

NILAI BUDAYA FOLKLORE HANTU DI ERA DIGITAL STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE RIZKY RIPLAY

CULTURAL VALUES OF GHOSTLORE IN DIGITAL ERA A CASE STUDY OF RIZKY RIPLAY'S YOUTUBE CHANNEL

¹Muhammad Maftukhan, ²Edi Dwi Riyanto,

^{1,2}Universitas Airlangga Surabaya

¹muhammad.maftukhan-2020@fib.unair.ac.id, ²edi-d-r@fib.unair.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan komodifikasi hantu di era digital yang ada dalam sajian konten youtube dari channel Rizky Riplay. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif sebagai penelaahan masalah terhadap objek yang diteliti. Sumber data dalam penelitian ini adalah video-video dalam channel youtube Rizky Riplay yang menyajikan ilustrasi penceritaan hantu dalam bentuk animasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus terhadap video-video yang ada di channel youtube Rizky Riplay. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini antara lain: 1) mencocokkan data dari hasil temuan; 2) melakukan penelaahan data secara sistematis; 3) menganalisis hasil temuan sesuai dengan permasalahan yang diangkat untuk kemudian ditafsirkan menjadi hasil analisis; 4) penarikan kesimpulan. Hasil analisis menunjukkan bahwa: pertama, terdapat inovasi produk dalam channel youtube Rizky Riplay serta ditemukan nilai budaya folklore hantu yang bergeser di era digital. Tidak hanya sebagai nilai edukasi dan religi akan tetapi juga sebagai sarana hiburan. Kedua, Channel Youtube Rizky Riplay dinilai telah meraup kekayaan lewat bantuan animasi-animasi hantu yang menjadi karakter utama dalam setiap kontennya. Ketiga, hantu-hantu dalam bentuk animasi/kartun ini dinilai telah membuat kaya pemilik channel youtube dengan melakukan endorsement/promosi produk dan jasa kebutuhan manusia serta sistem monetisasi dari youtube. **Kata Kunci:** nilai budaya, ghostlore, inovasi produk, youtube

Abstract

The purpose of this study is to describe the cultural values of ghost folklore in the YouTube content presentation of the Rizky Riplay channel. This research is qualitative by using descriptive method as a problem study of the object under study. Sources of data in this study are videos on Rizky Riplay's youtube channel that present illustrations of ghost storytelling in the form of animation. The data collection technique used in this research is a case study of videos on Rizky Riplay's youtube channel. Data processing techniques in this study include: 1) matching the data from the findings; 2) conduct a systematic review of the data; 3) analyze the findings in accordance with the issues raised for later interpretation into the results of the analysis; 4) drawing conclusions. The results of the analysis show that: first, there are product innovations on Rizky Riplay's youtube channel and the cultural values of ghost folklore that have shifted in the digital era. Not only as an educational and religious value but also as a means of entertainment. Second, Rizky Riplay's Youtube Channel is considered to have made a fortune through the help of ghost animations that are the main characters in each of its content. Third, the ghosts in the form of animations/ cartoons are considered to have made youtube channel owners rich by doing endorsements/ promotions of products and services for human needs as well as the monetization system from YouTube. Not only as an educational and religious value but also as a means of entertainment. Second, Rizky Riplay's Youtube Channel is considered to have earned wealth through the help of ghost animations that are the main characters in each of its content. Third, the ghosts in the form of animations/ cartoons are considered to have made YouTube channel owners rich by doing endorsements/ promotions of products and services for human needs and the monetization system from YouTube. Not only as an educational and religious value but also as a means of entertainment. Second, Rizky Riplay's Youtube Channel is considered to have made a fortune through the help of ghost animations that are the main characters in each of its content. Third, the ghosts in the form of animations/ cartoons

are considered to have made YouTube channel owners rich by doing endorsements/promotions of products and services for human needs and the monetization system from YouTube.

Keywords: *cultural values, Ghostlore, innovation product, youtube*

PENDAHULUAN

Kehidupan manusia di muka bumi ini memiliki beragam macam fenomena yang mewarnai keseharian mereka. Mulai dari fenomena alam yang bisa dijelaskan oleh pengetahuan hingga fenomena alam yang sulit dijelaskan dengan akal pikiran manusia. Hal-hal yang belum bisa ditelaah dengan akal manusia sering disebut sebagai metafisik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), metafisik berarti ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan hal-hal nonfisik atau tidak kelihatan. Sedangkan supernatural merupakan sebutan untuk menjelaskan kejadian-kejadian yang tidak bisa dijelaskan dengan hukum alam, atau berada di atas dan di luar alam.

Hantu merupakan salah satu contoh dari makhluk astral atau makhluk tak kasat mata. Perwujudannya yang beraneka ragam memiliki histori yang bermacam-macam pula. Cerita-cerita hantu merupakan sebuah kajian folklore, karena folklore itu sendiri merupakan sebagian dari kebudayaan suatu kolektif yang tersebar dan diwariskan turun-temurun, di antara kolektif macam apa saja, secara tradisional dalam versi yang berbeda, baik dalam bentuk lisan maupun contoh yang disertai dengan gerak isyarat atau alat bantu pengingat. (Danandjaja, 1997).

Dewasa ini, jagad hiburan pada platform youtube banyak menyuguhkan berbagai macam channel-channel yang berisikan konten hiburan. Youtube sendiri merupakan sebuah aplikasi milik perusahaan google inc. yang digunakan di seluruh dunia. Dalam aplikasi youtube penggunaanya bisa mendapatkan informasi berupa video-video. Di aplikasi youtube ini penggunaanya dapat mengunggah video apa saja dan sebanyak apapun jika sudah memiliki akun yang terdaftar. Video yang diunggah dapat disaksikan oleh seluruh pengguna youtube yang ada dibelahan bumi mana pun dan dengan demikian sang pemilik channel yang mengunggah video dengan jumlah penonton yang banyak akan meraup keuntungan berupa uang. Tak terkecuali dengan channel-channel yang menyuguhkan tentang hantu sebagai konten mereka. Tidak sedikit akun youtube yang memiliki fokus pengunggahan konten mengenai hantu sbeberapa di antaranya adalah “Warganet Life Official, Rizky Riplay, Mawarosa 80 dan beberapa.

Maraknya konten-konten yang menayangkan hantu di youtube Indonesia baik itu sebagai kisah misteri hingga hantu sebagai tokoh yang melakukan promosi barang-barang dagangan menimbulkan stigma baru bagi masyarakat yang mengonsumsi konten tersebut. Cerita hantu yang disuguhkan bukan lagi hanya sebagai kisah yang menceritakan hal-hal yang dipercaya mistis, membawa pesan moral bahkan mengandung pendidikan. Cerita hantu yang dikemas di youtube juga menjadi saran untuk mempromosikan barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan tertentu. Rizky Riplay adalah salah satu channel youtube yang terpilih sebagai salah satu finalis dalam Festival Kreatif Lokal 2020 sebuah kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dari Adira Finance bekerjasama dengan Kemenparekraf RI. Pemilihan channel youtube Rizky Riplay ini berdasarkan pada ketertarikan peneliti yang berdasar pada konten dari channel youtube yang dikemas menarik dan jumlah subscriber yang banyak. Terhitung semenjak penelitian ini dilakukan, channel youtube Rizky Riplay memiliki 6.42 Juta subscriber dengan jumlah 784.556.660 kali penyangan. Dalam kajian ini, hantu yang akan dibahas adalah hantuhantu yang ditampilkan melalui animasi yang diunggah pada channel youtube Rizky Riplay.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dekskriptif. (Suwandi Endraswara, 2011) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengutamakan kedalaman penghayatan terhadap interaksi antar konsep yang sedang dikaji secara empiris. Sumber data dalam penelitian ini adalah video-video dari channel youtube “Rizky Riplay” yang menyajikan hantu-hantu dalam bentuk animasi. Jumlah video yang dianalisis sebanyak sepuluh (10) video. Pemilihan video sebagai sumber data yang dianggap sebagai inovasi produk ini berdasarkan konten yang dianggap memiliki nilai budaya dan atau mengandung promosi produk tertentu dengan memiliki minimal jumlah tayangan sebanyak 1 juta tayangan sejak penelitian ini dibuat.

Video-video yang dijadikan sebagai data dalam penelitian ini antara lain;

1. “Ketika Badan Mbak Kuyang Hilang” (48 juta tayangan)
2. “Bakso Setan Buat Ibu-Ibu Arisan” (35 juta tayangan)
3. “Wood Ghost Attacks Toyota Avanza” (93 Juta tayangan)
4. “Persaingan Selebgram Hantu, Kuchisake Onna vs Kuntilanak” (2.7 juta tayangan)
5. “Dendam Kuntilanak- Peneror Tidurku di Masa Kecil” (4.8 juta tayangan)
6. “Diculik Wewe Gombel & Dijadikan Anaknya” (5.9 juta tayangan)
7. “Ketika Hantu Dibelunggu di Bulan Ramadhan” (52 juta tayangan)
8. “Ketika Kuntilanak Ikut Miss Universe Hantu” (17 juta tayangan)
9. “Legenda Andong Pocong Sidoarjo” (1.6 juta tayangan)
10. “Animasi KKN di Desa Penari” (5.5 juta tayangan)

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini antara lain: 1) mencocokkan data dari hasil temuan; 2) melakukan penelaahan data secara sistematis; 3) menganalisis hasil temuan sesuai dengan permasalahan yang diangkat untuk kemudian ditafsirkan menjadi hasil analisis; 4) penarikan kesimpulan. Fokus penelitian ini adalah mengungkap nilai budaya folklore hantu/ghostlore yang ada dalam channel youtube “Rizky Riplay”.

HASIL DAN PEMBAHASAN Deskripsi Umum Folklore Hantu (Ghostlore)

Folklore diterjemahkan ke Bahasa Indonesia dengan istilah folklor. (Endraswara, 2013) menyebutkan bahwa folklor atau cerita-cerita rakyat sangat penting bagi cara hidup suatu kelompok, yang tersebar dan diturunkan dari satu zaman ke zaman selanjutnya, di antara kelompok apa pun, biasanya dalam berbagai adaptasi, baik dalam struktur lisan atau dalam model yang digabungkan dengan isyarat atau pembantu pengingat (mnemonic). Folklore memiliki sifat yang khas, hal ini berarti masing-masing masyarakat yang ada di berbagai macam dunia akan memiliki system atau bentuk folklore yang berbeda.

Berbicara mengenai cerita rakyat/dongeng tidak bisa lepas dari akar dari dongeng/folklore itu sendiri, yakni sastra/tradisi lisan. Sebuah sastra yang tidak dituangkan dalam kertas atau dipublikasikan dalam bentuk buku bacaan bahkan tidak direkam maupun didokumentasikan dalam bentuk yang lain. (Zipes, 2012) menyatakan bahwa dongen-dongeng rakyat dibentuk dalam praktik lisan tidak pernah diberi judul, juga tidak ada dalam struktur di mana mereka diceritakan, dicetak, dilukis, direkam, dipertunjukkan, hingga hari ini. Folklorists pada umumnya membuat kualifikasi antara cerita budaya yang bersifat ajaib, yang dimulai dalam kebiasaan lisan di seluruh dunia dan masih ada hingga kini, dan fantasi ilmiah, yang memancar dari praktik lisan melalui intervensi

komposisi dan cetak, dan terus dibuat hari ini melalui struktur perantara yang berbeda di seluruh penjuru dunia. Baik dalam praktik lisan maupun jenis sastra lainnya memiliki konsep cerita yang dipengaruhi oleh contoh-contoh sosial yang sangat beragam.

Pernyataan di atas menyatakan bahwa cerita-cerita rakyat berakar dari tradisi lisan yang pada umumnya tidak ditulis dalam suatu lembaran/buku tertentu. Para folklorist umumnya akan melakukan diferensiasi atas dongeng-dongeng yang bernuansa magis yang berasal dari tradisi lisan dengan dongeng atau cerita-cerita rakyat pada umumnya. Dongeng-dongeng tersebut dituangkan dalam sebuah manuskrip sebagai salah satu bentuk komunikasi rakyat yang selanjutnya diabadikan menggunakan beberapa media dan tersebar di berbagai macam penjuru dunia hingga dikenal oleh banyak kalangan.

Menurut (Kristanto, 2014) cerita rakyat berguna sebagai hiburan yang tidak lain adalah sebuah pengajaran instruktif yang dapat dijadikan sebagai nasehat kepada kalangan anak-anak atau kepada mereka dengan usia yang lebih muda. Mentalitas, tingkah laku, dan ekspresi para tokoh di penceritaan dapat diturunkan sebagai cerminan moral dan etika.

Cerita rakyat memberikan pesan kehidupan dan wawasan pengetahuan berupa nilai-nilai budaya suatu masyarakat tertentu yang dianggap sebagai norma yang baik dan ditaati. Selain itu pada cerita rakyat juga terkandung pengajaran-pengajaran kebaikan untuk menjalani kehidupan ini dengan akhlak yang baik.

Mengenal istilah hantu tidak bisa terlepas dari anggapan masyarakat yang memegang cerita mengenai tentang hantu itu sendiri. (Fakihuddin, 2015) dalam Sudjiman, (1990, p.31) menyatakan bahwa, folklore adalah kepercayaan adat istiadat suatu bangsa yang sudah ada sejak lama, yang diwariskan turun-temurun secara lisan atau tertulis. Makhluk halus adalah makhluk yang dianggap hidup di alam ghaib atau yang berada di luar alam fisik contohnya adalah jin, setan, malaikat, termasuk hantu. Mempercayai keberadaan makhluk halus merupakan sebuah kebudayaan tersendiri di masyarakat. Hantu termasuk dalam legenda alam ghaib yang mana merupakan bagian dari folklore sebagian lisan. Folklore hantu merupakan folklore yang fokus kajiannya dipusatkan pada dunia hantu, baik dulu, sekarang atau masa depan. Hantu-hantu dalam kajian ini meliputi Kuntilanak, Mak Lampir, Pocong, Tuyul, Tukang Bakso Setan, dan lain sebagainya yang disuguhkan pada akun youtube channel Rizky Riply.

Folklore hantu bukanlah hal baru dalam dunia folklore. Ada banyak sekali laman-laman yang ada di internet yang menyuguhkan cerita tentang hantu, seperti pada laman CeritaMistis.com yang menyuguhkan kisah horror mulai dari ramalan, kisah nyata hingga kisah teka-teki. (Athiya, 2020) mendeskripsikan istilah *ghost* yang ditujukan pada entitas spirit yang awalnya ada di dalam tubuh makhluk hidup, kemudian meninggal dan merasuki (*possess*) manusia, hewan atau suatu benda. Dalam sebuah penelitian oleh (Iskandarsyah, 2012) bahwa tidak sedikit kisah-kisah hantu yang akrab di telinga masyarakat sekitar Kampus UI, salah satunya adalah cerita “Hantu Merah” yang telah ikut andil sebagai bagian dari cerita rakyat hantu (*ghostlore*) di kalangan masyarakat.

Hantu sebagai Media Pesugihan

Pesugihan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari Bahasa Jawa dengan kata dasar *sugih*, yang artinya kaya; berada. Dengan menambahkan imbuhan *pe-* dan *-an*, maka dapat diterjemahkan sebagai cara mendapatkan kekayaan. Pesugihan merupakan sebuah cara untuk mendapatkan atau memperoleh suatu kekayaan tanpa adanya usaha keras atau dengan kata lain agar bisa menjadi orang yang kaya secara instan. Di Indonesia sendiri, pesugihan merupakan istilah yang

masih ramai diperbincangkan di berbagai kalangan. Pesugihan bagi masyarakat Indonesia memang masih sangat kental hingga saat ini, jika diandaikan, hampir setiap provinsi memiliki setiap caranya masing-masing. Namun, yang paling sering diangkat menjadi dan divisualkan (menjadi film), mengambil pesugihan dari Jawa. Pembahasan terkait pesugihan sendiri tidak bisa lepas dari istilah OKB (Orang Kaya Baru). Hal ini diartikan sebagai kondisi perekonomian seseorang yang secara tiba-tiba meningkat drastis. (Abdul Sani, 2014) menyatakan bahwa OKB yang muncul itu juga berarti ada terjadi peningkatan pengeluaran dan pendapatan secara keuangan, terbukanya lapangan pekerjaan bagi kelompok lain, dan kepemilikan harta kekayaan yang luar biasa dalam kebendaan, tingkat daya beli terhadap barang mewah lainnya, serta banyaknya orang melakukan umrah maupun berhaji setiap tahun.

Menghasilkan uang dengan bantuan makhluk ghaib atau hantu menjadi sebuah metode mendapatkan kekayaan yang diyakini banyak ditempuh orang karena berbagai macam factor seperti himpitan ekonomi, persaingan hidup hingga untuk sekadar melestarikan tradisi turuntemurun. Menurut (N, 2014) pada film yang tanyang pada tahun 2006 yang berjudul “Kuntilanak” pernah mengangkat mitos pesugihan terhadap sosok makhluk halus wanita berambut panjang. Tujuan dari dilakukannya pesugihan itu adalah sebagai pelindung dari keluarga Mangkujiwo yang berharap dengan adanya Kuntilanak yang dipelihara bisa membuat kehidupan keluarganya aman dan marabahaya dan selamat sampai akhir hayat.

Pada bagian hasil ini dideskripsikan tentang analisis temuan nilai budaya dan kegiatan promosi produk yang ada pada video-video dari channel youtube Rizky Riplay melalui tabel di bawah ini.

Tabel 1. Nilai Budaya dan Promosi Produk pada Channel Youtube Rizky Riplay

No.	Judul Video	Nilai Budaya	Produk yang Dipromosikan
1.	Ketika Badan Mbak Kuyang Hilang	Entertainment	Tokopedia
2.	Bakso Setan Buat IbuIbu Arisan	Bagi umat muslim telah diajarkan sejak dini untuk membaca doa sebelum makan memohon keberkahan aka napa yang akan dimakan dan selalu memohon perlindungan dari godaan setan	Tokopedia
3.	Wood Ghost Attacks Toyota Avanza	Entertainment	Toyota Avanza
4.	Persaingan Selebgram Hantu, Kuchisake Onna vs Kuntilanak	Entertainment	Shopee
5.	Dendam Kuntilanak- Peneror Tidurku di Masa Kecil	Kita dianjurkan untuk berdoa terlebih dahulu sebelum beranjak tidur.	-

		Membacakan dongeng sebelum tidur dipercaya bisa memperlancar hubungan batin antara ibu dan anak, itulah mengapa orang tua kita biasanya akan bercerita sebelum anaknya tidur.	
6.	Diculik Wewe Gombel & Dijadikan Anaknya	Seorang anak hendaknya menaati perintah orang tuanya, mengerti keadaan dan sebaiknya tidak berbuat nakal hingga menyakiti hati orang tua hanya karena tidak dituruti keinginannya,	-Samsung Android -Free Fire (Game Online)
7.	Ketika Hantu Dibelenggu di Bulan Ramadhan	Entertainment	Shopee
8.	Ketika Kuntilanak Ikut Miss Universe Hantu	Entertainment	Webhosting (Niagahoster)
9.	Legenda Andong Pocong Sidoarjo	Keputusan seseorang untuk menikah dengan siapa nantinya memang tidak bisa dipaksakan. Peran orang tua diyakini sangat besar dalam memilih calon menantu, namun tidaklah baik jika keterpaksaan untuk memilih calon pasangan menyebabkan kerugian kepada pihak lainnya.	Tokopedia
10.	Animasi KKN di Desa Penari	Pentingnya menjaga tata krama, sikap kesopanan dan membawa diri sebaik mungkin di mana pun kita berada. Terlebih lagi, tempat yang dikunjungi adalah tempat yang asing, karena setiap masyarakat pasti memiliki prinsip dan tradisi yang dipegang.	-Tokopedia - Spotify

Melalui pemetaan hasil temuan nilai budaya dan produk yang dipromosikan dalam videovideo dari channel youtube Rizky Riply di atas ditemukan bahwa pengaruh era digital pada

eksistensi folklore hantu di era millennial ini, tidak jauh dari istilah internet itu sendiri. Berbagai macam aplikasi di internet menjadi sarana untuk membuat keberadaan hantu mulai dari identitas, sejarah asal usul hingga perwujudan telah dikemas apik di dunia maya. Ada website yang membahas mengenai asal usul terciptanya suatu hantu tertentu, ada channel youtube yang menampilkan konten tentang penyerangan hantu kepada manusia, hingga media sosial yang menunjukkan hantu sebagai pelaku seni, artis hingga influencer kepada para penikmat internet untuk melakukan sesuatu (common sense).

Gambar 1. Pocong dan Kuntulanak Mengejar Toyota Avanza

Sumber: Channel Youtube Rizky Riplay



Gambar di atas merupakan bukti tangkapan layar yang mengilustrasikan potret hantu pocong dan kuntulanak dalam bentuk animasi. Hal ini menandakan bahwa keberadaan hantu yang diungkapkan melalui digital, yakni, youtube, Instagram, website dan lainnya telah membawa adanya perubahan-perubahan tertentu. Eksistensi folklore hantu mengalami popularisasi karena adanya era digital dengan kemajuan teknologi dan informasi, berbagai macam cerita mengenai folklore hantu bisa diakses dan dinikmati dengan mudah. Akan lebih banyak orang yang mengenal dan mengetahui dengan mudah akan adanya sosok hantu tertentu lengkap dengan sejarah, filosofi hingga wujudnya, meski dalam balutan fiktif dan hiburan belaka.

Channel youtube Rizky Riplay dianggap mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan karakter-karakter hantu sebagai aktor dalam menjalankan monetisasi dengan praktik inovasi dari beberapa produk yang menjadi kebutuhan manusia. Monetisasi adalah sebuah metode menghasilkan uang dari website dan konten yang dikelola. Monetisasi merupakan metode yang tidak mementingkan untuk menjual produk dalam setiap kontennya dan justru menjual konten itu sendiri untuk mendapatkan revenue dari setiap konten yang dibuat. Monetisasi kanal youtube merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk menjadikan kanal youtube-nya untuk mendapatkan sejumlah penghasilan. Disediakan ruang khusus untuk pihak yang akan memasang iklan dalam bentuk tayangan atau bahkan dalam bentuk konten video yang dibuat oleh sang pemilik akun youtube itu sendiri. Iklan-iklan yang dipasang di youtube memiliki tariff dan jenis yang masing-masing berbeda. Dari iklan inilah uang akan dihasilkan dan menjadi keuntungan bagi sang pemilik kanal youtube itu.

Memang dalam kegiatan monetisasi ini memiliki syarat dan ketentuan tertentu, tidak semua kanal youtube bisa dipasangkan iklan. Dilansir dari (KOMINFO, 2019), syarat pertama dari kanal youtube yang bisa dipasangi iklan harus memiliki sedikitnya 1000 subscribers dan syarat kedua adalah memiliki sedikitnya 4000 menit waktu tonton pada total kanal yang dimilikinya. Barulah pihak youtube akan melakukan serangkaian prosedur peninjauan untuk melakukan monetisasi

kanal seseorang tersebut. Channel youtube dari Rizky Riplay, yang sudah bergabung sejak 31 Agustus 2010, hingga penelitian ini dibuat telah memiliki jumlah subscriber sebanyak 6.42 juta dengan jumlah viewsnya adalah 784.556.660. Konten-konten dalam kanal youtube ini menampilkan animasi bertemakan hantu, kisah misteri serta horror komedi yang beranggota 3 orang dengan nama akun instagram @rizkyriplay sebagai animator 1, @andiriplay sebagai animator 2, @ratrilrst sebagai voiceover.

Beberapa perusahaan perbelanjaan online yang pernah menjadi pihak pengiklan adalah Tokopedia, Shopee dan Niagahoster. Tokopedia adalah perusahaan teknologi Indonesia dengan misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital yang didirikan pada tahun 2009. Tokopedia menjadi pelopor dalam transformasi digital di dalam negeri dengan visi untuk membangun sebuah ekosistem di mana siapa pun bisa memulai dan menemukan apa pun. Sedangkan Shopee merupakan sebuah aplikasi mobile commerce berbasis marketplace yang merupakan wadah belanja online yang lebih fokus pada platform mobile sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di ponselnya saja.

Gambar 2. Kuntilanak Menikmati Aplikasi Belanja Online Shopee
Sumber: Channel Youtube Rizky Riplay



Dalam praktiknya, kanal youtube Rizky Riplay telah mengunggah banyak video yang menampilkan kisah-kisah hantu dalam balutan komedi yang di dalamnya terdapat promosi suatu marketplace tertentu seperti shopee atau Tokopedia. Berdasarkan analisa, kanal Youtube Rizky Riplay memanfaatkan eksistensi hantu dan makhluk halus lainnya yang dikemas dalam bentuk kartun animasi untuk melakukan promosi terhadap marketplace tertentu. Hal ini memiliki kesamaan dalam sebuah pernyataan yang ditulis oleh (Goldstein et al., 2007) “*Ghost lore is, of course, commodified in a huge variety of forms: as part of the eBay haunted object frenzy and spirit bottles trend mentioned in the introduction; in literature, television, movies, and electronic games; as images on greeting cards and Halloween decorations; in theme park “houses of horror”; and even on the images on candy wrappers and the shapes chosen for children’s cereals.*” Kegiatan promosi yang dilakukan oleh para hantu dalam iklan produk pada eBay dan video-video pada Channel Youtube Rizky Riplay yang mana tugas mereka adalah suatu persuasi kepada masyarakat penikmat kanal youtubnya untuk melakukan hal serupa seperti yang dilakukan oleh para hantu tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: pertama, animasi sebagai visualisasi dalam video-video dari channel youtube Rizky Riplay yang menyajikan cerita hantu dalam bentuk animasi dapat ditemukan nilai budaya masyarakat yang berkembang sebagai sebuah edukasi dari sebuah penceritaan hantu yang merupakan hasil dari visualisasi dai

cerita-cerita rakyat untuk kemudian diwujudkan dalam macam-macam bentuk hantu. Nilai budaya yang diilustrasikan dalam video-video tersebut meliputi pendidikan moral dan pendidikan agama. Rizky Riplay menyuguhkan animasi horror komedi dengan membawa pesa bahwa setiap orang harus menghormati dan peduli terhadap satu sama lain, khususnya anak harus berbakti kepada orang tua. Pengajaran agama tentang pentingnya membaca doa sebelum melakukan aktivitas seperti makan, tidur hingga aktivitas yang lainnya juga disampaikan dalam kemasan cerita yang menarik.

Kedua, terjadi pergeseran nilai budaya terhadap hantu oleh masyarakat modern. Pemaknaan cerita hantu kini tidak hanya sebagai makhluk gaib menyeramkan penunggu suatu tempat atau semacamnya, namun hantu kini menjadi sarana hiburan masyarakat modern. Masyarakat di era digital kini banyak mengenal karakter-karakter hantu dengan perspektif yang baru. Hantu-hantu seperti pocong, kuntilanak, tuyul hingga wewe gombel yang sebagian besar masyarakat mengenalnya sebagai karakter makhluk gaib yang memiliki rupa menyeramkan dinilai sebagai ilustrasi hantu yang jenaka dan menghibur ketika sudah masuk dalam channel youtube Rizky Riplay. Kesan menakutkan dan horror seakan memudar ketika penampilan para hantu diubah menjadi animasi/kartun.

Ketiga, hantu-hantu dalam channel youtube Rizky Riplay direpresentasikan sebagai hantuhantu representasi dari praktik inovasi produk untuk bisa menghasilkan uang untuk pemilik channel Rizky Riplay. Hal ini dikarenakan adanya sistem monetisasi dari konten youtube yang mengkonversikan jumlah dan durasi tayangan menjadi pundi-pundi rupiah. Rizky Riplay juga melakukan promosi produk/endorsement beberapa platform perbelanjaan online seperti Shopee dan Tokopedia. Selain itu promosi beberapa produk seperti webhosting hingga pemasaran produk kebutuhan hidup manusia lainnya juga menjadi bukti bahwa hantu-hantu ini bisa menjadi selebriti youtube yang meng-endorse barang/jasa untuk kebutuhan manusia. Sehingga hasil dari endorsement tersebut juga menghasilkan kekayaan untuk pemilik channel youtube.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Sani, M. P. dkk. (2014). Pesugihan Orang Banjar (Studi Identifikasi Prilaku dan Amaliah Pasugihan Orang Banjar di Kalsel). *P2MLAIN Antasari*.
- Athiya, H. (2020). Deskripsi Bahasa Makhluk Supernatural Dan Orang Amerika : Sebuah Kajian Linguistik. *Deskripsi Bahasa*, 3(1), 95–106.
- Danandjaja, J. (1997). *Folklor Indonesia, Ilmu Gosip, Dongeng dan lain-lain*. Grafik Press.
- Endraswara, Suwandi. (2011). *Metodologi Penelitian Sastra*. PT Buku Seru.
- Endraswara, Suwardi. (2013). Folklor nusantara: hakikat, bentuk dan fungsi. In *Folklor nusantara: hakikat, bentuk dan fungsi*. Penerbit Ombak.
<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/dr-suwardi-mhum/folklor nusantaradamicetak.pdf>
- Fakihuddin, L. (2015). *(the Existence of Supernatural Problems in Sasak Oral Folklore : a Thematic Study of Sasak Folktales That Has Been*.
- Goldstein, D. E., Grider, S. A., & Thomas, J. B. (2007). *Haunting Experiences : Ghosts in Contemporary Folklore*. Utah State University Press.
- Iskandarsyah, M. (2012). *Hantu Merah, Melibat KONstruksi Budaya & Telaah Fungsi dalam Memaknai Cerita Legenda Alam Gaib Kampus UI*. Universitas Indonesia Jakarta.
- KOMINFO, B. (2019). *Pengertian Monetisasi Dan Contohnya Pada Kanal Youtube*.

https://www.baktikominfo.id/en/informasi/pengetahuan/pengertian_monetisasi_dan_contohnya_pada_kanal_youtube-850

- Kristanto, M. (2014). Pemanfaatan Cerita Rakyat Sebagai Penanaman Etika Untuk Membentuk Pendidikan Karakter Bangsa. *Mimbar Sekolah Dasar*, 1(1), 59–64. <https://doi.org/10.17509/mimbar-sd.v1i1.864>
- N, E. K. (2014). Mitos Tembang Durma Kuntilanak Pada Film Kuntilanak. *Gelar: Jurnal Seni Budaya*, 12, 183–196.
- Zipes, J. (2012). The Cultural Evolution of Storytelling and Fairy Tales: Human Communication and Memetics. *The Irresistible Fairy Tale*, 1–20.
<https://doi.org/10.23943/princeton/9780691153384.003.0001>