saja C, D, A, B, E, asalkan urutan peristiwa itu mengikuti logika, sistematika, atau jalan pikiran tertentu. Rangkaian peristiwa tersebut tidak asal-asalan, tetapi peristiwa satu dirangkai dengan peristiwa lain sehingga mempunyai makna tertentu.

2) Narasi Bukanlah Memindahkan Peristiwa

Dalam narasi selalu mendapat proses pemilihan dan penghilangan bagian tertentu dari peristiwa. Bagian mana yang diangkat dan bagian mana yang dibuang dalam narasi, berkaitan dengan makna yang ingin disampaikan atau jalan pikiran yang hendak ditampilkan oleh pembuat narasi. Dengan demikian, bisa jadi peristiwa sesungguhnya adalah rangkaian dari peristiwa A, B, C, D dan E. Tetapi tidak semua peristiwa itu ditampilkan apa adanya ke dalam narasi. Pembuat cerita bisa memilih peristiwa yang dianggap penting. Narasi itu sendiri hadir untuk khalayak, dan karena itu apa yang disajikan oleh narasi haruslah relevan dan sesuai dengan pengalaman khalayak. Pada konteks ini, pembuat narasi akan menyesuaikan peristiwa dengan pengalaman khalayak.

Film merupakan media yang berisi serangkaian citra fotografi yang menyebabkan ilusi gerak dan tindakan. Film merupakan media yang sengaja dibuat agar dapat memberikan efek kepada penonton melalui pesan yang disampaikan dalam alur cerita yang disajikannya<sup>37</sup>. Secara umum sebuah film terdiri dari dua elemen pembentuk yaitu elemen sinematik dan elemen cerita (narasi). Elemen sinematik merupakan aspek teknis pembentuk film, sementara unsur narasi merupakan cerita dan tema dari sebuah film. Cerita tersebut dibuat menjadi skenario yang di dalamnya terdapat tokoh, masalah, konflik, lokasi, waktu serta lainnya. Film fiksi merupakan jenis film dengan struktur narasi yang jelas, sedangkan pada film dokumenter dan eksperimental tidak terdapat

---

<sup>37</sup> Muhammad Danesi. *Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. (Yogyakarta: Jalasutra. 2010).

struktur narasi<sup>38</sup>.

Menurut Eriyanto, Narasi itu adalah penyajian suatu peristiwa atau rangkaian peristiwa, nyata atau fiksi, yang dikomunikasikan oleh satu atau lebih narator kepada satu atau lebih naratee. Narasi juga merupakan penyajian peristiwa atau rangkaian peristiwa. Peter Abbott juga mengungkapkan bahwa sebuah teks akan dianggap narasi jika terdapat banyak peristiwa atau rangkaian peristiwa. Analisis naratif memperlakukan teks sebagai sebuah cerita di mana dalam cerita terdapat alur, latar, tokoh dan tokoh. Cerita tidak ada hubungannya dengan fakta atau fiksi. Mendongeng hanyalah bagaimana menceritakan kisah, bagaimana peristiwa disajikan atau diceritakan kepada penonton. Dengan menyajikan peristiwa dalam bentuk narasi, lebih mudah dipahami pemirsa<sup>39</sup>.

Berdasarkan uraian-uraian diatas, Maka peneliti akan menggunakan teori naratif. Peneliti berkeyakinan bahwa dengan menggunakan narrative theory mampu menjawab bagaimana cara akun @wowcreapy\_id dalam mengemas pesan dalam konten nya di Instagram.

### 3. Komunikasi Virtual (*Cyberstudies*)

#### a. Jenis-jenis Komunikasi Virtual

Menurut Debora Danisa Komunikasi virtual dilakukan melalui teknologi internet. Ada beberapa jenis komunikasi virtual berdasarkan teknologi yang digunakan<sup>40</sup>, diantaranya:

##### 1) Pesan singkat (SMS)

Pesan singkat atau sms dalah teknologi yang memungkinkan seseorang menyusun dan mengirim pesan elektronik, biasanya terdiri atas karakter alfabet dan numerik, antara dua perangkat seluler yang kompatibel.

##### 2) Pesan *Instant (Chat)*

Teknologi ini lebih mutakhir daripada pesan singkat (SMS). Pesan instan atau chatting adalah obrolan yang dilakukan secara daring dan memungkinkan transmisi teks dalam waktu nyata melalui internet atau jaringan komputer lain yang saling terhubung.

##### 3) *Video Chat*

---

<sup>38</sup> Himawan Pratista. *Memahami Film* (edisi Kedua). (Yogyakarta: Montase Press 2020).

<sup>39</sup> Eriyanto. *Analisis Naratif, Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita media*. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2015).

<sup>40</sup> “Perbandingan Komunikasi Virtual dengan Koumunikasi Secara Langsung,” Kompasiana, diakses 6 Februari 2024, [Perbandingan Komunikasi Virtual dengan Komunikasi Secara Langsung Halaman all - Kompasiana.com](https://www.kompasiana.com/perbandingan-komunikasi-virtual-dengan-komunikasi-secara-langsung-halaman-all).

*Video chat* ini serupa dengan pesan chat, tetapi dalam bentuk visual. Obrolan video adalah komunikasi tatap muka daring yang dilakukan dengan menggunakan kamera web (webcam) dan perangkat lunak khusus.

4) *Voicernet Protokol (VoIp)*

Jenis ini disebut juga dengan IP telepon, adalah sebuah metode teknologi untuk mengirim komunikasi suara dan multimedia melalui jaringan IP.

5) *Media Social*

Media sosial adalah teknologi interaktif yang memfasilitasi penggunaannya menghasilkan dan berbagi informasi, minat, ide, dan bentuk ekspresi lainnya melalui komunitas virtual.

6) *Gmail*

Surat elektronik atau email adalah sarana komunikasi berupa pertukaran pesan surat melalui komputer dan jaringan virtual. Email biasanya dikodekan dalam teks yang sudah distandarisasi, yakni *American Standard Code for Information Interchange (ASCII)*.

7) *Conferencing*

Konferensi web adalah istilah yang merujuk pada berbagai jenis konferensi secara daring dan layanan kolaboratif yang dilakukan secara virtual. Contohnya *webinar, webcast, dan web meetings*.

#### 4. Media Dakwah

Kata media berasal dari Bahasa latin yaitu median yang merupakan bentuk jamak dari medium. Secara etimologi media berarti alat perantara. Menurut Wilbur Schramn secara spesifik media dapat diartikan sebagai alat-alat fisik yang dapat menjelaskan isi dari sebuah pesan seperti buku, film, video, slide, dan sebagainya<sup>41</sup>.

Media dakwah menurut Jurnal yang ditulis oleh Adi Wibowo ialah sarana yang digunakan oleh para da'i (pendakwah) dalam penyampaian pesan-pesannya<sup>42</sup>. Seiring perkembangan zaman, terutama perkembangan teknologi, media dakwah kini tidak hanya digunakan di mimbar-mimbar; para pendakwah semakin inovatif dalam menggunakan akun media sosial yang mudah diakses.

---

<sup>41</sup> Aminuddin, "Media Dakwah", *Jurnal Al-Munzir vol 9, no. 2* (2016), 346.

<sup>42</sup> Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital," *Jurnal Islam Nusantara 03, no. 02* (2019), 345.

## 5. Media Sosial

Media sosial merupakan new media yang menawarkan digitisation, convergence, interactivity dan development of network yang menjadi konsep sentral dari media baru (new media). Pada saat ini masyarakat yang hidup di dunia virtual tidak dapat dipisahkan lagi dari media sosial, karena media sosial menawarkan kepada masyarakat virtual untuk menggunakan ruang seluas-luas, kebebasan untuk menunjukkan identitas, dan menawarkan peluang untuk memperluas jaringan. Selanjutnya Andreas Kaplan dan Micheal Haenlein mendefinisikan media sosial sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*<sup>43</sup>. Pada dasarnya media sosial memiliki banyak bentuk, diantaranya Facebook, Instagram, Tweeter, Path, Tik-Tok dan sebagainya. Pada tahun 2018 ini media sosial yang paling populer dikalangan masyarakat digital ialah Intagram, Facebook dan Tik Tok.

Perkembangan media sosial juga melahirkan ruang lingkup bagi manusia di dunia maya. Lahirnya media sosial juga melahirkan istilah baru untuk menjadikan media sosial sebagai salah satu alat komunikasi. Kebanyakan orang saat ini juga memilih menggunakan media sosial untuk berkomunikasi secara virtual daripada secara langsung. Media terpenting dan memiliki fungsi sebagai media untuk berkomunikasi, serta berfungsi untuk pertukaran informasi<sup>44</sup>.

Kemudahan pengguna media sosial juga mendukung orang-orang yang lebih menyukai kemajuan teknologi di dalamnya. Media sosial juga sudah menjadi platform pengolahan dan penyebaran informasi yang sangat fleksibel untuk dimanfaatkan pengguna yang tidak terbagi dalam kelompok sosial, ekonomi, atau politik. Media sosial dapat membangun dan meningkatkan hubungan antar individu maupun kelompok di internet yang tidak dibatasi oleh status sosial.

## 6. Instagram

### a. Pengertian Instagram

Atmoko mendefinisikan Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri dalam bentuk feed dan Story. Menurut

---

<sup>43</sup> Laila Hayati. "Konsep Anak-anak Pengguna Media Sosial," *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* Vol 6 No.2, (2018): 58–64.

<sup>44</sup> Novi Kurnia. "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi Mediator" *jurnal komunikasi* Vol 6 No.2, (2005): 291-296.

bahasa kata ‘Insta’ berasal dari kata ‘Instan’, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “Foto Instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “Gram” berasal dari kata “Telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Instagram merupakan contoh perkembangan internet modern, Instagram menjadi salah satu aplikasi yang paling disukai oleh pengguna smartphone saat ini. Instagram sebagai aplikasi berbagi foto yang memungkinkan para pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaringan media sosial. Termasuk milik Instagram sendiri<sup>45</sup>.

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus<sup>46</sup>.

#### b. Fitur-fitur Instagram

- 1) Kamera, pada awal kemunculannya Instagram memberikan 16 filter yang ada didalam fitur aplikasi. Namun seiring berkembangnya Instagram, saat ini aplikasi tersebut menyediakan berbagai filter menarik yang bisa dijelajahi para penggunanya.
- 2) *Fitur Followers* atau Pengikut, fitur ini adalah sistem sosial yang dimiliki instagram agar para pengikutnya bisa saling terhubung kepada orang yang mereka kenal.
- 3) *Fitur* Bagikan Foto, fitur utama dalam aplikasi Instagram. Fitur ini berfungsi bagi para penggunanya untuk membagikan momen atau foto yang mereka ingin bagikan kepada para pengikutnya.
- 4) Tanda Lokasi, fitur ini banyak di pakai para pengguna Instagram dengan tujuan untuk membagikan dimana lokasi di didalam foto yang dibagikan.
- 5) *Arroba* (@) atau Tanda Foto (Tag), sebuah fitur Instagram yang diciptakan untuk menandai siapa dan apa yang ada didalam foto yang dibagikan (share) oleh Instagram.

---

<sup>45</sup> Bambang Dwi Atmoko. *Instagram Handbook: Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita. 2012).

<sup>46</sup> Atmoko. Dwi. *Instagram Handbook: Tips Fotografi Ponsel*.

- 6) Label atau *Hastag* (#), sebuah fitur yang memudahkan para penggunanya untuk mencari atau mempopulerkan postingan.
- 7) Komentar, *fitur* yang digunakan para penggunanya untuk mengomentari sebuah postingan orang-orang yang mereka ikuti.
- 8) *Fitur Suka (love)*, fitur ini digunakan untuk menandai siapa saja yang memberikan tanda suka kepada para pengguna Instagram yang membagikan foto atau videonya.
- 9) *Fitur Share (Bagikan)*, sebuah fitur yang memudahkan para penggunanya untuk membagikan informasi yang mereka dapatkan di Instagram ke komunitas (Perkumpulan).
- 10) *Direct Message (Pesan)*, fitur yang membuat para pengguna Instagram lebih mudah melakukan komunikasi kepada orang terdekatnya atau komunitas.
- 11) *Audio Call (Telepon)*, fitur yang ada di Instagram seperti layanan telepon yang membuat penggunanya bisa terhubung melalui sambungan seluler kepada sesama pengguna Instagram.
- 12) *Video Call*, fitur seperti telepon yang ada di Instagram yang membuat para penggunanya terhubung secara audio dan visual.
- 13) *Bio (Biodata)*, fitur ini untuk para pengguna Instagram mengenalkan siapa dirinya di halaman Instagramnya.
- 14) *Instagram stories*, fitur untuk membagikan foto atau video secara singkat yang bertahan 24 jam di Instagram.
- 15) *Reels*, sebuah fitur baru yang baru-baru ini dikeluarkan oleh Instagram. Fitur ini adalah sebuah fitur yang membuat para penggunanya untuk melakukan kreatifitas untuk membagikan video, fitur ini mampu melakukan editing langsung terhadap konten video yang ingin dibagikan di halaman Instagram para pengguna.
- 16) *Insight*, sebuah fitur yang mencatatkan *traffic* atau kegiatan disetiap akun para pengguna Instagram. Biasanya fitur ini digunakan untuk mengetahui seberapa banyak orang yang melihat akun dan melakukan interaksi terhadap akun para pengguna Instagram.

## 7. Pengikut

Menurut Atmoko, Sistem sosial yang ada pada media sosial Instagram dengan menjadi pengikut akun lainnya atau memiliki pengikut di Instagram. Dengan demikian komunikasi yang terjadi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari

foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya<sup>47</sup>. Pengikut juga menjadi salah satu elemen penting yang ada di Instagram guna menjalin hubungan dengan para pengguna Instagram lainnya. Pengikut yang ada di Instagram adalah orang-orang yang memiliki tujuan tertentu untuk mengikuti orang atau akun-akun yang ada di Instagram yang mereka sukai dan minati. Dengan adanya pengikut yang ada pada Instagram, para pengguna Instagram bisa lebih mudah untuk mendapatkan informasi terbaru seputar kehidupan atau hal-hal yang mereka minati.

## 8. Mistik dan Mistisme

Mistik berasal dari kata Yunani "mio", yang berarti menyembunyikan dan menutup mulut atau mata. Istilah mistik disebut "Gnosis", yang merupakan tingkat kemandirian, atau pengenalan Tuhan tanpa persepsi atau rasio. Istilah makrifat digunakan oleh orang-orang mistik Islam. Menurut Sri Mulyono, tujuan utama dari intisari mistik adalah untuk berada dalam hadirat Ilahi dan memperoleh hubungan yang jelas dengan Tuhan. Pada dasarnya, ada kesadaran bahwa ada komunikasi antara roh manusia dan Tuhan<sup>48</sup>.

Sedangkan Mistik sebagai sebuah paham disebut mistisme, sebagai paham yang memberikan ajaran bersifat serbamistik, ajarannya berbentuk rahasia atau serba rahasia, tersembunyi, gelap, atau terselubung dalam kekelaman, sehingga dapat dikenal, diketahui, atau dipahami oleh orang-orang tertentu saja, terutama sekali oleh para penganut-penganutnya<sup>49</sup>.

### a. Unsur-unsur Mistik

Unsur-unsur mistik terbagi menjadi beberapa dimensi, Antara lain”

- 1) Ritualistik: dinamisme yaitu ritual pemujaan pada benda-benda atau kekuatan alam, seperti akik, keris, batu besar, makam-makam, benda ritual ghaib, dan lain-lain; animisme yaitu ritual pemujaan pada makhluk berkekuatan ghaib, meminta perlindungan, rejeki, dan lain-lain.
- 2) Interaksi: persekutuan yaitu meminta tolong atau mencari solusi masalah pada makhluk atau kekuatan ghaib, meminta perlindungan, rezeki dan lain-lain; permusuhan yaitu bertarung dengan kekuatan ghaib, pertarungan antar makhluk ghaib.

---

<sup>47</sup> Atmoko. *Instagram Handbook: Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita. 2012).

<sup>48</sup> Asti Musman. *Bahagia Ala Orang Jawa*. (Yogyakarta: Pustaka Jawi. 2018).

<sup>49</sup> Petir Abimanyu. *Ajaran-Ajaran Emas Ramayan: Mahabharata*. (Jakarta Selatan: Suka Buku. 2014).

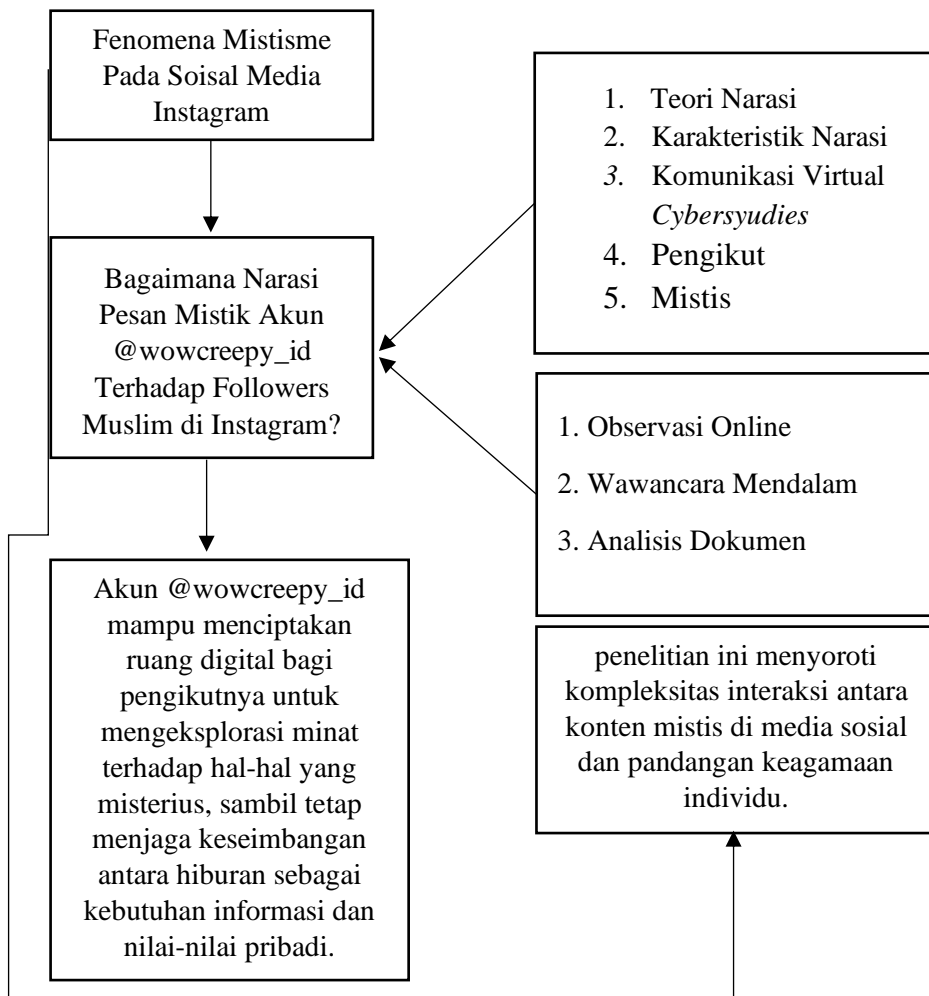
- 3) Visualisasi: penampakan realitas ghaib, munculnya simbol, firasat/pertanda, makhluk ghaib, kekuatan supernatural, dan lain-lain.
- 4) Karakter: karakter yang terlibat dalam peristiwa bermuatan mistik atau supernatural seperti kyai atau pemuka agama, dukun, manusia (laki-laki atau perempuan), makhluk atau kekuatan ghaib<sup>50</sup>.

### **C. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin di teliti yang digunakan sebagai pedoman dalam penyusunan sistematika penelitian. Kerangka menjadi pedoman peneliti untuk menjelaskan secara sistematis teori yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini memiliki kerangka konseptual yang akan dijelaskan pada gambar dibawah ini dan lebih jelasnya akan penulis jelaskan pada pembahasan selanjutnya. Berdasarkan analisis diatas, maka konsep penelitian ini ditunjukkanpada gambar dibawah ini;

---

<sup>50</sup> Irene Anggraini. "Sikap masyarakat Surabaya terhadap pesan mistik dalam program Acara Dua Dunia di Trans 7". *Jurnal Ekomunikasi*, Vol 1No.1. (2013).



**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

### **BAB III**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai pendekatan atau jenis penelitian, kehadiran penelitian, lokasi penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

#### **A. Jenis Penelitian dan Pendekatan**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis konsep dengan objek penelitian yang dipilih<sup>51</sup>. Sedangkan metode penelitian deskriptif adalah suatu metode yang mempelajari status sekelompok orang, suatu objek, suatu keadaan, suatu sistem pemikiran atau suatu golongan peristiwa pada masa sarang dengan tujuan untuk menguraikan secara sistematis, faktual dan akurat, gambaran atau gambaran dari peristiwa, sifat-sifat dan hubungan antara fenomena yang diteliti<sup>52</sup>.

Dengan demikian penelitian ini tidak memerlukan data lapangan, dikarenakan pada penelitian ini membahas berkaitan mengenai sebuah pesan mistik pada sebuah akun @wowcreepy\_id melalui analisis dari media sosial Instagram akun @wowcreepy\_id. Mengetahui pola analisis pesan mistik yang dibangun dalam komunikasi virtual dalam sebuah akun Instagram.

##### **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, Adalah metode *Computer Mediated Communication* (CMC). Metode ini penulis bisa mengamati komunikasi warga net di media sosial lebih mudah<sup>53</sup>. Terutama terhadap penelitian penulis ini yang terdapat di salah satu akun instagram @wowcreapy\_id mengenai konten dalam penyesuaian berita misteri dan mitos. Karena metode ini sangat tepat untuk digunakan dalam penelitian ini. Manusia dalam berkomunikasi sudah bukan lagi interaktif tapi integratif artinya kekuatan teknologi komputer dalam hal ini menawarkan dimensi baru yang secara halus,

---

<sup>51</sup> Sahar saputra. *Metodologi penelitian kualitatif, kuantitatif dan tindakan*. (Bandung: Alfabeta. 2012).

<sup>52</sup> Muhammad Nazir. *Metode Penelitian*. (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2014).

<sup>53</sup> Pambayun, Ellys Lestari. *One Stop Qualitative Research Methodology In Communication*, (Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia. 2013), 488.

telah memasuki kehidupan kita<sup>54</sup>.

Maka dari itu, penelitian ini menggunakan metode *computer mediated communication* (CMC) untuk menganalisis konten mistik akun Instagram @wowcreepy\_id. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengamati secara langsung interaksi pengguna dan konten yang diproduksi dalam lingkungan media sosial terutama dalam akun @wowcreepy\_id di Instagram. Menurut Safuan, interaksi online antara pengguna dapat menghasilkan koneksi dan penilaian yang lebih dalam yang berdampak pada hubungan hiperpersonal mereka.<sup>55</sup> Analisis ini dilakukan dengan menggunakan *fitur* dalam Instagram untuk mengidentifikasi tema, pola dan makna yang terkandung dalam postingan, komentar, serta interaksi pengguna Instagram lainnya.

## **B. Waktu Penelitian dan Lokasi Penelitian**

### **1. Waktu Penelitian**

Waktu dalam melakukan penelitian ini disusun pada tanggal 15 Januari 2024 sampai 25 Juli 2024.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlangsung di kantor @wowcreapy\_id management yang berlokasi di Perumahan Grand Pinang Parigi. Jalan Manunggal V, Pondok Aren, Tangerang Selatan, Banten. Indonesia.

## **C. Informan Penelitian**

Untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian ini, Tentu dibutuhkan narasumber atau *Key Informan* yang memegang sebuah kunci sumber data dalam penelitian ini. *Informan* kunci (Key Informant) didefinisikan sebagai orang yang memiliki kekuasaan, pengetahuan umum dan mau membukakan pintu kepada peneliti untuk bisa menjelajah semua objek yang diteliti oleh peneliti. Peneliti Kualitatif sebagai *Human Instrument*, dengan memiliki fungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengamatan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Oleh karena itu dalam penelitian “the researcher is the key instrument”. Jadi peneliti merupakan

---

<sup>54</sup> Wood, Andrew F. and Smith, Matthew J. *Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture. 2nd Edition, Lawrence Erlbaum Associates*, (New York: Routledge, 2005).

<sup>55</sup> Muhamad Safuan. Analisis Pesan Dakwah Husain Basyaiban pada akun TikTok @KadamSidik00. *Skripsi*. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas PTIQ Jakarta. 2023.

instrument kunci dalam penelitian kualitatif<sup>56</sup>.

Pemilihan informan untuk penelitian ini, disesuaikan peneliti dengan tujuan yang relevan. Peneliti menilai dimana key informan dan juga informan harus menguasai persoalan-persoalan yang akan diteliti oleh peneliti. Subjek penelitian ini adalah, sebagai berikut:

Berikut ini adalah identitas dari *Key Informan* dan *Informan* yang nantinya akan peneliti wawancara untuk memenuhi kebutuhan penelitian ini, guna mengumpulkan data-data atau informasi terkait dengan penelitian.

**Table 3. 1 Data Informant Akun @Wowcreepy\_id**

NO	INFORMAN	SELAKU
1	Agung Budi Prasetyo	Owner dan Konten Kreator
2	Daffa Sulistiawan	Staff Konten Kreator
3	Adriyan Putra Ramadhan	Pengikut
4	Dimas Egi Saputra	Pengikut
5	Kahfi Fauzi	Pengikut

#### **D. Teknik Penentuan Informan**

Teknik penentuan informan ditentukan dengan mencari tahu pihak yang paling memahami objek penelitian dan ditentukan berdasarkan *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah metode penentuan informan dengan cara sengaja memilih informan tertentu dengan mengabaikan informan lainnya. Karena informan yang lainnya memiliki ciri-ciri khusus yang tidak dimiliki informan lain<sup>57</sup>.

Dalam penelitian kualitatif, Teknik sampling yang paling sering digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas mengenai *purposive sampling* yaitu penentuan informan sebagai data dengan pertimbangan tertentu. Misalnya orang tersebut, yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang ingin diteliti.

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, dengan mempertimbangkan peran serta pengetahuan dari informan

---

<sup>56</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*” (Bandung: Alfabeta 2019).

<sup>57</sup> Prasetya Irawan, *Logika dan Prosedur Penelitian*, No 2 (1999).

terkait konten mistik pada akun @wowcreepy\_id. Pemilik akun dipilih, karena memiliki pemahaman mendalam tentang proses produksi konten. Sedangkan staff konten kreator dapat memberikan informasi mengenai strategi penyampaian pesan mistik. Pengikut atau followers dalam penentuannya diharapkan sebagai representasi dari *audiens* yang tertarik dengan konten mistis, dan dapat memberikan perspektif mengenai pengaruh konten dari akun @wowcreepy\_id terhadap pandangan mereka.

## **E. Sumber Data**

### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Wawancara antara periset seseorang yang diharapkan mendapatkan sebuah informasi dari seorang informan, yaitu yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya<sup>58</sup>.

### **2. Data Sekunder**

Penelitian ini bersumber data sekunder dari laman-laman berita, media sosial, lalu ditambahkan buku, studi pustaka pada jurnal, artikel, screenshot akun Instagram, browsing, dokumentasi dan internet mengenai fokus penelitian. Sumber data yang dimaksud penelitian adalah subjek darimana penelitian tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diolah<sup>59</sup>.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara online jika diperlukan namun, disini peneliti akan menggunakan metode teknik wawancara secara mendalam. Menurut Kriyantono, Wawancara mendalam adalah suatu cara pengumpulan data atau informasi secara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data secara lengkap dan mendalam. Teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian ini. Wawancara online antara periset atau

---

<sup>58</sup> Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations Advertising, Komunikasi Organisasi*, (Rawamangun: Prenamedia Group, 2020) 100.

<sup>59</sup> Vina Herviani dan Angky Febriansyah, "Tujuan Atas Proses Penyusunan Keuangan Pada Young Entrepreneur Akademi Indonesia Bandung," *Jurnal Riset Akutansi* Vol. VIII, No. 2 (2016), h 23.

seseorang yang berharap mendapatkan sebuah informasi dari informan yaitu seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya<sup>60</sup>.

### 1. Wawancara

Wawancara mendalam adalah melakukan wawancara berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang umum, lalu didetailkan. Kemudian pertanyaan-pertanyaan tadi dikembangkan menjadi pertanyaan yang tidak terperinci dan terbuka. Mungkin ada sejumlah pertanyaan yang sudah dipersiapkan, akan tetapi ketika melakukan wawancara nanti tidak bersifat kaku. Sehingga wawancara yang dilakukan pada metode kualitatif ini seperti dua manusia yang sedang bercakap. Lalu narasumber juga akan memahami setiap pertanyaan-pertanyaan yang peneliti ajukan dan narasumber akan menjawab setiap pertanyaan dengan santai dan tidak kaku. Dalam melakukan wawancara ini, peneliti harus bisa mengarahkan jalannya wawancara agar memilih narasumber atau informan yang tepat, lalu wawancara dilakukan dengan terkontrol, terarah, dan tersusun secara sistematis<sup>61</sup>

Peneliti harus mempertimbangkan sejumlah faktor yang dapat memengaruhi hasil wawancara. Jenis kelamin pewawancara adalah salah satu elemen yang harus diperhatikan. Laki-laki mungkin merasa canggung ketika bertemu dengan pewawancara perempuan, sementara perempuan mungkin merasa lebih canggung dan malu ketika bertemu dengan pewawancara laki-laki. Cara terbaik untuk menghindari situasi ini adalah meminta pewawancara wanita untuk berbicara dengan informan wanita, dan pewawancara laki-laki untuk membantu berbicara dengan informan laki-laki. Jika mewawancarai orang lain tidak mungkin.

Oleh karena itu, perilaku pewawancara juga harus diperhatikan selama wawancara. Selama wawancara, pewawancara harus bersikap sopan, karena ini dapat memengaruhi hasilnya. Pewawancara yang tidak sopan akan membuat informan tidak mau menjawab pertanyaan secara rinci dan ingin cepat menyelesaikan wawancara. Jadi selama wawancara, pewawancara harus

---

<sup>60</sup> Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertasi Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. 60.

<sup>61</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 20.

mempertahankan perspektifnya. karena itu, pewawancara harus membuat narasumber nyaman dan mengetahui informasi yang dapat menyinggung.

Terakhir, kondisi saat wawancara dapat merubah hasil wawancara. Dalam hal ini, pewawancara harus membuat kesepakatan dengan narasumber terlebih dahulu. Mempertimbangkan apakah narasumber lebih suka diwawancarai pada pagi hari atau sore hari. Selanjutnya, apakah wawancara dilakukan di luar atau di rumah, narasumber harus menyetujui hal-hal yang tidak mereka sukai. Jadi, dalam hal ini, peneliti harus mengikuti keinginan narasumber agar keduanya merasa nyaman selama wawancara.

Ketika ingin melakukan wawancara, sebaiknya perlu memperhatikan beberapa hal agar data yang dikumpulkan menjadi data yang valid dapat dipertanggung jawabkan<sup>62</sup>. Sebelum memulai wawancara, peneliti harus membangun hubungan baik dengan informan. Ini disarankan untuk melakukan ini sebelum wawancara dimulai untuk mengumpulkan informasi yang paling relevan. atau, sebelum membicarakan topik penelitian dengan informan, berbicara tentang aktivitas sehari-hari mereka untuk membangun hubungan dan persaudaraan. Pada poin pertama ini, penulis juga mengingatkan agar orang mulai berbicara dengan salam. Selanjutnya, berikan penjelasan tentang tujuan dan motivasi untuk menjadikan mereka sebagai informan dalam penelitian ini. Meminta persetujuan untuk dijadikan sebagai informan. Anda harus meminta izin informan sebelum merekam. Informan sudah siap untuk diwawancarai ketika hubungan baik telah terbentuk. Apabila hubungan baik sudah terjalin, lalu informan sudah bersedia dijadikan narasumber dalam wawancara tersebut, maka wawancara sudah bisa dimulai dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang serius.

Hal kedua yang harus diperhatikan pewawancara adalah sabar. Sabar dalam mendengarkan informan memberikan keterangan dan penjelasan terkait informasi. Harus berkonsentrasi ketika informan sedang memberikan informasi. Jangan memotong pembicaraan ketika informan sedang memberikan penjelasan informasi. Lalu hal yang ketiga yang menjadi perhatian dalam melakukan wawancara adalah menjaga ucapan ketika wawancara berlangsung. Jangan mengeluarkan kata-kata atau kalimat yang membuat informan merasa tersinggung dan ucapan yang tidak baik.

## 2. Observasi

---

<sup>62</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 145.

Kemudian teknik pengumpulan data berikutnya adalah melakukan observasi online. Ketika dalam penelitian ini ingin mendapatkan informasi yang lebih akurat, melihat, mendengar, dan merasakan informasi secara langsung yang didapatkan dengan merekam dan dianalisis secara mendalam. Maka teknik observasi online merupakan teknik yang paling efisien. Karena dengan teknik observasi ini peneliti dapat melakukan pengamatan secara online dengan apa yang sebenarnya terjadi.

### 3. Dokumentasi

Teknik ketiga yang digunakan dalam metode penelitian kualitatif adalah pengumpulan dokumentasi. Peneliti akan mengumpulkan data-data yang diperlukan. Berupa data, gambar, video, maupun tulisan-tulisan yang terdapat di beberapa konten yang diunggah. Pengumpulan informasi ini bertujuan memastikan informasi-informasi yang terdapat pada hasil wawancara online. Sehingga pengumpulan dokumen sangatlah penting setelah peneliti melakukan wawancara. Lalu dalam pengumpulan dokumen ini harus berdasarkan sumber yang jelas dan dapat di pertanggung jawabkan.

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data pada penelitian kualitatif digunakan untuk membuktikan bahwa data yang diperoleh dari lapangan dan data yang diperoleh dari penelitian kualitatif memiliki kesamaan dan keselarasan. agar data dapat dipertanggungjawabkan. Uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas adalah beberapa metode untuk memeriksa validitas atau keabsahan data dalam penelitian kualitatif. Semua metode ini tidak dapat digunakan secara terpisah dari penelitian kualitatif. Selanjutnya, pernyataan bahwa penelitian ini tidak ilmiah dan diragukan kredibilitasnya disanggah dengan validitas data ini.<sup>63</sup> Penulis akan memaparkan yang dimaksud dengan uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas, dan uji konfirmabilitas.

### 1. Uji Kredibilitas

Dalam penelitian kualitatif, data akan dinyatakan sebagai data yang kredibel jika ada persamaan antara apa yang dilaporkan peneliti dan keadaan sebenarnya dari subjek yang diteliti. Untuk menguji kredibilitas data, diperlukan pengamatan yang lebih panjang, peningkatan ketekunan, triangulasi, analisis kasus negatif, penggunaan bahan referensi, dan akhirnya *member check*. Pengamatan yang lebih panjang melibatkan pemeriksaan

---

<sup>63</sup> Arnild Augina Meskarisce, "Teknik Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat". *Jurnal Kesehatan Masyarakat*. Vol 12 tahun 2020, 147.

menyeluruh untuk memastikan apakah data yang dikumpulkan sebelumnya sebanding dengan data yang ditemukan di lapangan. Selanjutnya, Langkah kedua untuk menguji kredibilitas adalah meningkatkan tingkat ketekunan. Peneliti dapat meningkatkan ketekunan dengan melakukan pengecekan kedua kalinya pada data sebelumnya. Setelah itu, peneliti dapat membaca referensireferensi yang berkaitan dengan subjek yang mereka pelajari. Membaca referensi yang relevan, seperti buku atau dokumen. Karena informasi semakin luas yang yang didapatkan semakin kuat kebenaran informasi yang sudah didapatkan.

Selanjutnya, triangulasi dapat digunakan untuk menguji kredibilitas. Triangulasi adalah metode penggalian keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tujuan triangulasi adalah untuk mengecek data dan meningkatkan kekuatan data melalui berbagai sumber, teknik, situasi, dan waktu. Setelah itu, analisis kasus negatif digunakan untuk menguji kredibilitas. Analisis kasus negatif melibatkan mengumpulkan data yang bertentangan dengan yang sudah diperoleh. Tugas peneliti adalah menentukan apakah data yang bertentangan benar atau tidak. Jika data yang bertentangan benar atau tidak, maka data yang telah diperoleh dapat dianggap kredibel.

Untuk memastikan bahwa hasil penelitian bersifat empirik, data yang dikumpulkan dalam penelitian harus divalidasi dengan melakukan uji keabsahan atau pemeriksaan keabsahan. Uji keabsahan kualitatif menilai tingkat kepercayaan, keteralihan, kebergantungan, dan kepastian data.<sup>64</sup> Adapun uji keabsahan data dalam penelitian tersebut sebagai berikut:

- a. Triangulasi (sumber data, metode pengumpulan data dan waktu penelitian) triangulasi merupakan teknik dengan cara melakukan pemekrisaan ulang. Triangulasi dilakukan dengan tiga cara yaitu:
  - 1) Sumber: yakni peneliti mencari informasi lain tentang topic yang digali dari beberapa sumber
  - 2) Metode: yakni peneliti melakukan pengecekan atau pemeriksaan dengan lebih dari satu metode seperti wawancara, pengamatan dan dokumentasi.

---

<sup>64</sup> Masyuri dan Muhammad Zainuddin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. (Bandung: PT Refika Aditama, 2009), 2.

- 3) Waktu: yakni pengecekan pada waktu atau kesempatan yang berbeda. Cara ini memiliki potensi untuk meningkatkan akurasi, kepercayaan dan kedalaman, serta kerincian data.<sup>65</sup>

Dari ketiga triangulasi diatas, hanya menggunakan metode teknik triangulasi sumber.

- b. Ketekunan atau keuletan pengamatan, yaitu mencari secara detail dan konsisten dan tetratif.<sup>66</sup>
- c. Perpanjangan waktu dalam pengamatan, peneliti akan kembali ke lapangan setelah melakukan analisis dan yang telah di temukan dan telah merumuskan sejumlah kategori. Peneliti menambah waktu berada dilapangan untuk mengecek Kembali pakah kategori yang dirumuskan sesuai dengan data lapangan, sesuai dengan perspektif para informan.

*Member check* adalah mengecek informasi dari sumber informasi yang bertujuan agar informasi yang diperoleh dengan sumber informasi yang didapatkan memiliki kesesuaian. Seorang peneliti berdiskusi dengan orang-orang yang memiliki pemahaman terhadap objek yang sedang diteliti. Sehingga data yang dibawa oleh peneliti dapat dikurangi atau ditambahkan oleh sumber informasi sehingga memiliki kesepakatan bersama antara peneliti dengan informan, terkait data yang sudah didapatkan<sup>67</sup>.

## 2. Uji Transferabilitas Data

Uji transferabilitas adalah salah satu tehnik dalam validitas data. Uji Transferabilitas adalah sejauh mana hasil penelitian dapat mempengaruhi dan dapat diterapkan di populasi dimana informan itu dipilih. Jika peneliti sedang meneliti suatu metode belajar cepat pada suatu lingkungan. Maka sejauh mana hasil penelitian itu bisa dipraktikkan di lingkungan tersebut. Apakah metode itu berhasil dan tepat dalam memberikan tips belajar cepat pada lingkungan yang sedang diteliti. Jika berhasil maka penelitian tersebut memiliki transferabilitas yang tinggi.

## 3. Uji Depandabilitas

Uji dependabilitas adalah salah satu teknik menentukan keabsahan data. Uji Dependabilitas adalah memastikan bahwa proses penelitian benar

---

<sup>65</sup> Nusa Putra, *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 103-105.

<sup>66</sup> Nusa Putra, *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*, 103.

<sup>67</sup> Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 72.

dilakukan secara nyata dan tidak ada kebohongan di dalamnya. Pada Uji Dependabilitas ini seorang peneliti juga dilihat apakah peneliti sudah melewati mekanisme penelitian yang benar atau tidak. Jika peneliti memiliki kesalahan dalam mekanisme penelitian maka data yang diperoleh patut diragukan keabsahannya. Akan tetapi bila peneliti melewati mekanisme yang benar dalam proses penelitiannya maka data yang diperoleh dapat diakui keabsahannya.

#### 4. Uji Konfirmabilitas

Uji Konfirmabilitas adalah mengkonfirmasi hasil penelitiannya kepada jurnal atau kepada peneliti ahli. Meminta masukkan dalam memperbaiki hasil penelitiannya baik pada tingkat nasional maupun internasional. Contoh peneliti yang sedang melakukan penelitian tentang pendidikan maka perlu berdiskusi dengan ahli yang berada pada bidang pendidikan juga, terkait dengan hasil penelitiannya. Guna mengkonfirmasi dan meminta masukkan dari ahli pendidikan tersebut<sup>68</sup>.

### G. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, maka proses dalam penelitian selanjutnya adalah melakukan pengelolaan data. Pada pengelolaan dibutuhkan analisis data, menganalisis hasil penelitian baik dari observasi, wawancara, maupun catatan data yang sudah dikumpulkan. Tujuan dari analisis data adalah menyusun hasil penelitian secara sistematis agar dapat dipahami oleh peneliti. Kemudian menyajikan temuan-temuan lapangan dan memahami studi kasus dari hasil penelitian secara mendalam sampai peneliti memahaminya dengan baik. Dalam menganalisis data diperlukan pemahaman yang baik sehingga dapat menghasilkan penelitian yang berkualitas. Analisis data terbagi menjadi empat bagian yaitu:

1. Pengumpulan data
2. Reduksi data
3. Penyajian data
4. Kesimpulan hasil penelitian

Pengumpulan data di lapangan sangat berkaitan erat dengan penggalan data. Lalu penggalan data berkaitan dengan sumber dan jenis data. Sumber data dalam penelitian kualitatif terbagi menjadi dua, kata-kata dan tindakan. Perkataan dan tindakan dapat diamati dari wawancara, video, atau dari suara

---

<sup>68</sup> Arnild Augina Meskarisce, "Teknik Pemekrisaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat", *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, Vol. 12 Edisi 3 (2020) :150.

informan. Lalu sumber tambahan dari sumber yang tertulis bisa didapatkan dari buku, majalah, jurnal, atau dari dokumen-dokumen baik dokumen resmi maupun dokumen pribadi. Kemudian dalam pengumpulan data catatan lapangan merupakan salah satu komponen yang penting. Catatan lapangan memiliki tiga bentuk. Pertama adalah catatan fakta, catatan fakta dari hasil pengamatan atau hasil wawancara dalam bentuk uraian kata-kata atau kutipan langsung. Kedua adalah catatan teori, catatan teori adalah hasil dari analisis lapangan lalu menghubungkannya dengan topik pembahasan. Kemudian yang ketiga adalah catatan metodologis, catatan metodologis adalah pengalaman peneliti ketika ingin menerapkan metode kualitatif di lapangan, yaitu kekurangan atau kesulitan yang dialami oleh peneliti selama melakukan penelitian<sup>69</sup>.

Reduksi data adalah analisis data kedua. Ini adalah proses pemilahan dan penyederhanaan catatan penelitian, sehingga tujuan dari reduksi data adalah untuk membuat catatan lapangan lebih mudah dipahami. Reduksi data memerlukan beberapa langkah. Pertama, data diringkas, sehingga peneliti tidak kesulitan menganalisisnya, dan kedua, tema dikodekan, diselusuri, dan dibuat gugus. Artinya, setelah data dipilah, mereka dimasukkan ke dalam konsep, kategori, dan tema yang berbeda. Untuk memadukan antara data dan kenyataan lapangan, pengumpulan data dengan reduksi data saling bertransparansi digunakan. Selanjutnya, penyajian data adalah analisis data ketiga.

Penyajian data adalah proses menyusun kumpulan data secara sistematis dan rapih sehingga mudah untuk membuat kesimpulan. Teks naratif dalam bentuk catatan lapangan, grafik, matriks, jaringan, dan bagan adalah beberapa bentuk penyajian data. Itu semua jenis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Segala bentuk tersebut memadukan data yang disusun dalam satu cara. untuk membantu peneliti mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Apakah hasilnya benar atau perlu melakukan analisis ulang untuk mendapatkan hasil yang lebih tepat. Maka, Penarikan kesimpulan adalah langkah terakhir dalam analisis data.

Penemuan dilakukan dari awal pengumpulan data hingga akhir penelitian. Meskipun upaya penarikan kesimpulan tidak dapat dilakukan secara instan, menarik kesimpulan memerlukan penyelidikan mendalam. Selama penelitian, kesimpulan dapat divalidasi dengan memikirkan ulang saat menulis, melihat kembali catatan lapangan, berbicara dengan sesama peneliti atau para ahli, dan, terakhir, melakukan analisis menyeluruh dengan melihat data lain untuk membuat kesimpulan yang tepat.

---

<sup>69</sup> Ahmad Rijal, “*Analisis Data Kualitatif*”, Jurnal Al-Hadhroh. Vol. 17 Tahun 2018. 84.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Sejarah Singkat Akun Instagram @wowcreepy\_id

@wowcreepy\_id merupakan akun Instagram berbasis hiburan dan informasi mengenai seputar kecelakaan, Konflik hingga Tragedi Mengerikan. Akun @wowcreepy\_id dibuat oleh seorang mahasiswa bernama Agung Budi Prasetyo pada tahun 2016. @Wowcreepy\_id dibentuk karena kesukaan Agung Budi Prasetyo selaku kreator terhadap berita mengerikan yang tentu tidak banyak orang menyukai konten semacam itu. Namun Agung Budi Prasetyo yakin bahwa pasti ada orang yang juga tertarik dengan pemberitaan ataupun konten misteri. Agung Budi Prasetyo menganggap bahwa konten horror, misteri dan mitos sebagai ilmu pengetahuan yang juga dijadikan sebagai kebutuhan berkhayal. Sementara konten tragedi mengerikan dianggap sebagai berita edukasi untuk seseorang agar lebih berhati-hati dan waspada.

Awal mula pembuatan konten misteri sendiri dimulai pada tahun 2017, yang mana dalam pengambilan dalam konten tersebut diambil dari dalam negeri maupun luar negeri. Agung Budi Prasetyo belum menerapkan ciri khas akun @wowcreepy\_id sehingga dianggap tidak memiliki identitas. Namun berjalannya waktu, Kreator menentukan konsep Instagram yang dibuatnya menjadi lebih serius untuk terus dikembangkan sebagai akun Instagram hiburan dan informasi yang bergenre horor atau misteri.

#### 1. Profil Akun Instagram @wowcreepy\_id



Gambar 4. 1 Profil Instagram @wowcreepy\_id

Sumber: Instagram @wowcreepy\_id

Gambar 4.1 merupakan profil instagram @wowcreepy\_id per tanggal 15 Juli 2024 dengan 2,804 postingan, 164 ribu pengikut dan 118 mengikuti. Akun @wowcreepy\_id juga membuat Highlight Story dengan judul “Grup Telegram”. Untuk nama tampilan, akun @wowcreepy\_id mencantumkan “Creepy+ Informasi” sedangkan pada Bio akun tersebut mencantumkan informasi terkait akun perusahaan lain yang sedang bekerja sama dan tautan untuk bekerja sama seperti gambar dibawah ini.



**Gambar 4. 2 Tautan Kerja Sama @wowcreepy\_id**

Sumber: Instagram @wowcreepy\_id

Gambar 4.2 merupakan tautan yang berkaitan dengan kerjasama maupun portofolio. Untuk kerjasama paid promote, Donasi admin @wowcreepy\_id menggunakan whatsapp sebagai alat komunikasinya. Sementara untuk portofolio akun @wowcreepy\_id menggunakan chanel Telegram, Grup Telegeram dan Youtube.

## 2. Logo Akun Instagram @wowcreepy\_id



**Gambar 4. 3 Logo @wowcreepy\_id**

Sumber: Instagram @wowcreepy\_id

Gambar 4.3 merupakan logo Instagram @wowcreepy\_id yang dibuat oleh Agung Budi Prasetyo, Selaku owner atau creator Instagram @wowcreepy\_id

ikon dan ciri khas pada akun Instagram @wowcreepy\_id. Logo tersebut dibuat pada tahun 2016 diawal berdirinya akun Instagram @wowcreepy\_id dengan keterangan sebagai berikut:

- a. Bentuk Logo : Bulat
- b. Grafis dalam Logo : Tengkorak
- c. Warna Logo : Merah, Putih dan Hitam
- d. Jenis Tulisan : Disgrunged\_A
- e. Tulisan dalam Logo : WOW CREEPY

### 3. Kepengurusan Akun Instagram @wowcreepy\_id

**Table 4 1 Data Kepengurusan @wowcreepy\_id**

NO	NAMA	Kepengurusan
1	Agung Budi Prasetyo	Owner dan Konten Kreator
2	Daffa Sulistiawan	Staf Konten kreator

### 4. Visi dan Misi

Tujuan untuk mendirikan dan mempublikasikan akun @wowcreepy\_id, ialah segala apapun bentuk pemberitaan di media sosial terutama Instagram untuk memberikan pengetahuan bahwa berita semacam kejadian-kejadian seputar misteri maupun mistis itu ada.

### 5. Insight Instagram @wowcreepy\_id

Fitur insight yang tersedia pada Instagram membantu para pengguna untuk menentukan Langkah yang tepat untuk efektivitasnya. Selain itu fitur insight memberikan beberapa informasi. Para creator menggunakan fitur insight merasa sangat puas, karena mereka dapat menganalisis pengikutnya (Alfajri, 2019: 10).

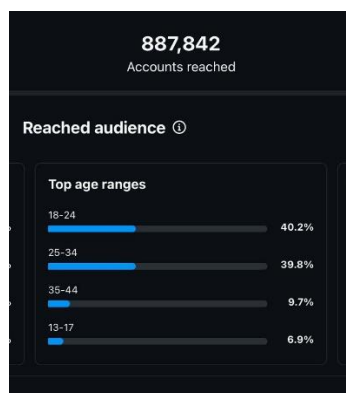
Selain itu juga fitur *insight* bagi konten kreator memudahkan dan mengetahui dari beberapa faktor dari setiap pengikutnya yang menjangkau akun @wowcreepy\_id tersebut. Berikut *insight* kota, dan *insight* usia sebagai berikut:



**Gambar 4. 4 Insight Jangkauan Berdasarkan Lokasi**

Sumber: Instagram @wowcreepy\_id

Menurut gambar 4.3 yang menjelaskan presentase bahwa akun Instagram yang menjangkau @wowcreepy\_id didominasi oleh wilayah Jakarta dengan 19,2% dan disusul oleh wilayah Bekasi dengan jumlah 7,3%. Dalam hasil insight tersebut, konten kreator @wowcreepy\_id berusaha untuk netral dengan tidak mengsegmentasikan konten yang diunggah dengan menggunakan Bahasa berdasarkan wilayah tertentu. Selain wilayah, akun @wowcreepy\_id juga melakukan riset melalui riset yang menjangkau akun tersebut.



**Gambar 4. 5 Insight Jangkauan Berdasarkan Usia**

Sumber: Instagram @wowcreepy\_id

Berdasarkan gambar 4.4 mengenai akun yang menjangkau @wowcreepy\_id berdasarkan usia di dominasi oleh usia 18-24 tahun dengan presentase 40,2%, yang kemudian disusul oleh usia 25-34 tahun dengan presentase 39,8%. Hal tersebut merupakan presentase berdasarkan usia.

## 6. Target dan Sasaran Pengikut

Target pengikut yang menjadi sasaran @wowcreepy\_id bisa dikatakan masuk pada semua kalangan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Berusia minimal 18 tahun
- b. Menyukai konten horor dan misteri

## 7. Penjadwalan dalam Upload akun @wowcreepy\_id

Dalam Melakukan penjadwalan untuk mengunggah konten di akun @wowcreepy\_id, konten kreator melakukan penjadwalan dalam seharinya 4 sampai 5 konten misteri di akun nya.

## B. Analisis dan Pembahasan

### 1. Analisis

Penelitian ini dilakukan dari bulan Maret 2024 hingga Juli 2024, untuk menganalisis bagaimana pesan mistik dari akun @wowcreepy\_id memberikan pesan terhadap followersnya di Instagram. Peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan *key informant*, Agung Budi Prasetyo, selaku pemilik kreator tersebut pada Senin, 15 Juli 2024. Wawancara juga dilakukan dengan Informant I selaku staff konten kreator, serta Informant II, III dan IV yang merupakan pengikut dari akun @wowcreepy\_id pada Selasa, 16 Juli 2024.

Pentingnya struktural dalam menentukan pesan narasi yang akan disampaikan kepada *audience* merupakan satu hal yang sangat penting bagi seorang konten kreator dalam hal-hal mistis terutama Karena akun Instagram @wowcreepy\_id berfokus pada informasi dan hiburan dengan genre misteri, horror, dan mitos, konten yang diunggah selalu berkaitan dengan hal-hal yang misterius, menyeramkan, dan mitos nasional dan internasional. Selain itu, itu adalah pesan mistis yang digunakan Agung Budi Prasetyo sebagai pemilik dan kreator konten, seperti pernyataan berikut:

“Memang kalau kita membuat pemberitaan yang sesuai dengan *genre* kita karna dari nama akun kita sendiri kan wowcreepy. “*Creepy*” gitukan karena memang artiannya serem atau menakutkan, Jadi setiap pengunggahan konten berita seperti berita horor dan misteri gitu pasti akan memberikan feedback yang memuaskan. Dari jumlah komentar, like dan share pasti lebih banyak kalau kita mengupload konten seperti itu<sup>70</sup>”.

Dari pernyataan diatas, Agung Budi Prasetyo menjelaskan bahwa konten yang diunggah dalam struktural konten selalu mengikuti *genre* yang dibuat @wowcreepy\_id sejak awal agar memberikan informasi dan *feedback*

---

<sup>70</sup> Wawancara Agung Budi Prasetyo Key Informan, Owner & Konten Kreator, (Selasa, 15 Juli 2024).

memuaskan dari pengikutnya. Kemudian pada konten misteri, horor dan mitos Agung Budi Prasetyo menjelaskan pernyataan sebagai berikut:

“Kalau untuk dari konten misterinya kita pilih lagi apa yang masuk akal dan diterima sama pengikut kita, kadang kan ada konten yang seperti halnya *settingan* atau *hoax* takutnya ketika kita mengunggah konten yang seperti itu malah jadi *boomerang* ke kita, dalam artian nanti pengikut kita nge-*klaim* akun ini penyebar berita hoax gitu<sup>71</sup>.”

Selain Agung Budi Prasetyo yang terlibat pada pembuatan konten, Daffa Sulistiawan selaku *staff konten kreator* juga memberikan struktural pada pembuatan konten di @wowcreepy\_id.

Daffa Sulistiawan menjelaskan bahwa sebelum membuat konten, biasanya ia melakukan *riset* terlebih dahulu terhadap berita yang sedang *trending* untuk menentukan struktural, pola, tema, dan karakter *setting* sebagai berikut:

“Kalau untuk konten horor atau mitos seperti itu biasanya kita akan *riset* sama-sama sebelum mengangkat sebuah berita untuk dijadikan informasi di konten kita. Karena menurut saya berita misteri seperti itu selalu memiliki sudut pandang yang berbeda dari seseorang, makanya kita disini *meriset* lebih dalam untuk berita horor, misteri, dan mitos gitu secara sama-sama agar saat kita menampilkan atau meng-*upload* konten yang sudah jelas dan bisa memberikan informasi seputar berita tersebut<sup>72</sup>.”

Dari Jawaban Daffa Sulistiawan selaku *staff konten kreator* mengenai *struktural* yang digunakan, peneliti menyimpulkan bahwa konte inti yang diunggah merupakan hasil diskusi dari *owner* yang juga selaku *konten kreator*. Menurutnya, berita misteri, horor maupun mitos memiliki pandangan yang berbeda. Diskusi yang dimaksud meliputi pengeditan konten dan penulisan konten seperti beberapa gambar postingan berikut:

---

<sup>71</sup> Wawancara Agung Budi Prasetyo Key Informan, Owner & Konten Kreator, (Selasa, 15 Juli 2024).

<sup>72</sup> Wawancara Informat I *Staff konten creator* Daffa Sulistiawan, (15 Juli 2024).

a. Konten mitos dalam negeri



**Gambar 4. 6 Konten Mitos Instagram @wowcreepy\_id**

Sumber: akun Instagram @wowcreepy\_id

- 1) Tema : Mitos sebuah lorong kecil
- 2) *Setting* : Goa Safarwadi termasuk dari lokasi wisata ziarah makam Syekh Abdul Muhyi. Pamijahan, Tasikmalaya, Jawa barat.

Terdapat beberapa cabang dan mulut goa Safarwadi. Konon mulut-mulut ini menjadi lorong bagi para wali untuk menuju Banten, Cirebon, Surabaya, Bahkan hingga Makkah. Bagi para pengunjung, keberadaan mitos pada lorong goa yang menuju Makkah ini menjadi daya tarik tersendiri. Akhirnya banyak pengunjung yang masuk ke lorong goa tersebut karena rasa penasaran ingin mengetahui apakah mitos itu benar atau tidak.

Akan tetapi, pihak pengelola memutuskan untuk menutup lorong menuju Makkah tersebut. Dengan tujuan untuk menghindari terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan, karena konon dulu terdapat pengunjung yang nekat masuk ke lorong Makkah tersebut, namun orang tersebut menghilang dan tidak pernah kembali lagi. Tetapi baru-baru ini ramai di media sosial, ada sekelompok orang yang berdoa didalam goa tersebut dengan mengucapkan kalimat *Tabligh*.

Goa ini juga memiliki sumber mata air yang jernih, yang disebut dengan air mata kahuripan. Air mata kahuripan ini dulunya merupakan tempat *Syeikh* Abdul Muhyi untuk berwudhu dan untuk mengambil air untuk diminum. Selain itu, ditempat ini terdapat misteri batu goa yang

bisa mengeluarkan air seperti air *zam-zam*<sup>73</sup>.

b. Konten misteri luar negeri



**Gambar 4. 7 Konten Misteri Instagram @wowcreepy\_id**

Sumber akun Instagram @wowcreepy\_id

- 1) Tema : Hilangnya seorang gadis berusia 19 tahun
- 2) *Setting* : Amerika Serikat tahun 1988

Tara Calico adalah seorang gadis yang berusia 19 tahun asal Amerika Serikat yang menghilang secara misterius dan tidak pernah ditemukan sampai sekarang. Satu-satunya petunjuk yang ditemukan adalah sebuah photo paraloid yang misterius.

Kejadian itu terjadi pada 20 September 1988. Pagi itu, Tara meminta izin kepada ibunya untuk keluar bersepeda disekitar rumahnya di Bale, New Mexico, AS. Tara dan ibunya sering bersepeda bersama dirute yang sama setiap kalinya.

Tapi hari itu sang ibu memutuskan untuk tidak ikut dan membiarkan anaknya pergi sendiri karena Tara berencana untuk bermain tenis bersama pacarnya sehabis bersepeda. Tara sempat bercanda pada sang ibu dengan mengatakan untuk mencarinya kalau pada siang hari ia belum juga pulang. Siapa sangka itu menjadi kenyataan, Hari itu adalah hari terakhir Tara terlihat.

Sang ibu yang panik karena Tara tak kunjung pulang akhirnya pergi menelusuri rute bersepeda mereka yang biasa dan tidak menemui keberadaanya disana. Kedua orang tua Tara kemudian melaporkan

<sup>73</sup> “Mitos sebuah Lorong kecil” Diakses pada 15 juli 2024,  
<https://www.instagram.com/p/C7VpO8Hycny/?igsh=ejA2Z3RvOWE2cW90>

hilangnya anak mereka itu kepada kepolisian setempat.

Saat melakukan pencarian, polisi hanya berhasil menemukan *walkman* milik Tara dalam keadaan yang sudah rusak. Hal ini membuat ibu Tara yakin bahwa sesuatu telah terjadi pada anaknya.

Beberapa saksi juga mengatakan bahwa mereka sempat melihat ada sebuah truk besar yang melaju didekat Tara bersepeda, namun tidak ada yang tahu apa yang terjadi pada Tara selanjutnya. Polisi sempat berspekulasi bahwa Tara telah kabur dari rumahnya.

15 Juli 1989, sekitar 1 tahun setelah hilangnya Tara, sebuah photo *polaroid* ditemukan ditempat parkir sebuah pusat pembelanjaan di Port St. Joe, Florida yang terletak 1.500 *mil* dari lokasi Tara menghilang.

Dalam photo *polaroid* itu terlihat seorang gadis dan anak laki-laki dengan tangan terikat dan mulut yang tertutup lakban. Kabar itupun akhirnya sampai ke telinga ibu Tara yang kemudian sangat yakin bahwa gadis yang berada didalam photo *polaroid* misterius itu adalah anaknya.

Tahun demi tahun berlalu, setelah berbagai cara dan pencarian yang dilakukan, Tara tidak kunjung dapat ditemukan. Bahkan kabar menghilangnya Tara sempat masuk kedalam beberapa acara siaran TV seperti *Oprah Winfrey Show* dan *Unsolved Mysteries*. Beberapa dugaan sempat muncul seperti Tara diculik dan dibunuh *psikopat*, atau bahkan Tara sebenarnya melarikan diri bersama temannya, tapi tidak pernah ada yang bisa membuktikannya.

Hingga akhirnya Ayah Tara meninggal dunia pada tahun 2002 disuasi dengan ibunya pada tahun 2006. Naasnya, mereka tidak pernah tahu tentang keberadaan anaknya bahkan sampai akhir hayat mereka. Sampai hari ini, kasus hilangnya Tara masih menjadi sebuah misteri<sup>74</sup>.

Dari beberapa contoh konten dari hasil wawancara peneliti menyimpulkan, @wowcreepy\_id dalam pengunggahan kontennya di Instagram selalu menggunakan visual dan headline pada setiap kontennya serta memberikan berita dan cerita kronologis dari suatu kejadian-kejadian tersebut pada bagian slide-slide berikutnya dan pada bagian status pada postingan tersebut.

Melalui struktural dalam pembuatan konten di Instagram @wowcreepy\_id juga selalu memikirkan kalimat yang akan disampaikan konten kreator terutama selain memberikan informasi terhadap pemberitaan. Pentingnya juga

---

<sup>74</sup> “Hilangnya seorang gadis berusia 19 tahun di AS”, Diakses pada tanggal 15 Juli 2024. <https://www.instagram.com/p/C7imyj7Sg3u/?igsh=ODlsbzJ1aXM5enRq>.

bagaimana konten kreator menyampaikan pesan yang akan disampaikan yang mengandung pesan moral sebagaimana berikut:

“Untuk pesan moralnya disetiap konten yang kita unggah tujuannya memang untuk menginformasikan kejadian mitos, mistis dan horor seperti itu bahwa kejadian seperti itu tuh ada. Karena saya sebagai konten kreator yang jelas dalam pembuatan konten seperti itu untuk memberikan informasi kepada pengikut dan pengguna Instagram lainnya<sup>75</sup>.”

Dari jawaban Agung Budi Prasetyo sebagai konten kreator, peneliti menyimpulkan tujuan utama dari setiap konten yang diunggah adalah untuk memberikan informasi mengenai kejadian mitos, mistis, dan horor. Melalui konten ini, kreator ingin menunjukkan bahwa kejadian-kejadian memang ada dan dapat menjadi pengalaman manusia. Informasi ini disampaikan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan kepada para pengikut khususnya dan pengguna Instagram lainnya, sehingga mereka lebih memahami dan mungkin menghargai fenomena-fenomena tersebut.

Ketertarikan seseorang terhadap konten sangat beragam, maka itu konteks dalam penggunaan bahasa diperlukan sebagai karakter atau ciri khas dari sebuah akun Instagram. Penggunaan bahasa, kalimat dan gaya pada konten juga perlu diperhatikan untuk memberikan kesan baik pada pengikutnya. Agung Budi Prasetyo menyatakan sebagai berikut:

“Sebenarnya kita disini selalu menerapkan pada setiap konten yang kita tayangkan dengan kemasan bahasa yang sedikit nyeleneh gitu sih. Penggunaan bahasa remaja masa kini yang sering kita gunakan untuk menyusun *caption* atau buat *headline* berita, biasanya tuh kita adaptasi terus dengan bahasa-bahasa yang lagi ramai di media sosial yang selalu *update*. Semisal, ”ga bahaya ta”, “matamu co”. Memang bahasa gitukan populer bagi masyarakat pulau jawa khususnya orang yang suku jawa. Kalau bahasa-bahasa remaja Jakarta biasanya kita pakainya, “gimana derr” atau “gimana guys<sup>76</sup>”.

Dalam jawaban tersebut Agung Budi Prasetyo menjelaskan bahwa meskipun penggunaan bahasa selalu terkait dengan *tren* media sosial yang sedang trending, ia tetap terkait dengan konten yang diunggah. Menurutnya, bahasa non-formal yang digunakan bertujuan untuk menarik perhatian khalayak

---

<sup>75</sup> Wawancara Agung Budi Prasetyo Key Informan, Owner & Konten Kreator, (Selasa, 15 Juli 2024).

<sup>76</sup> Wawancara Agung Budi Prasetyo Key Informan, Owner & Konten Kreator, (Selasa, 15 Juli 2024).

@wowcreepy\_id, karena berdasarkan data pengikutnya terdiri dari sebagian besar orang dengan usia antara 18-24 tahun yang dikategorikan sebagai masa remaja kini.

Daffa Sulistiawan juga menjelaskan terkait penggunaan bahasa dalam setiap konten yang diunggah sebagai berikut:

”Biasanya dalam penggunaan bahasa saya lihat perkemabangan yang ada media sosial yang sedang ramai digunakana oleh *netizen* atau warganet<sup>77</sup>.”

Dalam wawancara tersebut, Agung Budi Prasetyo dan Daffa Sulistiawan menjelaskan bahwa penggunaan bahasa di akun @wowcreepy\_id selalu disesuaikan dengan *tren* media sosial masa terkini untuk menarik perhatian *audiens* terutama pengikutnya. Bahasa yang digunakan cenderung non-formal dan mengikuti gaya remaja masa kini, seperti frasa “*ga bahaya ta*” dan “*matamu co*”. Penggunaan bahasa ini bertujuan untuk membuat konten yang diunggah lebih relevan dan menarik bagi pengikutnya, yang sebaagian besar 18-24 tahun.

Fitur Instagram yang digunakan untuk berinteraksi dengan pengikutnya juga sangat dibutuhkan karena dalam merespons pengikutnya pasti konten kreator dan para pengikutnya menggunakan fitur Instagram sebagaimana pernyataan berikut:

“Untuk menggunakan fitur DM dan komentar. Selain itu juga untuk instant story kita untuk saat ini sedang aktif-aktifnya karena tujuan nya kita untuk menjaga hubungan kita dan pengikut itu lebih interaktif lagi<sup>78</sup>.”

@wowcreepy\_id juga berupaya menjaga konsistensi dalam penjadwalan dan frekuensi tayangan konten mereka. Dengan merilis konten secara teratur dan konsisten, mereka dapat membangun kehadiran yang kuat di Instagram dan menjaga minat pengikut mereka tetap terjaga. Selama proses berinteraksi dengan pengikutnya, @wowcreepy\_id juga berupaya untuk mendengarkan tanggapan dan umpan balik yang mereka terima. Mereka berusaha memahami apa yang diinginkan oleh pengikut mereka dan beradaptasi dengan kebutuhan tersebut. Dalam hal ini, mereka memanfaatkan fitur komentar dan pesan langsung di Instagram untuk berinteraksi langsung dengan pengikut mereka, sehingga dapat membangun ikatan yang lebih kuat.

---

<sup>77</sup> Wawancara Informat I *Staff konten creator* Daffa Sulistiawan, (15 Juli 2024).

<sup>78</sup> Wawancara Informat I *Staff konten creator* Daffa Sulistiawan, (15 Juli 2024).

Selain itu, Agung Budi Prasetyo menyatakan dukungannya melalui kritik dan rekomendasi khalayak untuk akun @wowcreepy\_id. Karena kritik yang diberikan bertujuan untuk membangun dan bermanfaat. Sebagai contoh, Agung Budi Prasetyo menjelaskan bagaimana dia menghadapi kritik dari pengikutnya.

Salah satu untuk mempertimbangkan perasaan pengikutnya untuk menentukan apakah konten mereka diterima atau tidak oleh khalayak. Selain itu, komunikasi yang berlangsung dapat mencakup kritik dan saran dari khalayak yang melihat konten @wowcreepy\_id. Oleh karena itu, Akbar, pemilik dan kreator konten, menjelaskan cara berinteraksi dengan khalayak atau pengikut @wowcreepy\_id.

“Kita selalu membuka DM atau pesan untuk pengikut kita di sini agar mereka dapat berbagi pengalaman mereka tentang peristiwa misterius yang mereka alami. Jika kita percaya bahwa cerita yang dibagikan pengikut kita benar dan unik, biasanya kita tampilkan untuk menjadi konten kita. Banyak video penampakan hantu yang diposting oleh pengikut kita. Selain DM seperti itu, wowcreepy juga membuka pesan kepada pengikut kita, seperti ketika pengikut kita meminta postingan atau konten apa yang ingin kita tayangkan di masa depan. Ini karena banyak pengikut kita yang selalu meminta untuk mengupload konten yang penuh misteri yang ada di Indonesia<sup>79</sup>.”

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa akun @wowcreepy\_id selalu membuka DM (direct message) untuk memungkinkan khalayak berbagi pengalaman mereka dengan peristiwa misterius hingga menerima permintaan dari khalayak tentang konten yang akan diunggah selanjutnya. Akbar menjelaskan bahwa selain berbagi informasi dan menerima permintaan khalayak, akun @wowcreepy\_id juga menerima kritik dan saran, yang menunjukkan bahwa mereka mendengarkan khalayak sebagai bentuk feedback, seperti pernyataan berikut:

“Jelas kita disini sangat menerima kritik dan saran dari pengikut kita, karna hal seperti itu akan menjadikan kita terus menjadi yang terbaik buat para pengikut kita. Karna kita bisa sebesar ini kan berkat mereka si pengikut kita. Kalau contoh-contoh kritik dan saran yaa biasanya kita banyak dari komentar dan pesan di DM (*Direct Message*) biasanya pengikut kita akan memberikan komentar atau pesannya semisal kita mengupload konten yang tidak sesuai fakta yang mereka ketahui, terkadang kita juga akan membalasnya dengan mengajak para pengikut

---

<sup>79</sup> Wawancara Agung Budi Prasetyo Key Informan, Owner & Konten Kreator, (Selasa, 15 Juli 2024).

kita yang lain untuk berdiskusi di kolom komentar seputar berita yang kita upload untuk mengetahui beberapa fakta yang tidak kita ketahui<sup>80</sup>.”

Selain Agung Budi Prasetyo, Daffa Sulistiawan juga memiliki hak untuk berinteraksi dengan pengikutnya karena ini merupakan salah satu cara kreator konten @wowcreepy\_id dapat merespon hingga mendengarkan apa yang diinginkan pengikutnya. Ade Putra menjelaskan bagaimana respons terjadi sebagai berikut:

“Mayoritas respons yang kami terima berasal dari like, komentar, dan share. Selain itu, isi komentar yang diberikan pengikut kita selalu berkaitan dengan konten yang kita upload. Selain itu, pengikut kita sering membagikan ulang postingan kita di Instagram story atau cerita mereka dengan menyebutkan akun kita, dan kita biasanya repost atau mengupload kembali cerita mereka ke halaman Instagram story kita<sup>81</sup>.”

Menurut Daffa Sulistiawan, @wowcreepy\_id tidak hanya menerima like dan komentar, tetapi pengikutnya juga dapat membagikan konten ke DM pribadi hingga instastory, yang kemudian diulang oleh @wowcreepy\_id. Pengikut biasanya mengungkapkan keresahan dan kekhawatiran mereka tentang konten yang diunggah. Daffa Sulistiawan juga menjelaskan bahwa ada sejumlah pihak yang tidak menanggapi konten kreator.

“Komentar berisi hujatan tanpa memberi solusi atau informasi biasanya yang kita tidak respon, tidak ada pentingnya juga untuk merespon komentar yang seperti itu kalau menurut saya<sup>82</sup>”.

Dari hasil wawancara terhadap dua informan pada @wowcreepy\_id peneliti menyimpulkan, akun @wowcreepy\_id menunjukkan keterlibatan yang tinggi terhadap pengikutnya. Mendengar masukan mereka, dan menyesuaikan konten berdasarkan permintaan serta umpan balik dari pengikutnya.

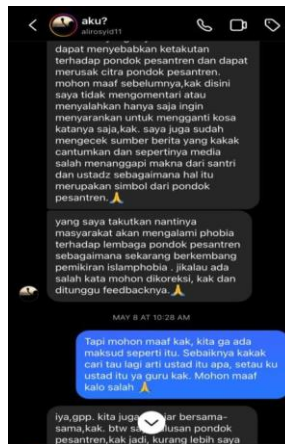
Salah satu upaya untuk mendengarkan pengikutnya adalah membuka *fitur* DM (*direct message*) untuk siapapun yang ingin memberikan kritiknya terhadap konten yang diinginkan, hingga membenarkan suatu kejadian terhadap yang telah diunggah hingga meminta izin jika ingin melakukan *reupload* konten yang berasal dari pribadi.

---

<sup>80</sup> Wawancara Agung Budi Prasetyo Key Informan, Owner & Konten Kreator, (Selasa, 15 Juli 2024).

<sup>81</sup> Wawancara Informat I *Staff konten creator* Daffa Sulistiawan, (15 Juli 2024).

<sup>82</sup> Wawancara Informat I *Staff konten creator* Daffa Sulistiawan, (15 Juli 2024).

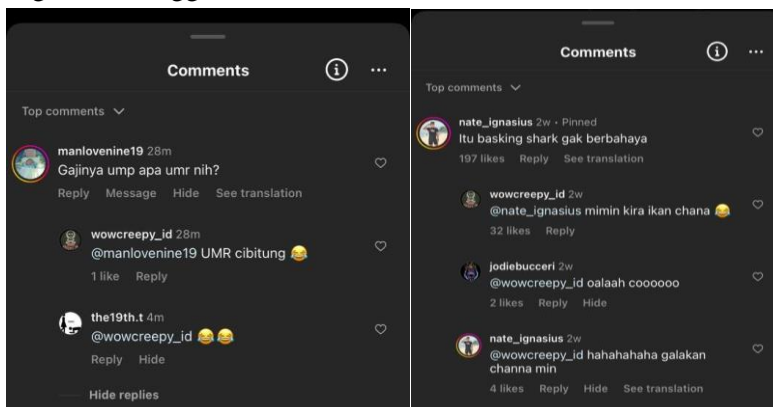


**Gambar 4. 8 Berupa kritik dan saran**

Sumber: Dokumen @wowcreepy\_id

Gambar 4.8 merupakan contoh kritik dan saran mengenai opini terhadap konten yang telah diunggah oleh @wowcreepy\_id. Dalam percakapan tersebut, pengikut memberikan saran berupa perubahan konteks yang ada pada caption disalah satu konten yang diunggah. Dengan begitu, konten kreator memberikan penjelasan yang juga berdasarkan opini ataupun pemahaman yang dimiliki dengan sopan. Sehingga jika dilihat dari percakapan tersebut, tidak ada pihak yang merasa dirugikan maupun merasa terintimidasi.

Tak hanya memanfaatkan DM untuk berkomunikasi dengan pengikut, konten kreator @wowcreepy\_id juga seringkali memberikan balasan komentar dari pengikut yang bertanya maupun sekedar memberikan tanggapan pada konten yang telah diunggah.



**Gambar 4. 9 Pemanfaatan kolom komentar**

Sumber: Dokumen @wowcreepy\_id

Pada gambar yang tertera di 4.9 terlihat konten kreator @wowcreepy\_id melakukan komunikasi dengan pengikutnya. Upaya ini merupakan cara bagaimana konten kreator melakukan pendekatan dengan pengikutnya.

Konten kreator @wowcreepy\_id menyadari bahwa akun instagram tersebut hadir karena adanya pengikut yang juga memiliki kesukaan pada hiburan maupun informasi segementasi horror dan misteri. Sehingga, konten kreator merasa perlu berdekatan dengan pengikut sebagai bentuk respon untuk berterima kasih telah menjadi pengikutnya.

Selain bagaimana konten kreator dalam menarasikan kontennya di Instagram, ada beberapa kendala yang dialami kreator @wowcreepy\_id pemahaman dari segi bahasa yang digunakan dalam pencarian konteks dari konten luar negeri, dan peraturan-peraturan yang Instagram atur dari setiap pengunggahan sebagai mana pernyataan Agung Budi Prasetyo sebagai berikut:

“Dalam kendala pengunggahan pada konten misteri itu kita kendala di pencarian tentang berita misteri yang dari luar negeri, karena dari transliters dan literasi segi bahasa dan pemahaman untuk pengikut kita disini dan juga dari segi peraturan-peraturan dari instagram<sup>83</sup>.”

Peneliti juga menanyakan alasannya terkait mengapa @wowcreepy\_id ini, menggunakan media sosial Instagram yang kemudia di jelaskan oleh Agung Budi Prasetyo:

“Untuk alasan dalam menggunakan Intagram, @wowcreepy\_id karena untuk saat itu tahun tersebut sedang ramai-ramainya instagram ini, juga kita melihat para pengguna sosial media banyak yang menggunakannya, bahkan tidak hanya di indonesia instagram sendiri populer di seluruh dunia<sup>84</sup>.”

Secara keseluruhan peneliti menyimpulkan dari beberapa hasil pertanyaan wawancara yang dilakukan, @wowcreepy\_id berusaha untuk menyajikan konten yang menarik dan relevan. Dengan *genre* misteri, horror, dan mitos. Dalam hal ini @wowcreepy\_id sambil berinteraksi secara aktif dengan pengikutnya untuk memastikan bahwa konten yang diunggah sesuai dengan ekspetasi dan kebutuhan mereka.

Agar memperkuat pernyataan yang telah disampaikan oleh Agung Budi Prasetyo dan Daffa Sulistiawan selaku staff konten creator, peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa pengikut akun @wowcreepy\_id

---

<sup>83</sup> Wawancara Agung Budi Prasetyo Key Informan, Owner & Konten Kreator, (Selasa, 15 Juli 2024).

<sup>84</sup> Wawancara Agung Budi Prasetyo Key Informan, Owner & Konten Kreator, (Selasa, 15 Juli 2024).

dengan beberapa pertanyaan terkait akun @wowcreepy\_id.

“Sebagai pengikut akun @wowcreepy\_id, saya menemukan bahwa cerita mistik yang dibangun oleh akun ini tidak hanya menarik tetapi juga menghibur. Akun ini sering berbagi cerita seram, hantu, dan peristiwa misterius yang menarik. Seringkali, gambar dan video yang diunggah memiliki efek visual dan suara yang menambah kesan mengerikan. Narasi yang disampaikan biasanya penuh dengan detail, yang membuatnya terasa seperti kehidupan nyata dan membuat saya ingin terus mendengarnya. Akun ini juga tampaknya berusaha menyajikan berbagai cerita mistis dari berbagai budaya lokal dan internasional, yang menambah wawasan saya tentang berbagai kepercayaan dan tradisi mistik di berbagai tempat. Sebagai pengikut, saya merasa akun ini berhasil menciptakan suasana mistis yang konsisten dan menarik, yang membuat saya merasa terlibat dalam setiap cerita yang dibagikan<sup>85</sup>.”

Selain itu, salah seorang pengikut juga memberikan pernyataannya tentang pertanyaan yang diberikan peneliti, sebagai berikut:

“Sebagai pengikut akun @wowcreepy\_id yang beragama Islam, saya merasa cerita mistik yang dibangun oleh akun ini sangat menarik dan menghibur. Meskipun kontennya sering berhubungan dengan cerita seram, hantu, dan pengalaman misterius, saya selalu mengimbangkannya dengan keyakinan agama saya. Gambar dan video seringkali memiliki efek visual dan suara yang menambah kesan mengerikan, namun saya melihatnya sebagai hiburan semata<sup>86</sup>.”

Akun @wowcreepy\_id membuat cerita mistik yang menarik dan menarik pengikutnya, termasuk pengikut Muslim. Detail, efek suara dan visual, dan perbedaan budaya dalam cerita menambah daya tarik akun ini. Ini menunjukkan bahwa @wowcreepy\_id memiliki kemampuan untuk menyediakan konten mistik yang bukan hanya menghibur tetapi juga informatif, memberikan pengikutnya pengalaman yang mendalam dan berkesan. Meskipun demikian, pengikut Muslim harus menyeimbangkan konten tersebut dengan keyakinan agama mereka. Mereka tidak melihatnya sebagai hiburan semata-mata.

Ketertarikan seorang muslim dalam pembuatan konten @wowcreepy\_id yang mereka tampilkan dalam unggahan nya mendapat respon yang baik dari pengikutnya yang muslim khususnya, hal sebagaimana pernyataannya sebagai berikut:

---

<sup>85</sup> Wawancara Pengikut @wowcreepy\_id, Adriyan Putra Ramadhan (16 Juli 2024).

<sup>86</sup> Wawancara Pengikut @wowcreepy\_id, Dimas Egi saputra (16 Juli 2024).

“Sebagai seorang pengikut akun @wowcreepy\_id yang beragama Islam, saya merasa bahwa konten yang disajikan oleh akun ini sangat menarik dan mendalam. Cerita-cerita mistis yang diunggah tidak hanya sekedar menakut-nakuti, tetapi juga seringkali mengandung pesan moral yang bisa diambil hikmahnya<sup>87</sup>.”

Dari pernyataan Dimas Egi Saputra sebagai seorang pengikut akun tersebut, menambahkan pernyataannya sebagai berikut:

“Meskipun demikian, saya juga menyadari bahwa tidak semua cerita cocok dengan ajaran Islam, terutama yang berkaitan dengan takhayul dan keyakinan yang bertentangan dengan tauhid. Namun, selama kita bisa menyaring dan mengambil nilai-nilai positif dari cerita-cerita tersebut, saya rasa akun ini bisa menjadi salah satu sumber hiburan yang bermanfaat<sup>88</sup>.”

Selain itu dari Kahfi Fauzi juga memberikan pernyataannya terkait ketertarikannya mengikuti akun @wowcreepy\_id karena dari aktifnya akun tersebut berinteraksi dengan pengikutnya sebagai berikut:

“Saya juga melihat bahwa komunitas pengikut akun ini sangat aktif dalam berdiskusi dan berbagi pengalaman. Ini memberikan ruang bagi kami untuk saling mengingatkan dan memperkuat iman, serta belajar dari pengalaman mistis orang lain yang mungkin memiliki hikmah di baliknya. Akhirnya, penting bagi kita sebagai pengikut untuk tetap kritis dan bijaksana dalam menyikapi setiap konten yang disajikan<sup>89</sup>.”

Dari beberapa pernyataan terkait ketertarikannya beberapa menyimpulkan pernyataan sebagai seorang pengikut akun @wowcreepy\_id yang beragama Islam, peneliti menemukan bahwa konten yang disajikan menarik dan sering kali menyampaikan pesan moral yang bermanfaat. Meskipun beberapa cerita mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan ajaran Islam, dengan sikap kritis dan bijaksana, kita bisa mengambil nilai-nilai positif dari konten tersebut. Komunitas pengikut akun ini juga memberikan ruang untuk berdiskusi dan memperkuat iman, menjadikannya sumber hiburan yang sekaligus bermanfaat.

Setelah melakukan wawancara terkait bagaimana narasi pengikut muslim dalam menarasikan konten yang diunggah aku @wowcreepy\_id, peneliti melakukan wawancara terkait alasan seorang pengikut menggunakan sosial media Instagram dan alasannya mengikuti akun @wowcreepy\_id di Instagram.

”Akun @wowcreepy\_id memiliki komunitas pengikut yang aktif berdiskusi. Saya menikmati membaca komentar dan berbagi pandangan serta pengalaman pribadi dengan sesama pengikut dan alasan saya

---

<sup>87</sup> Wawancara Pengikut Akun @wowcreepy\_id, Dimas Egi Saputra.

<sup>88</sup> Wawancara Pengikut Akun @wowcreepy\_id, Adriyan Putra Ramadhan.

<sup>89</sup> Wawancara Pengikut Akun @wowcreepy\_id, Kahfi Fauzi.

menggunakan sosial media karena Instagram memiliki basis pengguna yang besar dan beragam, memungkinkan saya untuk terhubung dengan orang-orang dari berbagai latar belakang yang memiliki minat yang sama terhadap konten mistis<sup>90</sup>."

Selain itu Adriyan Putra juga memberikan alasan mengikuti @wowcreepy\_id sebagai berikut:

"Saya mengikuti akun @wowcreepy\_id karena saya sangat tertarik dengan cerita-cerita mistis dan horor. Akun ini menyediakan konten yang menarik dan mendebarkan yang selalu membuat saya penasaran, alasan saya menggunakan sosial media Instagram adalah platform yang sangat visual, sehingga konten seperti gambar dan video cerita mistis lebih mudah dinikmati dan dipahami<sup>91</sup>."

Dimas Egi juga memberikan pernyataannya terkait mengapa mengikuti akun @wowcreepy\_id serta alasannya menggunakan media sosial media Instagram:

"Cerita-cerita yang dibagikan sering kali mengandung pesan moral yang mendalam. Sebagai seorang muslim, saya menemukan bahwa beberapa kisah ini mengingatkan saya untuk selalu berbuat baik dan menghindari perbuatan buruk. alasan saya menggunakan sosial media Instagram karena Instagram memiliki Fitur-fitur interaktif seperti komentar, likes, dan stories membuat saya merasa lebih terlibat dengan konten dan komunitas yang ada<sup>92</sup>."

Selain itu, Instagram sebagai platform sosial media sangat mendukung pengalaman ini dengan basis pengguna yang besar dan beragam, memungkinkan interaksi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang yang memiliki minat yang sama. Fitur-fitur interaktif Instagram, seperti komentar, likes, dan stories, memperkaya pengalaman dengan memungkinkan pengguna terlibat lebih dalam dengan konten dan komunitas yang ada. Keunggulan Instagram dalam menyajikan konten visual juga membuat cerita-cerita mistis lebih mudah dinikmati dan dipahami, menambah daya tarik platform ini bagi para penggemar kisah-kisah seram dan mistis.

## 2. Pembahasan

Setelah melakukan wawancara mendalam dan observasi kepada objek penelitian, peneliti akan menguraikan pada pembahasan mengenai masalah penelitian. Sebagai berikut:

---

<sup>90</sup> Wawancara Pengikut Akun @wowcreepy\_id, Kahfi Fauzi. (16 Juli 2024).

<sup>91</sup> Wawancara Pengikut Akun @wowcreepy\_id, Adriyan Putra. (16 Juli 2024).

<sup>92</sup> Wawancara Pengikut Akun @wowcreepy\_id, Dimas Egi Saputra (16 Juli 2024).

Akun @wowcreepy\_id menyajikan narasi horor yang menarik dengan visual yang mendukung dan bahasa yang mudah dipahami. Akun ini memiliki struktur konten yang jelas, dimulai dari judul yang provokatif hingga ajakan untuk berinteraksi. Setiap cerita disusun secara sistematis, dengan kalimat pendahuluan yang menarik, isi yang informatif, dan penutup yang menggugah pemikiran, setiap cerita disajikan secara detail dan mengandung unsur misteri yang membuat pembaca penasaran.

Dalam pengunggahan kontennya @wowcreepy\_id memadukan element visual seperti, gambar-gambar disetiap *slide*-nya dan video yang menyeramkan dengan menyertakan kalimat narasi yang mendalam pada setiap *slide* nya, juga disertakan dengan *background* yang menyeramkan sehingga akun ini berhasil menciptakan atmosfer horor yang memikat. Setiap cerita, yang disajikan secara kronologis dan detail, selalu diakhiri dengan sebuah misteri yang belum terpecahkan. Penggunaan bahasa sehari-hari membuat konten ini mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda.

Karakter-karakter seperti, kesaksian para narasumber, tokoh-tokoh misterius seperti kisah mythology yang seringkali muncul dalam unggahan akun @wowcreepy\_id, adalah sosok yang identitasnya tidak jelas seperti memiliki kemampuan supranatural dan karakter seperti penampakan makhluk ghaib. Selain karakter yang beragam, settingnya bervariasi mulai dari lokasi wisata ziarah, Lokasi angker seperti rumah tua, hutan belantara, atau bangunan bersejarah yang terbengkalai. Selain setting pada tempat biasanya akun @wowcreepy\_id melihat pada waktunya, suasana gelap dan misterius seperti pencahayaan yang remang-remang, suasana yang sunyi atau waktu malam, karena banyaknya cerita horror terjadi pada malam hari, saat suasana lebih tenang dan mistis. Sebelum mengunggah kontennya selalu melihat pada kronologis kejadiannya yang valid.

Tema utama dalam konten mistik akun @wowcreepy\_id meliputi misteri, horror, dan berita miteri yang belum terungkap kebenarannya. Setiap unggahan yang di upload @wowcreepy\_id tidak hanya bertujuan untuk menghibur atau memenuhi kebutuhan informasi misteri untuk berkhayal namun juga bertujuan untuk menyampaikan pesan moral bagi pengikutnya. Akun @wowcreepy\_id juga memiliki kendala dalam pengunggahan dalam kontennya, beberapa kendala yang dihadapi biasanya adalah tantangan dalam memahami konteks berita misteri dari luar negeri, serta peraturan dari pihak Instagram.

Dari hasil wawancara dengan beberapa pengikut @wowcreepy\_id. Terungkap bahwa mereka merasa terhibur dan tertarik, dengan setiap konten mistik yang disajikan. Pengikut juga menghargai keterlibatan dan kepuasannya

atas aktifnya @wowcreepy\_id berinteraksi dengan mereka. Karena creator berusaha semaksimal mungkin mendengarkan umpan balik, kritik, dan saran dari pengikutnya, serta selalu memberikan ruang bagi pengikutnya untuk berbagi pengalaman mereka.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis mendalam terhadap akun @wowcreepy\_id serta wawancara yang telah dilakukan terhadap pengikutnya, penelitian ini mengungkap beberapa temuan utama.

1. Akun @wowcreepy\_id berhasil memikat perhatian pengikutnya dengan menyajikan konten mistis yang menarik dan menghibur. Meskipun mengandung unsur-unsur yang mungkin bertentangan dengan ajaran agama, konten ini lebih dipandang sebagai hiburan semata oleh sebagian besar pengikutnya yang beragama Muslim.
2. Pengikut akun @wowcreepy\_id memiliki beragam cara dalam menafsirkan dan menanggapi konten mistis yang diunggah akun tersebut. Sebagian besar menikmati konten sebagai bentuk hiburan, sementara sebagian lainnya tetap menjaga jarak dan kritis terhadap elemen-elemen yang dianggap bertentangan dengan nilai-nilai agama. Hal ini menunjukkan bahwa pengikut mampu mengelola asumsi konten mistis dengan bijak.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti kompleksitas interaksi antara konten mistis di media sosial dan pandangan keagamaan individu. Akun @wowcreepy\_id telah berhasil menciptakan ruang digital di mana pengikutnya dapat mengeksplorasi minat mereka terhadap hal-hal yang misterius, sambil tetap menjaga keseimbangan antara hiburan sebagai kebutuhan informasi dan nilai-nilai pribadi. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana menganalisis pesan mistis, khususnya generasi Muslim milenial dalam memahami narasi serta menarasikannya.

#### **B. Saran**

Memperhatikan butir-butir kesimpulan kegunaan hasil penelitian secara praktis, maka dapat peneliti sampaikan saran seperti dibawah ini. Berdasarkan hasil penelitian, penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran terhadap akun @wowcreepy\_id

Adapun saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan konten kreator untuk akun @wowcreepy\_id sebagai berikut:

- a. Diserfikasi tema, bertujuan untuk menjaga minat pengikut dan memperluas jangkauan pengguna Instagram lainnya.
- b. Peningkatan kualitas visual, akan membuat konten lebih menarik dan profesional
- c. Interaksi yang lebih mendalam, terhadap pengikut akan memperkuat hubungan dengan pengikut dan meningkatkan loyalitas.
- d. Edukasi dan informasi, akan memberikan nilai tambah bagi konten dan yang membuat akun kredibel.
- e. Etika dan bertanggung jawab, penting untuk menjaga reputasi akun dan menghindari dampak negative untuk pengikutnya.

## 2. Saran Teoritis

Dari penelitian ini, diharapkan hasil yang telah dikaji memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai analisis pesan mistik yang disampaikan konten kreator dalam menyampaikan pesan mistik terhadap pengikutnya di Instagram. Dalam hal ini, peneliti sudah berusaha memberikan gambaran yang sudah sesuai dengan judul peneliti agar dapat dipahami oleh pembaca.

## 3. Saran Praktis

- a. Kreator mampu memberikan hal baru ataupun improvisasi agar menjadi daya tarik bagi pengguna Instagram yang belum menjadi pengikut.
- b. Kreator diharapkan mampu memberikan perbedaan yang signifikan terhadap pembagian pembuatan konten terhadap setiap konten yang ditampilkan terhadap audiens atau pengikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Kutipan Jurnal Skripsi, Tesis dan Disertasi:

- Siahaan, Juanda Elisabeth Esselonia. “Komodifikasi Mistisisme di Media (Studi Kualitatif Mengenai Komodifikasi Televisi Tentang Mistisisme Pada Program Reality Show" Karma" di Stasiun Televisi Antv”. *Dissertasi: Universitas Sumatera Utara*, (2021).
- Hamna DM. Eksistensi “Eksistensi Jurnalisme Di Era Media Sosial.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Makassar* Vol 3, No 1 (2017).
- Fikhasari, A., dan Aji, G. G. “Peran Media Sosial Dalam Manajemen Media Online, (Studi Kasus Tirto.id)”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Hukum*. (2019).
- PUTRA, Gilang Permana, et al. “Komodifikasi Konten Mistis Pada Program Televisi Kisah Viral dalam Menghadapi Invasi Media Sosial.” *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, (2023): 55-65.
- Hutcheon, L. “A Theory of Adaption”, Routledge: *Jurnal Budaya dan Media*, London (2006).
- Nurul Azizah dan Sri Putri Rahayu Z. “Perempuan dalam Film Horor Indonesia dari Perspektif Psikologis,” *Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya* Vol.3 No.2, (2022).
- Rizka Putri Ayuning Lestari Fajar dan Triana Lestari. “Pengaruh Film Horor terhadap Perkembangan Kepribadian dan Emosional Anak,” *Jurnal Kajian Gender dan Anak* Vol. 5 No 1, (2021).
- Rachel Mohereisa Zahra. “Representasi Kisah Horor di Youtube (Analisis Semiotika Mitos Roland Barthes terhadap Konsep Kisah Horor Chanel Youtube “Kisah Pendaki,”) *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret*, (2022).
- Lavenia anstasya, “Konten Mistik Masih Problematik,” *REMOTIVI: Artikel Kajian Media dan Komunikasi*. (25 mei 2021): [Remotivi-Medium-Berganti,-Konten Mistik-Masih-Problematik](#).
- Data Pengguna Instagram di Indonesia,” (17 Januari 2024): <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-jutapengguna-instagram-pada-oktober-2024>.
- Pambayun Ellys Lestari, M Irsyad Agung N, dan M Ibtissam Han. “Analisis Persepsional Siswa Sekolah Dasar pada Konten Video Animasi Dakwah Nabi

Ibrahim,” *IQ (Ilmu Al-qur’an): Jurnal Pendidikan Islam* 4, no. 02 (4 November 2021): 139–53.

Sisworo. Catur Pamungkas. “Pesan Dakwah Dalam Tayangan “Menyingkap Tabir Misteri” Pada Channel Youtube Muhammad Faizar Official (Kajian Analisis Wacana Teun A. Van Dijk),” *Disertasi. UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri*, (2022).

Riyadi, A. P., & Tsuroyya, T. “KEPERCAYAAN MISTISME KONTEN YOUTUBE (ANALISIS RESEPSI MAHASISWA SURABAYA PADA KONTEN SARA WIJAYANTO).” *The Commercium Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7 No 1 (2023): 32-45.

Malik, M. A., Warsah, I., & Kamil, P. “PESAN DAKWAH SUNAN KALIJAGA: Analisis Konten Buku Mistik dan Makrifat karya Achmad Chodjim”. *Jurnal Bina'Al-Ummah*, 15 No 2, (2021): 115-144.

Agatha, Paksi. “Tanggapan Generasi Milenial pada Unsur Mistis di Konten Nerror Nessie Judge (Studi Analisis Resepsi Stuart Hall)”. *Dissertasi. Universitas Mercu Buana Jakarta*, (2020).

“Perbandingan Komunikasi Virtual dengan Kmunikasi Secara Langsung,” Kompasiana, diakses 6 Februari 2024, [Perbandingan//Komunikasi-Virtual dengan-Komunikasi-Secara-Langsung//Halaman all - Kompasiana.com](https://www.kompasiana.com/perbandingan-komunikasi-virtual-dengan-komunikasi-secara-langsung).

Aminuddin, “Media Dakwah”, *Jurnal Al-Munzir* vol 9, no. 2 (2016), 346.

Wibowo Adi, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital,” *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019), 345.

Laila Hayati. “Konsep Anak-anak Pengguna Media Sosial,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* Vol 6 No.2, (2018): 58–64.

Kurnia, Novi. “Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi,” *Mediator: Jurnal komunikasi* Vol 6 No.2 (2005): 291-296.

Irene Anggraini. “Sikap masyarakat Surabaya terhadap pesan mistik dalam program Acara Dua Dunia di Trans 7”. *Jurnal Ekomunikasi*, Vol 1No.1. (2013).

Muhammad Muzakir Ramadhan. Linking online: Interview online vs Interview Offline pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, (2022).

Arnild Augina Meskarisce, “Teknik Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat”. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*. Vol 12 (2020): 147-150.

## Kutipan Buku:

- Nasrullah dan Rulli. *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media: 2015.
- Iskandar, Suryati I, Liliyana. *Jurnalisme Dasar*. Depok: Rajawali Pers: 2022.
- Moch. Fakhruroji dan Iqbal Triadi, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017, 127.
- Danandjaja, J. *Folklor Indonesia, Ilmu Gosip, Dongeng, Dan lain-lain*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti. 2007.
- Safuan, Muhamad. Analisis Pesan Dakwah Husain Basyaiban pada akun TikTok @KadamSidik00. *Skripsi*. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas PTIQ Jakarta. 2023.
- Santoso, B. *Budaya Mistik di Era Digital*. Jakarta: Pusat Medika. 2019.
- Yusup, Pawit M. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2009, 338-339.
- Ramadani, F. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Opini Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2020.
- Poole Elizabeth dan J. Richardson. *Muslims and New Media*, London: I.B. Tauris&CO Ltd 6 Salem Road. 2006.
- Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2013, hlm. 1.
- Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media* Jakarta: Prenadamedia Group, 2013, hlm. 1-2.
- Eriyanto, *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media* Jakarta: Prenadamedia Group, 2013, hlm.9-11.
- Gill Braston and Roy Stafford, *The Media Student's Book*, London and New York: Routledge, 2003, 56-57.
- Braston dan Stafford, *The Media Student's Book*, London: Routledge, 2003, hlm.33.

- Ida Rachmah, *Metode Penelitian: Studi Media dan Kajian Budaya* Jakarta: Prenada Media Group, 2016, hlm. 147.
- Nurgiyantoro Burhan, *Teori Pengkajian Fiksi*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2017, hlm.33.
- Gora Radita, *Riset Kualitaitaif Public Relation*, Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019, hlm. 372.
- Danesi, M. *Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra. 2010.
- Pratista, H. *Memahami Film (edisi Kedua)*. Yogyakarta: Montase Press 2020.
- Putra, Abdul Azhar. Analisis Computer Mediated Communication Konten Memeislam.Id sebagai Media Dakwah di Kalangan Milenial. *Skripsi: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas PTIQ Jakarta. (2023).
- Eriyanto. *Analisis Naratif, Dasar-Dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita media*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Atmoko. Dwi. *Instagram Handbook: Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita. 2012.
- Musman, Asti. *Bahagia Ala Orang Jawa*. Yogyakarta: Pustaka Jawi. 2018.
- Abimanyu, Petir. *Ajaran-Ajaran Emas Ramayana: Mahabharata*. Jakarta Selatan: Suka Buku. 2014.
- Sahar saputra. *Metodologi penelitian kualitatif, kuantitatif dan tindakan*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Nazir, M. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2014.
- Pambayun, Ellys Lestari. *One Stop Qualitative Research Methodology in Communication*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia. 2013, 488.
- Wood, A.F. and Smith, M.J. *Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture. 2nd Edition*, Lawrence Erlbaum Associates, New York: Routledge, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertasi Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Rawamangun: Prenamedia Group, 2020.
- Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, Depok: Rajawali Pers, 2017, 145.

Masyuri dan M. Zainuddin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama, 2009, 2.

Nusa Putra, *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.

Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012, 72.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### TRANSKIP WAWANCARA WOWCREEPY\_ID

**NAMA** : AGUNG BUDI PRASETYO

**SEBAGAI** : OWNER KONTEN KREATOR

**WAKTU** : 15 JULI 2024

**TEMPAT** : KANTOR AGUNG BUDI PRASETYO

#### Key Informant

1. Bagaimana struktur cerita dalam konten misteri atau mistik yang diunggah oleh @wowcreepy\_id? Apakah ada pola tertentu yang selalu digunakan?
2. Karakter dan setting seperti apa yang paling sering muncul dalam konten misteri di akun tersebut?
3. Apa tema utama dalam konten mistik yang dibagikan oleh @wowcreepy\_id? Apakah ada pesan moral yang ingin disampaikan?
4. Bagaimana dalam penggunaan bahasa dan elemen visual dalam konten tersebut membantu menyampaikan cerita mistik?
5. Fitur Instagram apa saja yang paling sering anda gunakan @wowcreepy\_id untuk berinteraksi dengan pengikutnya (misalnya, Instagram storis, Live komentar, DLL)?
6. Adakah kendala pada editing konten misteri? Dan bagaimana mengatasinya?
7. Bagaimana cara konten creator merespon komentar atau masukan dari pengikut di @wowcreepy\_id?

8. Respon seperti apa saja yang paling umum ditunjukkan oleh pengikut?
9. Mengapa anda menggunakan media sosial Instagram?
10. Apakah ada sosial media lain yang digunakan @wowcreepy\_id?

## **LAMPIRAN**

### **TRANSKRIP WAWANCARA WOWCREEPY\_ID**

#### **PENGIKUT @WOWCREEPY\_ID**

**WAKTU : 16 JULI 2024**

1. Sejak kapan anda mengikuti akun @wowcreepy?
2. Apa alasan anda mengikuti akun tersebut?
3. Bagaimana narasi mistik yang dibangun oleh akun @wowcreepy\_id/
4. Mengapa anda tertarik terhadap konten misteri di akun @wowcreepy?
5. Bagaimana konten misteri dalam akun @wowcreepy\_id membangun opini anda sebagai muslim?
6. Narasi seperti apa yang biasanya anda sering tanggapi di akun tersebut?
7. Adakah postingan-postingan yang tidak anda sukai di akun @wowcreepy\_id?
8. Bagaimana anda merespons narasi dalam konten misteri di akun wowcreepy\_id?
9. Apakah anda mempercayai pesan mistik yang disampaikan oleh akun@wowcreepy\_id? Mengapa atau mengapa tidak?

10. Mengapa anda menggunakan sosial media Instagram? Dan apa alasannya?



**Dokumentasi wawancara *Key Informat*, Agung Budi Prasetyo  
(Kontent Kreator Akun @wowcreepy\_id)**

kantor @wowcreapy\_id management yang berlokasi di Perumahan Grand Pinang Parigi. Jalan Manunggal V, Pondok Aren, Tangerang Selatan, Banten.  
Tanggal 15 Juli 2024. Jam 13:30 WIB.



**Dokumentasi wawancara *Informat I*, Daffa Sulistiawan  
(Staff Kontent Kreator Akun @wowcreepy\_id)**



**Dokumentasi wawancara *Informat II*, Adriyan Putra Ramadhan  
(Followers @wowcreepy\_id)**



**Dokumentasi wawancara *Informat III*, Kahfi Fauzi  
(Followers @wowcreepy\_id)**



**Dokumentasi wawancara *Informat IV*, Dimas Egi Saputra  
(Followers @wowcreepy\_id)**



### **RIWAYAT HIDUP**

Nama Ahmad Ainun Fikri, lahir di Bangkalan pada hari dan tanggal, Selasa, 22 Juni 2002. Anak pertama dari satu bersaudara dari pasangan Bukhori Basri dan Kholilah. Penulis memulai pendidikannya di TK Nurul Falah pada tahun ajaran 2007-2008, lalu melanjutkan Sekolah Dasar MI Nurul Falah Pondok Aren Tangerang Selatan Banten, dan lulus pada tahun 2014. Penulis melanjutkan SMP dan SMA di Pondok Pesantren Mancengan Darussalam dari 2014-2020 di Madura Profinsi Jawa Timur. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan S1 di Universitas PTIQ Jakarta, Lebak Bulus, Jakarta Selata, Provinsi Jakarta. Dengan mengambil Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada tahun 2020. Pada semester akhir ini, penulis melaksanak KKM (Kuliah Khidmat Mahasiswa) di rusun Penjaringan, Provinsi Jakarta Utara dari bulan Juni -Agustus 2023 dan PPL (Praktek Pengalaman Lapangan) di Yayasan Bina Madani Ummat, Villa Pamulang Mas, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten dengan waktu 4 minggu pada Oktober 2023 hingga tugas akhirnya menyusun Skripsi ini dengan judul “Analisis Pesan Mistik Akun @wowcreepy\_id Terhadap Followers Muslim di Instagram”, pada tahun 2024.

*“Kebaikan Satu-satunya Adalah Pengetahuan dan Kejahatan Satu-satunya  
Adalah Kebodohan”.*

*(Socrates)*