

**PENGARUH *CHANNEL YOUTUBE* HOROR “SARA
WIJAYANTO” TERHADAP SIKAP PENONTON
AKAN HAL-HAL MISTIS**

SKRIPSI

OLEH:

**ELSA FEBYTIA DINATA
16.853.0084**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 7/10/20


1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area


Access From (repository.uma.ac.id)7/10/20

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Channel Youtube* Horor “Sara Wijayanto”
Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis
Nama : Elsa Febytia Dinata
NPM : 168530084
Fakultas : Isipol


Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Rehia K. I Barus, S.Sos, M.I.Kom
Pembimbing I


Armansyah Matondang, S. Sos, M. Si
Pembimbing II




Dji Tiwi Kusmanto, M.A
Dekan


Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm
Ka. Prodi

Tanggal Lulus: 16 April 2020

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain telah ditulis sumbernya secara jelas sesuai norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 16 April 2020



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Elsa Febytia Dinata'.

Elsa Febytia Dinata

168530084

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elsa Febytia Dinata
NPM : 168530084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh *Channel Youtube* Horor “Sara Wijayanto” Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 16 April 2020

Yang Menyatakan,



Elsa Febytia Dinata

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah Pengaruh *Channel Youtube* Horor “Sara Wijayanto” Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis. Perubahan sikap penonton dilihat berdasarkan komponen sikap berupa kognitif, afektif dan konatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik penarikan sampel menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang dilakukan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan korelasi *product moment* dan uji determinan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (a) H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis, (b) nilai korelasi pengaruh *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis adalah 0,512 yang berarti pengaruh *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” adalah signifikan. (c) hasil uji determinan menunjukkan bahwa pengaruh *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis adalah sebesar 26%.

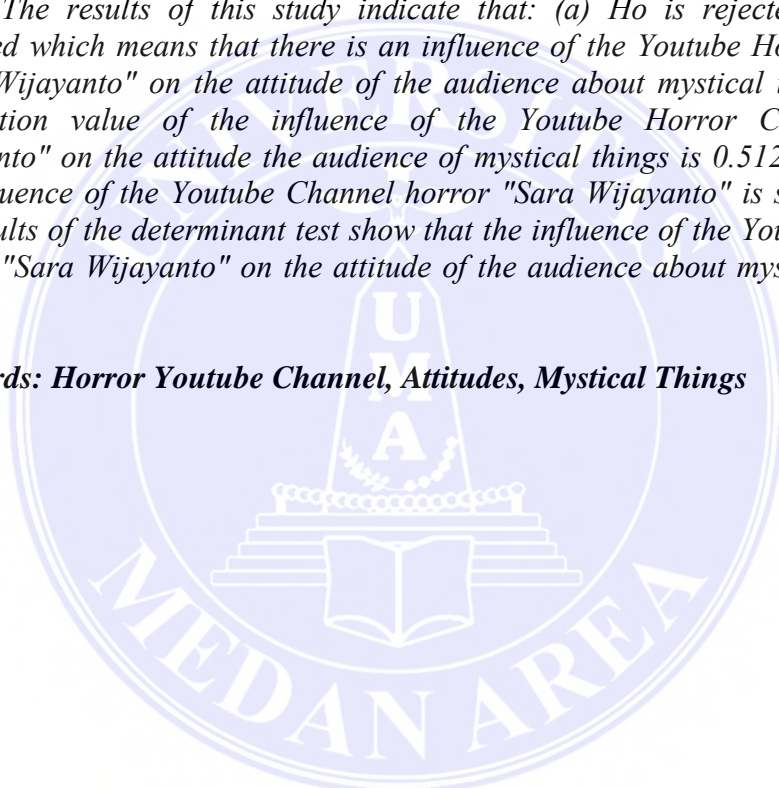
Kata Kunci : *Channel Youtube* Horor, Sikap, Hal-Hal Mistis

ABSTRACT

The title of this research is the Influence of the Horror Youtube Channel "Sara Wijayanto" Against Attitude Attitudes to Mystics. The purpose of this study was to determine the influence of the Youtube Horror Channel "Sara Wijayanto" on the attitude of the audience about mystical things. Changes in audience attitudes are seen based on the attitude components in the form of cognitive, affective and conative. The method used in this research is quantitative method. The sampling technique uses the Slovin formula, so as many as 100 respondents are obtained. The data analysis technique used to test hypotheses is to use product moment correlation and determinant tests.

The results of this study indicate that: (a) Ho is rejected and Ha is accepted which means that there is an influence of the Youtube Horror Channel "Sara Wijayanto" on the attitude of the audience about mystical things, (b) the correlation value of the influence of the Youtube Horror Channel "Sara Wijayanto" on the attitude the audience of mystical things is 0.512 which means the influence of the Youtube Channel horror "Sara Wijayanto" is significant. (c) the results of the determinant test show that the influence of the Youtube Channel horror "Sara Wijayanto" on the attitude of the audience about mystical things is 26%.

Keywords: Horror Youtube Channel, Attitudes, Mystical Things



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Elsa Febytia Dinata dilahirkan di Jamur Jelatang, Kabupaten Aceh Tamiang Provinsi Aceh. Pada tanggal 19 Juli 1998, dari Bapak Fery Surya Bakti dan Ibu Farida. Penulis merupakan putri kedua dari tiga bersaudara.

Tahun 2016 penulis lulus dari SMK Negeri 1 Karang Baru, dan pada tahun 2016 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Tahun 2019 penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di LPP RRI Medan yang beralamat di Jln. Gatot Subroto No. 1 214, Sei Sikambang C. II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan. Bulan November 2019, penulis melaksanakan penelitian skripsi pada *Channel Youtube Sara Wijayanto* dengan judul *Pengaruh Channel Youtube Horor “Sara Wijayanto” Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang melimpah sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas-tugas yang diwajibkan kepada Mahasiswa Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik untuk memperoleh gelar sarjana.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengalami banyak kesulitan seperti keterbatasan waktu, keterbatasan kemampuan menulis dan sebagainya. Namun, dengan didorong oleh rasa tanggung jawab dan dilandasi itikad baik, akhirnya kesulitan tersebut dapat diatasi.

Adapun judul yang diajukan sehubungan dengan penyusunan skripsi ini adalah **“Pengaruh Channel YouTube Horor “Sara Wijayanto” Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis”**.

Dalam penulisan skripsi ini banyak pihak telah membantu, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Heri Kusmanto, MA, selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ibu Ilma Saakinah Tamsil, M. Comm, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

4. Ibu Rehia K. I Barus, S. Sos, M. I. Kom, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberi motivasi, saran dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Armansyah Matondang, S. Sos, M. Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi motivasi, saran, arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta semua unsur staf administrasi Universitas Medan Area.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan kepada penulis.
8. Seluruh teman-teman seangkatan terutama Program Studi Ilmu Komunikasi stambuk 16 yang telah memberikan dorongan, semangat, dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Medan, 19 Maret 2020
Penulis,

Elsa Febytia Dinata
NPM. 16.853.0084

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. New Media.....	7
2.1.1. Media Online.....	9
2.1.2. YouTube.....	11
2.2. Channel Youtube Horor.....	12
2.3. Teori SOR.....	14
2.4. Sikap.....	16
2.5. Hal-hal Mistis.....	20
2.6. Kerangka Konseptual.....	22
2.7. Hipotesis Penelitian.....	22
2.8. Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.2. Jenis Penelitian.....	24
3.3. Populasi dan Sampel.....	24
3.3.1. Populasi.....	24
3.3.2. Sampel.....	25
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.1. Data Primer.....	28
3.5.2. Data Sekunder.....	29
3.6. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Gambaran Umum.....	31
4.2. Hasil Penelitian.....	32
4.2.1. Karakteristik Responden.....	33
4.2.2. Channel Youtube Horor “Sara Wijayanto” (Variabel X).....	34
4.2.3. Sikap Penonton Akan hal-hal Mistis (Variabel Y)....	40
4.3. Pengujian Hipotesis.....	47

4.3.1. Uji Korelasi Product Moment.....	48
4.3.2. Uji Determinan	49
4.4. Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55



DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1. Definisi Operasional Variabel	27
3.2. Nilai Koefisien Korelasi Guilford	30
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	33
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	34
4.4. Respon Responden Pertanyaan <i>Channel Youtube</i> Horror “Sara Wijayanto” Sangat Seram Dengan Suasana Lokasi Yang Gelap	35
4.5. Respon Responden Pertanyaan Mengunjungi Bangunan Yang Tidak Berpenghuni Dan Terbengkalai Menambah Suasana Horor Dalam <i>Channel Youtube</i> Horror “Sara Wijayanto”	35
4.6. Respon Responden Pertanyaan <i>Channel Youtube</i> Horror “Sara Wijayanto” Memberikan Banyak Informasi Pada Saat Melakukan Komunikasi Dengan Makhluk Halus	36
4.7. Respon Responden Pertanyaan Makhluk Halus Yang Digambarkan Dalam <i>Channel Youtube</i> Horror “Sara Wijayanto” Sangat Menyeramkan	37
4.8. Respon Responden Pertanyaan <i>Scene</i> Pembuktian Atau Uji Nyali Lebih Menarik Daripada <i>Scene</i> Ketika Penelusuran Beramai-Ramai	38
4.9. Respon Responden Pertanyaan Latar Belakang Sara Wijayanto Sebagai Seorang Yang Memiliki Indera ke-6 Sehingga Merasakan Keberadaan Makhluk Halus, Membuat <i>Channel Youtube</i> Tersebut Semakin Seram Dan Horror	38
4.10. Respon Responden Pertanyaan Gaya Bahasa Atau Bicara Sara Wijayanto Ketika Membahas Makhluk Halus Dalam <i>Channel Youtube</i> Tersebut Sangat Lugas Dan Jelas	39
4.11. Respon Responden Pertanyaan Penampilan Sara Wijayanto Dalam <i>Channel Youtube</i> Tersebut Dengan Menggunakan Baju Serba Hitam Menambahkan Suasana Horor	40
4.12. Respon Responden Pertanyaan Pada Saat Sara Wijayanto Melakukan Komunikasi Dengan Makhluk Halus, Pengetahuan Saya Terkait Hal-Hal Mistis Menjadi Meningkatkan	41
4.13. Respon Responden Pertanyaan Kepercayaan Saya Sangat Tinggi Terhadap Hal-Hal Mistis Ketika Menonton <i>Scene</i> Pembuktian Atau Uji Nyali Dalam <i>Channel Youtube</i> Horror “Sara Wijayanto”, Karena Peserta Akan Menceritakan Kejadian-Kejadian Yang Dilihat Dan Dialaminya	42
4.14. Respon Responden Pertanyaan Saya Merasa Puas Dengan Informasi Yang Diberikan Terkait Keberadaan Adanya Hal-Hal Mistis Pada Saat Melakukan Penggambaran Makhluk Halus Dalam <i>Channel</i> <i>Youtube</i> Horror “Sara Wijayanto”	43

4.15. Respon Responden Pertanyaan Setelah Menonton <i>Channel Youtube Horror “Sara Wijayanto”</i> Timbul Rasa Keberanian Melihat Bangunan Tidak Berpenghuni Dan Terbengkalai	44
4.16. Respon Responden Pertanyaan Setelah Menonton <i>Channel Youtube Horror “Sara Wijayanto”</i> Saya Akan Tetap Berani Sendirian Pada Malam Hari Saat Berada Di Tempat Yang Gelap	44
4.17. Respon Responden Pertanyaan Saya Merasa Takut Ketika Bertemu Dengan Latar Belakang Seseorang Yang Memiliki Indera ke-6	45
4.18. Respon Responden Pertanyaan Timbul Rasa Cemas Berlebihan Ketika Mendengar Suara-Suara Aneh Setelah Menonton <i>Channel Youtube</i> Tersebut	46
4.19. Respon Responden Pertanyaan Saya Tidak Berani Tidur Sendirian Pada Malam Hari Setelah Melihat Penampakan Yang Muncul Dalam <i>Channel Youtube</i> Tersebut	47
4.20. Hasil Uji Korelasi <i>Product Moment</i>	48



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1. Grafik Pengguna <i>Youtube</i>	3
2.1. Teori SOR.....	15
2.2. Kerangka Pemikiran.....	23



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Surat Pernyataan	58
2. Kuesioner Penelitian	59
3. Master Tabel	61
4. Daftar Tabel Sampel	66
5. Tabel Nilai-nilai R Product Moment	72



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

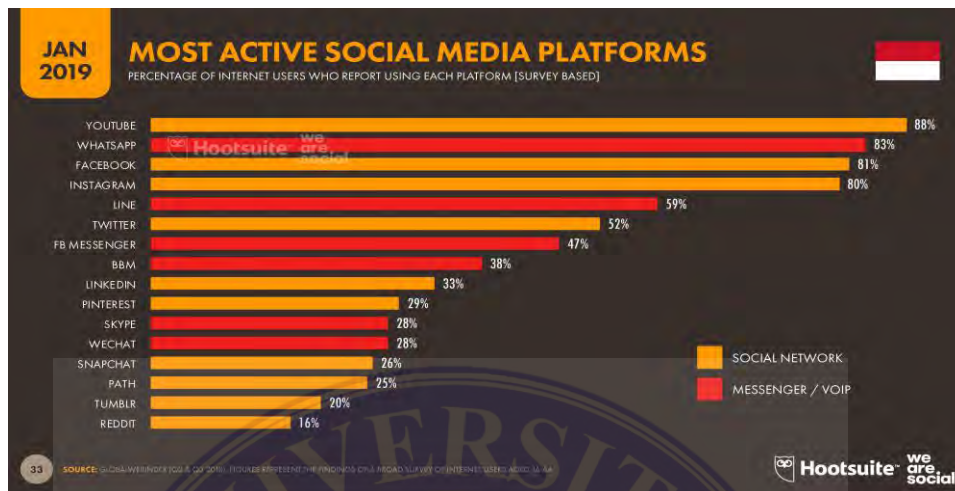
Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat dewasa ini telah membuat dunia terasa makin luas dan ruang seolah menjadi tak berjarak lagi. Perubahan informasi kini tidak lagi dalam jangka minggu ataupun hari bahkan jam sudah mulai terkalahkan dengan waktu tiap detik. Istilah ‘media baru’ (*new media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. Media baru (*New Media*) merupakan perkembangan baru dari media-media yang telah digunakan manusia. Media baru dijadikan sebagai sarana perantara baru yang dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi, dan distribusinya. Media baru disebut sebagai sebuah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi.

Klaim status paling utama sebagai media baru dan juga sebagai media massa adalah internet dan salah satu situs yang paling populer di internet serta banyak digunakan oleh berbagai kalangan adalah *Youtube*. *Youtube* merupakan sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang sangat populer sejak 5 tahun lalu membuat para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. *Youtube* didirikan pada bulan Februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan *PayPal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Dilansir dari data statistik dalam situs *Youtube*, *Youtube* telah memiliki lebih dari satu milyar

pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Hal ini terjadi karena pengguna internet dapat dengan mudah dan cepat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan melalui menonton beragam konten *Youtube* seperti: musik, film, berita, olahraga, gaya hidup, *gaming*, dan *vlog*. Menurut *CEO Youtube* Susan Wojcicki, hingga tahun 2019 ini jumlah penonton *Youtube* sudah menembus 2 miliar, angka ini naik sekitar 5 persen dari jumlah penonton bulanan di tahun 2018 yang tercatat di angka 1,8 miliar. Tiap hari pengguna *Youtube* bisa menonton ratusan juta jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan, dan *Youtube* juga menjangkau pemirsa rata-rata berusia 18 sampai 34 tahun (sumber: www.youtube.com).

Sedangkan di Indonesia, berdasarkan penelitian oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada awal tahun 2019 pengguna Internet tembus 171 juta jiwa dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, terkait hal ini dari banyaknya pengguna internet di Indonesia, media sosial yang sering digunakan adalah youtube sebanyak 88%. Menurut Tamburaka (2013:83), keanekaragaman topik yang ada di *Youtube* membuat berbagi video menjadi salah satu bagian yang penting dalam kultur berinternet. *Youtube* memang memungkinkan siapa saja dan dimana saja dengan menggunakan koneksi internet dapat mengunggah video dan penonton dari seluruh penjuru dunia juga dapat menikmatinya hanya dalam beberapa menit. Berikut dibawah ini grafik pengguna *Youtube* di Indonesia adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1: Grafik Pengguna Youtube



Sumber : Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019

Youtube juga telah menyediakan fitur-fitur yang sangat menarik membuat para pengguna begitu antusias menggunakan media sosial ini dan salah satu fitur tersebut adalah interaktif. Interaktif membuat penonton bisa memberikan komentar pada tayangan serta bagi yang mengupload bisa membalasnya, selain itu *Youtube* juga menyediakan fitur lain yakni *live streaming* atau melakukan siaran secara langsung. Hal ini lah yang membuat seseorang sangat tertarik menonton *Youtube* sehingga jumlah pengguna *Youtube* semakin meningkat setiap tahunnya. Selain sebagai media menyampaikan informasi, *Youtube* juga telah berhasil mengantarkan beberapa orang atau kelompok menjadi semakin terkenal dari sebelumnya dan istilah *Youtuber* serta *Vloger* pun semakin dikenal. Ada beberapa *Youtuber* serta *Vloger* Indonesia yang banyak dikenal oleh masyarakat yakni Raditya Dika, Atta Halilintar, Ria Ricis, Sara Wijayanto, dll.

Konten video yang diunggah di *Youtube* memang sangat banyak seperti : prank, komedi, tutorial *make up* dan sebagainya. Namun, di Indonesia ternyata

ada beberapa *Youtuber* yang sering mengangkat konten horor. Konten horor justru memiliki banyak peminat tersendiri, bahkan para *subscriber* banyak yang menunggu unggahan terbaru dari sang *Youtuber*. Salah satu *Youtuber* dengan konten horor adalah “Sara Wijayanto” dengan nama program “Diary Misteri Sara”. Sebagai seorang *Youtuber* konten horor, Sara Wijayanto sering melakukan permainan yang bersangkutan dengan hantu, seperti uji nyali secara langsung di gedung-gedung terbengkalai, rumah-rumah kosong, hingga di kebun angker.

Alasan penulis memilih konten horor *Channel Youtube* “Sara Wijayanto” karena beberapa video yang diunggah oleh “Sara Wijayanto” telah menjadi *trending topic*, salah satunya yaitu video yang diunggah pada tanggal 20 Juli 2019, “Sara Wijayanto” berhasil berinteraksi langsung dengan makhluk halus di rumah Raffi Ahmad-Nagita Slavina dan telah ditonton sebanyak 10.929.365 kali. Hingga saat ini per tanggal 31 Januari 2020 *Channel Youtube* “Sara Wijayanto” telah memiliki 3,15 juta *subscriber* serta 120 video. Oleh karena itu, dengan banyaknya *subscriber Channel Youtube* “Sara Wijayanto” menjadi salah satu *Channel* dengan konten horor yang saat ini banyak diminati orang. *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” juga memiliki keunikan dibandingkan dengan *Channel Youtube* horror lainnya, karena channel ini memiliki konsep yang berbeda yaitu mengungkap mitos disuatu tempat yang dipercaya akan hal-hal mistis dengan berkomunikasi secara langsung pada makhluk halus lalu menceritakan secara detail kisah makhluk halus tersebut kepada penonton, menghadirkan bintang tamu yakni artis serta masyarakat untuk ikut dalam kegiatan tersebut dengan melakukan uji nyali atau pembuktian adanya keberadaan makhluk halus,

serta sosok-sosok makhluk halus tersebut kemudian digambarkan oleh salah satu tim Sara Wijayanto.

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian pada penonton *Channel Youtube* “Sara Wijayanto”, hal ini dilakukan karena video yang telah diunggah sudah sangat banyak ditonton yaitu berjumlah 212.365.111 kali per 31 Januari 2020. Terkait dengan penonton yang begitu antusias, saat ini masih ada beberapa orang yang percaya dan menyukai hal-hal mistis seperti penampakan hantu, mitos dan hal lainnya. Secara psikologi, menonton konten horor dapat memberikan pengaruh yang begitu banyak, baik itu pengaruh secara langsung atau secara tidak langsung terhadap seseorang. Salah satu pengaruh yang muncul setelah menonton konten horor adalah perubahan sikap penonton atau audience seperti penakut ataupun pemberani, terkait dengan hal ini sebuah media dapat menimbulkan suatu pengaruh atau efek yang besar terhadap penontonya. Efek kehadiran *Channel Youtube* horor “Sara Wijayanto” juga membuat masyarakat khususnya penonton *Channel* ini mengalami kecenderungan bertindak, berpresepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai.

Atas dasar fenomena yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas terkait pengaruh konten horror dan akan menuangkannya dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh *Channel Youtube* Horor “Sara Wijayanto” Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis”**.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh *Channel Youtube* horor “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Channel Youtube* horor “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan menjadi uraian-uraian yang bersifat teoritis tentang komunikasi khususnya komunikasi massa.

2. Manfaat Akademisi

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan perbandingan serta memberikan kontribusi keilmuan pada civitas akademika dalam bidang komunikasi.

3. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada berbagai pihak terkait penelitian dalam membahas dan menggali data khususnya untuk mengetahui pengaruh *Channel Youtube* horor “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. New Media

Media baru (*new media*) adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. *New Media* adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan smartphone dan internet secara khususnya, termasuk di dalamnya adalah web, blog, online social network, online forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya. Menurut Danaher dan Davis (2003:462), *new media* adalah sebuah media yang memfasilitasi interaksi antara pengirim dan penerima. Berikut ini adalah contoh teknologi yang termasuk media baru yaitu: (a) Internet dan *website*, (b) Televisi digital/ plasma TV, (c) Digital *cinema/3D cinema*, (d) Komputer/laptop, (e) DVD/CD/*blue ray*, dan lain-lain. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” bersifat digital, integratif, interaktif, dapat dimanipulasi, serta bersifat jaringan, padat, mampat, dan tidak memihak.

Teknologi komputer dan internet adalah hal yang mendasari munculnya istilah *new media*, secara sederhana *new media* berasal dari kata “*new*” yang berarti baru dan “*media*” yang berarti alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima (Mulyana, 2009:70). *New media* merupakan sebuah bentuk konvergensi atau penggabungan media konvensional

dengan media digital. Keunggulan *new media* adalah sifatnya yang *realtime*, artinya masyarakat dapat mengakses informasi serta layanan yang cepat, kapan dan dimana saja selama terkoneksi dengan perangkat terkomputerisasi dan jaringan internet. Adapun fungsi dari *new media* adalah : (1) Sebagai media komunikasi, (2) Media untuk mencari informasi atau data, sumber informasi yang penting, akurat, cepat, dan mudah (3) Fungsi komunitas, yang membentuk masyarakat baru, beranggotakan para pengguna internet dari seluruh dunia guna mencari informasi, belanja, melakukan transaksi bisnis, dan sebagainya. Dengan adanya Internet maka hidup manusia pun akan sangat menjadi bergantung pada media tersebut.

Kehadiran media baru dengan segala bentuk dan fungsinya ini tentu saja tidak begitu menggeser media lama atau tradisional, karena sampai sekarang baik media baru maupun media tradisional tetap dibutuhkan masyarakat untuk menjadi sumber informasi sesuai dengan karakteristiknya masing-masing. Perbedaan yang terlihat antara media baru dan lama yang jelas mencuat adalah dari segi penggunaannya secara individual yang diungkapkan oleh McQuail (2000:127), melalui tingkat interaktif penggunaan media yang diindikasikan oleh rasio respon pengguna terhadap pengirim pesan, tingkat sosialisasi pengguna dimana media baru lebih bersifat individual dan bukan bersifat interaksi social secara langsung, tingkat kebebasan dalam penggunaan media, tingkat kesenangan, dan menariknya media yang digunakan sesuai keinginan serta tingkat privasi yang tinggi untuk penggunaan media baru.

2.1.1. Media *Online*

Seiring dengan perkembangannya, media dan teknologi memang tak bisa dipisahkan. Teknologi dengan kemajuannya yang pesat memberikan pengaruh yang sangat besar pada perkembangan media yang ada ditengah-tengah manusia. Seperti halnya teknologi internet yang dikembangkan pada era 60-an yang hari ini pun kita bisa menikmatinya sebagai perkembangan media yang kita kenal dengan istilah media *online*. *Online* merupakan istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet. Oleh sebab itu jurnalisme online adalah perubahan baru dalam ilmu jurnalistik. Laporan jurnalistik dengan menggunakan teknologi internet maka disebut dengan media online yang menyajikan informasi cepat dan mudah diakses dimana saja, kapan saja.

Menurut Santana (2005:137) media *online* adalah tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemukan dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita. Sedangkan menurut Asep Samsul (2014:30) media *online* merupakan produk jurnalistik *online* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Media *online* dapat dikatakan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak, dan media elektronik.

Adapun karakteristik sekaligus keunggulan media *online* dibandingkan media konvensional atau cetak/elektronik (Asep Samsul, 2014:31) antara lain :

1. Multimedia yaitu dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
2. Aktualitas yaitu berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
3. Cepat yaitu saat memposting atau mengupload langsung bisa diakses semua orang.
4. *Update* yaitu pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional misalnya kesalahan ketik/ejaan.
5. Kapasitas luas yaitu halaman *web* bisa menampung naskah sangat panjang.
6. Fleksibilitas yaitu pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
7. Luas yaitu menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
8. Interaktif yaitu dengan adanya fasilitas dikolom komentar dan *chat room*.

9. Terdokumentasi yaitu informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan fasilitas “cari” (*search*).
10. *Hyperlinked* yaitu terhubung dengan sumber lain (*link*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

2.1.2. *Youtube*

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, *Youtube* telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. *Youtube* menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. *Youtube* merupakan salah satu perusahaan milik *Google* yang diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan *PayPal* (website online komersial) bernama Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005, sejak awal diluncurkan *Youtube* langsung mendapat sambutan baik di masyarakat.

Salah satu layanan dari *Google* ini, memfasilitasi penggunaanya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan *Youtube* adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Saat ini *Youtube* menjadi situs *online video provider* paling dominan di dunia. Diperkirakan 20 jam durasi video di unggah ke *Youtube* setiap menitnya dengan 6 miliar *views* per hari. *Youtube* kini telah menjadi berbagai macam kebutuhan dari penggunaanya, fitur-fitur yang ditawarkan

dengan kemajuan teknologi. *Youtube* juga sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan sang pengguna. Memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di *Youtube* dan menghasilkan miliaran kali penayangan.

Youtube adalah video *online* dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu *web* (Budiargo, 2015: 47). Kehadiran *Youtube* membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah dibidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog. *Youtube* mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah *viewers* akan bertambah. *Viewers* banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya.

2.2. Channel Youtube Horor

Seiring dengan perkembangan zaman yang ada saat ini, *Youtube* pun mengalami suatu perkembangan dengan memiliki banyak sekali *Channel youtube* dengan konten yang bermacam-macam beredar di tengah – tengah masyarakat, salah satunya adalah *Channel Youtube* horor. *Channel Youtube* horor merupakan salah satu bentuk *Channel* yang terdapat dalam *Youtube* dengan menggunakan

konten horor sebagai ciri khas utama dalam video yang diunggah dari *Channel* tersebut. Tujuan dari *Channel Youtube* dengan konten horor dapat memberikan pengaruh terhadap penonton, baik itu pengaruh secara langsung atau secara tidak langsung terhadap penontonnya seperti penakut ataupun pemberani. Pada umumnya, *Channel Youtube* horor menampilkan cerita mengenai tentang kehidupan di dunia lain yaitu makhluk-makhluk halus.

Beberapa *Youtuber* Indonesia pun juga banyak mengunggah video dengan konten horor bahkan sudah memiliki *subscriber* berjuta-juta, seperti Sara Wijayanto, Jurnalisa, Nessie Judge, Ewing HD, Filo Sebastian dan Frissly Herlind. Namun dari banyaknya *Youtuber* dengan konten horor diatas, penulis memilih salah satu *Channel Youtube* horor yaitu *Channel* “Sara Wijayanto”. Sebagai seorang *Youtuber* konten horor, Sara Wijayanto sering melakukan syuting pada lokasi yang menyeramkan seperti rumah-rumah kosong, gedung-gedung terbengkalai dan sebagainya, berkomunikasi dengan makhluk halus serta melakukan penggambaran pada sosok penampakan yang berada dilokasi syuting tersebut.

Channel Youtube horor “Sara Wijayanto” sebagai subjek penelitian karena tayangan ini memiliki keunikan dibandingkan dengan *Channel Youtube* horor lainnya yaitu mengungkap mitos disuatu tempat yang dipercaya akan hal-hal mistis dengan berkomunikasi secara langsung pada makhluk halus lalu menceritakan secara detail kisah makhluk halus tersebut kepada penonton, menghadirkan bintang tamu yakni artis serta masyarakat untuk ikut dalam penelusuran tersebut dengan melakukan uji nyali atau pembuktian adanya

keberadaan makhluk halus, serta sosok-sosok makhluk halus tersebut kemudian digambarkan oleh salah satu tim Sara Wijayanto. Konten *Youtube* horor ini lahir dari keinginan untuk menayangkan banyaknya tempat-tempat mistis yang ada di Indonesia. Salah satu bentuk pesan mistik dalam *Channel Youtube* “Sara Wijayanto” adalah pada saat terjadi komunikasi antara makhluk halus yang berada dalam diri Sara Wijayanto. Hal Ini merupakan salah satu bentuk dari dimensi interaksi dalam hal-hal mistis.

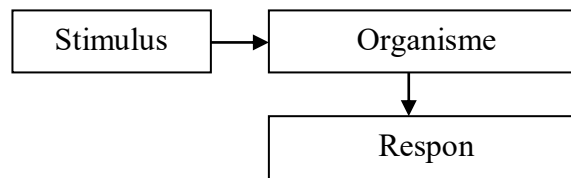
2.3. Teori SOR

Teori S-O-R ditemukan oleh Hovland (1953) yang awalnya berasal dari psikologi, namun dalam perkembangan juga digunakan pada ilmu komunikasi. Teori ini sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response ini semula berasal dari ilmu psikologi. Menurut stimulus respons ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam teori ini adalah : Pesan (Stimulus, S), Komunikan (Organism, O) dan Efek (Response, R).

Menurut Mulyana, (2009: 144) teori S-O-R memiliki nama lain, yaitu Model S-R. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Proses ini dapat bersifat timbal – balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek

dapat mengubah tindakan komunikasi (communication act) berikutnya. Ketiga variabel ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1: Teori S-O-R



(Sumber : Mulyana, 2009 : 143)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “how” bukan “what” dan “why”. Jelasnya how to communicate, dalam hal ini how to change the attitude, bagaimana mengubah sikap komunikan. Menurut teori S-O-R yang dikemukakan oleh Hovland, dkk dalam Sumartono (2002:44). Proses dari perubahan sikap adalah :

Serupa dengan proses belajar, dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel yang menunjang proses belajar yaitu: Perhatian, pengertian, dan penerimaan yang termasuk ke dalam organisme khalayak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap khususnya minat bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Selain itu, diperkuat lagi dengan efek komunikasi massa yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran belajar dan tambahan pengetahuan.

Menurut Effendy (2009: 318) efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap. Efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Teori S-O-R menitik beratkan pada penyebab sikap yang dapat mengubahnya, dan tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme, karakteristik dari komunikator (sumber) menentukan keberhasilan tentang perubahan sikap.

Dalam proses komunikasi, yang dapat menjadi stimulus untuk merangsang komunikasi antara lain adalah pesan yang diberikan oleh komunikator. Pesan merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Agar pesan komunikasi dapat dimengerti oleh komunikator maka harus ditunjang oleh komunikasi yang efektif pula.

2.4. Sikap

Baron dan Byrne dalam (Liliweri, 2011 : 165), mendefinisikan sikap sebagai sekumpulan perasaan, keyakinan, dan kecenderungan perilaku yang diarahkan kepada orang tertentu, gagasan, atau objek atau kelompok. Heider yang mengembangkan *balance theory of attitude*, mengatakan bahwa ketika kepercayaan atau keyakinan kita dalam keadaan yang tidak seimbang, maka kita akan mengalami tekanan untuk mengubah sikap lalu berusaha mengubah tekanan itu. Artinya, keseimbangan kita akan terganggu kalau kita harus menentukan hal suka-tidak suka, dekat-jauh, melayani-tidak melayani, rasa bersatu-tidak merasa satu. Situasi keseimbangan hanya dapat diubah manakala sentimen kita terhadap suatu event berada dalam situasi positif maupun negatif. Dari definisi di atas, maka kita dapat mengatakan bahwa sikap merupakan predisposisi mental

individual untuk mengevaluasi suatu hal tertentu dalam beberapa derajat yang disukai atau yang tidak disukai. Secara umum setiap individu mempunyai sikap yang difokuskan kepada objek, orang atau institusi, bahkan peristiwa.

Menurut Jalaluddin Rakhmat (2015:39) beberapa hal yang bisa disimpulkan dari definisi sikap adalah : Pertama, sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Kedua, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Ketiga, sikap relatif lebih menetap. Keempat, sikap mengandung aspek evaluatif , artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan (*Likes and Dislikes*). Kelima, sikap timbul dari pengalaman, tidak dibawa dari lahir tetapi merupakan hasil belajar. Oleh karena itu sikap dapat diperteguh atau diubah. Fungsi sikap dapat dibagi menjadi empat golongan (Abu Ahmadi, 2003:179) yaitu:

1. Sikap berfungsi sebagai alat untuk menyesuaikan diri.
2. Sikap berfungsi sebagai alat pengatur tingkah laku.
3. Sikap berfungsi sebagai alat pengatur pengalaman pengalaman.
4. Sikap berfungsi sebagai pernyataan kepribadian.

Sikap manusia tersusun oleh tiga komponen utama yaitu kognitif, afektif dan konatif atau perilaku (Liliweri, 2011:166) yaitu :

1. Kognitif

Aspek kognitif berisi apa yang diketahui mengenai suatu objek, bagaimana pengalaman anda tentang objek, bagaimana pendapat atau pandangan tentang objek. Aspek kognitif berkaitan dengan kepercayaan kita, teori, harapan, sebab dan akibat dari suatu kepercayaan, dan

persepsi relatif antara suatu objek. Seperti mempercayai hal-hal mistis dalam *Channel Youtube* horor tersebut.

2. Afektif

Afektif berisi apa yang dirasakan mengenai suatu objek, jadi komponen afektif berisi emosi. Afeksi sebagai komponen yang menunjukkan perasaan atau perhatian terhadap objek tertentu, seperti rasa takut, marah, dan sebagainya. Seperti menjawab tentang apa yang dirasakan terhadap pesan mistis dalam *Channel Youtube* horor tersebut.

3. Konatif

Konatif berisi predisposisi untuk bertindak terhadap objek. Jadi, berisi kecenderungan untuk bertindak (memutuskan) terhadap objek atau mengimplementasikan perilaku sebagai tujuan objek. Konatif merupakan wujud dari kognisi dan afeksi yaitu dalam bentuk tingkah laku.

Menurut Azwar (2013:17) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap terhadap objek sikap adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman pribadi

Untuk dapat menjadi dasar pembentukan sikap, pengalaman pribadi haruslah meninggalkan kesan yang kuat. Karena itu, sikap akan lebih mudah terbentuk apabila pengalaman pribadi tersebut terjadi dalam situasi yang melibatkan faktor emosional.

2. Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Pada umumnya, individu cenderung untuk memiliki sikap yang searah dengan sikap orang yang dianggap penting. Kecenderungan ini antara lain dimotivasi oleh keinginan untuk berafiliasi dan keinginan untuk menghindari konflik dengan orang yang dianggap penting tersebut.

3. Pengaruh kebudayaan

Tanpa disadari kebudayaan telah menanamkan garis pengaruh sikap kita terhadap berbagai masalah. Kebudayaan telah mewarnai sikap anggota masyarakatnya, karena kebudayaanlah yang memberi corak pengalaman individu-individu masyarakat tersebut.

4. Media massa

Dalam pemberitaan surat kabar maupun radio atau media komunikasi lainnya, berita yang seharusnya faktual disampaikan secara objektif cenderung dipengaruhi oleh sikap penulisnya, akibatnya berpengaruh terhadap sikap konsumennya.

5. Lembaga pendidikan dan lembaga agama

Konsep moral dan ajaran dari lembaga pendidikan dan lembaga agama sangat menentukan sistem kepercayaan tidaklah mengherankan jika pada gilirannya konsep tersebut mempengaruhi sikap.

6. Faktor emosional

Kadang kala, suatu bentuk sikap merupakan pernyataan yang didasari emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego.

2.5. Hal-hal Mistis

Mistik berasal dari Bahasa Yunani yaitu “Mystikos” yang berarti rahasia, serba rahasia, tersembunyi, gelap atau terselubung dalam kekelaman. Dengan demikian bahwa kata mistik sebagai paham atau aliran dengan kata lain bahwa paham mistisme merupakan paham yang memberikan sebuah ajaran yang serba rahasia, terselubung dalam kekelaman sehingga hanya dikenal, diketahui atau dipahami oleh orang tertentu saja, terutama sekali oleh penganutnya. Menurut Burhan Bungin (2006:330) mistik merupakan suatu hubungan realitas “kebatinan” dan kesadaran manusia yang lebih mengutamakan kekuatan pengindraan manusia dalam menafsirkan realitas. Dengan demikian, sesuatu yang bersifat kesadaran selalu ditampilkan sebagai kelemahan dari kemampuan manusia untuk menafsirkan realitas itu sendiri. Terjadi perbedaan konsep mistik antara budaya barat dan timur. Kalau budaya timur, konsep mistik lebih mengarah ke kebatinan dan kesadaran manusia. Tetapi budaya barat menganggap bahwa tidak pernah ada pengetahuan manusia yang diperoleh dari “kebatinan dan kesadaran, pengetahuan manusia didapat dari pengetahuan dan pengindraan manusia itu sendiri.

Mistik dalam konsep masyarakat adalah suasana misteri, kengerian, mencekam, horor, dan sebagainya, sehingga ketidakmampuan masyarakat menjawab konsep mistik inilah membuat rasa ingin tahu masyarakat terhadap fenomena mistik menjadi sangat besar. Bahkan mistik menjadi hiburan masyarakat salah satunya dengan menonton konten horror di *Youtube*. Kebutuhan masyarakat terhadap hiburan macam ini adalah sebuah petualangan batin masyarakat untuk menjawab rasa ingin tahu mereka terhadap misteri fisika

(mistik) atau rasa ingin tahu terhadap dunia lain, dunia mistik yang tak terjawab itu. Hal-hal semacam itu yang mendorong manusia untuk menyukai tayangan-tayangan mistik (Bungin, 2006:331).

Pada umumnya sistem kepercayaan tidak dibatasi oleh kepercayaan religius saja, tetapi dapat meliputi kepercayaan terhadap apapun di dunia ini, dan kepercayaan yang dipegang seseorang secara teguh dan mendalam mempengaruhi tindakan orang-orang yang memegangnya, hal ini diperkuat dengan tindakan simbolis penganutnya. Dalam psikologi komunikasi, kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor sosiopsikologis. Dalam psikologi komunikasi, kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor sosio-psikologis. Menurut Rakhmat (2015:42) menyimpulkan bahwa kepercayaan dapat bersifat rasional atau irrasional dan kepercayaan memberikan perspektif pada manusia dalam mempersepsi kenyataan, memberikan dasar bagi pengambilan keputusan dan menentukan sikap terhadap objek sikap.

Bentuk dari adegan-adegan mistis yang terjadi dalam *Channel Youtube* “Sara Wijayanto”, seperti mendatangi tempat-tempat yang dipercaya memiliki mitos dan kekuatan gaib. Dalam konteks masyarakat modern dewasa ini, gejala tersebut menjadi menarik untuk diperbincangkan karena masyarakat Indonesia masih terikat dengan budaya mistiknya. Penayangan kisah-kisah makhluk halus di *Youtube* menimbulkan sejumlah persoalan dan ancaman dalam kehidupan masyarakat, seperti munculnya rasa ketakutan berlebihan, kepercayaan terhadap hal-hal mistis, dan sebagainya.

2.6. Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan pustaka, terdapat dua konsep yang akan dikaji dalam penelitian ini, yakni:

- a. *Channel Youtube* Horor “Sara Wijayanto”
- b. Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis

Untuk menjelaskan kedua konsep ini, maka dilakukan pengukuran terhadap kedua konsep tersebut. Karena kedua konsep tersebut akan diukur maka, konsep tersebut diubah menjadi variabel, yakni:

- a. Variabel Bebas (x) adalah *Channel Youtube* Horor “Sara Wijayanto”
- b. Variabel Terikat (y) adalah Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis

Untuk memudahkan pengukuran terhadap kedua variabel tersebut, kedua variabel tersebut diturunkan dalam bentuk indikator- indikator melalui operasionalisasi variabel.

2.7. Hipotesis Penelitian

Secara asal kata (etimologis) hipotesis berasal dari kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* berarti pendapat. Dari kedua kata itu dapat diartikan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal.

Berdasarkan deskripsi dan kerangka teori yang dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Hipotesis Alternatif (H_a) : Adanya pengaruh *channel Youtube* horor “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis.

2. Hipotesis Nol (H_0) : Tidak adanya pengaruh *channel Youtube* horor “Sara wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistik.

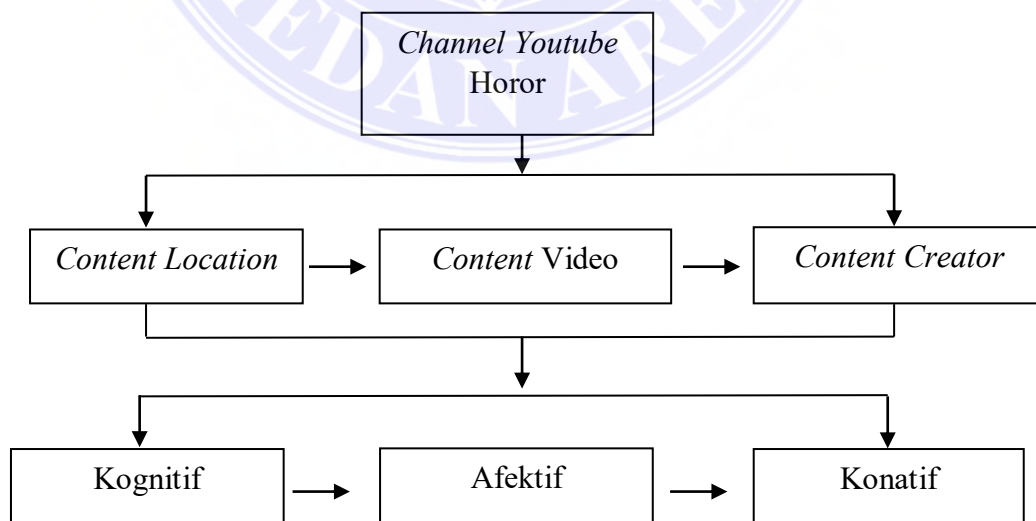
2.8. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur berfikir peneliti dalam sebuah penelitian. Kerangka berpikir dalam penelitian ini, peneliti membahas permasalahan pokok yang telah dirumuskan terlebih dahulu. Pembahasan mengenai permasalahan pokok akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori yang saling berhubungan untuk menjawab masalah penelitian.

Penelitian ini terdiri dari dua variable yaitu, variabel X adalah *Channel Youtube* horor “Sara Wijayanto”. Sedangkan variabel Y yaitu Sikap Penonton akan Hal-Hal Mistis.

Adapun skema kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2: Kerangka Pemikiran



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *viewers* (penonton) *Channel Youtube* “Sara Wijayanto”. Waktu penelitian dilaksanakan pada November 2019 sampai Januari 2020.

3.2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2014:13).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiono (2014:81), populasi adalah wilayah atau lingkungan generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah *subscriber Channel Youtube* “Sara Wijayanto” yaitu sebanyak 3.150.000 *subscriber* per tanggal 31 Januari 2020.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014 : 81). Populasi penelitian sebesar 3,15 juta *subscriber*, maka penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2006 : 57):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Diketahui:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : taraf kesalahan atau nilai kritis

Selanjutnya, rentang sampel yang dapat diambil dari rumus Slovin ini adalah antara 10%-20% dari populasi penelitian. Pada rumus Slovin terdapat ketentuan sebagai berikut:

Nilai $e = 0.1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai $e = 0.1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 3.150.000 orang, sehingga persentase kepercayaan yang digunakan adalah 90%, maka tingkat kesalahan adalah 10%. Dan untuk menentukan jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Diketahui:

1. Jumlah subscriber *channel Youtube* “Sara Wijayanto” per tanggal 31 Januari 2020 adalah 3,15 juta.
2. $e: 10\% = 0.1$

Maka:

Dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{(1 + N e^2)}$$
$$n = \frac{3.150.000}{(1 + 3.150.000 \times 0,1^2)}$$
$$n = \frac{3.150.000}{(1 + 3.150.000 \times 0,01)}$$
$$n = \frac{3.150.000}{1 + 31.500}$$
$$n = \frac{3.150.000}{31.501}$$

$n = 99.99$ dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil perhitungan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional dalam penelitian ini diolah dari berbagai ahli, sumber dan penelitian terdahulu. Mengingat definisi operasional dapat didasarkan pada satu atau lebih referensi yang disertai dengan alasan penggunaan definisi tersebut.

Definisi operasional variabel penelitian ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris. Definisi operasional variabel dapat dilihat pada tabel 3.1:

Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Channel Youtube Horor “Sara Wijayanto” (X)	<i>Channel Youtube</i> Horor adalah salah satu bentuk <i>channel</i> yang terdapat dalam <i>Youtube</i> dengan menggunakan konten horor sebagai ciri khas utama dalam video yang diunggah dari <i>channel</i> tersebut. Tujuan dari <i>channel Youtube</i> dengan konten horor yaitu dapat memberikan pengaruh yang begitu banyak, baik itu pengaruh secara langsung atau secara tidak langsung terhadap penontonnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Content Location</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Suasana yang gelap dan seram b. Tidak berpenghuni c. Bangunan terbengkalai 2. <i>Content Video</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Berkomunikasi dengan makhluk halus b. Penggambaran makhluk halus c. Pembuktian atau Uji Nyali 3. <i>Content Creator</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Latar belakang (Indera ke-6) b. Gaya bahasa c. Penampilan
2.	Sikap Penonton Akan hal-hal Mistis (Y)	Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpresepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku melainkan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap, seperti yang di akibatkan oleh <i>Channel Youtube</i> “Sara Wijayanto”.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kognitif <ol style="list-style-type: none"> a. Penonton dari tidak tahu menjadi tahu tentang hal-hal mistis b. Kepercayaan terhadap hal-hal mistis semakin tinggi 2. Afektif <ol style="list-style-type: none"> a. Timbul rasa puas dan keberanian b. Timbul rasa takut dan cemas berlebihan 3. Konatif <ol style="list-style-type: none"> a. Berani di tempat

			sepi dan gelap b. Sulit untuk tidur malam
--	--	--	--

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

3.5.1. Data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari obyek penelitian yaitu dengan menggunakan instrument penelitian berbentuk kuesioner yaitu suatu alat pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk diisi guna mendapatkan informasi dalam rangka memperoleh data yang diperlukan. Kuesioner dibuat melalui *google forms* dengan menyusun pertanyaan-pertanyaan berdasarkan variabel penelitian yakni variabel X dan variabel Y.

Proses penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti adalah dengan mengirimkan *link* atau *website* dari *google forms* melalui *direct message* (pesan langsung) kepada akun pertama yang berkomentar positif di *instagram @diarymisterisara*. Pengiriman kuesioner dilakukan berdasarkan batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%. Artinya, dari 100 sampel terdapat 10% batas toleransi ke atas yaitu 110 sampel dan 10% batas toleransi ke bawah yaitu 90 sampel. Terkait hal ini untuk menjaga apabila jumlah sampel yang diperoleh tidak mencukupi jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya, maka peneliti mengambil 10% batas toleransi ke atas yaitu

peneliti mengirimkan sebanyak 130 kuesioner kepada penonton *Channel Youtube* horor “Sara Wijayanto”, dan jumlah tanggapan responden atas kuesioner yang sudah dibagikan adalah sebanyak 110 kuesioner. Sehingga, peneliti memilih 100 responden pertama yang diterima.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain untuk mendukung data primer dengan membaca/mencari literatur yang bersangkutan dengan penelitian. Dalam hal ini, penelitian dilakukan melalui penelaahan buku-buku, jurnal, internet dan sebagainya.

3.6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah tipe penelitian dengan menggunakan angka-angka dengan cara menjumlahkan, mengklasifikasikan, mentabulasikan dan selanjutnya dilakukan perhitungan dengan menggunakan alat statistik. Menurut Sugiono (2006:228), mengatakan bahwa untuk menguji hipotesis dan menganalisa data penelitian yang bersifat hubungan, maka dapat dianalisa dengan menggunakan korelasi *product moment* untuk menguji hipotesis. Rumus koefisien korelasi *product moment* (Sugiono, 2006:183) yaitu:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara x dan y

x : Variabel bebas “*Channel Youtube* Horor Sara Wijayanto”

y : Variabel terikat “Sikap Penonton Akan Hal-hal Mistis”

n : Jumlah responden

Setelah diperoleh nilai koefisien korelasi variabel masing-masing, selanjutnya dikonsultasikan pada tabel nilai koefisien korelasi dari *Guilford Empirical Rules*, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Nilai Koefisien Korelasi Guilford (Kriyantono, 2006 : 173)

Nilai	Keterangan
< 0, 20	Hubungan yang rendah sekali, lemah sekali
0, 20 - < 0, 40	Hubungan rendah, tetapi pasti
0, 40 - < 0, 70	Hubungan yang cukup berarti
0, 70 - < 0, 90	Hubungan yang tinggi, kuat
0, 90 - < 1, 00	Hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali
1, 00	Hubungan yang sempurna

Sumber: Kriyantono (2006:173)

Pada taraf signifikan dan derajat kebebasan $dk=n-2$, maka dapat dilihat dari pengujian hipotesis penelitian dan melihat signifikan variabel bebas terikat dengan ketentuan sebagai berikut:

bila t dihitung $> t$ tabel, maka ada pengaruh signifikan antara x dan y

bila t dihitung $< t$ tabel, maka tidak ada pengaruh antara x dan y

Untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh variabel x dan variabel y digunakan Uji Determinan dengan rumus sebagai berikut:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D: Koefesien determinasi

r: Koefesien korelasi antara variabel x dengan y

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis mempunyai hubungan yang cukup berarti. Serta kemampuan *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” dalam mempengaruhi sikap penonton akan hal-hal mistis berdasarkan uji determinan hasilnya menunjukkan bahwa pengaruh *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis sebesar 26%, sementara sisanya 76% adalah faktor-faktor lain yang tidak menjadi bagian dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa pengaruh dari *Channel Youtube* horor lainnya atau ajakan dari beberapa temannya yang memiliki kesamaan berdasarkan kesukaan dan gaya hidup.

5.2. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode penelitian kualitatif agar data yang diperoleh lebih banyak, sehingga dapat mengungkap fenomena baru dari berbagai faktor terkait pengaruh *Channel Youtube* horror “Sara Wijayanto” terhadap sikap penonton akan hal-hal mistis, sehingga dapat mendeskripsikan lebih merinci mengenai faktor-faktor lain yang menimbulkan efek terhadap sikap penontonnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 2003. *Ilmu Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Azwar S. 2013. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Danaher, P.J., Wilson, I and Davis, R. 2003. *A Comparison of Online and Offline Consumer Brand Loyalty, Marketing Science*. Horton, Paul B dan Chestern L Hunt. 1996. *Sosiologi Jilid 2 (edisi 6) Diterjemahkan oleh: Amiruddin Ram dan Tita Sobari*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Metode Penelitian Praktis Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliwari, Alo. 2011. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. McQuail Edisi 4 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
_____. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. McQuail Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugioyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta
_____. 2006. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Samsul, Asep. 2014. *Jurnalistik Online*. Bandung : Nuansa Cendikia.
- Santana, K. Setiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta : Yayasan Obor.

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan. Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta

Tamburaka, Apriyadi. 2013. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

Penelitian Lain:

Anggraeni, Iren. 2013. *Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Pesan Mistik Dalam Program Acara Dua Dunia Di Trans 7*. Dalam Jurnal E-Komunikasi. Vol. 1. No. 1.

David dkk. 2017. *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. Dalam Journal Acta Diurna. Vol. 6. No. 1.

Faiqah, Fatih Dkk. 2016. *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*. Dalam Jurnal Komunikasi KAREBA. Vol. 5. No. 2.

Fitriansyah, Fifit. 2018. *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial Dalam Membentuk Perilaku Remaja)*. Dalam Jurnal Humaniora. Vol. 18 No. 2.

Kurnia, Novi. 2005. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*. Dalam Jurnal Mediator. Vol. 6. No. 2.

Mustika Elli dan Ayub Ilfandy. 2017. *Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia (Studi Pada Subscribers Traveling Channel Youtube Ponti Ramanta)*. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 4. No. 1.

Novianto, Raden Aditya Dkk. 2016. *Pengaruh Terpaan Media Terhadap Perubahan Sikap Dari Tayangan Sinetron '7 Manusia Harimau' Di Kalangan Remaja Sma Kota Bandung*. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 3. No.1.

Nugraha, Zulendy dkk. 2016. *Pengaruh Terpaan Media Sinetron Preman Pensiun Terhadap Sikap Waspada Penumpang Angkot Di Kota Bandung*. Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 3. No. 3.

Puspita, Yesi. 2015. *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay*. Dalam Jurnal Pekommas. Vol. 18 No. 3.

Setiawan, Farid Junis. 2017. *Sikap Dosen Terhadap Perpustakaan (Studi Deskriptif Tentang Sikap Dosen Universitas Airlangga Terhadap Koleksi, Layanan, dan Fasilitas Perpustakaan Universitas Airlangga*. Dalam Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik . Vol. 6. No. 3.

Sumber Internet:
www.youtube.com



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini selaku Dosen Pembimbing I dari mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama : Elsa Febytia Dinata
NPM : 168530084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Pengaruh *Channel Youtube* Horor Sara Wijayanto Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis

Menyatakan bahwa mahasiswa bimbingan saya tersebut benar telah mengambil data dari *channel youtube* melalui internet mulai dari tanggal 09 November – 31 Desember 2019 untuk data dalam menyusun skripsinya.

Demikian surat pernyataan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 17 Februari 2020

Diketahui
Wakil Dekan Bid. Akademik,

Dinyatakan oleh
Dosen Pembimbing Skripsi,



Mashito Batubara, S. Sos, MAP

Rehia K.I Barus, S.Sos, MSP

KUESIONER PENELITIAN

A. DATA RESPONDEN

- Nama : _____
- Usia : _____
- Akun IG : _____
- Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Perempuan
- Tingkat Pendidikan : SMP
 SMA
 S1

B. PETUNJUK PENGISIAN

Kuesioner yang akan diisi oleh anda berbentuk skala likert, terdapat empat alternatif jawaban dari setiap pernyataan yang diberikan yaitu:

- Keterangan : 1 = STS = Sangat Tidak Setuju
2 = TS = Tidak Setuju
3 = S = Setuju
4 = SS = Sangat Setuju

Beri tanda centang (✓) untuk setiap jawaban yang dipilih.

No	Pernyataan	Jawaban Pernyataan			
		SS	S	TS	STS
1.	<i>Channel Youtube</i> horror “Sara Wijayanto” sangat seram dengan suasana lokasi yang gelap.				
2.	Mengunjungi bangunan yang tidak berpenghuni dan terbengkalai menambah suasana horor dalam <i>Channel Youtube</i> horror “Sara Wijayanto”.				
3.	<i>Channel Youtube</i> horror “Sara Wijayanto”				

	memberikan banyak informasi pada saat melakukan komunikasi dengan makhluk halus.				
4.	Makhluk halus yang digambarkan dalam <i>Channel Youtube</i> horror “Sara Wijayanto” sangat menyeramkan.				
5.	<i>Scene</i> pembuktian atau uji nyali lebih menarik daripada <i>scene</i> ketika penelusuran beramai-ramai.				
6.	Latar belakang Sara Wijayanto sebagai seseorang yang memiliki indera ke-6 sehingga dapat merasakan keberadaan makhluk halus, membuat <i>Channel Youtube</i> tersebut semakin seram dan horror.				
7.	Gaya bahasa atau bicara Sara Wijayanto ketika membahas makhluk halus dalam <i>Channel Youtube</i> tersebut sangat lugas dan jelas.				
8.	Penampilan Sara Wijayanto dalam <i>Channel Youtube</i> tersebut dengan menggunakan baju serba hitam menambahkan suasana horor.				
9.	Pada saat Sara Wijayanto melakukan komunikasi dengan makhluk halus, pengetahuan saya terkait hal-hal mistis menjadi meningkat.				
10.	Kepercayaan saya sangat tinggi terhadap hal-hal mistis ketika menonton <i>scene</i> pembuktian atau uji nyali dalam <i>Channel Youtube</i> horror “Sara Wijayanto”, karena peserta akan menceritakan kejadian-kejadian yang dilihat dan dialaminya.				
11.	Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan terkait keberadaan adanya hal-hal				

	mistis pada saat melakukan penggambaran makhluk halus dalam <i>Channel Youtube</i> horror “Sara Wijayanto”.				
12.	Setelah menonton <i>Channel Youtube</i> horror “Sara Wijayanto” timbul rasa keberanian melihat bangunan tidak berpenghuni dan terbengkalai.				
13.	Saya merasa takut ketika bertemu dengan latar belakang seseorang yang memiliki indera ke-6.				
14.	Timbul rasa cemas berlebihan ketika mendengar suara-suara aneh setelah menonton <i>Channel Youtube</i> tersebut.				
15.	Setelah menonton <i>Channel Youtube</i> horror “Sara Wijayanto” saya akan tetap berani sendirian pada malam hari saat berada ditempat yang sepi dan gelap.				
16.	Saya tidak berani tidur sendirian pada malam hari setelah melihat makhluk halus yang muncul dalam <i>Channel Youtube</i> tersebut.				

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA 😊

Master Tabel
 Pengaruh *Channel Youtube* Horor "Sara Wijayanto" Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-hal Mistis

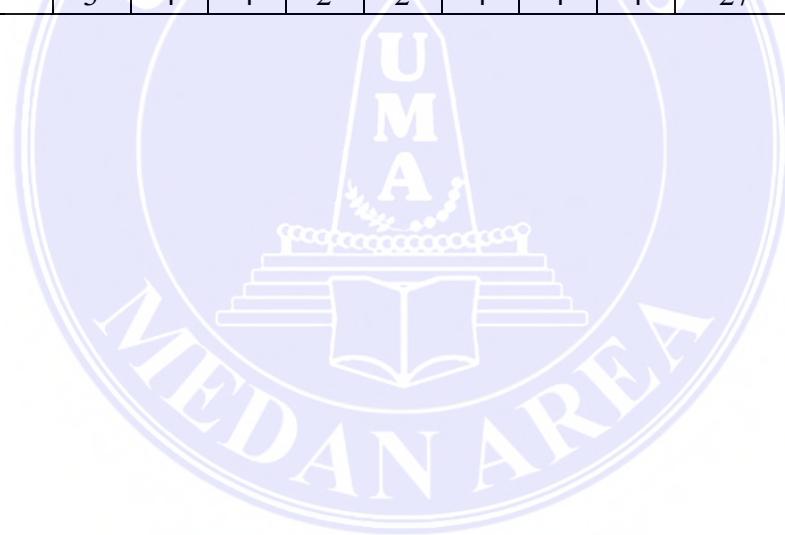
Karakteristik Responden				Variabel X (Channel Youtube Horor "Sara Wijayanto")									Variabel Y (Sikap Penonton Akan Hal-hal Mistis)								
No	Usia	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	Total	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	Total
1	16	P	SMA	4	3	3	4	4	4	4	4	30	3	3	3	2	2	2	3	3	21
2	16	P	SMA	3	4	4	2	2	3	4	2	24	3	2	2	2	2	2	3	3	19
3	17	P	SMA	3	3	2	2	4	2	3	2	21	1	1	2	1	3	1	3	1	13
4	17	P	SMA	3	3	3	3	2	3	4	3	24	3	3	3	2	1	3	2	3	20
5	17	L	SMA	3	3	3	3	2	3	4	2	23	3	3	4	3	3	1	1	1	19
6	19	L	SMA	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	19	P	S1	3	3	3	3	3	4	3	3	25	4	3	3	2	2	2	2	2	20
8	19	P	SMA	3	4	4	4	3	4	4	2	28	4	4	4	2	3	2	2	1	22
9	19	P	S1	4	4	3	4	2	3	4	3	27	4	4	4	3	4	1	1	1	22
10	19	P	SMA	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	2	2	3	22
11	20	P	S1	1	2	2	3	3	4	4	1	20	4	1	3	3	2	1	2	1	17
12	20	P	S1	4	3	2	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	1	3	3	2	20
13	20	P	S1	3	3	4	3	4	4	4	1	26	3	4	3	2	2	2	2	3	21
14	20	P	S1	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	2	2	2	2	3	3	20
15	20	P	S1	3	3	3	3	2	3	3	3	23	3	2	3	2	2	2	2	2	18
16	20	P	SMA	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
17	20	L	SMA	4	4	3	3	4	4	4	2	28	3	3	3	2	3	2	2	2	20
18	20	P	S1	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	1	1	4	4	4	25

19	20	P	S1	4	4	4	3	4	4	4	3	30	3	3	3	3	3	3	3	24	
20	20	L	S1	3	3	2	1	3	3	2	3	20	3	3	3	3	3	3	2	3	23
21	20	P	S1	3	3	4	3	3	3	4	3	26	2	2	3	2	2	2	3	1	17
22	20	P	S1	3	4	4	4	2	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	20	L	S1	2	3	3	1	2	3	3	3	20	4	3	3	4	3	4	3	3	27
24	20	P	S1	3	3	4	3	1	3	2	4	23	3	3	4	3	3	4	3	3	26
25	20	L	SMA	3	3	4	3	2	2	2	2	21	3	2	3	2	2	2	3	2	19
26	20	P	S1	4	3	3	3	3	3	3	2	24	4	3	3	3	4	2	3	1	23
27	20	P	S1	3	3	3	3	4	2	2	2	22	1	1	2	1	2	1	2	1	11
28	20	L	S1	3	3	3	3	3	3	4	3	25	2	2	2	3	2	2	2	2	17
29	20	L	SMA	4	3	4	1	2	1	1	2	18	1	1	1	1	1	2	3	1	11
30	21	P	S1	3	4	4	3	4	3	4	3	28	4	3	4	2	4	2	2	2	23
31	21	P	S1	4	4	4	4	3	3	4	4	30	3	4	4	4	3	2	3	3	26
32	21	P	SMA	3	3	3	3	3	3	4	4	26	4	3	3	3	3	4	4	4	28
33	21	P	SMA	3	3	3	2	4	2	3	3	23	2	2	3	1	3	1	2	2	16
34	21	P	S1	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	2	2	3	4	3	26
35	21	P	S1	4	4	3	4	3	4	4	4	30	4	4	4	4	3	3	3	3	28
36	21	P	S1	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	2	3	4	4	24
37	21	P	S1	3	4	3	3	2	3	3	3	24	3	3	3	3	2	2	2	2	20
38	21	L	SMA	2	4	3	3	4	3	2	4	25	4	4	4	3	3	3	3	3	27
39	21	L	S1	3	4	3	3	4	2	4	3	26	3	2	2	2	2	2	3	2	18
40	21	L	SMA	2	3	4	3	4	3	3	3	25	3	3	3	3	4	2	2	2	22
41	21	L	SMA	3	3	3	3	4	3	3	3	25	3	3	3	3	3	2	3	2	22
42	21	L	S1	2	2	3	2	3	3	4	3	22	3	3	3	3	2	3	3	3	23

43	21	P	S1	4	4	3	3	3	3	3	4	27	3	2	3	2	2	2	2	18
44	21	P	SMA	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	3	3	3	3	4	25
45	21	P	SMA	3	3	3	3	3	2	4	2	23	3	2	3	3	2	2	2	20
46	21	P	SMA	3	4	4	3	2	3	3	2	24	4	3	2	3	2	4	2	23
47	21	L	SMA	3	3	2	3	4	3	2	4	24	3	3	3	2	4	2	3	23
48	21	L	SMA	3	3	4	2	4	3	4	3	26	4	4	4	3	3	2	3	24
49	21	P	S1	3	3	3	3	4	4	3	2	25	3	2	3	2	1	2	3	20
50	21	P	SMA	3	3	3	3	4	3	4	3	26	3	3	3	3	2	2	3	22
51	21	L	S1	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	2	3	2	17
52	21	L	S1	3	3	3	2	4	3	2	2	22	2	1	3	2	4	1	1	15
53	21	P	S1	3	4	3	3	4	3	4	3	27	3	3	3	2	2	2	2	19
54	21	P	SMA	3	4	3	4	4	3	4	4	29	4	3	3	3	3	2	3	24
55	21	P	S1	1	1	1	1	1	1	1	2	9	3	3	1	4	1	1	4	20
56	21	P	S1	2	2	1	2	3	3	3	2	18	3	2	2	2	2	3	2	18
57	21	P	S1	1	3	3	3	2	2	4	2	20	3	3	3	2	1	2	3	18
58	21	P	SMA	3	3	2	3	3	3	3	3	23	3	3	3	2	3	2	3	22
59	21	L	S1	4	4	4	3	4	4	4	2	29	4	4	4	3	4	2	3	26
60	21	P	S1	3	3	3	3	4	3	4	2	25	3	3	3	1	1	2	3	19
61	21	P	S1	3	4	3	4	3	4	4	4	29	3	3	3	3	1	4	4	25
62	21	P	SMA	3	4	4	3	2	4	4	3	27	3	3	3	3	3	2	3	21
63	21	P	S1	3	4	3	4	4	4	2	3	27	3	3	4	2	4	1	1	19
64	21	P	SMA	4	4	4	3	2	3	3	2	25	3	3	3	2	2	2	3	20
65	21	P	S1	4	4	3	4	2	3	4	3	27	4	4	4	3	4	2	2	25
66	21	P	SMA	3	3	2	2	3	3	4	2	22	2	2	2	2	3	2	2	17

67	21	P	S1	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	2	2	2	2	3	3	20
68	21	P	S1	3	3	3	2	3	3	4	3	24	3	3	3	3	2	3	3	3	23
69	21	P	SMA	3	3	4	2	3	3	4	3	25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
70	21	L	S1	3	3	4	3	4	1	1	2	21	1	1	1	1	1	2	3	1	11
71	21	P	SMA	3	4	4	4	3	4	3	4	29	4	3	3	3	3	2	3	2	23
72	22	P	SMA	4	3	2	3	4	4	3	2	25	2	4	2	3	4	3	3	2	23
73	22	L	SMA	5	4	2	4	3	4	3	4	29	2	1	3	2	2	2	3	2	17
74	22	P	SMA	5	4	3	3	4	3	4	2	28	3	3	3	2	2	2	2	2	19
75	22	P	S1	4	4	2	4	3	3	3	3	26	3	3	3	2	2	2	3	3	21
76	22	L	SMA	4	3	4	3	4	4	3	3	28	3	3	2	2	2	1	2	2	17
77	22	P	SMA	5	4	3	4	4	3	4	4	31	4	3	3	3	3	2	3	3	24
78	22	P	S1	4	3	4	4	3	3	3	2	26	3	4	3	3	3	4	3	3	26
79	22	P	S1	2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	2	2	2	4	1	1	1	15
80	22	P	S1	4	4	3	3	4	4	3	2	27	4	3	3	2	2	3	2	2	21
81	22	L	SMA	4	4	3	3	4	3	3	2	26	3	4	3	2	4	2	2	2	22
82	22	L	SMA	4	3	4	3	2	3	4	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
83	22	L	SMA	3	4	3	3	4	3	4	2	26	3	3	3	2	3	2	3	2	21
84	22	L	SMA	2	3	3	2	3	3	4	3	23	2	2	2	3	2	2	2	2	17
85	23	P	S1	2	3	3	2	4	4	4	3	25	3	2	3	3	4	1	2	2	20
86	23	P	S1	3	3	2	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	4	1	1	1	19
87	23	P	S1	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	2	2	2	2	3	4	4	22
88	23	P	S1	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	1	3	3	1	20
89	23	P	S1	3	3	2	2	3	2	4	2	21	2	2	2	2	1	2	1	2	14
90	23	P	S1	4	4	4	4	1	4	4	2	27	4	3	4	2	2	2	3	2	22

91	23	L	S1	1	2	3	2	3	2	3	2	18	2	2	3	2	4	1	1	1	16
92	23	P	SMA	3	3	3	2	4	3	4	2	24	3	2	3	2	3	2	2	3	20
93	23	P	S1	3	4	3	3	4	4	4	3	28	3	3	3	2	3	2	2	4	22
94	23	P	S1	4	4	3	2	2	2	4	3	24	3	3	4	4	4	1	1	1	21
95	23	L	S1	3	3	2	2	3	2	2	2	19	1	1	2	1	2	1	2	1	11
96	25	P	SMA	3	3	4	4	2	3	3	3	25	4	3	3	2	3	2	2	2	21
97	25	P	S1	4	3	4	4	3	4	4	2	28	4	4	4	2	2	2	3	1	22
98	26	L	S1	3	4	3	3	2	2	3	2	22	3	2	3	2	3	2	3	2	20
99	28	P	S1	3	4	3	3	2	4	4	2	25	4	4	4	3	3	3	2	2	25
100	30	P	SMA	3	4	4	2	2	4	4	4	27	4	3	4	4	2	2	3	2	24



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)7/10/20

DAFTAR TABEL SAMPEL

Tanggal Upload	Judul Content	Populasi	Sampel	Tanggal Terima
07-Nov-19	<i>DMS Special Helloween Part 2</i>	1.@sriwahyuni	1.@n_aenis	09-Nov-19
		2.@vidiavitaloka	2.@putriameliasaskia	09-Nov-19
		3.@lennyzeb	3.@nurazizah	09-Nov-19
		4.@dewisekarlangit8	4.@mumainnah_	09-Nov-19
		5.@ratna.sari	5.@widyasari	09-Nov-19
		6.@wahyuni53	6.@ratna.sari	09-Nov-19
		7.@amelia	7.@wahyuni53	09-Nov-19
		8.@mutmainnah_	8.@amelia	09-Nov-19
		9.@widyasari	9.@indahramona07	09-Nov-19
		10.@n_aenis	10.@rachellaaa	09-Nov-19
		11.@putriameliasaskia	11.@hauradewita_11	10-Nov-19
		12.@nurazizah	12.@sriwahyuni	10-Nov-19
		13.@indahramona07	13.@elisa.lestari	10-Nov-19
		14.@rachellaaa		
		15.@hauradewita_11		
		16.@elisa.lestari		
17-Nov-19	Hantu Ika	1.@indah_mayasari_cahnia	1.@ledynurmala	18-Nov-19
		2.@whitaf50	2.@ninda_anggreini	18-Nov-19
		3.@dodi_setiawan	3.@agustiar	18-Nov-19
		4.@rio.arya	4.@puputnova	18-Nov-19
		5.@ayasdwi	5.@lioranabilaaa	18-Nov-19

		6.@ewissuryani	6.@anggiputra20	18-Nov-19
		7.@lioranabilaaa	7.@fauzannasrul	18-Nov-19
		8.@anggiputra20	8.@budisetiawan	18-Nov-19
		9.@fauzannasrul	9.@aisyah	18-Nov-19
		10.@budisetiawan	10.@dodi_setiawan	20-Nov-19
		11.@aisyah	11.@rio.arya	20-Nov-19
		12.@ledynurmala	12.@ayasdwi	20-Nov-19
		13.@ninda_anggreini	13.@ewissuryani	23-Nov-19
		14.@agustiar	14.@teryalfajri	23-Nov-19
		15.@puputnova		
		16.@teryalfajri		
23-Nov-19	Gedung Bekas Kantor	1.@rendyafdillah	1.@shafiraayustis	24-Nov-19
		2.@amrijuanda	2.@finanurp	24-Nov-19
		3.@dwizahara	3.@dwizahara_	24-Nov-19
		4.@auzia.fikri	4.@deviyyy	24-Nov-19
		5.@gustinaayuhsb	5.@elsanovita	25-Nov-19
		6.@vividwika99	6.@dwiee	25-Nov-19
		7.@vinna_yulya	7.@farchan.m.yulian	25-Nov-19
		8.@ikeevaliani	8.@rendyafdillah	25-Nov-19
		9.@azilalhadi98	9.@amrijuanda	25-Nov-19
		10.@auzia.fikri	10.@auzia.fikri	25-Nov-19
		11.@deviyyy	11.@gustinaayuhsb	25-Nov-19
		12.@elsanovita	12.@vividwika99	25-Nov-19
		13.@dwiee	13.@oktavianidachi	25-Nov-19

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)7/10/20

		14.@farchan.m.yulian	14.@azilalhadi98	25-Nov-19
		15.@shafiraayustis		
		16.@finanurp		
01-Des-19	Hantu Ndut	1.@rikanurjannah_	1.@chairulakbar	02-Des-19
		2.@_desi	2.@rania0101	02-Des-19
		3.@ulii	3.@risnawani_	02-Des-19
		4.@chairulakbar	4.@m.iqbal	02-Des-19
		5.@rania0101	5.@nrllhusna	02-Des-19
		6.@novaliana	6.@novaliana	02-Des-19
		7.@aniii	7.@aniii	02-Des-19
		8.@gracielagrass	8.@novianti	02-Des-19
		9.@syafiraa26	9.@syafiraa26	02-Des-19
		10.@novianti	10.@rikanurjannah_	03-Des-19
		11.@risnawani_	11.@_desi	03-Des-19
		12.@m.iqbal	12.@ulii	03-Des-19
		13.@nrllhusna	13.@nayylaa	04-Des-19
		14.@rika1078		
		15.@nayylaa		
		16.@greyysel		
04-Des-19	Hantu Ndut Part 2	1.@in_surya	1.@zii_zia	05-Des-19

		2.@novita_fitri	2.@annrudha.prisha	05-Des-19
		3.@wenii20	3.@isma.muliawati	05-Des-19
		4.@zaynaraliya	4.@ade_hamka	05-Des-19
		5.@zii_zia	5.@ucicahaya	05-Des-19
		6.@isma.muliawati	6.@zaynaraliya	05-Des-19
		7.@ade_hamka	7.@thahiraa	05-Des-19
		8.@kahira_dini	8.@maghfirah02	05-Des-19
		9.@maghfirah02	9.@rika.ananda	06-Des-19
		10.@mukhlissuddin	10.@kahira_dini	06-Des-19
		11.@annrudha.prisha	11.@in_surya	06-Des-19
		12.@ucicahaya	12.@novita_fitri	06-Des-19
		13.@thahiraa	13.@wenii20	06-Des-19
		14.@rika.ananda	14.@mukhlissuddin	06-Des-19
		15.@zaraleola		
		16.@david_maulana		
14-Des-19	Spesial Bali 1	1.@fathurrahman	1.@rani.apriliasari	15-Des-19
		2.@rohmansyah.19	2.@cici177	15-Des-19
		3.@adytiazoni	3.@mouzadinesaidatizauza	15-Des-19
		4.@mega_mentari	4.@rizkiaulavia	15-Des-19
		5.@mirawati	5.@sumaya	15-Des-19
		5.@rani.apriliasari	6.@rini_angraini	15-Des-19
		6.@mouzadinesaidatizauza	7.@hamida	16-Des-19
		7.@freliska.dinda	8.@fitrinurjannah	16-Des-19
		8.@melisaputri	9.@wilantika_ramadhani	16-Des-19

		9.@rivaldi.ardiansyah	10.@freliska.dinda	16-Des-19
		10.@rizkiaulavia	11.@rivaldi.ardiansyah	16-Des-19
		11.@cici177	12.@melisaputri	16-Des-19
		12.@hamida	13.@mega_mentari	16-Des-19
		13.@wilantika_ramadhani	14.@mirawati__	17-Des-19
		14.@sumaya		
		15.@rini_angraini		
		16.@fitrinurjannah		
21-Des-19	Si Manis Jembatan Ancol	1.@gian	1.@firli_nurfajriani	22-Des-19
		2.@rahmad.purnawan	2.@m.arifin	22-Des-19
		3.@evitalestarii	3.@evitalestarii	22-Des-19
		4.@m_suhendra	4.@aznila_natasya_31	22-Des-19
		5.@firli_nurfajriani	5.@norahandayani	22-Des-19
		6.@ris.wanto	6.@elzatridana	22-Des-19
		7.@m.fatha	7.@dikii_artaa	22-Des-19
		8.@auliaaa	8.@gian	23-Des-19
		9.@riska.nurafdillah	9.@rahmad.purnawan	23-Des-19
		10.@elzatridana	10.@nijapera	23-Des-19
		11.@fauzil.isra	11.@auliaaa	25-Des-19
		12.@aznila_natasya_31	12.@riska.nurafdillah	25-Des-19
		13.@nijapera	13.@ris.wanto	25-Des-19
		14.@dikii_artaa	14.@m_suhendra	25-Des-19
		15.@m.arifin		
		15.@norahandayani		

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)7/10/20

		17.@bungjapar_08		
28-Des-19	Spesial Bali 2	1.@fera_rezki	1.@galirakasiwi	29-Des-19
		2.@nadilazahara	2.@nursafitri	29-Des-19
		3.@dyasyura	3.@mfahrisyahputra	29-Des-19
		4.@galirakasiwi	4.@dickysatrio	29-Des-19
		5.@riskacaludia	5.@riskacaludia	29-Des-19
		6.@agungramadhani43	6.@bambangsusanto__	29-Des-19
		7.@ardimas_syahrial	7.@lailaangelika	29-Des-19
		8.@lestari_alfandi3	8.@yatty_oktary	29-Des-19
		9.@nursafitri	9.@fera_rezki	29-Des-19
		10.@bambangsusanto__	10.@nadilazahara	30-Des-19
		11.@lailaangelika	11.@lestari_alfandi3	30-Des-19
		12.@odiirmawan	12.@agungramadhani43	30-Des-19
		13.@audy.ferina	13.@dyasyura	30-Des-19
		14.@dickysatrio	14.@audy.ferina	01-Jan-20
		15.@mfahrisyahputra		
		16.@yatty_oktary		
		17.@yafialfarizii		

Tabel Nilai-nilai r Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,279	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,456	0,575	70	0,235	0,306
20	0,444	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,230
27	0,381	0,487	150	0,159	0,210
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,470	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,349	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,080	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,430	800	0,070	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081