

Perspektif Komunikasi Generasi Z Terhadap Pengobatan Alternatif Ningsih Tinampi yang Viral di Youtube

Herma Retno Prabayanti, Yanuarita Kusuma Permata Sari, Patricius Emmanuel

Communication Science Department, Faculty of Economics and Communication, Bina Nusantara University,
Jakarta, Indonesia 11480

herma.prabayanti@binus.ac.id

Abstract

Our health is the primary key to our activeness and productivity to create something that would benefit others. Our advancement in modern medicine has greatly helped us to reinforce our health. But, despite the modern medication we now have, and the world's health campaign, access to medication and modern healthcare can still be so hard to reach for several people in some area. One of the example of alternative medication that is now getting on trend is none other than Ningsih Tinampi from Pasuruan, East Java. Ningsih Tinampi has been practicing alternative medication for 5 years, and had published contents about the practice in her personal Youtube account, which now has gained over 1.5 million subscribers which range from the older to the younger generations, including the Z generation. This is something that we found interesting, since the Z generation, culturally speaking, is so far from practice of animism, dinamism, and any other practice that would sound irrational. The researching team wants to find out how the Z generations perceive the practice of alternative medication which has been constructed at Youtube. The method of this paper uses the study of phenomenology with a qualitative way of research. The theory of social constructionism will be used as the guiding theory and the result showed that the Z generations truly believe that the viral contents in Youtube is true and real.

Keywords : *New Media, Z Generation Communication, Social Constructionism, Mass Media Construction.*

Abstrak

Kesehatan adalah kunci utama manusia bisa aktif dan produktif menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya. Teknologi pengobatan sebagai penunjang upaya menjaga kesehatan pun kini telah berkembang pesat dan canggih. Namun, canggihnya teknologi pengobatan serta kampanye kesehatan untuk masyarakat belum nampak hasilnya, hal ini disebabkan karena mahalnya biaya berobat serta akses menuju layanan kesehatan yang masih sulit dijangkau oleh masyarakat. Akibatnya, banyak masyarakat yang kemudian mencari alternatif pengobatan yang dianggap lebih murah dan lebih cepat untuk mencapai kesembuhan, seperti Ningsih Tinampi yang berasal dari Pasuruan Jawa Timur. Ningsih Tinampi sudah lima tahun terakhir ini membuka praktik pengobatan alternatif yang disebarluaskan melalui YouTube pribadinya yang saat ini telah menembus angka 1,5 Juta pengikut yang berasal dari berbagai rentang usia termasuk Generasi Z. Hal ini menarik perhatian peneliti, sebab Generasi Z yang secara rentang budaya sangat jauh dengan praktik animisme dan dinamisme serta segala sesuatu yang bersifat irrasional, nampaknya sangat tertarik dengan berita tentang pengobatan ghaib Ningsih Tinampi di Youtube. Peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi generasi Z terhadap pengobatan alternatif Ningsih Tinampi yang dikonstruksikan dalam video YouTube. Metode dalam tulisan ini menggunakan studi fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Teori konstruksi sosial digunakan sebagai pisau analisis dan hasilnya menunjukkan bahwa generasi Z meyakini kejadian yang viral di sosial media YouTube adalah realita dan diyakini kebenarannya.

Kata Kunci: New Media, Generasi Z, Komunikasi, Konstruksi sosial, Konstruksi Media massa.

PENDAHULUAN

Kesehatan adalah kunci utama manusia bisa aktif dan produktif menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya. Oleh sebab itu, pola hidup yang baik untuk menjaga tubuh tetap sehat banyak dikampanyekan mulai dari instansi kesehatan, komunitas masyarakat hingga *public figure*. Teknologi pengobatan sebagai penunjang upaya menjaga kesehatan pun kini telah berkembang pesat dan canggih sehingga bisa dengan cepat dan akurat dalam mendeteksi suatu penyakit.

Namun, canggihnya teknologi pengobatan serta kampanye kesehatan yang dilakukan oleh berbagai pihak untuk masyarakat belum nampak hasilnya. Hal ini disebabkan karena mahalnya biaya berobat serta akses menuju layanan kesehatan yang masih sulit dijangkau oleh masyarakat. Oleh sebab itu, banyak masyarakat yang kemudian mencari alternatif pengobatan yang dianggap lebih murah dan lebih cepat untuk mencapai kesembuhan.

Di Indonesia setidaknya terdapat 9 jenis pengobatan alternatif yang telah disertifikasi, antara lain *Acupressure*; Akupunktur; Aromaterapi; *Ayurvedic*; *Balneotherapy*; *Chiropractic*; *Naturopathy*; Pijat; Reiki (Herdyanto, 2019). Meskipun telah tersertifikasi, pengobatan tradisional masih belum dapat dibuktikan secara medis manfaat dan hasilnya. Namun, masyarakat sudah terlanjur percaya dan meyakini bahwa pengobatan alternatif adalah solusi untuk pengobatan yang murah dan cepat membawa hasil.

Pengobatan alternatif yang sempat meramaikan dunia maya karena sangat viral di berbagai kanal berita online terjadi pada tahun 2009 saat kemunculan Ponari asal Jombang. Ponari disebut sebagai “Dukun Cilik” oleh masyarakat Jombang sebab diyakini dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit dengan batu *ghoib* yang dimiliki. Dengan tarif senilai Rp. 5000, Ponari menyembuhkan pasiennya menggunakan Batu *ghoib* yang

dicelupkan kedalam air minum yang dibawa oleh pasien.

Selain Ponari, pengobatan alternatif yang saat ini juga sedang viral adalah Ningsih Tinampi yang berasal dari Pasuruan Jawa Timur. Wanita yang kerap disapa dengan julukan ‘Budhe’ tersebut membuka praktik jasa pengobatan alternatif yang sudah berjalan selama lima tahun terakhir. Praktik pengobatan alternatif tersebut kemudian disebar luaskan melalui akun Youtube Ningsih Tinampi yang saat ini telah menembuh angka 1,5 juta pengikut dari berbagai rentang usia termasuk Generasi Z. Penelitian yang dilakukan oleh McCrindle Research Center (2019) menunjukkan bahwa orang-orang yang lahir pada 1995 sampai 2009 adalah mereka yang kemudian disebut sebagai Generasi Z. Disebut dengan Generasi Z karena mereka lahir di era penggunaan internet dan alat komunikasi canggih yang tak dapat dipisahkan dari sehari-hari masyarakat. Generasi Z yang lahir pada zaman Internet, menjadikan kebiasaan penggunaan internet dalam berbagai lini kehidupan. Bahkan generasi Z menjadikan internet sebagai sumber informasi. Maka informasi yang viral di internet menjadikan Generasi Z tertarik, dan terus mengikuti perkembangan informasi tersebut (Adam, 2017).

Viralnya pengobatan alternatif oleh Ningsih Tinampi membuat jumlah pasien terus membludak. Bahkan berdasarkan data di lapangan jika mendaftar pada bulan November 2019, maka pasien akan ditangani 7 bulan mendatang. Lokasi pengobatan Ningsih Tinampi yang berada di kabupaten Pasuruan, membuat Dinas Kesehatan setempat mengimbau masyarakat untuk bijaksana dalam memilih layanan berobat. Bahkan Kabid Pelayanan Kesehatan DinKes Kabupaten Pauruan, Ugik Setyo Darmoko menyampaikan bahwa pengobatan Ningsih Tinampi tidak bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Arifin, 2019).

Meski sudah ada pernyataan dari pemerintah bahwa pengobatan alternatif Ningsih Tinampi tidak ilmiah, namun akun YouTube milik Ningsih Tinampi terus bertambah dan sebagian besar pengikut maupun yang memberi komentar di akun miliknya merupakan Generasi Z yang masih mengikuti perjalanannya di kanal You Tube. Fenomena pengobatan alternatif oleh Anderson dan Foster (1986, dalam Fanani dan Dewi, 2014) disebut dengan *Etnomedisin*. Etnomedisin merupakan suatu kepercayaan dan juga praktik yang berhubungan dengan penyakit yang berasal dari perkembangan budaya asli, bersifat eksplisit dan bukan berasal dari sumber pengetahuan kedokteran modern. Lebih lanjut lagi, Etnomedisin kemudian dibagi menjadi dua jenis, pertama adalah Etnomedisin Personalistik merupakan sistem intervensi penyakit dari suatu gen aktif. Gen aktif tersebut merupakan makhluk supranatural yang diyakini dan dipercayai oleh masyarakat lokal nyata adanya yang kemudian disebut sebagai makhluk *ghaib*. Kedua adalah Etnomedisin Naturalistik yang mengakui adanya keseimbangan dalam tubuh manusia.

Hal ini menarik perhatian peneliti, sebab Generasi Z yang secara rentang budaya sangat jauh dengan praktik animisme dan dinamisme serta segala sesuatu yang bersifat *irrasional*, nampaknya sangat tertarik dengan berita tentang pengobatan *ghaib* Ningsih Tinampi di Youtube. Peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi generasi Z terhadap pengobatan alternatif Ningsih Tinampi yang dikonstruksikan dalam video YouTube. Tujuannya adalah ingin mengungkap makna dari fenomena pengobatan alternatif yang sedang populer di dunia YouTube yang merupakan kanal berita Generasi Z saat ini.

Teori Uses and Gratification

Teori Uses and Gratification berfokus pada khalayak yang dianggap sebagai penentu dalam pemilihan media. Khalayak bertanggung jawab atas pilihan media yang digunakan. Uses

(penggunaan) merupakan penggunaan media yang dilakukan untuk mendapatkan *gratification* (kepuasan) kebutuhan sang audiens. Asumsi dasar teori ini adalah khalayak dianggap pihak yang aktif terlibat dalam penggunaan media. Fokus teori ini membahas tentang harapan maupun pencarian yang mendasari khalayak dalam mengakses media, dan sejauh mana harapan dan pencarian khalayak tersebut telah terpenuhi. Pada konteks ini, khalayak dianggap sebagai agensi yang aktif dan sudah memiliki literasi media, paham atas harapan dan kepuasan yang diharapkan (Arifin, 2013).

McQuail, Blumer dan Brown (dalam Severin & Tankard, 2005) menggabungkan konsep hubungan personal dan interaksi sosial sebagai berikut:

1. Pengawasan (*Surveillance*) merupakan kebutuhan untuk mendapatkan informasi baik berupa pengetahuan dan berita yang secara langsung ataupun tidak menjadi referensi audiens untuk memiliki kesadaran atau pengawasan akan lingkungannya.
2. Identitas Pribadi merupakan motif mengonsumsi media untuk memperoleh legitimasi atau penguatan akan nilai-nilai yang diyakini audiens, pencarian referensi personal, dan eksplorasi realitas.
3. Hubungan Personal dan Interaksi Sosial Audiens untuk memperoleh rasa perkawanan yang ditawarkan media dan manfaat sosial lainnya. Fungsi ini lebih melihat hubungan antara audiens dengan lingkungan, termasuk bagaimana sinergi antara dirinya dalam sistem sosial.
4. Pengalihan (*Diversion*) merupakan pelarian dari batas-batas rutinitas, beban masalah, dan pelepasan emosi. Motif hiburan menjadi salah satu poin yang ada dalam konsep

keempat ini. Audiens mengonsumsi media sebagai ajang untuk leisure dan mengisi waktu luang.

Effendy (2003 dalam Novianto 2011) mengategorikan lima kebutuhan individual, diantaranya adalah: Kebutuhan Kognitif (*Cognitif Needs*) Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahamidan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untukpenyelidikan; Kebutuhan Afektif (*Affective Needs*) Kebutuhan yang berkaitan denganpeneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional; Kebutuhan Pribadi (*Personal Integrative Needs*) yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri; Kebutuhan Sosial Secara Integratif (*Social Integrative Needs*) Kebutuhanyang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia. Hal hal tersebutdidasarkan pada hasrat berafiliasi; Kebutuhan Pelepasan (*Escapist Needs*) Kebutuhanyang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

Konstruksi Sosial Media Massa

Konstruksi merujuk pada pengakuan terhadap eksistensi manusia secara individu dalam dunia sosialnya. Bahwa individu bisa menjadi pemimpin yang dikonstruksi berdasarkan kehendak pribadi. Individu bukanlah manusia korban fakta sosial, namun sebagai produsen kreatif dan mampu mengkonstruksi dunia sosialnya (Bungin, 2015). Proses menjadi manusia muncul dalam hubungan timbal balik dengan lingkungan, karena manusia hanya memiliki kesadaran tentang sesuatu baik menurut perspektifnya, baik secara fisik maupun batin juga menyatakan

bahwa kenyataan hidup sehari-hari adalah kenyataan yang tertib dan tertata. Kenyataan hidup dipahami bersama-sama oleh setiap individu dalam masyarakat, mengalami penyesuaian berdasarkan pemaknaan masing-masing (Berger dan Luckman, 1991).

Untuk bisa mengubah kenyataan, setiap individu melakukan tindakan yang berlangsung terus menerus. Berger dan Luckmann (1991:61) menyebutkan bahwa masyarakat tercipta, dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Manusia menciptakan interaksi dalam makna simbolis yang universal, yaitu mengenai pandangan hidup yang menyeluruh, Berger dan Luckman (1991) selanjutnya juga menyebutkan bahwa dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Dialektika tersebut berlangsung dalam tiga 'moment' simultan, diantaranya adalah eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Bagi Berger dan Luckman (1991) masyarakat merupakan kenyataan obyektif, dan subyektif. Hal ini dikarenakan manusia memosisikan dirinya tidak hanya berhubungan secara timbal balik dengan lingkungan alam tetapi juga dengan tatanan sosial dan budaya yang spesifik.

Berger dan Luckman (1991) menjelaskan bahwa, manusia tidak mungkin bisa berkembang dalam keadaan terisolasi untuk menghasilkan suatu lingkungan yang manusiawi. Pada tahapan itulah, eksternalisasi atas pemaknaan suatu realitas sedang berlangsung. Pada saat pola perilaku masyarakat menciptakan produk sosial dan kemudian individu mengeksternalisasikan (penyesuaian diri) ke dalam dunia sosio-strukturalnya sebagai bagian dari produk manusia. Melalui proses dialektika ini maka realitas sosial pengobatan oleh Ningsih Tinampi yang viral di YouTube dapat dilihat dari ketiga tahap tersebut.

Puji (2016) menjelaskan bahwa konstruksi sosial media massa menggunakan model satu arah. Maksud dari model satu arah

adalah media memberikan informasi, sementara konsumen media tidak memiliki pilihan kecuali mengonsumsi informasi tersebut. Model ini sangat banyak terjadi pada media cetak. Sementara itu, media elektronik khususnya radio, bisa dilakukan dua arah, walaupun agenda setting konstruksi masih didominasi oleh media.

Secara lebih lanjut Puji (2016) menjelaskan dalam proses konstruksi, terdapat tiga tahapan antara lain:

1. **Tahap pembentukan konstruksi realitas.** Tahapan ini terjadi setelah sebaran konstruksi, di mana pemberitaan telah sampai pada pembaca dan pemirsanya yaitu terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui tiga tahap yang berlangsung yaitu:
 - a) Pertama: Konstruksi realitas membenaran sebagai suatu bentuk konstruksi media massa yang terbentuk di masyarakat cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di media massa sebagai suatu realitas kebenaran.
 - b) Kedua: Kesiediaan untuk dikonstruksi oleh media massa, yaitu sikap generik dari tahap pertama. Bahwa pilihan orang untuk menjadi pembaca dan pemirsa media massa adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh media massa.
 - c) Ketiga: adalah menjadikan konsumsi media massa sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara habit tergantung pada media massa. Media massa adalah bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan.

2. **Tahap Pembentukan Konstruksi Citra.** Adalah konstruksi citra yang dibangun oleh media massa yang terbentuk dalam dua model, yakni model *good news* dan model *bad news*. Model *good news* merupakan konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu pemberitaan sebagai pemberitaan yang baik. Sedangkan model *bad news* merupakan konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau memberi citra buruk pada objek pemberitaan.
3. **Tahap konfirmasi.** Adalah tahapan yang terjadi ketika media massa maupun pembaca dan khalayak memberi argumentasi terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya konstruksi sosial. Sedangkan bagi khalayak dan pembaca, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang bertipe deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk menggali data dalam penelitian ini, digunakan metode *snowball* yang informannya diperoleh dari hasil rekomendasi informan yang satu kemudian menunjuk yang lainnya dan seterusnya seperti ini hingga diperoleh data yang dibutuhkan. Adapun tipe data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari sumber utama yang dalam penelitian ini sumber utama adalah para generasi Z. Karakteristik informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Berusia lebih dari 17 tahun, hal ini berdasar pada regulasi di Indonesia

disebut telah dewasa, dan memiliki kedudukan hukum yang tetap. Sehingga informan mampu menilai konstruksi komunikasi yang dibangun oleh Ningsih Tinampi.

2. Menggunakan You Tube sebagai sumber informasi utama dan melihat video yang memiliki unsur mistis dan mitos.
3. Pernah melihat secara utuh video ningsih tinampi melalui kanal you tube minimal sebanyak tiga kali.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari penelitian sebelumnya, wawancara pendahuluan dengan informan kunci yang pernah memiliki pengalaman terkait pengobatan alternative dan referensi jurnal penelitian maupun buku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian mengenai Perspektif generasi Z terhadap pengobatan alternatif Ningsih Tinampi yang viral di YouTube ditemukan ada kebutuhan yang bervariasi dalam mengakses konten YouTube sebagaimana temuan data dibawah ini:

1. Informan A menyatakan bahwa YouTube dianggap sebagai pusat pencarian informasi yang lengkap dan tidak membosankan. Informasi yang lebih disukai adalah tayangan yang berunsur menghibur, gaya hidup dan mistis.
2. Informan C menyatakan kanal YouTube memiliki jangkauan yang luas dan mudah dalam mendapatkan informasi. Informasi yang lebih disukai adalah tayangan seputar gaya hidup, mistis dan mitos.
3. Informan D dan E menyatakan bahwa arus saat ini masyarakat lebih menggunakan YouTube sebagai pusat informasi dibandingkan Televisi.

Informasi yang disukai adalah yang berunsur menghibur.

Berdasarkan hasil wawancara dari kelompok tiga informan tersebut, diketahui bahwa dalam mengakses informasi ada kebutuhan Pengalihan (Diversi) Pelarian dari batas-batas rutinitas, beban masalah, dan pelepasan emosi. Motif hiburan menjadi salah satu poin yang ada dalam konsep keempat ini. Audiens mengonsumsi media sebagai ajang untuk leisure dan mengisi waktu luang.

Sementara itu berdasarkan hasil wawancara pada dua kelompok informan lainnya menunjukkan bahwa:

1. Informan F menyatakan mengakses informasi melalui YouTube lebih murah dan efisien dibandingkan kanal informasi lainnya. Informasi yang disukai adalah tayangan yang berunsur menghibur, kerajinan dan mitos.
2. Informan B menyatakan bahwa mengakses informasi melalui YouTube lebih menarik karena bersifat audio visual dibandingkan dengan blog. Informasi yang disukai adalah tayangan jurnalistik yang mengangkat pada budaya dan mitos.

Dari kedua kelompok informan tersebut menunjukkan bahwa ada latar identitas pribadi dalam mengonsumsi media untuk memperoleh legitimasi atau penguatan akan nilai-nilai yang diyakini audiens, pencarian referensi personal, dan eksplorasi realitas. Misalnya pada pilihan akses YouTube informan mencari informasi dengan cara yang paling efisien. Harga yang lebih murah menjadi alasan informan untuk mengakses informasi melalui kanal YouTube. Selain itu tidak adanya keterbatasan waktu, dan serta kebebasan memilih informasi juga menjadi alasan informan untuk mengakses informasi melalui kanal YouTube. Sifat audio visual yang melekat pada tayangan YouTube menjadikan informan lebih memilih ulasan dan tayangan

YouTube sebagai pusat pencarian informasi. Informasi yang tidak dimuat di media mainstream menjadi nilai lebih bagi informan untuk menggali informasi melalui kanal YouTube. Informasi seputar jurnalistik (semi dokumenter) yang mengarah pada ulasan seputar budaya dan mitos menjadi nilai lebih bagi informan yang hanya didapat melalui kanal YouTube.

Kebutuhan dalam mengakses informasi juga dipengaruhi konstruksi para informan dalam melihat tayangan di YouTube. Konstruksi bisa dilihat dalam tiga tahap, yaitu :

1. Tahap Eksternalisasi

Pada tahap eksternalisasi ditemukan informan menyukai tayangan mengandung unsur mitos karena dianggap menarik. Selain itu informan lain juga menyebutkan bahwa tayangan berunsur mitos adalah tayangan yang lucu dan menghibur. Tayangan berunsur mistis tidak lagi menakutkan, dengan kemasan yang lucu, informan bisa merasa terhibur. Efek penasaran dan memikirkan jalan cerita pada tayangan yang mengandung unsur mistis, juga menjadi alasan informan menyukai tayangan tersebut. Ulasan seputar budaya dan mitos yang menunjukkan kepercayaan pada Tuhan memberikan nilai lebih dan membuat informan melihat sisi lain dalam sebuah tayangan pada kanal YouTube.

2. Tahap Objektivasi

Informan pada tahap objektivasi percaya mengenai pengobatan alternatif Ningsih Tinampi. Informan percaya karena dalam tayangan di YouTube Ningsih Tinampi melakukan pengobatan yang terlihat nyata dengan adanya visual pasien memiliki kondisi perut dan kaki besar, dalam seketika bisa mengecil kembali. Dalam tayangan tersebut Ningsih Tinampi juga dianggap pintar

oleh informan karena mampu memanfaatkan media YouTube untuk menyampaikan informasi tentang pengobatan alternatif yang mengandung unsur mistis. Pengalaman pribadi salah satu informan yang mendapatkan kesembuhan dari pengobatan alternatif, memperkuat rasa percaya pada pengobatan alternatif yang dilakukan oleh Ningsih Tinampi. Dalam tayangan YouTube Ningsih Tinampi dipercaya oleh informan bisa melihat dimensi lain. Kata-kata yang terlontar oleh Ningsih Tinampi seolah berbicara dengan makhluk dimensi lain memperkuat alasan informan untuk percaya bahwa ada kekuatan ghaib. Informan lain juga menyebutkan kisah kerasukan (mistis) yang pernah dilihat, membuat informan percaya adanya kehidupan pada dimensi lain. Hal itu memperkuat bahwa Ningsih Tinampi bisa mengobati penyakit melalui ilmu ghaib.

3. Tahap Internalisasi

Tidak menjadi pengikut akun YouTube Ningsih Tinampi menjadikan informan pada tahap internalisasi hanya mempercayai pengobatan alternatif tersebut, namun tidak berusaha untuk mendapatkan langganan informasi Ningsih Tinampi di YouTube. Informan menyebut tidak ada nilai lebih jika berlangganan akun YouTube Ningsih Tinampi. Sifat menghibur yang melekat tidak membuat Informan ingin berlangganan. Selain itu unsur mistis juga membuat Informan malu terlihat berlangganan akun YouTube Ningsih Tinampi. Konten mistis dan pengobatan alternatif bukan konten yang hype bagi generasi Z, sehingga mereka hanya melihat update video dari explore saja sudah cukup.

Dialektika yang muncul pada generasi Z yang menyukai tayangan YouTube adalah para informan percaya dengan adanya pengobatan supranatural Ningsih Tinampi yang mengandung unsur ghaib. Pengalaman pribadi memiliki andil yang besar bagi informan untuk percaya ada dimensi lain yang ikut serta dalam pengobatan alternatif Ningsih Tinampi. Pengobatan secara medis masih menjadi yang utama, namun bagi informan ada unsur lain dari dimensi lain yang berhubungan dengan penyakit dan kesembuhan. Hal yang tidak bisa dijelaskan dengan ilmiah menjadi alasan informan tidak berlangganan. Mereka hanya ingin mendapat informasi terbaru tanpa harus terlihat bahwa mereka berlangganan.

KESIMPULAN

Generasi Z adalah generasi yang tumbuh saat internet berkembang pesat. Mereka mengandalkan internet sebagai media untuk mencari informasi. Kebutuhan informasi yang lengkap baik audio maupun visual didapatkan oleh generasi Z dari sosial Media YouTube. Setiap individu generasi Z memiliki jenis informasi yang disukai, bagi peneliti generasi Z yang menyukai informasi mistis adalah informan yang paling tepat.

Generasi Z yang menyukai informasi seputar mistis dan mitos membangun kepercayaan tersendiri setelah melihat tayangan tersebut di kanal YouTube. Salah satunya tayangan Ningsih Tinampi yang viral di YouTube bagi generasi Z sangat masuk akal. Bahkan berdasarkan pengalaman mistis dan kejadian disekitar mereka juga memperkuat alasan generasi Z untuk percaya pada pengobatan alternatif yang dilakukan oleh Ningsih Tinampi. Dalam video yang ada di akun Ningsih tinampi secara visual tidak menampakan dimensi lain, namun Ningsih Tinampi mampu membangun persepsi generasi Z untuk percaya adanya kontak Ningsih dengan dimensi lain.

Meski percaya dengan pengobatan yang dilakukan oleh Ningsih Tinampi namun generasi

Z tidak berlangganan akun Ningsih Tinampi. Bagi generasi Z tayangan seputar mistis juga memiliki unsur menakutkan. Selain itu bukan hal yang keren bagi generasi Z untuk melihat tayangan berunsur mistis juga menjadi alasan kuat bagi generasi Z untuk tidak terlihat bahwa mereka percaya pada pengobatan ghaib.

DAFTAR PUSTAKA

- Entertainment*. (2019, Maret 12). Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/millennial/jangan-salah-ini-bedanya-milenial-dengan-generasi-z-1552364983310537980>
- Adam, A. (2017, April 28). *Humaniora*. Retrieved from tirto.id: <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>
- Arifin, P. (2013). Persaingan Tujuh Portal Berita Online Indonesia berdasarkan Analisis Uses and Gratifications. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 10, Nomor 2*, 195-212.
- Herdyanto, A. (2019, 6 12). *Health*. Retrieved from IDN Times: <https://www.idntimes.com/health/fitness/abraham-herdyanto/macam-pengobatan-alternatif-yang-aman-dan-tersertifikasi/full>
- Novianto, I. (2011). PERILAKU PENGGUNAAN INTERNET DI KALANGAN MAHASISWA. *Journal Unair*.
- Santoso, P. (2016). KONSTRUKSI SOSIAL MEDIA MASSA. *Al-Balagh, Vol 1, No 1*, 30-48.