

REPRODUKSI DAN RESEPSI MITOS SARANJANA DALAM MEDIA SOSIAL

Andi Muhammad Yahya

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, STKIP Paris Barantai

andi.muhammad.yahya@stkip-pb.ac.id

ABSTRACT

This research of discusses the reproduction and reception of the myth of the mystical city of Saranjana on social media, particularly the Youtube platform. The research method used is a qualitative approach, specifically a literature study method, which involves a series of activities related to collecting data from literature sources, reading, note-taking, and processing research materials. The data sources in this study are video content from the Youtube channels R66 Newlitics and Gusti Gina. The analysis technique applied is reception analysis, which focuses on how audiences interpret and construct meaning when consuming media content. The results of the study show that social media plays a significant role in spreading and preserving the myth of Saranjana, while also serving as a platform for people to express their views and beliefs regarding the mystical city. Through the diverse responses of the audience, the Saranjana myth is perceived not only as a traditional story but also as a contemporary social phenomenon that shapes interactions between culture, belief, and technology. This study recommends further research with broader references to deepen the understanding of the role of myths in societal life.

Key words: Reception, Myth, Saranjana

ABSTRAK

Penelitian ini membahas reproduksi dan resepsi mitos Kota Gaib Saranjana dalam media sosial, terutama platform *Youtube*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yaitu metode studi pustaka, merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah tayangan-tayangan video dari *channel Youtube* R66 Newlitics dan Gusti Gina. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis resepsi, yaitu khalayak atau audiens memahami proses pembuatan makna yang dilakukan oleh audiens ketika mengonsumsi tayangan suatu media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam menyebarkan dan melestarikan mitos Saranjana, sekaligus menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengungkapkan pandangan dan kepercayaan mereka terkait kota gaib Saranjana. Melalui penerimaan audiens yang beragam, mitos Saranjana bukan hanya dipandang sebagai cerita tradisional, tetapi juga sebagai fenomena sosial kontemporer yang membentuk interaksi antara budaya, kepercayaan, dan teknologi. Penelitian ini merekomendasikan kajian lebih lanjut dengan referensi yang lebih luas untuk memperdalam pemahaman mengenai peran mitos dalam kehidupan masyarakat.

Kata Kunci: Resepsi, Mitos, Saranjana

PENDAHULUAN

Tradisi lisan merupakan salah satu bentuk pewarisan pengetahuan, nilai, dan budaya yang diturunkan secara turun-temurun melalui media lisan, dan salah satu bentuk yang paling penting adalah mitos. Mitos sebagai bagian dari tradisi lisan telah dikaji oleh berbagai ahli. Lord (1991) menjelaskan bahwa mitos adalah narasi tradisional yang berfungsi menjelaskan dunia, asal-usul kehidupan, dan fenomena alam, serta menjadi sarana pelestarian pemahaman kolektif suatu budaya. Malinowski (1926) memandang mitos sebagai panduan praktis dalam kehidupan masyarakat yang memperkuat struktur sosial dan legitimasi norma-norma budaya. Lévi-Strauss (1963) mengkaji mitos melalui pendekatan strukturalis dan menyatakan bahwa mitos mencerminkan struktur berpikir manusia secara universal melalui oposisi biner. Campbell (1949) melalui teorinya tentang *monomyth* atau *the hero's journey*, menunjukkan bahwa pola naratif mitos dari berbagai budaya memiliki struktur serupa dan menyampaikan nilai-nilai universal. Sementara itu, Eliade (1963) menekankan bahwa mitos bukan hanya cerita simbolis, tetapi juga jembatan menuju pengalaman spiritual dan waktu sakral yang menghubungkan

manusia dengan asal-usul kosmisnya. Kelima pemikir ini menunjukkan bahwa mitos dalam tradisi lisan tidak hanya menyampaikan cerita, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membentuk sistem kepercayaan, identitas budaya, dan cara manusia memahami dunia.

Sebagai bagian dari tradisi lisan, mitos memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Mitos merupakan bagian dari budaya atau pengetahuan yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam proses pewarisan budaya ini, mitos disampaikan melalui berbagai bentuk seperti cerita, ritual, dan nyanyian, yang dituturkan secara lisan tanpa menggunakan bahasa tulis. Inilah yang menjadikan mitos sebagai bagian integral dari tradisi lisan, sekaligus menjadikan tradisi lisan sebagai media utama dalam penyampaian mitos itu sendiri. Mitos dalam tradisi lisan memiliki beberapa fungsi penting, terutama dalam konteks budaya kuno dan masyarakat tradisional. Salah satu fungsi utamanya adalah sebagai sarana untuk mengajarkan nilai-nilai moral, norma sosial, dan aturan perilaku kepada generasi muda. Dalam masyarakat tanpa sistem pendidikan formal, tradisi lisan seperti mitos menjadi media penting untuk menyampaikan ajaran dan pedoman hidup. Bascom (1965) menyatakan bahwa mitos berfungsi sebagai alat pendidikan sosial dan kontrol moral dalam masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan Malinowski (1926) yang menyebutkan bahwa mitos berperan sebagai pedoman hidup yang memberikan legitimasi terhadap norma dan institusi sosial yang ada dalam suatu kebudayaan.

Era digital telah membawa transformasi besar dalam cara manusia memperoleh dan menyebarkan informasi. Dengan koneksi internet yang cepat dan luas, pengetahuan dapat diakses dalam hitungan detik. Namun, kemudahan ini juga membuka ruang bagi penyebaran informasi yang tidak valid atau menyesatkan. Salah satu jenis informasi yang rentan tersebar luas adalah mitos, terutama karena sifatnya yang menarik dan seringkali mengejutkan. Masyarakat cenderung membagikan informasi seperti ini tanpa verifikasi, demi mendapatkan perhatian atau popularitas di dunia maya (Silverman, 2015). Hal ini menjadikan mitos semakin sulit dibedakan dari fakta dan mempercepat persebarannya di ruang digital.

Reproduksi dan resepsi mitos Saranjana di media sosial terjadi melalui proses di mana cerita dan nilai-nilai tradisional tersebut disebar, diadaptasi, dan diinterpretasikan ulang oleh pengguna secara aktif. Media sosial memungkinkan mitos ini tidak hanya dikonsumsi, tetapi juga dikreasikan kembali dengan berbagai variasi yang sesuai dengan konteks kekinian, sehingga mitos tersebut tetap hidup dan relevan di tengah perubahan budaya. Di sisi lain, pengguna media sosial juga menafsirkan makna mitos berdasarkan latar belakang sosial dan budaya mereka masing-masing, yang membuat penerimaan terhadap mitos Saranjana menjadi beragam dan dinamis. Namun, kecepatan penyebaran informasi di media sosial juga membawa risiko munculnya kesalahpahaman atau distorsi makna mitos, sehingga diperlukan kesadaran dan kemampuan kritis dalam menerima serta menyebarkan narasi tersebut agar nilai budaya yang terkandung tetap terjaga.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, diperlukan kemampuan berpikir kritis dan literasi media yang baik. Literasi media tidak hanya membantu masyarakat mengenali informasi yang benar, tetapi juga membentuk sikap selektif dalam mengonsumsi dan membagikan konten di internet (Koltay, 2011). Meskipun demikian, keberadaan mitos tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat karena memiliki keterkaitan erat dengan budaya, sejarah, dan identitas kolektif. Mitos menjadi bagian dari narasi yang membentuk cara pandang suatu kelompok terhadap dunia, sehingga tetap eksis meski zaman telah berubah (Barthes, 1972).

Penelitian mengenai reproduksi dan resepsi mitos Saranjana dalam media sosial penting dilakukan karena mitos sebagai bagian dari tradisi lisan merupakan warisan budaya yang berperan dalam membentuk identitas, nilai, dan norma sosial masyarakat (Lord, 1991; Malinowski, 1926). Dengan kemajuan teknologi digital dan dominasi media sosial, proses penyebaran dan penerimaan mitos mengalami transformasi yang signifikan, sehingga penting untuk memahami bagaimana media sosial berperan sebagai arena baru dalam pelestarian dan

reinterpretasi mitos tradisional. Selain itu, era digital juga menghadirkan tantangan berupa mudahnya penyebaran informasi tidak terverifikasi, termasuk mitos yang dapat menimbulkan disinformasi (Silverman, 2015), sehingga studi ini relevan untuk mengkaji mekanisme resepsi dan reproduksi mitos serta peran literasi media dalam membentuk sikap kritis masyarakat (Koltay, 2011). Lebih jauh, mitos sebagai konstruksi sosial memiliki peranan penting dalam membentuk pemahaman kolektif dan identitas budaya (Barthes, 1972), sehingga penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana tradisi lisan beradaptasi dengan teknologi modern dan implikasinya terhadap keberlangsungan budaya lokal dalam era globalisasi dan digitalisasi. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memenuhi kebutuhan akademik untuk mendokumentasikan fenomena budaya kontemporer, tetapi juga berkontribusi dalam pengembangan strategi edukasi budaya dan pengelolaan media sosial sebagai sarana pelestarian budaya dan edukasi masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Tradisi lisan merupakan media utama dalam pewarisan mitos yang telah dilakukan secara turun-temurun dalam berbagai masyarakat. Tradisi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai cara untuk menjelaskan fenomena dunia dan melestarikan pengetahuan budaya yang dianggap sakral dan penting bagi identitas suatu kelompok. Mitos, dalam konteks tradisi lisan, bukan sekadar cerita fiktif atau hiburan, melainkan sebuah sistem simbolik yang menyimpan nilai-nilai kolektif dan memberikan pemahaman mendalam tentang asal-usul kehidupan, alam semesta, serta hubungan manusia dengan dunia di sekitarnya. Dengan demikian, mitos berperan sebagai fondasi kultural yang membantu masyarakat memahami realitas dan menavigasi kehidupan mereka dalam konteks sosial dan spiritual (Lord (1991).

Bascom (1965) menegaskan bahwa mitos juga memiliki fungsi penting sebagai alat pendidikan sosial dan mekanisme kontrol moral dalam masyarakat tradisional. Mitos digunakan untuk mentransmisikan nilai-nilai, norma sosial, dan aturan perilaku yang diharapkan diikuti oleh anggota komunitas, terutama generasi muda. Malinowski (1926) juga menggarisbawahi peran mitos sebagai panduan praktis yang memperkuat struktur sosial dan memberikan legitimasi terhadap norma serta institusi budaya yang berlaku. Dalam hal ini, mitos membantu menciptakan dan memelihara keteraturan sosial dengan menanamkan pemahaman bersama mengenai asal-usul aturan dan praktik budaya, sehingga masyarakat mampu mempertahankan keselarasan dan kohesi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, mitos tidak hanya berfungsi sebagai narasi simbolik, tetapi juga sebagai instrumen sosial yang esensial dalam pembentukan dan pemeliharaan budaya masyarakat tradisional.

Pendapat Lévi-Strauss (1963) mengenai mitos sebagai cerminan struktur berpikir universal melalui oposisi biner dapat diterapkan dalam memahami mitos Saranjana. Mitos Saranjana, seperti banyak mitos tradisional lainnya, kemungkinan besar mengandung pasangan konsep yang berlawanan—misalnya antara kebaikan dan kejahatan, dunia manusia dan dunia gaib, atau kehidupan dan kematian—yang berinteraksi untuk membentuk narasi yang kompleks dan bermakna bagi komunitasnya. Struktur oposisi ini membantu masyarakat Saranjana dalam mengorganisasi pengalaman dan realitas mereka, serta memberikan kerangka kognitif untuk memahami fenomena alam, asal-usul budaya, dan norma sosial yang berlaku. Dengan demikian, mitos Saranjana tidak hanya berfungsi sebagai cerita turun-temurun, melainkan sebagai alat yang memungkinkan komunitas tersebut mengatasi ketidakpastian dan ambiguitas dalam kehidupan mereka, sekaligus memperkuat identitas budaya melalui pola pikir yang bersifat universal namun diwarnai kekhasan lokal.

Sementara itu, Campbell (1949) mengembangkan teori naratif mitos melalui konsep monomyth atau yang lebih dikenal sebagai "the hero's journey." Ia menemukan bahwa hampir semua mitos di berbagai budaya mengikuti pola narasi yang serupa, yakni kisah seorang

pahlawan yang melakukan perjalanan penuh tantangan, mengalami transformasi, dan akhirnya kembali dengan pemahaman baru atau kekuatan yang membawa manfaat bagi masyarakatnya. Campbell menekankan bahwa pola ini bukan hanya sebuah struktur cerita, tetapi juga sarana penyampaian nilai-nilai universal seperti keberanian, pengorbanan, dan pembaruan spiritual. Dengan demikian, mitos berfungsi sebagai media yang menyampaikan pesan moral dan eksistensial yang mendalam, yang relevan bagi individu maupun komunitas, di luar batas-batas budaya tertentu.

Dalam era digital, Jenkins (2006) memperkenalkan konsep *convergence culture* yang menggambarkan bagaimana budaya lama dan budaya baru bertemu dan bertransformasi melalui media digital. Konsep ini menekankan adanya perpaduan dan interaksi antara berbagai bentuk media tradisional dengan platform digital modern, yang memungkinkan konten budaya untuk tersebar lebih luas dan mengalami perubahan makna. Budaya digital tidak lagi bersifat satu arah, melainkan menjadi proses yang dinamis di mana konsumen juga menjadi produsen informasi, sehingga menciptakan ekosistem budaya yang lebih terbuka dan partisipatif.

Selanjutnya, Boyd (2014) menegaskan bahwa media sosial merupakan ruang partisipatif yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga memproduksi dan mendistribusikan konten budaya. Ruang ini memungkinkan interaksi sosial yang intens serta kolaborasi dalam menciptakan makna dan narasi baru. Couldry (2012) melengkapi pandangan ini dengan menyatakan bahwa media sosial berfungsi sebagai arena baru yang membentuk praktik sosial dan rekonstruksi narasi budaya secara kolektif, di mana komunitas digital berperan aktif dalam memaknai dan meneruskan tradisi budaya, termasuk mitos, dengan cara yang lebih kontemporer dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Stuart Hall (1980) menjelaskan bahwa audiens tidak sekadar menerima pesan secara pasif, melainkan secara aktif menafsirkan dan memberi makna berdasarkan konteks sosial dan budaya mereka. Proses resepsi ini menunjukkan bahwa makna sebuah pesan media tidak bersifat tunggal atau tetap, melainkan dapat berubah sesuai dengan latar belakang, pengalaman, dan posisi sosial audiens yang berbeda-beda. Dengan demikian, pemahaman terhadap suatu teks media sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang membentuk cara audiens menginterpretasikan pesan tersebut.

Ang (1991) dan Radway (1984) memperkuat pentingnya konteks budaya dan identitas audiens dalam proses resepsi. Mereka menekankan bahwa pemaknaan media sangat terkait erat dengan identitas kelompok sosial, seperti gender, kelas, dan etnisitas, yang memengaruhi cara seseorang menanggapi dan mengonsumsi konten budaya. Hal ini menegaskan bahwa resepsi media bukan hanya soal pesan yang disampaikan, tetapi juga mengenai bagaimana konteks budaya audiens membentuk pengalaman dan interpretasi mereka terhadap pesan tersebut.

Mengembangkan konsep ini, Jenkins et al. (2013) menyoroti peran audiens di era media sosial sebagai partisipan aktif yang tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga menciptakan dan memodifikasi makna melalui interaksi sosial. Di media sosial, audiens dapat berdialog, berbagi, dan bahkan mengubah narasi yang ada, sehingga proses resepsi menjadi lebih dinamis dan kolaboratif. Pendekatan ini menunjukkan transformasi peran audiens dari penerima pasif menjadi agen aktif dalam pembentukan makna budaya di ranah digital.

Silverman (2015) mengamati bahwa dalam lingkungan media sosial, informasi termasuk mitos seringkali tersebar dengan sangat cepat tanpa melalui proses verifikasi yang memadai. Fenomena ini menimbulkan risiko besar terkait penyebaran disinformasi, di mana fakta dan fiksi menjadi sulit dibedakan oleh pengguna. Kecepatan dan kemudahan berbagi konten membuat informasi yang belum teruji kebenarannya dapat menjangkau audiens yang sangat luas dalam waktu singkat, sehingga memperkuat pengaruh mitos dan narasi yang belum tentu akurat dalam masyarakat.

Dalam konteks tersebut, Koltay (2011) menekankan pentingnya literasi media sebagai kemampuan kritis yang harus dimiliki oleh setiap individu, terutama di era digital. Literasi

media tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mengenali informasi yang benar dan dapat dipercaya, tetapi juga membantu pengguna untuk menyaring dan memverifikasi konten sebelum membagikannya. Kemampuan ini menjadi sangat penting guna mencegah penyebaran berita palsu dan mitos yang dapat merusak pemahaman dan persepsi publik terhadap suatu isu.

Hermida (2010) menyoroti peran aktif pengguna media sosial dalam amplifikasi dan distribusi konten. Pengguna tidak hanya sebagai penerima pasif informasi, melainkan juga sebagai agen yang dapat mempercepat viralitas sebuah narasi, termasuk mitos, melalui mekanisme berbagi, komentar, dan interaksi lainnya. Proses ini menjadikan media sosial sebagai platform yang sangat dinamis, di mana mitos dapat berkembang dan bertransformasi dengan cepat, terkadang tanpa kontrol atau klarifikasi yang memadai.

Pengaruh media sosial dalam reproduksi dan penyebaran mitos juga menunjukkan bagaimana teknologi digital mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan budaya dan informasi. Di satu sisi, media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk mengekspresikan pandangan dan kepercayaan mereka secara bebas. Namun di sisi lain, kemudahan tersebut juga membawa tantangan serius dalam menjaga keakuratan dan validitas informasi yang beredar. Oleh karena itu, pemahaman kritis terhadap mekanisme penyebaran informasi di media sosial menjadi krusial untuk mengelola dampak negatif dari viralitas mitos.

Dengan demikian, studi mengenai penyebaran mitos di media sosial sangat relevan dan penting dilakukan, mengingat peran besar media digital dalam membentuk opini dan budaya masyarakat saat ini. Penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi bagaimana mitos direproduksi, diterima, dan dimodifikasi dalam konteks media sosial, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan literasi media sebagai strategi mitigasi disinformasi. Dengan pendekatan yang tepat, masyarakat dapat lebih bijak dalam mengonsumsi dan menyebarkan informasi, sehingga memperkuat budaya digital yang sehat dan bertanggung jawab.

Globalisasi budaya mendorong pertukaran dan adaptasi budaya secara intensif yang pada akhirnya menciptakan bentuk-bentuk identitas baru. Proses ini tidak hanya melibatkan penyebaran nilai dan praktik budaya, tetapi juga transformasi cara masyarakat memandang dan menghayati identitas mereka. Dalam konteks globalisasi, identitas budaya menjadi lebih dinamis dan fleksibel, terbuka untuk pengaruh luar sekaligus mempertahankan unsur-unsur tradisional yang penting bagi komunitas lokal Hannerz (1992).

Mitos tradisional yang sebelumnya lokal kini tersebar luas dan berubah makna melalui teknologi dan media sosial, yang tidak hanya melestarikan budaya tetapi juga mendorong inovasi dan partisipasi aktif masyarakat dalam membentuk narasi budaya. Pemahaman budaya yang mendalam melalui kajian kontekstual dan etnografi digital penting untuk menangkap bagaimana mitos Saranjana direproduksi dan diterima di ruang digital secara otentik dan dinamis (Appadurai, 1996; Castells, 2010; Boyd & Ellison, 2007; Liu, 2004; Geertz, 1973; Hine, 2015).

Banyak cerita yang beredar di media sosial seperti *Youtube*, *TikTok*, *Instagram* dan media sosial lainnya yang membahas tentang kota Gaib Saranjana. Jelas hal ini menimbulkan banyak pertanyaan tentang kebenarannya. Banyak masyarakat membahas tentang fenomena kota gaib Saranjana karena keberadaannya yang sangat misterius dan memicu rasa penasaran banyak orang. Saranjana menjadi topik hangat di media sosial setiap kali ada fenomena yang muncul dan selalu dikaitkan dengan alam gaib yang ada di Kotabaru. Kisah mengenai Saranjana semakin menarik di dengar karena adanya kesaksian dari beberapa orang yang mengaku bisa masuk ke dalam Saranjana dan sudah banyak beredar di media sosial.

Melalui media sosial Saranjana di ceritakan begitu nyata dan seolah-olah seperti kehidupan yang kompleks. Banyaknya cerita yang beredar mengenai kota gaib Saranjana menjadikan cerita ini menarik untuk dibahas oleh Netizen (sebutan untuk pengguna internet). Tentu saja akan banyak pertanyaan yang muncul tentang kebenarannya. Apakah Saranjana mitos atau fakta. Keberadaan kota Saranjana belum bisa dibuktikan secara langsung dan hanya

diceritakan oleh orang-orang yang menganggap pernah melihat kota gaib tersebut. Penelitian mengenai Saranjana masih sangat minim dan belum banyak referensi yang bisa dijadikan sebagai bukti keberadaannya. Hal ini lah menjadi satu alasan dalam penulisan artikel ini yang ingin mengetahui reproduksi dan resepsi mitos kota gaib Saranjana khususnya di media Sosial.

Salah satu media Sosial yang banyak membahas tentang Saranjana adalah media Sosial *Youtube*. Berdasarkan hasil observasi dari berbagai media sosial seperti *Youtube*, Instagram dan *TikTok*, *Youtube* yang lebih banyak digunakan untuk konten Saranjana. Banyak video beredar di platform lain tentang Saranjana hanya merupakan potongan-potongan dari *Youtube* juga. Media sosial yang lain hanya memuat video-video pendek tentang Saranjana dan menjadikannya sebagai sarana promosi kemudian mengarahkan cerita lengkapnya ke *Youtube*. *Youtube* menyediakan durasi yang bervariasi yaitu ada video short dan bisa sampai durasi yang cukup panjang. Cerita seperti Saranjana sangat beragam dan banyak memiliki berbagai macam sudut pandang sehingga harus diceritakan secara detail agar pendalaman kisah mengenai Saranjana bisa diperoleh secara utuh dan tidak membuat penasaran audiensnya. *Youtube* adalah media atau platform yang menyediakan tempat bagi audiens untuk memberikan berbagai informasi berupa video.

Banyak akun *Youtube* yang membahas tentang Saranjana dan mengundang respon beragam dari para pengikutnya. Hal ini yang mendasari untuk menjadikan *Youtube* sebagai subjek dalam artikel ini. Selain durasi yang panjang dan dinilai cukup untuk menceritakan suatu fenomena secara mendalam salah satunya adalah cerita tentang Saranjana juga mudah diakses oleh audiens dan meninggalkan tanggapannya di kolom komentar.

Resepsi penonton menjadi salah satu objek yang menarik untuk diteliti untuk mengetahui sejauh mana tanggapan para penonton. Resepsi berasal dari kata *recipere* (Latin), *reception* (Inggris) yang diartikan sebagai penerimaan atau penyambutan pembaca/penonton. Dalam arti luas yaitu, pengolahan teks dan cara-cara pemberian makna terhadap karya sastra/seni, sehingga memberikan respon terhadapnya. Dalam pandangan Jauss (Endraswara, 2011:123) horizon penonton (*horizon of expectations*) memungkinkan terjadinya penerimaan dan pengolahan dalam batin penonton terhadap karya seni. Dalam penelitian ini menggunakan teori resepsi yang mengkaji dan menelaah tentang horizon harapan serta sikap penonton terhadap suatu karya seni. Karena dengan menggunakan teori resepsi akan memudahkan peneliti dalam mengetahui respon penonton secara tepat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yaitu metode studi pustaka, merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Teknik pengumpulan data yaitu dengan teknik studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang relevan atau sesuai yang dibutuhkan untuk penelitian dari buku, artikel ilmiah, tayangan *Youtube*, maupun sumber kredibel lainnya yang reliabel dan juga sesuai dengan topik penelitian yang dilakukan. Sumber data dalam penelitian ini adalah tayangan-tayangan video dari channel *Youtube* R66 Newlitics dan Gusti Gina. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis resepsi, yaitu khalayak atau audiens memahami proses pembuatan makna yang dilakukan oleh audiens ketika mengonsumsi tayangan suatu media. Analisis resepsi mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media (cetak, elektronik, internet) dengan memahami bagaimana karakter media oleh khalayak. membebaskan audiens dalam memaknai mitos Saranjana dengan tafsiran yang berbeda-beda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Asal usul Saranjana

Menelusuri asal usul Saranjana, terdapat berbagai mitos yang berkembang diantaranya dikisahkan di media sosial, salah satunya adalah *Youtube*. Salah satu channel *Youtube* yang membahas tentang asal usul Saranjana yaitu R66 Newlitics yang berjudul Menguak Misteri Saranjana: Sejarahnya Yang Perlu Kalian Ketahui! Ft. Rjl 5 | Kontroversi Toleransi. Video ini diunggah pada 5 Maret 2023 dan sudah di tonton 2.352.331 kali. Dalam satu wawancara di channel tersebut oleh Narasumber yang dipanggil Kang Guru. Salah satu contoh resepsi dari audiens dapat dilihat pada kutipan di bawah ini.

@seijuroryota2088 : *Mantap sih anda mendatangkan narasumber meski tidak pernah tinggal di kotabaru tp tau semua histori nya secara detail.. saya sbgai Warga lokal ikut menyimak ini sebagai sebuah informasi yang bagus karna dijelaskan tanpa menciderai kepercayaan kami warga lokal*

Salah satu tanggapan atau resepsi dari audiens menunjukkan apresiasi yang baik terhadap tayangan video. Dapat dilihat dari komentar yang diberikan. Audiens mempercayai keberadaan Saranjana dan sependapat dengan narasumber tentang apa yang disampaikan. Selain itu, komentar ini bernada pujian terhadap narasumber. Hal ini dikarenakan narasumber menceritakan Saranjana itu sendiri dari perspektif ilmiah yang mudah diterima oleh nalar manusia.

Dalam percakapan di channel tersebut membahas tentang Saranjana mengangkat tema mengenai sebuah fenomena yang sedang viral di media sosial. Saranjana dipercaya oleh sebagian orang sebagai sebuah kota gaib yang terletak di Kalimantan Selatan, khususnya di daerah yang dikenal sebagai Kota Baru. Dalam diskusi tersebut, salah satu pembicara menjelaskan bahwa saranjana pernah muncul dalam peta yang dibuat oleh seorang ilmuwan Jerman, Salomon Muller, pada abad ke-19, yang menandakan adanya lokasi bernama Tanjung Saranjana. Pembicaraan juga menyentuh sejarah saranjana, yang berakar dari peristiwa di Kesultanan Banjar, di mana terjadi sengketa kekuasaan antara dua anak raja yaitu putra pertamanya Sambu Batung dan putra kedua bernama Sambu Ranjana. Sang Raja membagi wilayah kekuasaannya menjadi dua bagian. Putra pertamanya yaitu Sambu Batung diberi wilayah atau menguasai alam manusia yang kemudian menjelma menjadi Gunung Sebatung. Sedangkan putra kedua dari raja Pakurindang bernama Sambu Ranjana memilih jalan yang lain untuk membangun kota Saranjana di alam gaib. Kemudian menjelma menjadi Gunung Saranjana yang bersebelahan dengan Gunung Jambangan. Sambu Ranjana mengembangkan Kota Saranjana yang diambil dari namanya sendiri dan kota Saranjana tidak dapat dilihat secara kasat mata dan disebut sebagai kota gaib.

Cerita ini mencerminkan bagaimana sejarah seringkali dipengaruhi oleh elemen magis dan mitos, serta bagaimana kisah-kisah tersebut berkembang seiring waktu. Secara keseluruhan, acara ini menggabungkan elemen sejarah, mitos, dan fenomena sosial yang menarik perhatian banyak orang. Audiens memberikan tanggapan yang beragam terhadap pendapat ini. Banyak audiens yang suka terhadap penjelasan yang diberikan oleh Narasumber, karena penjelasannya berbeda dengan cerita Saranjana yang beredar di media sosial yang lain. Pendekatan ilmiah yang dijelaskan oleh Narasumber mudah diterima dan dicerna oleh audiens.

Mitos Tentang Kota Gaib Saranjana

Menurut penuturan salah seorang warga yang mengaku sebagai juru kunci bernama Pua Bela di dalam channel *Youtube* Gusti Gina tentang PENELUSURAN MENCARI SARANJANA KOTA GAIB DI KALIMANTAN SELAMA 2 MINGGU ! Ke Lokasi Aslinya Disini... yang diunggah pada 12 September 2023 dan telah ditonton sebanyak 2.168.875 kali. Video ini mendapat 27 ribu like dan 2.760 Komentar. Banyak audiens yang menanggapi video ini dengan komentar yang

beragam. Mulai dari kebanggaan terhadap tanah air khususnya Kotabaru yang memiliki cerita yang unik dan menjadi ciri khas dari kabupaten Kotabaru. Ada pula audiens yang membenarkan cerita tersebut dan menceritakan kembali pengalamannya terhadap Saranjana. Salah satu komentarnya dapat dilihat pada kutipan berikut.

@kangamar2494 : *Saya melihat kota saranjana yg begitu luas megah dan maju. Bangunannya sangat besar2 dan tinggi dan juga sangat modern. Teknologi yg maju. Dibanding dgn alam manusia tidak ada apa2nya. Sepertinya negeri yg makmur dan sejahtera. Sepertinya orang di sana baik2. Memang sangat sulit di cerna oleh akal manusia.. Sungguh agung ciptaamu ya Raab.. Di dunia ini begitu banyak rahasia2 yg belum terungkap. Dan itu sangat sulit di cerna oleh akal manusia. Sungguh takjub sehingga kumenangis dan bulu kuduk merinding. Laa ilaaha illa anta subhanaka inni kuntu minadzoolimiin..*

Saranjana merupakan alam gaib yang ada di Desa Oka-Oka Kecamatan Pulau Laut Kepulauan Kabupaten Kotabaru, tepatnya di di gunung Saranjana. Sang juru kunci menuturkan bahwa hampir tidak ada perbedaan antara Saranjana dengan alam manusia pada umumnya karena memiliki hutan, bangunan dan memiliki laut. Saranjana tidak hanya dihuni oleh jin, tetapi juga dihuni oleh manusia, baik manusia yang sudah meninggal maupun manusia yang berpindah dari alam manusia dan dihuni oleh bangsa Bunian atau orang bunian yaitu makhluk yang tidak memiliki filtrum atau garis di atas bibir. Beliau menambahkan, suku-suku yang ada disana juga bermacam-macam seperti suku Banjar, Bugis, Jawa, Mandar, Dayak, dan suku lainnya. Dari segi komunikasi, bahasa yang digunakan disana menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa daerah sesuai suku masing-masing. Pakaian yang digunakan hampir mirip dengan manusia seperti kemeja, kaos, celana ataupun rok pada perempuan. Namun, berbeda dengan kalangan bangsawan, mereka menggunakan pakaian yang memiliki pernak-pernik.

Menurut keterangan dari juru kunci, Saranjana terbagi beberapa wilayah dan memiliki desa, kecamatan, kabupaten dan provinsi. Saranjana digambarkan sebagai kota yang maju dibanding Kabupaten Kotabaru itu sendiri. Secara arsitektur juga tidak jauh berbeda dengan negara maju yang memiliki bangunan tinggi pencakar langit dan bahkan memiliki bangunan yang dilapisi emas. Saranjana diyakini oleh masyarakat memiliki pintu masuk atau portal gaib yang menghubungkan antara dunia saranjana dengan manusia. Orang saranjana bebas untuk keluar dan masuk kedalam dunia manusia. Namun, berbeda dengan manusia apabila ingin masuk ke Saranjana harus melewati pintu masuk dan harus mengadakan ritual dan memenuhi beberapa syarat agar bisa masuk ke dalam Saranjana.

Tidak semua orang bisa masuk ke dalam Saranjana. Hanya orang-orang tertentu yang bisa kesana. Menurut juru kunci, manusia masuk ke Saranjana bisa terjadi karena sedang tersesat, orang yang dipilih dan orang yang sudah mendapat ijin dari juru kunci itu sendiri. Cerita Saranjana semakin menarik dituturkan oleh juru kunci saat beliau memberikan informasi tentang jadwal keluar masuk ke Saranjana itu pada malam Jumat setelah maghrib dan akan kembali pada dini hari. Cerita lain dari juru kunci, bahwa juga banyak manusia yang menikah dengan orang Saranjana dan menetap disana. Tentu hal ini menambah kuat dugaan bahwa orang yang hilang di area Kotabaru dipercaya telah berpindah alam ke Saranjana dan sudah menjadi warga disana. Menurut pendapat masyarakat bahwa kota Saranjana sangat indah dan punya

fasilitas yang mewah menyerupai kota-kota maju yang ada di dunia. Saranjana diyakini memiliki gedung dan rumah-rumah mewah yang dikelilingi pagar yang tinggi.

SIMPULAN

Kota Saranjana, yang dipercaya sebagai kota mistis di Kalimantan Selatan, menjadi objek cerita yang menarik perhatian luas karena sifatnya yang penuh misteri. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi pustaka, mengamati tayangan *Youtube* dan tanggapan audiens sebagai data utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam menyebarkan dan melestarikan mitos Saranjana, sekaligus menjadi medium bagi masyarakat untuk mengungkapkan pandangan dan kepercayaan mereka terkait kota gaib ini. Melalui penerimaan audiens yang beragam, mitos Saranjana bukan hanya dipandang sebagai cerita tradisional, tetapi juga sebagai fenomena sosial kontemporer yang membentuk interaksi antara budaya, kepercayaan, dan teknologi. Penelitian ini merekomendasikan kajian lebih lanjut dengan referensi yang lebih luas untuk memperdalam pemahaman mengenai peran mitos dalam kehidupan masyarakat digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Hill and Wang.
- Bascom, W. (1965). *Four functions of folklore*. In A. Dundes (Ed.), *The Study of Folklore* (pp. 279–298). Prentice-Hall.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- _____. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Campbell, J. (1949). *The hero with a thousand faces*. Princeton University Press.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. Basic Books.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In Centre for Contemporary Cultural Studies (Ed.), *Culture, Media, Language* (pp. 128–138). Routledge.
- Hannerz, U. (1992). *Cultural complexity: Studies in the social organization of meaning*. Columbia University Press.
- Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 297–308. <https://doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. NYU Press.
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221. <https://doi.org/10.1177/0163443710393382>
- Lévi-Strauss, C. (1963). *Structural anthropology*. Basic Books.
- Liu, A. (2004). *The laws of cool: Knowledge work and the culture of information*. University of Chicago Press.
- Lord, A. B. (1991). *The singer of tales* (2nd ed.). Harvard University Press.
- Malinowski, B. (1926). *Myth in primitive psychology*. Norton.