

# Pengaruh Tayangan *Reality Show* Mistik “Menembus Mata Batin” ANTV terhadap Perilaku Generasi Z

Aloysius Raditya Devanto, Muhammad Darwinsyah

Program Studi Ilmu Komunikasi, STIKOM Inter Studi

Jl. Wijaya II No. 62 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

raditdevanto@gmail.com

**Abstract**—This study focuses on the behavior of adolescents in watching mystical reality shows. The show that was examined in this research was "Menembus Mata Batin" on ANTV which became a television program that invites viewers to understand the mystical world in television entertainment programs. The purpose of this study was to determine how much influence the mystical reality show "Penetrating the Inner Eye ANTV" has on adolescent behavior in the Catholic Church of Santo Barnabas Pamulang, South Tangerang. This study uses a quantitative method with a statistical approach and correlational analysis. Test data analysis is using the SPSS test. The analysis obtained is divided into two parts, namely the description and statistical tests (inferential). After completing all the data, the results of the effect of mystical reality show on adolescent behavior can be obtained. The results showed that mystical reality shows influenced Z-generation behavior. This means that the higher the television broadcast (X) not influential it is on Z-generation behavior. The percentage of Z-generation behavior shown is 11% influenced by television shows, while the remaining of Z-generation behavior is influenced by variables outside of this study.

**Keywords**— *mystical impressions; reality show; behavior; Z-generation.*

**Abstrak**—Penelitian ini memfokuskan pada perilaku remaja dalam menonton tayangan *reality show* mistik. Tayangan yang diteliti pada penelitian ini adalah “Menembus Mata Batin” di ANTV yang menjadi suatu tayangan program televisi yang mengajak para pemirsa untuk memahami dunia mistik dalam program entertainmen televisi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan *reality show* mistik “Menembus Mata Batin ANTV” terhadap perilaku remaja di Gereja Katolik Santo Barnabas Pamulang, Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan statistik dengan analisis korelasional. Uji analisis data menggunakan uji SPSS. Analisis yang diperoleh dibagi menjadi dua bagian, yaitu deskripsi dan uji statistik (inferensial). Setelah melengkapi seluruh data, dapat diperoleh hasil pengaruh tayangan *reality show* mistik terhadap perilaku remaja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan *reality show* mistik tidak mempengaruhi perilaku generasi-Z. Hal itu berarti semakin tinggi tayangan televisi (X), maka semakin berpengaruh terhadap perilaku generasi-Z. Persentase perilaku generasi-Z yang ditunjukkan 11% dipengaruhi oleh tayangan televisi, sedangkan sisanya 89% perilaku generasi Z dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini.

**Kata Kunci**— *tayangan mistik; reality show; perilaku; generasi Z.*

## I. PENDAHULUAN

Aktivitas keseharian manusia tidak pernah lepas dari kegiatan komunikasi, setiap aspek kehidupan manusia dipengaruhi oleh komunikasi yang menjadi bagian dari aktivitas sosial. Komunikasi diperlukan untuk membangun interaksi dengan lingkungan di sekitar manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat membangun konsep diri, aktualisasi diri, membangun relasi, hingga memperoleh kebahagiaan (Nurhalima, 2018). Salah satu aktivitas untuk menyampaikan maksud dan tujuan dari komunikasi melalui media. Media berguna untuk menyampaikan pesan-pesan yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi melalui media massa. Salah satu bentuk media massa yang paling populer adalah media televisi yang berfungsi sebagai media informasi dan hiburan.

Televisi menjadi media informasi paling masif dan mudah di terima masyarakat karena di dalamnya terdapat informasi dan hiburan yang memiliki keterkaitan dengan komunikasi sebab memiliki penerimaan informasi berupa gambar dan suara (audiovisual). Televisi dapat mengonstruksi secara selektif dan mengimajinerkan dan menginspirasi tentang pengetahuan dan kondisi sosial, sehingga dapat mempersepsikan bagaimana realitas dipandang dan dimaknai sebagai gambaran dunia yang dapat di terima oleh akal pikiran manusia (Kurniawan, 2014 Sari, 2016). Salah satu bentuk tayangan acara di televisi mengenai bagaimana representasi realitas dunia adalah *reality show*.

*Reality show* merupakan program televisi yang menggambarkan tentang realitas sosial kehidupan masyarakat. Konten siaran ini berbeda dari tayangan siaran televisi lainnya, jika melihat dari tataran konseptual *reality show* merupakan acara televisi yang berlangsung dan mengalir apa adanya tanpa ada skenario dan berlangsung sesuai dengan kondisi dan situasi realita sebenarnya. *Reality show* yang paling di gemari saat ini adalah *reality show* mistik. *Reality show* mistik banyak digemari oleh generasi muda. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh media tirto (Tirto.id visual report, 2017) bahwa generasi muda menyukai konten horor dan mistik.

Salah satu generasi muda yang menyukai konten horor dan mistik adalah generasi muda atau lebih dikenal dengan generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada 1995 hingga 2009. Generasi ini menyukai mistik menjadi salah satu pilihan favorit, seperti yang dikemukakan oleh *lokadata* (2018) bahwa jumlah penonton *reality show* mistik mencapai 15 juta, sedangkan pada tahun 2019 memperoleh rating tertinggi dengan rating 3,8 dan share 23,1 persen untuk tayangan *reality show* mistik dengan judul “karma”. yang pernah mencapai penonton 1,9 juta saat tayang. Sejalan dengan itu *Nielsen Research* (2019) mengemukakan bahwa mistik, horor dan supranatural masih memperoleh rating yang cukup baik. Salah satu *reality show* “Menembus Mata Batin” pada saat itu disaksikan 692.228 penonton setiap kali tayang dengan rating 1,4 dan share 11,8.

Acara *reality show* mistik di televisi begitu cepat menjadi acara populer. Generasi Z menikmati tontonan hiburan yang memiliki keterkaitan dengan imajinasi generasi ini. Fenomena ini dapat di terangkan melalui teori yaitu teori Kultivasi. Teori kultivasi menunjukkan bahwa individu-individu yang di terpa begitu banyak tayangan televisi lebih memiliki kemungkinan untuk menerima representasi realitas seperti yang disajikan televisi.

Hasil dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya membawa pada kesimpulan bahwa remaja yang di terpa tayangan *reality show* di televisi memiliki kesan bahwa ide dan perilaku yang diperlihatkan itu merupakan tayangan yang nyata tentang bagaimana pengalaman mistik itu benar-benar terjadi. Para remaja sangat tertarik dengan konten-konten yang berbau mistik dan supranatural yang bisa diakses melalui televisi baik secara streaming dan online. Maka peneliti ingin melakukan penelitian terhadap salah satu tayang *reality show* mistik menembus Mata Batin di ANTV. Penelitian ini secara spesifik mengkaji apakah ada Pengaruh Tayangan *Reality show* Mistik Menembus Mata Batin ANTV terhadap Perilaku Generasi Z Adapun tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan *reality show* mistik “Menembus Mata Batin ANTV” terhadap perilaku Generasi Z di Gereja Katolik Santo Barnabas Pamulang, Tangerang Selatan.

## II. LANDASAN TEORI

### A. Pengaruh Tayangan Reality Show Mistik

Adapun beberapa penelitian mengenai pengaruh tayangan *reality show* mistik, seperti penelitian yang dilakukan oleh Pradana W, Agyan (2016) yang melakukan penelitian tayangan Reality Show Mistik pada Stasiun Televisi Trans 7 pada Tingkat Kepercayaan Masyarakat Mistis di kelurahan Jelakombo Kecamatan Jombang setelah menyaksikan Masih Dunia Lain.. Terdapatnya pengaruh tayangan televisi dengan konsep berpikir serta berperilaku masyarakat yang berkorelasi positif sebesar 0,903. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan ini begitu digemari dan mendapatkan antusias dari masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Romadhani (2019) mengenai pengaruh tayang *Reality show mistik terhadap pengetahuan supranatural di desa srimahi kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi* dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana bahwa terdapat pengaruh signifikan tayangan *reality show* karma ANTV terhadap pengetahuan hal mistik sebesar 71,4% dengan nilai korelasi 0,847. Artinya terpaan terhadap tayangan televisi ini mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap dunia mistis. Penelitian yang dilakukan oleh Muthmainnah dan Syas (2020) tentang program *reality show* mistis di salah satu TV swasta nasional “Pencarian Jodoh Garis Tangan” mengangkat perspektif komodifikasi mistis yang menggunakan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes yang mampu menginterpretasikan bahwa penonton tertarik dengan tayangan ini untuk memenuhi hasrat ingin tahu dan sebagai sarana hiburan.

### B. Media Massa

Media massa memiliki hubungan dengan khalayak yang menghasilkan efek pada pemikiran, sikap dan perilaku individu atau khalayak. Perubahan sikap, perilaku, khalayak sering kali dipengaruhi oleh pesan-pesan media dalam bentuk narasi yang menggugah. Sementara itu, kekuatan pengaruh media atau pesan yang dapat mempengaruhi pemikiran dan pandangan serta keyakinan merupakan hasil dari efek media. (Musfialdy & Anggraini, 2020).

Efek media dapat memberikan dampak secara positif dan negatif, berlangsung dalam jangka waktu tertentu, dan dapat dirasakan secara langsung. perubahan efek media tidak semuanya berpengaruh terhadap khalayak, beberapa pesan media terkadang hanya memberikan efek penegasan terhadap keyakinan yang ada. Fakta ini di tunjang oleh beberapa penelitian yang dilakukan para ahli bahwa efek terpaan media terhadap aspek perubahan kognitif, sistem kepercayaan, dan sikap khalayak (Vera & Ridwan, 2019).

### C. Televisi

Televisi merupakan produk budaya populer yang berkembang di akhir abad kedua puluh. Aktivitas menonton televisi banyak di gunakan untuk mengisi kekosongan waktu luang. Televisi berhasil menjadi bentuk komunikasi yang paling masif yang dapat di akses oleh masyarakat, sepanjang penelitian merupakan objek kajian budaya paling menarik untuk di teliti. Tidak Banyak media lain yang mampu menyaingi kepopuleran televisi dalam jumlah penontonnya. (Kurniawan, 2014). Televisi memiliki fungsi yang secara universal mampu memberikan informasi, mempersuasi, dan mengedukasi. Idealnya fungsi ini memberikan kebermanfaatan kepada dua belah pihak yaitu komunikator dan komunikan. sebagaimana fungsinya untuk menghibur dan menyampaikan informasi sesuai konsep dan genre yang diminati oleh pemirsa televisi. Pesan-pesan yang dikemas dengan sedemikian rupa, memiliki metode tertentu di mana kekuatan pesan mampu

menghadirkan unsur hiburan yang layak untuk di tonton. (Rohmah & Nurliya, 2020).

Televisi sangat bergantung dengan tinggi rendahnya rating dalam produksi program tayangan sebagai standar ukuran keberhasilan. Demi mencapai keberhasilan, beberapa tahapan yang dilakukan televisi untuk memproduksi program tayangan, yaitu segmentasi; Pemetaan terhadap suatu program acara yang di sesuaikan dengan program yang di gemari oleh audiens terhadap kuantitas dan kualitas program apakah berdampak buruk atau tidak. (2) Targeting, sasaran utama yang dipilih untuk menetapkan dan menjangkau penonton (3). Positioning, Suatu program televisi harus mampu memberikan cerita yang menarik dan digemari oleh pemirsa, hal ini kembali lagi terhadap rating bahwa rating menjadi indikator utama untuk menilai keberhasilan program televisi tanpa perlu melihat kualitas isi konten yang dimiliki. Sepanjang program acara digemari dan disukai oleh audiens yang telah dikemas menjadi suatu yang diinginkan, maka program acara tersebut baik dan menarik. Beberapa keberhasilan stasiun televisi terjadi karena mendapatkan rating terbaik dari program tayangan yang dibuat oleh mereka. Secara garis besar, program televisi dibagi menjadi program berita dan program non berita. Program tayangan non berita biasa disebut dengan program hiburan di antaranya, yaitu (1) *music*, (2) drama, (3) komedi, (4) kuis, dan (5) tayangan *reality show*.

#### D. *Reality Show Mistik*

Karya yang pencipta hasilkan adalah sebuah *feature* perjalanan kuliner yang tentunya berbeda dengan *feature* kuliner lainnya, karena dikemas dengan konsep yang menarik serta ditemani oleh *host* yang memiliki pengetahuan luas yang mampu menarik perhatian *audiens*. *Feature* perjalanan kuliner ini sengaja disajikan dengan gaya kekinian agar dapat menarik *audiens* dari segala usia dan tentunya dilengkapi informasi *review* makanan yang dipadu dengan teknik pengambilan gambar yang bervariasi.

*Reality show* dapat dimaknai sebagai sebuah gambaran atas realita yang di lebih lebihkan alias *hyper-real* yang tidak relevan dengan nilai referensinya (Mast, 2016). Penambahan kata mistik dapat dimaknai sebagai suatu hubungan realitas "kebatinan" yang hadir sebagai sebuah kekuatan pengidenraan manusia dalam menafsirkan realitas (Petir 2014). *Reality Show Mistik* dapat digambarkan sebagai sebuah tayangan realitas bagi para penonton yang mempercayai hal-hal yang berbau ghaib dengan konstruksi cerita mistis yang seolah olah nyata, untuk memberikan penegasan kepada para penonton bahwa hal tersebut adalah realita sebenarnya (Irvanto, 2019). Tayangan ini menampilkan realita dari sisilain tentang kehidupan masyarakat yang masih mempercayai hal-hal yang berbau mistis yang dikemas menjadi sebuah program hiburan (Ridwan dan Vera, 2019).

Jenis tayangan ini cenderung untuk membentuk gaya hidup, nilai-nilai, dan keyakinan mengikuti perilaku serta

pola pikir yang mereka lihat dan rasakan seperti yang "diajarkan". Tayangan *reality show mistik* memang secara khusus ditujukan pada pemirsa muda dan menyajikan isi tayangan menyentuh nilai-nilai remaja (Kumalasari *et al.*, 2020). Mereka yang menyaksikan tayangan ini akan mengalami terpaan dari isi tayangan bilamana menyaksikan lebih dari 15 jam setiap minggunya. Tayangan *reality show mistik* begitu mudah diterima dikarenakan masyarakat masih memiliki rasa antusiasme yang tinggi terhadap tayangan seperti ini karena memiliki unsur dramatisir yang sangat disukai oleh para penontonya. (Robby dan Rachaju, 2018).

#### E. *Perilaku Gen Z*

Perilaku adalah segala hal yang dilakukan manusia dalam memberikan tanggapan stimulus lingkungan, meliputi aktivitas motoris, emosional, dan kognitif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2013) perilaku merupakan suatu tanggapan atau reaksi individu yang terwujud, tidak saja badan dan ucapan. Pada hakikatnya adalah suatu aktivitas dari pada manusia itu sendiri. Menurut Tapscott (2013), generasi Z adalah golongan yang dilahirkan tahun 1998 hingga 2009. Generasi Z adalah generasi muda yang memiliki perilaku ketergantungan yang besar pada teknologi digital. Tidak asing lagi jika pada usia muda, menjadi orang yang terampil dalam bidang teknologi, karena mereka sejak lahir sudah ada teknologi (Chou, 2012). Generasi Z adalah generasi teknologi, mereka telah mengenal internet sejak belum bercakap.

Anak zaman generasi Z memiliki perilaku digital, mereka sudah sering berinteraksi menggunakan *social media*, seperti penggunaan internet, *YouTube*, *facebook*, *Instagram*, dan *twitter*. Hidup dalam kebiasaan selalu cepat, sehingga tidak bisa menunggu proses yang lama. Adapun beberapa indikator anak-anak yang termasuk generasi Z (Santosa, 2015):

1. Memiliki ambisi besar untuk sukses. Memiliki semangat yang kuat dalam mencapai tujuan impiannya.
2. Praktis dan berperilaku *instant*. Generasi Z menyukai penyelesaian masalah secara praktis, tidak menyukai proses yang begitu lama, menyukai hal yang prosesnya berjalan cepat.
3. Memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan mencintai kebebasan. Kebebasan berkreasi, pendapat, berekspresi, dan sebagainya. Lahir pada masa modern, pelajaran menghafal yang sangat dihindari. Tingginya rasa percaya diri mereka.
4. Cenderung menyukai hal yang mendetail. Mudahnya mencari data melalui internet, sehingga generasi ini memiliki kekurangan dalam proses berpikir dan detail dalam teliti terhadap suatu masalah.
5. Berkeinginan besar mendapat pengakuan. Mereka ingin diakui atas hasil kerja, jerih payah dan usahanya. Butuh pemberian pujian, hadiah, sertifikat ataupun penghargaan.
6. Digital dan teknologi informasi. Dunia digital yang berkembang pesat. Mereka memiliki keterampilan dalam

menggunakan berbagai teknologi yang ada dan fungsi sehari-hari.

Dalam Saragih (2012) dijelaskan bahwa generasi Z memiliki tingkat pemakaian teknologi yang tinggi, sehingga mempengaruhinya untuk kecenderungan tidak bertemu dengan teman-temannya. Konsep berpikir generasi Z berbeda dengan generasi lainnya. Generasi yang memiliki kemampuan bekerja secara cepat dan instant karena keahlian memanfaatkan teknologi. Oleh karena itu generasi Z memiliki nilai plus dan minus sebagai berikut (Anggoro *et al.*, 2020):

1. Nilai Plus generasi Z yaitu lebih ingin menguasai apa yang dibutuhkan. Bisa melakukan segala sesuatu kegiatan secara bersamaan, walaupun mendengarkan musik bisa sambil belajar.

2. Nilai minus pada generasi Z adalah ingin menyelesaikan masalah dengan cepat karena biasa interaksi dan menyelesaikan masalah melalui internet dan teknologi digital yang prosesnya begitu cepat dan mudah.

#### F. Teori Kultivasi

Pada penelitian ini menggunakan teori kultivasi, Teori kultivasi memberikan penekanan bahwa televisi berkontribusi besar dalam membentuk persepsi dan konsepsi pemirsa dalam memandang dunia dan realitas sosial yang adadi sekitarnya.(Ulum & Setiadi, 2020). Efek yang di timbulkan oleh televisi ternyata mampu membentuk persepsi pemirsa secara masif bahwa realitas sosial yang ada memiliki kesamaan dengan apa yang muncul di televisi sebagai bagian dari budaya yang berkembang di suatu masyarakat.

Teori kultivasi yang dikemukakan oleh George Gerbner Televisi memiliki peran yang signifikan dalam membentuk dan mengkultivasi tentang tataran konseptual realitas sosial terhadap para pemirsa televisi. Pemirsa televisi yang secara terus menerus di terpa oleh tayangan televisi akan memiliki pandangan realitas yang ada di dunia nyata memiliki kesamaan dengan apa yang ada di televisi sehingga Gerbner berpendapat bahwa televisi mampu membentuk sikap dan menanamkan nilai tertentu.. Media pun kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai tersebut antar anggota masyarakat, kemudian mengaitkannya bersama-sama pula. Media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Jadi, para pecandu televisi itu akan punya kecenderungan sikap yang sama satu sama lain (Rohmah & Nurliya, 2020).

Teori kultivasi memandang media massa sebagai agenda sosialisasi, keyakinan yang tinggi para penonton televisi terhadap tayangan yang ditampilkan diukur berdasarkan kuantitas dari tayangan yang ditampilkan. Kuantitas tersebut dapat di ukur berdasarkan seberapa sering khalayak menghabiskan waktu menonton tayangan televisi. Selanjutnya para penonton ini dibagi ke dalam dua kategori, yaitu *light viewer* adalah penonton yang rata-rata menonton kurang dari 2 jam sehari atau dapat dikatakan tidak candu terhadap tayangan televisi. Selain itu juga ada *heavy viewer* yaitu para penonton yang cenderung memiliki

kebiasaan menonton televisi rata-rata empat jam per hari atau lebih.

Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan, peneliti ingin menentukan hipotesis yakni, dugaan adanya Pengaruh Tayangan *Reality show* Mistik Menembus Mata Batin ANTV Terhadap Perilaku Generasi-Z di Gereja Katolik Santo Barnabas Pamulang Tangerang Selatan. Berikut perumusan hipotesis dari penelitian ini:

**Ha** : Terdapat pengaruh tayangan *reality show* mistik Menembus Mata Batin ANTV terhadap perilaku Generasi-Z di Gereja Katolik Santo Barnabas Pamulang Tangerang Selatan.

**Ho** : Tidak terdapat pengaruh tayangan *reality show* mistik Menembus Mata Batin ANTV terhadap perilaku Generasi-Z di Gereja Katolik Santo Barnabas Pamulang Tangerang Selatan.

Jika Ho ditolak maka Ha diterima, sebaliknya jika Ha ditolak maka Ho diterima.

#### G. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan teori kultivasi, Teori kultivasi memberikan penekanan bahwa televisi berkontribusi besar dalam membentuk persepsi dan konsepsi pemirsa dalam memandang dunia dan realitas sosial yang adadi sekitarnya.(Ulum & Setiadi, 2020). Efek yang di timbulkan oleh televisi ternyata mampu membentuk persepsi pemirsa secara masif bahwa realitas sosial yang ada memiliki kesamaan dengan apa yang muncul di televisi sebagai bagian dari budaya yang berkembang di suatu masyarakat.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan melakukan penelitian ada tidaknya pengaruh tayangan *reality show* mistik Menembus Mata Batin ANTV terhadap perilaku generasi Z di Gereja Katolik Santo Barnabas Pamulang Tangerang Selatan yang menggunakan pendekatan statistik dengan analisis korelasional. Pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi yang menghubungkan variabel independent yaitu variabel X (Tayangan Reality show Mistik) dengan variabel dependent yaitu variabel Y (perilaku generasi-Z) (Fanatut, 2015). Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh antara variabel independent (x) dalam hal ini tayangan reality show dan variabel dependent (y) perilaku generasi-Z, selanjutnya di valuasikan persentase pengaruh pada tayangan reality show mistik terhadap perilaku generasi-Z.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti dan menganalisis pengaruh tayangan *reality show* mistik terhadap perilaku generasi-Z berdasarkan grand teori kultivasi. Apakah tayangan *reality show* mistik berpengaruh terhadap perilaku generasi-Z dan berapa persentasenya. Studi pada penelitian ini menggunakan studi korelasi disertai dengan penggunaan teknik angket. Variabel yang digunakan hanya dua yaitu variabel X (tayangan reality show mistik) untuk menguji pengaruh pada variabel Y (perilaku generasi-Z). Berikut adalah operasionalisasi variabel penelitian ini.

TABEL 1. OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Indikator	Sumber
Tayangan (X)	1. Saya tidak pernah melewatkan menonton Tayangan Reality show mistik menembus mata Batin	Iin Nopiyanto & Dwi Maharani (2017)
	2. Saya mengikuti Alur cerita Reality Show	
	3. Saya mengenal pemeran reality show mistik	
	4. Saya mengenal semua karakter pemeran reality show mistik menembus mata batin	
	5. Saya menyaksikan Tayangan Reality Show Hingga selesai	
	6. Saya tidak mengganti Chanel ketika sedang menonton tayangan reality show mistik menembus mata batin	
Perilaku (Y)	1. Saya memiliki pengetahuan tentang dunia mistik	Utri, Undang, Ali (2018)
	2. Saya mempercayai ada hal hal ghaib di lingkungan sekitar saya	
	3. Saya meyakini cerita cerita mistik dan ghaib	
	4. Saya selalu mencari dan menelusuri fenomena mistik	

Populasi dalam penelitian ini adalah semua generasi Z yang mengunjungi Gereja Katolik Santo Barnabas, dan menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti berdasarkan studi pendahuluan kepada pembina jemaat gereja jumlah jemaah generasi Z yang mengunjungi gereja adalah 991 orang. Selanjutnya dilakukan pemilihan sampel sebagian populasi yang dijadikan basis data dalam penelitian ini Penelitian ini menggunakan sampling kluster dimana keseluruhan jemaat gereja tersebut memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel, selanjutnya populasi dan sampel akan diklasifikasikan kedalam beberapa bagian. Pengumpulan jumlah populasi akan menggunakan rumus Taro Yamane sebagai berikut :

$$\frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

n = Total Sampel

N = Total Populasi

d<sup>2</sup> = Skala ketetapan 10%

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = N/N \cdot d^2 + 1 = 991/991 (0,1)^2 + 1$$

$$n = 991/10,91$$

$$n = 90,83 = 91$$

sehingga total sampel dalam penelitian ini diperoleh 91 responden.

Setelah memperoleh sampel maka di tetapkan instrumen penelitian. Pada penelitian ini, Instrumen ini di perlukan untuk mengukur variasi instrument, standar pengujian, validitas dan reliabilitas instrumen. Kuesioner menjadi alat instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Karena situasi pandemi dan menaati protokol kesehatan, kuesioner yang di berikan dalam bentuk Google form yang akan didistribusikan melalui link Whatsapp. Untuk menguji tingkat tinggi rendahnya kevalidan dari suatu instrument dilakukan validitas, hal ini untuk menguji seberapa akurat penelitian dilakukan (Suharsimi, 2013). Suatu instrument di kategorikan valid bilamana mampu memaparkan data secara cepat dan tepat dari suatu variable validitas merupakan sejauh mana tingkat keakuratan instrument mampu di terapkan dalam penelitian (contohnya kuesioner) untuk menetapkan kualifikasi yang ingin dinilai. Uji validitas dapat diuji dengan menggunakan bevariate person dengan software SPSS. Nilai standar yang ditetapkan pada kuesioner untuk uji validitas bila r-hitung > dari r-tabel menunjukkan nilai signifikansi 5% (0,05), jika r-hitung < dari r-tabel maka varibel tersebut tidak valid.

Selain itu untuk menguji reliabel suatu instrument maka dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur stabilitas data. Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach, yaitu untuk menguji konsistensi keseluruhan skala yang terdapat pada penelitian ini sebagai sebuah metode uji. Nilai koefisien reliabilitas yang di tetapkan memenuhi standar yaitu jika koefisien memiliki nilai 0,6 atau lebih dengan mengukurnya melalui bantuan SPSS. (I' anatut, 2015). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Pertanyaan dalam kuesioner penelitian untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi individu dan kelompok tentang fenomena sosial di ukur menggunakan skala likert. (Sugiyono, 2017).

Analisis kuantitatif menjadi teknik analisis data utama yang digunakan pada penelitian ini, Suatu analisis data yang dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu deskripsi dan uji statistik (infrensial). Deskripsi penelitian digunakan untuk memperoleh data yang faktual yang diperoleh dari respondensehingga memudahkan peneliti untuk memahami lebih dalam dan membuat orang lain tertarik dengan penelitian yang dilakukan. Selanjutnya dilakukan pengukuran menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Teknik ini akan mendeskripsikan keseluruhan data yang diperoleh yang bersifat general tanpa maksud untuk membuat kesimpulan secara spesifik.(Sugiyono,

2017).

Selanjutnya setelah mengumpulkan keseluruhan data langkah yang dilakukan selanjutnya adalah analisis data secara analisa statistik menggunakan rumus korelasi product moment. Rumus statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh hubungan antara variabel independen (x) dengan variabel dependen (y) sehingga di peroleh nilai derajat kekuatannya. Rumusnya sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{(n \sum (X)^2 - (\sum X)^2) (n \sum (Y)^2 - (\sum Y)^2)}}$$

r = Nilai Koefisien

XY = total Hasil deviasi/perkalian X dan Y

X = total Skor X

Y = total Skor Y

X<sup>2</sup> = total pengkuadratan Sekor X

Y<sup>2</sup> = total Pengkuadratan Sekor Y

N = total Sampel

Analisis Regresi Linear Sederhana adalah analisis data yang digunakan untuk mengetahui antar dua variabel, apakah variabel memiliki hubungan kausal (sebab akibat) atau hubungan fungsional. Regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari tayangan televisi terhadap perilaku remaja. Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kekuatan dari dua variabel tersebut. Adapun rumus persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut (Rachmat, 2013):

$$Y = a + bX$$

Y = Nilai yang diprediksikan.

a = Konstanta atau jika X = 0

b = Koefesien regresi.

X = Nilai variabel independen.

Untuk dapat memberikan penjelasan tentang besar kecilnya nilai korelasi yang dipaparkan diatas, untuk itu dapat digunakan referensi pada tabel berikut ini :

TABLE 2. PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

Interval koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00-0,199	Sangat lemah
0,20-0,399	lamah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,1000	Sangat Kuat

Pada penelitian ini digunakan Uji hipotesis (uji t) untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh variabel independen

(X) terhadap variabel dependen (Y), Apakah tayangan relity show mistik sebagai variabel X memiliki pengaruh pada perilaku generasi Z sebagai variabel Y. Pengaruh kedua variabel tersebut dapat diketahui melalui koefisien regresi

variabel bebas terhadap variabel terikat. Selanjutnya n Hipotesis di susun dan di rumuskan menjadi : Ho = 0 (bila tidak memiliki pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y); Ha =( memiliki pengaruh antara varibel X terhadap variabel Y).

Untuk menguji derajat kebenaran dari suatu hipotesis, apakah hipotesis tersebut di terima atau di tolak dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel, bilamana t - hitung > dari t-tabel maka terdapat pengaruh nyata atau signifikan antara variabel X terhadap variabel Y. Jika t- Data mentah yang diperoleh pada penelitian ini diolah dan dimodifikasi guna memperoleh data yang bermakna. pada penelitian ini dilakukan pengumpulan data sebanyak 91 responden terpilih. Langkah yang dilakukan selanjutnya dengan memberikan penomoron kuesioner secara urut mulai dari 1-91; Tahap selanjutnya dilakukan editing, dengan memberikan identitas pada instrument pengumpul data, dan memverivikasi kembali nilai- nilai jawaban yang sudah tersedia.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dikemukakan pada penelitian ini yaitu Bagaimana pengaruh Tayangan *Reality show* Mistik Menembus Mata Batin ANTV terhadap Perilaku Generasi Z Adapun tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan *reality show* mistik “Menembus Mata Batin ANTV” terhadap perilaku Generasi Z di Gereja Katolik Santo Barnabas Pamulang, Tangerang Selatan. Maka hasil penelitian di dapatkan melalui:

#### A. Uji Validitas

Hitung < dari t-tabel memiliki arti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

Setelah melakukan kedua langkah tersebut dilakukan tabulasi data dengan cara memberikan kode sebagai identitas sehingga memiliki makna tertentu saat analisis data dilakukan. Data yang telah di peroleh dan dinyatakan lengkap kemudian dimasukkan kedalam tabel untuk dilakukan tahapan koding angka yang selanjutnya akan di hitung. Setelah melalui serangkaian proses tersebut hasil data diinterpretasi berdasarkan penelitian yang telah selesai dilakukan.

Pada penelitian ini untuk menguji validitas yang digunakan adalah memakai product moment dari pearson dengan melakukan penghitungan korelasi antar skor item pada setiap pertanyaan yang merepresentasikan dari setiap variabel dengan jumlah skor tersebut. Jika skor pada item menunjukkan korelasi positif yang memiliki nilai skor lebih tinggi dibandingkan korelasi antar item, Instrumen tersebut memenuhi validitas. Dalam pnelitian ini db dapat dihitng sebagai berikut :

$$\begin{aligned} df &= n-2 \\ df &= 91-2 \\ df &= 89 \end{aligned}$$

Tingkat signifikansi 5% maka di dapat r- tabel sebesar 0,2072 dari hasil pengujian validitas.

30	0,410	0,2072	Valid
----	-------	--------	-------

Berdasarkan hasil penghitungan, dapat kita ketahui bahwa antara variabel bebas (tayangan televisi) dengan variabel terikat (perilaku generasi z) dikatakan valid r- hitung > dari r-tabel (0,2072). Dari keseluruhan variabel yang terdapat diatas yang telah melalui uji validitas, diperoleh hasil bahwa data penelitian memenuhi kualifikasi yang mampu mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.

**B. Uji Validitas**

Konsistensi variabel penelitian yang dilakukan pada riset ini dengan melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan jawaban dari para responden berkaitan dengan pernyataan dan pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini yang dilakukan berulang-ulang kali. Penggunaan *Alpha Cronbach* digunakan sebagai standar dalam riset ini untuk menguji reliabilitas, Suatu instrument bisa diterima apabila nilai koefisien berada pada 0,6 atau lebih. Perhitungan uji reliabilitas ini menggunakan software SPSS versi 24 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

TABEL 4. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL (X) TAYANGAN TELEVISI

Cronbach's Alpha	N of Items
.637	15

TABEL 5. HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL (Y) PERILAKU GENERASI Z

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	15

Pada tabel diatas menunjukkan uji reliabilitas yang dilakukan pada variabel (X) yaitu tayangan televisi diperoleh nilai koefisien alpha dengan nilai 0,637 sedangkan untuk variabel dependen (Y) perilaku generasi-Z memperoleh nilai 0,645 sehingga kedua variabel tersebut memenuhi kriteria reliabel sebab standar koefisien alpha > 0,6. Merujuk nilai uji reliabilitas pada item instrument maka semua variabel dalam penelitian ini yang berkaitan dengan kuesioner dan angket yang peneliti gunakan memenuhi kualifikasi data.

**C. Analisis Deskriptif**

Karakteristik responden yang terkait dengan penelitian ini menggunakan jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

TABEL 3 . HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
		Variabel X Tayangan	
1	0,465	0,2072	Valid
2	0,355	0,2072	Valid
3	0,488	0,2072	Valid
4	0,430	0,2072	Valid
5	0,530	0,2072	Valid
6	0,560	0,2072	Valid
7	0,537	0,2072	Valid
8	0,485	0,2072	Valid
9	0,342	0,2072	Valid
10	0,460	0,2072	Valid
11	0,536	0,2072	Valid
12	0,506	0,2072	Valid
13	0,555	0,2072	Valid
14	0,487	0,2072	Valid
15	0,535	0,2072	Valid
		Variabel Y	
16	0,540	0,2072	Valid
17	0,556	0,2072	Valid
18	0,406	0,2072	Valid
19	0,536	0,2072	Valid
20	0,621	0,2072	Valid
21	0,453	0,2072	Valid
22	0,700	0,2072	Valid
23	0,535	0,2072	Valid
24	0,525	0,2072	Valid
25	0,587	0,2072	Valid
26	0,400	0,2072	Valid
27	0,562	0,2072	Valid
28	0,572	0,2072	Valid
29	0,454	0,2072	Valid

	Fre que ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<i>PRIA</i>	56	61.53	61.53	61.53
<i>Valid WANITA</i>	45	49.45	49.45	100.0
<i>Total</i>	91	100.0	100.0	

TABEL 6. FREKUENSI DAN PERSENTASE JENIS KELAMIN RESPONDEN

Tabel di atas menunjukkan jumlah total persentase responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa hasil penelitian dari 91 responden dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin pria berjumlah 56 orang dengan persentase 61,53 % sedangkan wanita berjumlah 45 orang dengan persentase 49,45 %.

TABEL 7. FREKUENSI DAN PERSENTASE USIA RESPONDEN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 13-15	12	13.18	13.18	13.18
16-18	33	36.26	36.26	36.26
19-21	46	50.54	50.54	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Karakteristik usia responden serta jumlah generasi z dan persentase untuk tiap kategori usia, dalam penelitian ini disajikan dalam tabel. Data dari tabel tersebut dapat dilihat-lihat bahwa generasi-z yang berusia 13- 15 tahun sebanyak 12 orang dengan persentase 13,18 %, sedangkan rentang yang berusia 16- 18 tahun berjumlah 33 orang dengan persentase 36,26 %, dan untuk rentang yang berusia 19- 21 berjumlah 46 orang dengan persentase 50,54 %.

Deskripsi tayangan televisi adalah pandangan generasi Z terhadap program atau acara yang ditayangkan di televisi yakni variabel independen (X). Variabel (X) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya perubahan pada variabel dependen (Y).

Dengan menggunakan program SPSS versi 24, diperoleh nilai koefisien korelasi antar variabel dan hasil pengujiannya seperti berikut ini:

TABEL 8. TABEL KORELASI

	Tayangan Televisi	Perilaku Generasi Z
Tayangan Televisi	Pearson Correlation	-.106
	Sig. (2-tailed)	.319
Perilaku Generasi Z	N	91
	Pearson Correlation	-.106
	Sig. (2-tailed)	.319
	N	91

Berdasarkan tabel di atas bisa kita lihat bahwa variabel tayangan televisi memiliki hubungan negatif terhadap perilaku generasi Z, Artinya yaitu tayangan televisi bukan menjadi tontonan pyang menarik, maka perilaku sosial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	39.707	4.270		9,298	.000
Tayangan Televisi	-.107	.107	-.106	-1.001	.319

generasi Z tidak tertarik terhadap tayangan reality show mistik. Setelah kita melihat bahwa tidak ada hubungan yang nyata antara variabel bebas dengan variabel terikat, dengan nilai korelasi sebesar -0,106, nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara tayangan televisi (X) dengan perilaku generasi Z (Y) Gereja katolik Santo Barnabas berdasarkan pada tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi, maka nilai -0,106 menunjukkan hubungan yang lemah. Selanjutnya kita akan melihat seberapa besar pengaruh tayangan televisi dalam hal ini tayangan reality show mistik terhadap perilaku generasi Z. Analisis yang digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel bebas dengan variabel terikat yakni analisis regresi linear

Analisis regresi digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh dari tayangan televisi terhadap perilaku generasi Z. Proses perhitungan dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 24. Model regresi hasil perhitungan SPSS dapat diuraikan sebagai berikut.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.106 <sup>a</sup>	.011	.000	2.459

TABEL 9. ANALISIS REGRESI

Dari hasil perhitungan model *summary* dengan menggunakan program SPSS versi 24 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R- Square) yang diperoleh sebesar 0,106. Hal ini berarti 10,6% perilaku generasi Z dipengaruhi oleh tayangan televisi, sedangkan sisanya 89,4% perilaku generasi Z dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t) digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Pengujian hipotesis terhadap koefisien korelasi digunakan distribusi frekuensi tabel t dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Menentukan Formulasi Hipotesis

Ho: B= 0 artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Ha: B= 1 artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y Menentukan taraf signifikansi (a) dan t tabel.

Taraf signifikansi (a)= 5% (0,05)

Nilai t-tabel dengan derajat kebebasan (db) = n-2 = 91- 2 = 89 (lihat tabel pada lampiran), maka nilai t tabel = 2,072

Kriteria Pengujian Ho diterima (Ha ditolak) apabila t-hitung < dari t- tabel. Ha diterima (Ho ditolak) apabila t-hitung > dari t-tabel.

Untuk menyimpulkan Ho atau Ha diterima atau ditolak dengan bantuan program SPSS versi 24 diperoleh nilai-nilai koefisien regresi dan hasil pengujian uji t seperti yang terdapat pada tabel berikut ini.

TABEL 10. HASIL PENGUJIAN (UJI T)

Tayangan televisi (X) tidak berpengaruh terhadap perilaku generasi Z (Y) dengan nilai t-hitung - 1,001. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai t-hitung > t-tabel yakni (-1,001 > 2,072), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil pengujian koefisien regresi pada tabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 39,707 + - 0,107 X$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Y (perilaku generasi-z) apabila tidak dipengaruhi oleh X (tayangan televisi) jika variabel X (tayangan televisi) nilainya adalah 0 maka perilaku generasi Z (Y) tetap bernilai konstan positif sebesar -1,001; Nilai -,107 pada variabel tayangan televisi (X) bernilai negatif sehingga bisa dikatakan tayangan televisi rendah (X) maka tidak ada berpengaruh pada perilaku generasi z (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik menggunakan program SPSS Versi 24 model summary pada analisis regresi terlihat pada tabel besarnya prosentase pengaruh dari tayangan TV terhadap Perilaku Generasi Z di Gereja Katolik Santo Barnabas yaitu diketahui KD (R-Square) sebesar 0,11 yaitu dari: Uji Analisis Regresi di atas. Berarti pengaruh tayangan televisi terhadap perilaku generasi-Z di gereja Katolik Santo Barnabas sebesar 0,11 atau 11,% dan sisanya 89,% dipengaruhi oleh variabel lain.

Melihat hasil penelitian ini pada generasi-Z, tayangan televisi reality show mistik menembus mata batin sebagai media hiburan dan media informasi tidak berpengaruh bagi remaja di Gereja Katolik Santo Barnabas Pamulang Tangerang Selatan, sehingga dapat membentuk pola pikir realitas yang di sajikan televisi,tidak ikut mempengaruhi sikap dan perilaku.

#### IV. KESIMPULAN

Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan di atas hasil dari penelitian ini telah membuktikan hipotesis dari penelitian ini yakni tidak adanya pengaruh tayangan televisi terhadap perilaku generasi-Z pada Gereja Katolik Santo Barnabas Pamulang "ditolak". Hipotesis ini

berdasarkan hasil penelitian di atas bahwa generasi Z bukanlah generasi yang memilih tayangan televisi yang memiliki dampak terhadap perilakunya.

Pada penelitian ini diperlukan riset lanjutan dalam menentukan hubungan responden dengan melakukan penelitian lapangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan akses yang diakibatkan pandemi covid-19. Harapan kedepan peneliti selanjutnya dapat melakukan riset lanjutan untuk menggali faktor-faktor kurang berminatnya generasi Z dalam menonton tayangan televisi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggoro, P.P., Simorangkir,N.P., Murtiningrum, D., & Situmorang, D. D. B. 2020. "Kemampuan Generasi Z Dalam Mengatasi Hambatan Relasi (Move on) Menurut Pendekatan Gestalt." *Jurnal Program Studi Bimbingan Dan Konseling March*, 30.
- [2] Chou, H. P. 2012. *Cyber Smart Parenting*. Jakarta: Visi Anugerah Indonesia.  
<https://kbbi.web.id/Perilaku>. 2013. 2013.  
<https://kbbi.web.id/perilaku>.
- [3] I' anatut, Thoifah. 2015. *Statistika Pendidikan Dan Metode Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani.
- [4] I, Musfaldy & Anggraini. 2020. "Kajian Sejarah Dan Perkembangan Teori Efek Media." *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis* 3 (1): 3—42.
- [5] Kumalasari, Nur dan Niken Febrina Ermungtyas. 2020. . "2020 'Televisi Dan Remaja: Implikasi Televisi Pada Interaksi Sosial, Pembelajaran Dan Politik Remaja.' 10.01 ." *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10 (01): 66–85.
- [6] Kurniawan, R. 2014. "Imitasi Budaya Pada Tayangan Televisi Di Indonesia." *Dimensi* 11 (2).
- [7] Lestari, Utri Indah, Undang Suryatna, Ali Alamsyah Kusumadinata. 2018. "Pengaruh Menonton Tayangan FTV Kuasa Ilahi Terhadap Perilaku Masyarakat." *Jurnal Komunikatio* 4 (1). <https://doi.org/10.30997/jk.v4i1>. "No Title." 2018. 2018.  
<https://lokadata.id/artikel/mengapa-orang-suka-reality-show>.
- [8] Nopiyanto, I dan Maharani D. 2017. "Pengaruh Tayangan Anak Jalanan Terhadap Perubahan Perilaku Remaja." *Jurnal Inovasi* 11 (1).
- [9] Nurhalima, T. 2018. "Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens." *Jurnal Simbolika* 4 (1): 24–31. "Pilihan Film GenerasiZ."n.d.<https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-ditangan-generasi-z-ctMM>.
- [10] Rachmat, Kriyantono. 2013. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [11] Rohmah, Nurliya. N. M. 2020. "Perilaku Sosial Remaja Dan Tayangan Televisi (Analisis Teori Kultivasi)." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3 (2): 17–40.
- [12] Romadhani, Putri. 2019. "Pengaruh Tayangan Reality Show Karma ANTV Terhadap Sikap Masyarakat Pada Hal Mistik (Studi Kuantitatif RT 003/005 Desa Srimahi Kecamatan Tambun Utara Kabupaten Bekasi)." Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- [13] Santosa, E. T. 2015. *Raising Children in Digital Era*. Elex Media Komputindo.
- [14] Saragih, J. F. B. 2012. "Fenomena Bermain Generasi Z Dan Hubungannya Dengan Eksistensi Ruang Bermain Terbuka Di Lingkungan Perumahan Sederhana." *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications* 3 (1): 8–14.
- [15] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan*

*Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

- [16] Suharsimi, Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Cetakan Ke:15.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Syas, Muthamainnah. 2020. "Komodifikasi Mistis Dalam Program RealityShow Pencarian Jodoh Garis Tangan Di ANTV." *Jurnal Scriptura* 10 (2).
- [17] Tapscott, Don. 2013. *Grown Up Digital Yang Muda Yang Mengubah Dunia.* Jakarta: Gramedia.
- [18] Ulum, F., & Setiadi, G. 2020. "Peranan Teori Kultivasi Terhadap Perkembangan Komunikasi Massa Di Era Globalisasi." *Al-Itihsol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1(1): 60–65.
- [19] Vera, N & Ridwan M. 2019. "Mistisisme Dalam Program Televisi (Analisis Resepsi Pemirsa Pada Program Menembus Mata Bathin Di ANTV); Vol 8, No 2 (2019);" *KOMUNIKATIF* 8 (2): 121–31.