
Jejak Spiritualitas *Calonarang* dalam Dunia Digital sebagai Media Edukasi Agama Hindu

I Dewa Bagus Pinatih¹, I Ketut Putu Suardana², Rieka Yulita Widaswara³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi Hindu, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, Indonesia

Email: ¹idewapinatih@gmail.com, ²ikp31suardana@gmail.com, ³riekawidaswara@gmail.com

Abstract

This study aims to explore how the TikTok account Calonarang Taksu implements communication strategies to deliver Hindu religious educational content, and to assess the extent to which these contents effectively enhance the audience's understanding and spiritual awareness. A qualitative approach using content analysis was employed to examine three purposively selected videos, each with over one million views during the period of January to March 2024. Data were gathered through direct observation and digital documentation, and analyzed using the Uses and Gratifications theoretical framework. The findings indicate that the account conveys educational messages through religious visual symbols, performance dramatization, the use of local languages, and the depiction of sacred moments in Balinese Hindu rituals. The content addresses five dimensions of audience needs: informational, emotional entertainment, personal identity, social connection, and emotional expression. Overall, the content not only entertains but also strengthens cultural identity, fosters spiritual reflection, and facilitates meaningful religious experiences in digital spaces. Therefore, TikTok can be regarded as a potential platform for contextually transforming the delivery of religious teachings in the digital era.

Keywords: *Hindu Spirituality, Calonarang, TikTok, Social Media, Religious Education*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana akun TikTok *Calonarang Taksu* menerapkan strategi komunikasi dalam menyampaikan konten edukasi agama Hindu, serta menilai sejauh mana konten tersebut secara efektif meningkatkan pemahaman dan kesadaran spiritual *audiens*. Pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi digunakan untuk mengkaji tiga video yang dipilih secara purposif, masing-masing dengan jumlah penayangan lebih dari satu juta selama periode Januari hingga Maret 2024. Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan dokumentasi digital, lalu dianalisis menggunakan kerangka teori *Uses and Gratifications*. Temuan menunjukkan bahwa akun ini menyampaikan pesan edukatif melalui simbol visual keagamaan, dramatisasi pertunjukan, penggunaan bahasa daerah, serta penggambaran momen-momen sakral dalam ritual Hindu Bali. Konten yang disajikan mencakup lima dimensi kebutuhan *audiens* meliputi informasi, hiburan emosional, identitas pribadi, hubungan sosial, dan ekspresi emosional. Secara keseluruhan, konten ini tidak hanya menghibur, tetapi juga memperkuat identitas budaya, mendorong refleksi spiritual, dan memfasilitasi pengalaman religius yang bermakna di ruang digital. Oleh karena itu, TikTok dapat dipandang sebagai *platform* potensial untuk mentransformasi penyampaian ajaran keagamaan secara kontekstual di era digital.

Kata kunci: Spiritual Hindu, *Calonarang*, TikTok, Media Sosial, Edukasi Agama

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan otomasi di era globalisasi berdampak besar pada masyarakat dan dunia kerja. Teknologi ini juga membuka banyak peluang belajar melalui *platform* digital (Lesmi et al. 2023). Salah satu wujud konkret dari pemanfaatan teknologi yang populer saat ini adalah media sosial berbasis video pendek seperti TikTok, yang telah merevolusi cara masyarakat terutama generasi muda, dalam mengakses dan berinteraksi dengan informasi termasuk dalam ranah edukasi. *Platform* ini dikenal dengan konten cepat, berdurasi singkat, dan algoritma yang menyesuaikan minat pengguna (Syah 2023). Popularitasnya terbukti saat TikTok menjadi aplikasi banyak diunduh di Indonesia pada awal tahun 2022 (Sugiarto and Bahri 2024).

Di tengah dominasi konten hiburan, hadir akun-akun edukatif, termasuk di bidang agama. Salah satunya adalah *Calonarang Taksu*, yang konsisten mengangkat nilai ajaran Hindu melalui narasi visual kreatif dan sesuai karakter generasi muda TikTok. Kontennya informatif, mengandung spiritualitas Hindu, dan disajikan secara ringan namun tetap edukatif. Menurut Gunawan and Saputra (2021) nilai-nilai keagamaan dapat tersampaikan secara efektif melalui media sosial apabila dikemas dalam bentuk visual yang informatif serta mudah dipahami oleh khalayak. *Calonarang* sendiri merupakan tokoh dalam tradisi Hindu Bali yang sarat dengan nilai-nilai spiritual dan simbolisme. Menurut Ardhana et al., (2015), *Calonarang* bukan hanya dikenal sebagai tokoh mistis, tetapi juga kaya akan filosofi spiritual. Kisahnya mengandung ajaran tentang keseimbangan antara *dharma* dan *adharma*, pemahaman hukum *karma*, serta pencapaian *moksha*, sesuai dengan ajaran Hindu. Tokoh ini menjadi simbol religius-magis yang memperkaya nilai-nilai spiritual dalam seni dan budaya Bali.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi akun TikTok *Calonarang Taksu* dalam menyampaikan konten edukasi agama Hindu serta mengevaluasi efektivitas kontennya dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran spiritual *audiens*. Pendekatan analisis dilakukan dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*, yang memandang *audiens* sebagai pihak aktif dalam memilih dan memaknai media berdasarkan kebutuhannya, baik secara kognitif, afektif, sosial, maupun katarsis. Teori ini relevan dalam konteks media sosial, karena memungkinkan peneliti menilai sejauhmana konten TikTok *Calonarang Taksu* dipahami, direspon, dan dimaknai oleh pengguna sebagai sarana pembelajaran dan refleksi religius.

Studi-studi sebelumnya yang menjadi landasan penelitian ini antara lain Putri and Uljanatunnisa (2023) yang menunjukkan bahwa resepsi *audiens* terhadap konten edukasi di TikTok sangat dipengaruhi oleh relevansi konten terhadap kebutuhan pribadi mereka. Hulu (2023) menyoroti pentingnya fitur interaktif dalam meningkatkan keterlibatan *audiens* dalam konten pembentukan karakter, yang juga dapat diterapkan dalam konteks konten edukasi agama Hindu. Studi Maysun (2024) menunjukkan bahwa konten pengembangan diri di TikTok dapat berdampak positif terhadap motivasi dan kesejahteraan emosional *audiens*, sebuah temuan yang relevan dalam menilai dampak konten spiritual.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai spiritualitas Hindu dalam format digital, serta mengkaji bagaimana media sosial khususnya TikTok, dapat di manfaatkan sebagai sarana edukasi agama yang kontekstual di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Literatur Relevan

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa TikTok berpotensi sebagai media edukatif yang mampu memenuhi kebutuhan audiens melalui pendekatan visual, naratif, dan interaktif. Putri and Uljanatunisa (2023) yang berjudul “ Analisis Resepsi Konten Pada Akun TikTok @vmuliana Terhadap Kebutuhan Informasi Akan *Career Preparation*” menekankan bahwa penerimaan *audiens* terhadap konten edukasi sangat dipengaruhi oleh kesesuaian konten dengan kebutuhan pribadi mereka, yang relevan dengan bagaimana pengguna TikTok memaknai pesan keagamaan dalam akun *Calonarang Taksu*. Sementara itu, Hulu (2023) yang berjudul "Analisis Konten Media Sosial TikTok @rijalsystem Dalam Pembentukan Karakter" mengungkapkan bahwa fitur interaktif TikTok, seperti komentar dan siaran langsung, dapat membentuk keterlibatan emosional dan memperkuat karakter *audiens*. Temuan ini menjadi landasan untuk memahami bagaimana interaksi pengguna dalam kolom komentar *Calonarang Taksu* berperan dalam proses edukasi spiritual. Maysun (2024) yang berjudul "Analisis Isi Pesan *Self Development* pada Akun TikTok @brilionaire" menggarisbawahi bahwa konten pengembangan diri di TikTok mampu meningkatkan motivasi, refleksi diri, dan kesejahteraan emosional *audiens*. Temuan ini mendukung dimensi katarsis dalam teori Uses and Gratifications, yang menjadi kerangka dalam penelitian ini. Ketiga studi tersebut menjadi pijakan penting dalam menilai bagaimana konten *Calonarang Taksu* tidak hanya menyampaikan pesan religius, tetapi juga membentuk pengalaman reflektif dan keterhubungan spritual *audiens* di ruang digital.

Spiritualitas Hindu dalam Calonarang

Tradisi *Calonarang* adalah seni sakral Bali. Ia berfungsi sebagai hiburan dan tuntunan spiritual. Pertunjukan ini juga menjadi media pewaris nilai Hindu melalui dramatari berbasis teks sastra. *Calonarang* merepresentasikan pertarungan simbolik antara *dharma* dan *adharma* melalui tokoh Rangda perwujudan *adharma* dan *Barong* perwujudan *dharma* (Wirawan 2018). *Rangda*, perwujudan *Bhatari Durga*, melambangkan kekuatan destruktif dalam kosmologi Hindu (Antika, Rachman, and Kurniawan 2022). Spritualitas dalam kisah *Calonarang* tidak bersifat simbolik semata, tetapi mencerminkan praktik keagamaan yang hidup, melalui unsur *Sadhana Puja*, laku spiritual, dan prosesi pengruwatan sebagai bentuk penyucian diri (Widayanti, Surada, and Brahman 2018).

Nilai-nilai dramatari ini berakar pada konsep taksu, yakni daya spiritual yang mengalir dalam pelakon sebagai energi ilahi. Dasgupta menyebut ini sebagai manifestasi rasa *bhava* yaitu getaran kesadaran spiritual dalam seni (Wirawan 2018). Elemen ini menjadikan *Calonarang* bukan hanya sebagai pertunjukan, tetapi sebagai komunikasi spiritual umat Hindu kepada *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*. Pertunjukan *Calonarang* juga menjadi persembahan kepada *Ida Sang Hyang Widhi Wasa* melalui *Sesuhunan Ida Ratu Calonarang*, yang diyakini memiliki kekuatan magis (Megawati 2023). Selain itu, kisah ini mengandung nilai filosofis Hindu seperti *karma*, *reinkarnasi*, *dharma-adharma*, dan *moksha*, memperlihatkan *Calonarang* sebagai tokoh dengan pesan spiritual transformatif (Ardhana et al. 2015).

Dengan demikian spiritualitas *Calonarang* tidak sekadar hidup dalam cerita dan simbol, tetapi meresap dalam praktik, seni, dan kehidupan religius masyarakat Bali. Ia menjadi sarana pendidikan spiritual melalui seni, ritual, dan pemaknaan filosofis. Kini, spiritualitas ini juga dieksplorasi lewat media digital sebagai bentuk adaptasi nilai-nilai Hindu.

Dunia Digital dan Media Digital

Perkembangan teknologi digital menjadikan transformasi nilai spiritual ke dunia maya sebagai keniscayaan, sehingga pemahaman dunia digital penting untuk melihat bagaimana tradisi seperti *Calonarang* memasuki ruang baru. Digital mencerminkan modernisasi teknologi yang berkaitan erat dengan internet dan teknologi informasi (Wibowo 2023). Transformasi ini menuntut masyarakat memiliki literasi digital, yaitu kemampuan menggunakan, memahami, mengevaluasi, dan berpartisipasi aktif di dunia digital (Baskoro, Wijaya, and Asrori 2023). Akses internet dan teknologi memicu perubahan sosial yang luas di berbagai aspek kehidupan (Surokim 2017). Dalam ekosistem digital ini, media turut mengalami transformasi bentuk dan fungsi. Media massa berfungsi sebagai saluran penyampaian informasi, ide, dan gagasan kepada publik (Lukma and Nurjanah 2023). Namun, internet dan media sosial telah mengubah struktur komunikasi sosial. Masyarakat kini lebih kritis dan bebas menyuarakan aspirasi secara terbuka (Surokim 2017). Media sosial menjadi ruang ekspresi, berbagi informasi, meningkatkan kapasitas kolektif, dan memberi dampak nyata dalam kehidupan (Surokim 2017). Fungsinya pun berkembang dari hiburan menjadi sumber informasi dan edukasi, khususnya bagi generasi digital (Sugiarto and Bahri 2024). Di Indonesia, masyarakat aktif menggunakan berbagai *platform* seperti Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, Snapchat, Twitter, dan TikTok (Ningtyas, Zafira, and Zahria 2023).

Media Tiktok sebagai Sarana Edukasi Agama Hindu

TikTok adalah media sosial yang berkembang pesat, terutama di kalangan generasi muda. *Platform* ini efektif menggabungkan hiburan dan edukasi dalam video singkat, yang mampu membentuk persepsi dan minat masyarakat, termasuk dalam isu keagamaan (Sugiarto and Bahri 2024). Karakteristik tiktok seperti visual dinamis, interaksi langsung, dan algoritma yang menyesuaikan minat pengguna, menjadikannya medium yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai spiritual. Sejalan dengan hal ini, Ningtyas et al., (2023) menekankan bahwa kekuatan TikTok terletak pada fitur-fitur ini membuat konten edukatif keagamaan lebih mudah diterima dan relevan dikalangan generasi muda. Dalam konteks Hindu, ajaran seperti *dharma*, *karma*, dan *moksa* dapat divisualisasikan melalui symbol budaya, dramatari, serta narasi kitab suci yang disajikan secara ringan namun bermakna. Hal ini sejalan dengan prinsip *sanatana dharma* dalam agama Hindu, yang mengatur kehidupan menuju kebahagiaan sejati dan kesucian lahir dan batin (Sutarti 2019). Akun *Calonarang Taksu* merupakan contoh pemanfaatan TikTok sebagai sarana edukasi spiritual. Melalui kontennya, akun ini menyampaikan ajaran Hindu lewat dramatari, prosesi upacara, dan narasi nilai etika dan *dharma*. Ningtyas et al., (2023) juga menekankan potensi media sosial sebagai sarana edukasi keagamaan. TikTok bisa digunakan untuk menyampaikan nilai Hindu melalui video pendek yang memuat narasi budaya, praktik keagamaan, kutipan kitab suci, hingga visualisasi upacara. Dengan pendekatan yang menyenangkan dan mudah dipahami, konten semacam ini efektif menjangkau dan menginspirasi generasi muda, termasuk melalui kisah *Calonarang* yang dikemas secara visual dan emosional.

Teori Uses and Gratifications Theory

Teori ini menjelaskan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan pribadi. *Katz, Gurevitch, dan Hass* mengelompokkan kebutuhan tersebut menjadi lima: kognitif (informasi), afektif (hiburan), personal (kepercayaan diri), sosial (hubungan), dan katarsis (pelampiasan emosi). Media dipilih karena mampu menjawab kebutuhan pengguna (Sheldon, Antony, and Ware 2021).

Penelitian ini menggunakan teori tersebut untuk menganalisis bagaimana konten *Calonarang Taksu* dipilih dan dimaknai oleh *audiens* di TikTok berdasarkan kebutuhan personal mereka. TikTok sebagai media berbasis minat dan pengalaman pengguna memungkinkan konten spiritual dikonsumsi secara sukarela. Setiap dimensi teori digunakan untuk mengevaluasi efektifitas strategi komunikasi akun yang meliputi Kognitif untuk mengevaluasi transfer pengetahuan keagamaan, afektif untuk menilai dampak emosional dan estetika, integratif personal untuk melihat identifikasi budaya dan agama, integratif sosial untuk mengukur interaksi komunitas, dan katarsis untuk melihat ruang refleksi dan pelepasan emosional spiritual.

Dengan demikian, teori ini tidak hanya menjadi dasar konseptual, tetapi juga alat analisis utama dalam menilai bagaimana media digital seperti TikTok dapat memenuhi kebutuhan spiritual generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten untuk memahami makna dan strategi edukasi agama Hindu oleh akun TikTok *Calonarang Taksu*. Metode ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi makna simbolik, nilai religius, dan strategi komunikasi dalam media digital, serta sensitif terhadap konteks sosial dan budaya. Analisis konten bertujuan mengidentifikasi dan menginterpretasi pola komunikasi media (Ahmad 2018). Dalam analisis TikTok analisis mencakup elemen visual, durasi, narasi, serta interaksi audiens (komentar, likes, dan share). Fokus utama bukan hanya isi pesan, tetapi bagaimana pesan diterima dan dimaknai oleh pengguna. Penelitian dilakukan secara daring pada Januari sampai Maret 2024 melalui pengamatan konten akun menggunakan perangkat digital. Data primer berupa video dianalisis untuk mengungkap nilai dharma, karma, dan moksha melalui simbol visual dan narasi spiritual. Data sekunder meliputi deskripsi, komentar, dan interaksi audiens sebagai konteks pendukung. Sampel dipilih menggunakan purposive sampling, yaitu video dengan minimal satu juta penayangan sebagai indikator keterlibatan tinggi, serta mempertimbangkan tema, bentuk penyampaian (simbolik, naratif, ritualistik), dan interaksi aktif audiens. Teknik ini dipilih karena dapat merepresentasikan pesan spiritual yang relevan dan bermakna. Penentuan ini sesuai dengan Kumara (2018), yang menyatakan bahwa pemilihan sampel kualitatif didasarkan pada kebutuhan informasi, bukan representasi populasi.

Data dikumpulkan melalui observasi nonpartisipatif dan dokumentasi. Observasi mencakup tema, bahasa, narasi, durasi, elemen visual dan audio, serta respons audiens. Dokumentasi dilakukan untuk merekam video dan tanggapan audiens, dicatat dengan lembar observasi terstruktur guna menjaga sistematika dan menghindari bias.

Analisis data dilakukan melalui reduksi, pengelompokan tema dan pesan, serta interpretasi makna setiap kategori untuk memahami penyampaian nilai Hindu secara digital. Video dikelompokkan menjadi dua kategori: *Dramatari Calonarang* dan *Ritual Calonarang*, kemudian dianalisis dengan pendekatan *Uses and Gratifications* untuk memahami kebutuhan audiens yang dipenuhi oleh konten tersebut. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi antara observasi, dokumentasi, dan literatur, serta member check dengan rekan sejawat di bidang agama Hindu dan komunikasi digital. Pendekatan ini bertujuan memastikan interpretasi sesuai dengan realitas konten dan bebas dari bias, sehingga menghasilkan temuan yang kredibel dan kontekstual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Penyampaian Konten Edukasi Agama Hindu oleh Akun TikTok *Calonarang Taksu*

Hasil observasi terhadap tiga konten TikTok dari akun *Calonarang Taksu* menunjukkan bahwa akun ini menerapkan pendekatan strategis yang terencana dalam menyampaikan nilai-nilai agama Hindu melalui media digital. Untuk memperkuat analisis tersebut, berikut disajikan table 1 ringkasan hasil observasi terhadap tiga video yang memenuhi kriteria *purposive sampling* yaitu video dengan tayangan di atas satu juta selama periode Januari hingga Maret 2024.

Tabel 1. Ringkasan Observasi Konten Akun TikTok *Calonarang Taksu*

Judul	Elemen Visual dan Audio	Bentuk Penyampaian	Jenis Respons Audiens
<i>Barong Vs Rangda Percakapan Ratu Mas dan Ratu Gede</i>	Sakral <i>Barong</i> dan <i>Rangda</i> , malam hari, Pura, mistis, gong kebyar.	Teatrical simbolik dan naratif dramatik	Takut, kagum (afektif), diskusi aktif simbolisme dan budaya (kognitif dan sosial)
<i>Ratu Lingsir Jagat Pejeng Melancaran</i>	Topeng <i>Rangda</i> sakral, malam hari, di desa Pejeng, mistis. dialog Bali halus	Teatrical simbolik & reflektif/kontemplatif	Apresiasi budaya (afektif dan sosial), rasa ingin tahu, diskusi tentang makna dan spiritualitas (kognitif dan sosial)
<i>Pertarungan Rangda VS I Gusti Made Lod</i>	Pementasan Drama <i>Calonarang</i> , di pura, teks dialog, 3 pelawak gamelan gong kebyar	Teatrical simbolik	Ketertarikan budaya dan Bahasa, mistis, keraksukan, humor (afektif, kognitif dan sosial)

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa ketiga video menampilkan elemen simbolik, religius, dan emosional yang kuat, yang kemudian dianalisis lebih lanjut melalui pendekatan teori *Uses and Gratifications* oleh Katz, Blumler & Gurevitch yang menekankan bahwa *audiens* secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, pribadi, sosial, dan hiburan (Sheldon et al. 2021). Pendekatan ini menjadi relevan karena memungkinkan analisis terhadap motif konsumsi konten edukasi agama di *platform* seperti TikTok.

a. Penyajian Visual Simbolik dan Otentik

Akun *Calonarang Taksu* menampilkan ritual seperti *melancaran*, *Barong vs Rangda*, dan *penglukatan*. Simbol *Barong* (*dharma*) dan *Rangda* (*adharma*) merefleksikan nilai keseimbangan kosmis dan karma. Sajian ini mengandung makna spiritual dan kultural, tak sekadar hiburan visual. Dalam Video berjudul “*Barong Vs Rangda* (Percakapan Ratu Mas dan Ratu Gede)”, misalnya kreator menyisipkan deskripsi sebagai berikut: “*Sesuhunan Topeng Sakral Ratu Mas (Rangda) dan Ratu Gede Barong yang berstana di Pura Dalem Takmung Klungkung*”. Pernyataan ini memperlihatkan bahwa konten tidak semata-mata menyajikan pertunjukan, konten ini juga menegaskan peran artefak suci sebagai elemen penting dalam praktik keagamaan umat Hindu di Bali. Hal ini sejalan dengan pendapat Gunawan & Saputra (2021), bahwa media sosial yang menyajikan konten religius dengan visualisasi menarik mampu mengedukasi masyarakat secara efektif.

Dalam adegan puncak video tersebut, terlihat Barong perlahan berjalan ke arah Rangda, diiringi suara gong kebyar. Barong menggoyangkan kepala dan bulu-bulunya, sementara Rangda berdiri tegak dan tangan terangkat tinggi sambil membawa kain bertuliskan aksara suci (*rerajahan*). Interaksi ini secara visual menandai konflik *dharma* dan *adharma*, dimana barong mewakili kekuatan penentral negatif dan Rangda mempresentasikan kekacauan kosmis. Lebih jauh, penyajian simbolik ini berakar pada konsep spiritualitas Hindu dalam *Calonarang*, di mana *Barong* dan *Rangda* bukan hanya tokoh mitologis, tetapi representasi kekuatan *Dharma* dan *Adharma* dalam kosmologi Hindu (Wirawan 2018). Visualisasi *Barong* dan *Rangda* secara langsung menghidupkan pemahaman filosofis tentang keseimbangan semesta yang menjadi inti dari pertunjukan *Calonarang* sebagai sarana pewarisan nilai luhur Hindu. Konten akun *Calonarang Taksu* menampilkan momen sakral dan religius dengan cermat. Kreator merekam dan membagikan prosesi penting dalam tradisi Hindu Bali, seperti upacara *melancaran*, pementasan *Calonarang*, serta adegan simbolik pertarungan antara kebaikan dan kejahatan, yang berfungsi sebagai penyucian dan penetralisir unsur negatif di *Bhuana Agung* dan *Bhuana Alit*. Hal ini sejalan menurut Widayanti et al., (2018) yang menjelaskan bahwa kajian spiritualitas *Calonarang* disebut sebagai upaya pembersihan diri dan alam dari pengaruh negatif. Sebagai contoh, dalam video berjudul "*Ratu Lingsir Jagat Pejeng Melancaran*", dijelaskan bahwa:

"Topeng rangda sakral yang disucikan di Desa Pejeng Gianyar bergelar Ida Ratu Lingsir mengitari desa usai pementasan"

Kalimat ini menegaskan bahwa yang ditampilkan bukan sekadar seni atau ritual biasa, melainkan bagian dari prosesi keagamaan yang menyatu dengan kehidupan dan ruang suci desa adat. Pementasan dan arak-arakan menjadi ritual penyucian, perlindungan, dan pemberkahan, yang mencerminkan keterhubungan antara seni sakral, spiritualitas, dan keberlangsungan budaya Bali dalam kesadaran kolektif Masyarakat.

Dalam satu adegan, topeng atau *Ida Ratu Lingsir* diarak perlahan mengelilingi desa dan terlihat warga desa sujud *bhakti* saat *Ida Ratu Lingsir sedang mengelilingi desa*. Kamera merekam ekspresi khidmat warga dan suasana mistis desa yang nampak pada malam hari, menjadikan adegan ini symbol dari perlindungan spiritual desa dan pemurnian ruang hidup dari gangguan niskala. Strategi ini menjawab kebutuhan *kognitif audiens* (informasi dan pengetahuan), sebagaimana ditegaskan oleh Gunawan & Saputra (2021), Media sosial memiliki potensi besar dalam menyampaikan nilai-nilai keagamaan, terutama jika dikemas dengan konten visual yang menarik dan mudah dipahami.

b. Dramatisasi Teatrikal dengan Nuansa Religius

Selain simbolik, konten *Calonarang Taksu* menampilkan dramatisasi teatrikal lewat musik tradisional, pencahayaan remang, dan dialog emosional bernuansa sakral. Hal ini menguatkan pesan religius sekaligus menciptakan pengalaman afektif bagi audiens digital. Dalam Video berjudul "*Pertarungan Rangda vs I Gusti Made Lod*", misalnya, ditampilkan narasi sebagai berikut:

"Perdebatan seru antara Rangda Jero Agung (Ratu Ayu Pura Desa Petulu) yang ditarikan oleh Jro Mangku Serongga dengan I Gusti Made Lod yang diperankan oleh Sang Ade Sayan (Patih Seteres) dalam pementasan Calonarang dengan lakon Rangdaning Garuda Jero Agung"

Deskripsi ini menyiratkan bahwa pementasan tersebut bukan sekadar seni pertunjukan, melainkan medium untuk membangkitkan atmosfer spiritual melalui konfrontasi dramatik antar karakter sakral.

Penggunaan *hashtag* seperti #seram, #mistis, #horor juga menjadi bagian dari strategi estetika digital untuk membangun suasana yang menggugah rasa takjub sekaligus rasa hormat terhadap kekuatan adikodrati. Walaupun tagar-tagarnya terkesan sensasional, namun berfungsi sebagai pengait antara aura religius dan rasa ingin tahu emosional dari *audiens* TikTok. Lebih lanjut, dalam konteks TikTok sebagai platform digital berbasis algoritma, penggunaan *hashtag* seperti #seram, #mistis, #horor memiliki peran strategis dalam mendistribusikan konten secara lebih luas dan terarah. TikTok menggunakan system rekomendasi berbasis minat, di mana *hashtag* menjadi kunci untuk mengelompokkan dan menyampaikan konten kepada pengguna yang memiliki ketertarikan tertentu. Dengan menyematkan *hashtag* tersebut, konten *Calonarang Taksu* memiliki peluang lebih besar untuk muncul di beranda pengguna yang gemar menjelajahi tema spiritual, budaya sacral, atau narasi mistis. Ini memungkinkan pesan-pesan religious dan nilai spiritual Hindu dalam konten tersebut tidak hanya menjangkau komunitas internal, tetapi juga memperluas *audiens* lintas budaya dan wilayah secara global. Oleh karena itu, *hashtag* bukan sekedar dekorasi teks, melainkan perangkat penting dalam menyelaraskan isi konten dengan pola distribusi digital. Strategi ini memenuhi kebutuhan afektif *audiens* yakni kebutuhan emosional untuk merasakan pengalaman spiritual dan keterhubungan batin sebagaimana dijelaskan dalam teori *Uses and Gratifications*, strategi ini memenuhi kebutuhan afektif yaitu kebutuhan emosional yang mendorong pengguna untuk merasakan pengalaman spiritual meskipun melalui media digital. Temuan dalam studi Hulu (2023) yang menunjukkan bahwa kekuatan naratif dalam konten TikTok menciptakan keterlibatan emosional dan membentuk karakter *audiens*, diperkuat oleh penelitian ini. Namun, penelitian ini memperluas temuan Hulu dengan menunjukkan bahwa narasi visual sakral dalam konten *Calonarang Taksu* tidak hanya membentuk karakter secara umum, tetapi juga membangkitkan refleksi spiritual yang lebih dalam, terutama melalui visualisasi pertarungan antara *Barong* dan *Rangda* yang mengandung simbol *dharma* dan *adharma*.

c. Penggunaan Bahasa Lokal dan Teks Terjemahan

Penggunaan bahasa Bali dengan terjemahan atau penjelasan bahasa Indonesia mendukung pelestarian budaya dan menjangkau *audiens* lebih luas. Ini mencerminkan komunikasi lintas budaya dan literasi media yang tinggi. Dalam spiritualitas Hindu, bahasa lokal melestarikan rasa *bhava*, getaran spiritual yang oleh Dasgupta disebut sebagai pintu kesadaran dalam seni (Wirawan 2018).



Gambar 1. Video *Ratu Lingsir Jagat Pejeng Melancarkan*
Sumber: Akun TikTok *Calonarang Taksu*

Strategi ini memenuhi kebutuhan integratif personal, yaitu keinginan *audiens* untuk terkoneksi dengan identitas budaya dan nilai spiritual. Hasil penelitian ini memperluas temuan Putri & Uljanatunnisa (2023), bahwa penggunaan Bahasa lokal meningkatkan *sense of belonging*. Penelitian ini menambah dimensi baru dengan menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Bali dalam akun *Calonarang Taksu*, didukung oleh narasi teks terjemahan, tidak hanya memperkuat identitas budaya tetapi juga menjadikan konten lebih inklusif bagi audiens lintas daerah.

d. Pemilihan Momen Sakral dan Religius sebagai Latar

Berbeda dengan konten keagamaan berbentuk simulasi atau rekonstruksi, akun *Calonarang Taksu* merekam prosesi nyata ritual keagamaan Hindu Bali. Setiap adegan diambil dari upacara yang benar-benar berlangsung, sehingga menghadirkan kesan keaslian, meningkatkan kredibilitas konten, dan menumbuhkan keterlibatan spiritual penonton. Keterlibatan ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications*, yang menyebut bahwa *audiens* mencari pengalaman religius untuk melampaui rutinitas duniawi melalui media. Dalam ranah teori *Uses and Gratifications*, ini memenuhi kebutuhan *escapism* dan spiritual *engagement* yaitu kebutuhan untuk “melarikan diri” dari realitas sehari-hari dan mengalami kesakralan melalui media digital. Studi Maysun (2024) menyebut bahwa otentisitas konten merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan *audiens* terhadap konten edukasi agama di media sosial. Sebagai contoh, dalam salah satu video berjudul "*Ratu Lingsir Jagat Pejeng Melancaran*", terlihat bagaimana topeng suci (*rangda*) yang dikenal sebagai *Ida Ratu Lingsir* dari Desa Pejeng, Gianyar, dibawa mengelilingi desa setelah prosesi pementasan usai. Adegan ini bukan sekadar pertunjukan tari, melainkan bagian dari ritual yang menyatu dengan sistem kepercayaan dan kehidupan religius masyarakat. Narasi ini menegaskan bahwa konten *Calonarang Taksu* tidak hanya menyajikan estetika atau hiburan, tetapi juga mendokumentasikan ekspresi bhakti umat Hindu Bali secara turun-temurun. Hal ini menguatkan pemikiran Megawati (2023), bahwa pertunjukan *Calonarang* merupakan bentuk persembahan dan komunikasi spiritual kepada *Ida Sang Hyang Widhi Wasa* melalui perantara *Sesuhunan Ida Ratu Calonarang*. Dengan demikian, spiritualitas yang direpresentasikan dalam konten ini sesuai dengan makna pertunjukan *Calonarang* sebagai jembatan antara dunia profan dan dunia sakral.

Dengan menampilkan momen-momen penting seperti upacara penyucian, arak-arakan topeng (*melancaran*), dan pertunjukan *Calonarang* yang benar-benar terjadi dalam ritual asli, kreator mampu menyajikan konten sebagai media spiritual yang nyata. *Audiens* digital diajak merasakan suasana sakral melalui layar, membuka ruang refleksi batiniah yang jarang ditemui dalam keseharian. Pemilihan momen ini bukan sekadar latar, tetapi menjadi jembatan antara pengalaman spiritual tradisional dan ruang digital yang kian inklusif terhadap nilai-nilai keagamaan. Hal ini mencerminkan transformasi spiritualitas Hindu ke dalam media digital, di mana ajaran Hindu yang bersifat universal kini mengalami proses adaptasi melalui media modern seperti TikTok dengan pendekatan visual yang dinamis dan partisipatif. Sebagaimana disoroti oleh Ningtyas et al., (2023) TikTok menjadi media yang relevan dalam menyampaikan nilai-nilai religius secara kontekstual kepada generasi muda. Konten *Calonarang Taksu* pun menjadi bukti bahwa warisan spiritual Hindu mampu dihidupkan kembali dalam bentuk digital, menjembatani kesenjangan antara tradisi dan teknologi. Transformasi ini sejalan dengan pandangan Wibowo (2023) yang menyatakan bahwa dunia digital mencerminkan modernisasi atau pembaruan dalam penggunaan teknologi yang erat kaitannya dengan kehadiran internet dan teknologi informasi.

e. Sintesis Strategi Komunikatif

Secara keseluruhan, strategi akun TikTok *Calonarang Taksu* memperlihatkan kesadaran kreator dalam memahami motif dan kebutuhan *audiens* digital yang beragam. Dengan menggabungkan elemen visual, emosional, linguistik, dan kontekstual secara terpadu, akun ini tidak hanya menyajikan konten religius tetapi juga mengonstruksi pengalaman spiritual digital yang edukatif. Pernyataan dalam bio akun *Calonarang Taksu* menyatakan sebagai berikut: “*Dokumentasi pementasan Calonarang, seni, dan adat di Bali*”. Pernyataan ini menegaskan bahwa konten yang disajikan bukan sekadar hiburan, tetapi upaya pelestarian dan edukasi spiritual. Sebagaimana ditegaskan oleh Sutarti (2019), ajaran Hindu sebagai *Sanatana Dharma* memiliki kekayaan nilai yang dapat dikemas secara ringan namun bermakna. Strategi ini menjadikan TikTok sebagai wahana baru untuk menyalurkan nilai spiritual seperti taksu serta ajaran *dharma* dan *adharma* dalam *Calonarang*, yang semula hadir dalam ritual, kini menjangkau generasi muda di ruang digital. Strategi ini mencerminkan prinsip teori *Uses and Gratifications*, bahwa media sosial digunakan bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan informasi, keterhubungan emosional, dan keterlibatan spiritual (Sheldon et al. 2021). Hal ini sejalan dengan temuan Sugiarto dan Bahri (2024) bahwa TikTok efektif memengaruhi persepsi dan minat terhadap isu keagamaan. Dengan demikian, akun ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran agama Hindu yang tetap hidup dan relevan di era digital.

Efektivitas Konten dalam Meningkatkan Pemahaman dan Kesadaran Masyarakat

Efektivitas konten edukatif terlihat dari kemampuannya memenuhi kebutuhan *audiens* dan membentuk makna baru tentang ajaran agama. Akun TikTok *Calonarang Taksu* terbukti berhasil membangun pemahaman dan kesadaran spiritual melalui konten yang komunikatif dan emosional. Analisis ini merujuk pada teori *Uses and Gratifications* oleh Katz, Gurevitch, dan Haas yang mengidentifikasi lima kategori kebutuhan pengguna media (Sheldon et al. 2021).

a. Kebutuhan Kognitif yaitu Informasi dan Pemahaman

Keterpenuhan kebutuhan kognitif ini tercermin dalam sejumlah komentar pengguna yang menunjukkan adanya proses pemahaman baru terhadap nilai-nilai spiritual dalam tradisi Hindu Bali. Konten dari akun *Calonarang Taksu* tidak hanya menampilkan sisi estetika budaya, tetapi juga menyuguhkan informasi yang mendorong *audiens* untuk mengeksplorasi makna-makna simbolik yang sebelumnya tidak diketahui. Sebagai contoh, akun @it's Oke menyatakan:

“*Sebenarnya Rangda itu apa? pihak baik apa pihak jahat? terus Calon Arang itu apa atau siapa? terus leak itu apa? Mohon penjelasannya ya, biar tahu sejarahnya*”.

Komentar ini menunjukkan adanya kebutuhan akan informasi dasar yang penting dalam memahami tokoh-tokoh spiritual dan mitologis dalam pertunjukan *Calonarang*. Permintaan penjelasan tersebut juga mencerminkan keterbukaan pengguna untuk belajar dari konten digital. Sementara itu, akun @akmalaulia menuliskan: “*Kisah Rangda atau Calonarang kan kisahnya di jaman kerajaan Kahuripan raja Airlangga, di tanah Jawa, makanya mereka menggunakan bahasa Jawi kuno*”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa pengguna telah memperoleh pemahaman historis yang lebih mendalam, sekaligus mengaitkannya dengan konteks linguistik yang relevan. Ini mengindikasikan bahwa konten digital ini bukan hanya informatif, tetapi juga memantik koneksi lintas budaya dan sejarah. Komentar lain dari akun @nowa juga memperlihatkan ketertarikan terhadap aspek filosofis spiritual: “*Bli sebenarnya yang jadi leak itu dikendalikan leak atau dia ya*”.

bli maaf”. Pertanyaan ini menggambarkan dorongan untuk memahami secara lebih mendalam peran aktor spiritual dalam praktik keagamaan, menunjukkan bahwa pengguna tidak sekadar menonton, tetapi juga merenungkan makna di balik simbol-simbol tersebut. Dengan demikian, komentar-komentar ini memperlihatkan bahwa konten *Calonarang Taksu* memenuhi kebutuhan kognitif pengguna, terutama dalam hal pencarian informasi baru, klarifikasi konsep spiritual, dan pendalaman terhadap makna budaya. Hal ini sejalan dengan temuan Putri & Uljanatunnisa (2023), yang menyatakan bahwa keterhubungan antara konten dan nilai-nilai spiritual *audiens* menjadi faktor penting dalam efektivitas konten edukatif berbasis media sosial.

b. Kebutuhan Afektif yaitu Hiburan dan Emosi

Dalam teori *Uses and Gratifications*, kebutuhan afektif adalah dorongan individu untuk mencari hiburan dan keterlibatan emosional melalui media. Konten yang dianalisis berhasil menjawab kebutuhan ini dengan menggabungkan unsur artistik dan spiritual secara kuat. Simbolisme religius, musik gamelan yang dramatis, pencahayaan sakral, serta ekspresi emosional penampil menciptakan atmosfer yang menggugah perasaan audiens. Konten ini tidak hanya menyajikan pengalaman estetis, tetapi juga membangkitkan emosi mendalam yang tercermin dari respons penonton. Komentar-komentar pengguna menjadi bukti keterlibatan afektif tersebut. Misalnya, akun @nobodyfeelslikeyou menulis:

“Paling takut kalo udah liat rangda/barong dari kecil pas ada acara odalan di rumah ninik, sore udah ada barongan, aku takut banget ngumpet dikamar, takut dik”

Pernyataan ini menunjukkan pengalaman masa kecil yang emosional serta rasa takut yang membekas, menandakan keterhubungan emosional yang kuat terhadap simbol budaya dan religius dalam konten.

Lebih dalam lagi, komentar ini menunjukkan bahwa konten *Calonarang Taksu* tidak hanya memicu emosional sesaat, tetapi juga membangkitkan memori masa lalu yang melekat kuat secara psikologis. Dalam konteks teori *Uses and Gratifications*, hal ini mencerminkan pemenuhan kebutuhan afektif, Dimana pengguna mencari dan mengalami keterlibatan emosional yang dalam. Bahkan, hal ini juga menyentuh dimensi katarsis, yaitu pelepasan ketegangan emosional melalui pengalaman spiritual digital. Penonton tidak hanya menonton, tetapi mengalami Kembali rasa takut yang pernah dirasakan di masa kecil, menjadikan konten ini sebagai media reflektif yang menyentuh pengalaman spritual dan budaya personal. Sementara itu, komentar dari akun @JJ yang menyatakan: *“Takut mak”*. Komentar singkat ini menunjukkan bentuk ekspresi emosional yang langsung dan spontan dari *audiens* yang sedang mengalami efek psikologi langsung dari visualisasi *Rangda*. Dalam konteks teori *Uses and Gratifications*, hal ini menunjukkan pemenuhan kebutuhan afektif, Dimana *audiens* mencari pengalaman emosional, ketegangan, bahkan ketakutan yang bersifat spritualistik melalui media digital. Meskipun singkat, komentar tersebut memperlihatkan keterhubungan emosional instan terhadap kekuatan simbolik pertunjukan. Begitu pula komentar dari @Syarief Zil Jr: *“Bayangin lu Lagi nonton tv dirumah tiba dia masuk ke rumah auto kabur”*. Menggambarkan reaksi campuran antara ketakutan dan hiburan, menandakan bahwa konten berhasil menciptakan hiburan emosional khas dalam genre spiritual dan mistik. Dalam kerangka teori *Uses and gratifications*, respon ini merupakan bentuk pemenuhan kebutuhan afektif, yaitu keinginan audiens untuk merasakan sensasi emosional, dalam hal ketegangan dan kejutan spiritual, melalui media digital. Ketegangan ini tidak hanya menghibur, tetapi juga menumbuhkan rasa hormat dan penasaran terhadap kekuatan simbolik dalam budaya

Hindu Bali. Dengan demikian, komentar ini menunjukkan bahwa konten *Calonarang Taksu* berhasil membangun pengalaman emosional yang khas, yang menjadikan daya Tarik utama dalam genre edukasi religious mistis. Sebagai contoh, akun @cute gaes menuliskan:

“Tapi aku pernah tengah malam di datengin persis seperti ini pakaian nya cuma tinggi mungkin 2 meteran, aku gak bisa bergerak tapi aku gak takut karena gak tau itu apa belum pernah liat”

Komentar ini menunjukkan pengalaman personal yang penuh ketegangan, menjadikan konten relevan secara emosional dengan pengalaman nyata penonton. *Audiens* tidak hanya mengapresiasi estetika, tetapi juga mengalami emotional resonance yang mendalam, yakni keterlibatan emosional yang intens. Temuan Hulu (2023) menguatkan bahwa elemen dramatik dalam konten keagamaan dan spiritual sering memicu pengalaman spiritual yang personal dan emosional. Maka, komentar-komentar tersebut menjadi bukti valid bahwa konten tidak hanya menghibur secara visual dan musikal, tetapi juga menyentuh batin penonton, membuktikan bahwa konten ini memenuhi kebutuhan afektif dan menghadirkan pengalaman emosional serta spiritual yang bermakna. Lebih lanjut, komentar ini juga memperlihatkan bahwa *audiens* tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi mengalami resonansi simbolik yang memicu ingatan dan refleksi personal terhadap dunia niskala. Ketika pengalaman masa lalu penonton bertemu dengan visualisasi digital dalam konten, terjadi keterhubungan emosional yang menunjukkan keberhasilan konten dalam menjangkau kesadaran spiritual secara otentik. Hal ini menegaskan bahwa *Calonarang Taksu* tidak hanya menyampaikan pesan religious, tetapi juga menciptakan ruang pengalaman spiritual yang hidup melalui media sosial.

c. Kebutuhan Integratif Personal yaitu Identitas dan Status

Konten *Calonarang Taksu* secara efektif memenuhi kebutuhan integratif personal *audiens*, khususnya dalam aspek penguatan identitas budaya dan keagamaan. Melalui interaksi yang terjadi di *platform* media sosial, terutama TikTok, tampak bahwa tayangan ini membangkitkan rasa bangga terhadap budaya Bali sekaligus menegaskan keterikatan pengguna pada nilai-nilai serta tradisi lokal. Beberapa komentar dari pengguna menunjukkan hal tersebut, seperti pernyataan dari akun @sukaa yang menulis, *“love banget budaya Bali”*, atau komentar akun @Tri, *“Semangat para pejuang budaya, Kalian luar biasa”*. Ungkapan serupa juga disampaikan oleh akun @kanthillll yang mengatakan, *“Budaya adalah jati diri suatu bangsa”*. Ketiga komentar ini menggambarkan adanya apresiasi publik terhadap warisan budaya, sekalipun tidak secara langsung menyebutkan identitas budaya atau asal-usul leluhur. Namun demikian, ekspresi tersebut mencerminkan internalisasi nilai-nilai budaya yang berkontribusi terhadap pembentukan citra diri kolektif. Tidak hanya menyampaikan informasi tentang ritual dan tradisi, konten ini juga menjadi ruang reflektif bagi pengguna untuk menegaskan keterikatan pada nilai-nilai spiritual. TikTok sebagai media ekspresi digital memungkinkan individu menunjukkan kedekatan dengan budaya dan agama, serta memperkuat identitas dan posisi sosial mereka di ruang virtual. Dengan demikian, *Calonarang Taksu* bukan sekadar hiburan, tetapi juga media yang memperkuat identitas kultural dan menjadi bagian dari konstruksi narasi budaya, menjembatani warisan lokal dan identitas individu dalam konteks global yang dinamis.

d. Kebutuhan Integratif Sosial yaitu untuk Hubungan Sosial dan Diskusi

Kolom komentar juga berfungsi sebagai ruang diskusi yang aktif. *Audiens* tidak hanya memberi tanggapan pasif, tetapi juga bertanya, berdiskusi, bahkan membagikan interpretasi pribadi mereka terhadap simbol dan nilai yang ditampilkan. Sebagai contoh, pada Video *Ratu Lingsir Jagat Pejeng* Melancaran, akun @nowa menulis: “*Bli sebenarnya yang jadi leak itu dikendalikan leak atau dia ya bli maaf*”. Pertanyaan ini langsung direspons oleh akun @Cmsy mupler 168 yang menjelaskan: “*ada yang dikendalikan biarpun orang yang memakainya masih muda tapi kalau rangdanya sudah berumur tua dia pasti akan berjalan seperti orang tua karena sesuhunan yang merasukinya. Maaf kalau salah semeton*”. Interaksi serupa juga terlihat dari komentar @it’s Oke menyatakan: “*Sebenarnya Rangda itu apa? pihak baik apa pihak jahat? terus Calon Arang itu apa atau siapa? terus leak itu apa? Mohon penjelasannya ya, biar tahu sejarahnya*”. Kemudian dijawab oleh @sally.slayyy2 menjelaskan: “*Rangda itu perwujudan dewa/dewi. Rangda berpihak baik. Calonarang itu tarian, yang melambangkan adanya Rangda jahat dan ada Barong baik. Barong sebagai malaikat pelindung, Rangda sebagai iblis, jadi tugas*”.

Diskusi serupa terjadi juga pada video *Barong VS Rangda* (percakapan *Ratu Mas* dan *Ratu Gede*), Ketika akun @pengendali api bertanya: “*Rangda itu baik apa jahat?*” Pertanyaan tersebut kemudian dibalas oleh beberapa pengguna, seperti akun @Not_me yang menjawab singkat: “*baik*” dan akun @user52891926736367 menambahkan: “*Bener Rangda itu jahat, tapi kalau yang Barong itu baik*”, selain itu Akun @Iqbal bukan Iqbal pun ikut menjelaskan dengan pendekatan linguistik: “*Kalo bahasa Sunda rangda itu wanita yang sudah bercerai*”, komentar tersebut kemudian dijawab oleh akun @Dwijaja: “*Iya kak, ada sejarah Rangda. Diceritakan emang artinya Rangda itu janda*”. Contoh-contoh ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi medium interaksi sosial digital yang memfasilitasi diskusi keagamaan dan budaya antar pengguna dari latar belakang yang berbeda. Pengguna tidak hanya mencari informasi, tetapi juga saling membantu dalam memahami makna symbol spiritual Hindu. Dalam kerangka teori *Uses and Gratifications*, ini memenuhi kebutuhan Integratif sosial, yaitu keinginan untuk merasa terhubung secara sosial, berbagi, dan membentuk komunikasi berdasarkan nilai dan keyakinan Bersama. Tiktok pun berperan sebagai ruang komunitas spiritual yang terbuka, dialogis, dan saling memperkaya. Hal ini memperlihatkan bahwa konten *Calonarang Taksu* berhasil memfasilitasi interaksi sosial digital berbasis spiritualitas. Seperti dikemukakan oleh Hulu (2023), ruang diskusi dalam media sosial dapat menjadi sarana terbentuknya komunitas spiritual maya yang saling mendukung dan belajar.

e. Kebutuhan Katarsis yaitu Pelepasan Emosi dan Refleksi

Konten pertarungan *Barong* dan *Rangda*, seperti dalam video *Barong vs Rangda* Percakapan *Ratu Mas* dan *Ratu Gede*, tidak hanya menghadirkan ketegangan emosional, tetapi juga memberi ruang refleksi dan katarsis bagi penonton. Katarsis ini memungkinkan pelepasan emosi seperti ketakutan atau kecemasan, sekaligus mendorong perenungan makna pertunjukan. Komentar yang dianalisis menunjukkan bahwa penonton memanfaatkan momen ini untuk bertanya, mengungkapkan rasa takut, dan mengaitkan pengalaman pribadi dengan konten yang ditonton. Sebagai contoh, akun @nowa berkomentar: “*Bli sebenarnya yang jadi leak itu di kendalikan leak atau dia ya bli maaf*”. Pertanyaan ini mencerminkan ketidakpastian dan rasa ingin tahu setelah menonton pertarungan *Barong* dan *Rangda*, yang mendorong pencarian makna lebih dalam tentang karakter dan peran mereka dalam budaya Bali. Ini menunjukkan bagaimana ketegangan yang dirasakan penonton dialihkan menjadi refleksi dan pencarian makna. Di sisi lain, akun @nobodyfeelslikeyou mengungkapkan ketakutannya yang mendalam terhadap sosok *Rangda*:

"Paling takut kalo udah liat rangda/barong dari kecil pas ada acara odalan di rumah ninik, sore udh ada barongan, aku takut banget ngumpet dikamar, takut dik"

Komentar ini menunjukkan ketegangan emosional kuat yang dirasakan penonton saat melihat *Rangda*, sekaligus mencerminkan pelepasan dan refleksi atas ketakutan yang telah lama, bahkan sejak kecil, mereka pendam. Beberapa komentar lainnya, seperti dari @Zsfhricsxz, yang menyatakan: *"Alhamdulillah bisa melihat adat istiadat dari Bangli Sugeng Rahayu"*. Menunjukkan bagaimana penonton merasa diberkahi dan tercerahkan melalui pemahaman budaya Bali yang mereka dapatkan dari konten ini. Ini adalah bentuk lain dari katarsis, di mana *audiens* tidak hanya merasakan ketegangan tetapi juga mengalami pencerahan emosional dan spiritual yang dapat memberikan kedamaian. Dalam konteks ini, penonton seperti @Matamu Belean yang bertanya:

"Mau nanya kenapa di sebut nya rangda? Setau saya artinya rangda itu janda kan ya? apakah rangda bali itu artinya janda bali?"

Menunjukkan upaya mereka memahami lebih dalam karakter *Rangda*. Ketakutan atau keterkejutan tidak menghalangi ketertarikan untuk mengeksplorasi mitos dan makna di balik tokoh-tokoh tersebut, mencerminkan refleksi terhadap dunia yang melampaui pengalaman pribadi. Temuan ini menegaskan pentingnya konten reflektif dalam memberi ruang bagi *audiens* untuk merenung dan mengalami transformasi emosional. Seperti temuan Maysun (2024) tentang konten pengembangan diri yang memicu refleksi spiritual, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman afektif yang dibangkitkan oleh konten *Calonarang Taksu* juga berfungsi sebagai media katarsis spiritual. Penelitian ini mengembangkan temuan Maysun dengan menambahkan konteks budaya religius yang lebih spesifik, yaitu bagaimana pengalaman mistis visual pada TikTok bisa mendorong perenungan akan nilai-nilai *dharma dan karma*. Mengacu pada lima kategori kebutuhan dalam teori *Uses and Gratifications*, konten *Calonarang Taksu* tidak hanya memenuhi fungsi edukatif kognitif, tetapi juga menjawab kebutuhan emosional, identitas, sosial, dan spiritual. Keaktifan *audiens* dalam mengonsumsi dan merespons konten menunjukkan bahwa TikTok efektif sebagai media penyebaran nilai-nilai Hindu secara kontekstual dan sesuai gaya hidup digital saat ini.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun TikTok *Calonarang Taksu* efektif memanfaatkan media sosial untuk edukasi agama Hindu melalui strategi komunikasi yang terstruktur dan adaptif terhadap kebutuhan *audiens* digital. Berdasarkan teori *Uses and Gratifications*, konten akun ini memenuhi lima kebutuhan pengguna, diantaranya:

- a. Kognitif yaitu menyampaikan informasi dan pengetahuan baru tentang makna simbolik dan filosofi ritual Hindu Bali.
- b. Afektif yaitu menyentuh emosi melalui penyajian visual dan dramatik.
- c. Integratif Personal yaitu memperkuat identitas budaya dan keagamaan.
- d. Integratif Sosial yaitu menciptakan ruang diskusi spiritual di ranah digital.
- e. Katarsis yaitu menghadirkan refleksi dan pelepasan emosional.

Strategi seperti penggunaan bahasa lokal, pengambilan gambar otentik, dan dramatisasi visual memperkuat penyampaian pesan. Dengan demikian, *Calonarang Taksu* bukan hanya media hiburan, tetapi juga sarana transformasi pemahaman dan kesadaran spiritual di era digital. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

- a. Kreator yaitu dapat membuat konten local yang otentik dan menyentuh
- b. Pemerhati Pendidikan Keagamaan yaitu dapat menggunakan media sosial untuk edukasi agama
- c. Peneliti yaitu dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau campuran untuk menilai dampak konten religius
- d. *Platform* TikTok yaitu dapat memfasilitasi penyebaran konten edukasi

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Jumal. 2018. “Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis).” *ResearchGate* 1–21. doi: 10.13140/RG.2.2.12201.08804.
- Antika, Tiara Mara, Anung Rachman, and Rendya Adi Kurniawan. 2022. “Pengimplementasian Legenda Calon Arang Sebagai Edukasi Budaya Nusantara Dan Feminisme Melalui Animasi.” *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 8(3):1001. doi: 10.32884/ideas.v8i3.862.
- Ardhana, I. Ketut, I. Ketut Setiawan, Sulandjari, and A. A. Gd Raka. 2015. *Calonarang Dalam Budaya Bali*. 1st ed. edited by S. Trisila. Denpasar: Cakra Press.
- Baskoro, Fajar, Arya Yudhi Wijaya, and M. Zainul Asrori. 2023. *Literasi Digital Untuk Remaja*. Vol. 1. 1st ed. edited by A. Masruroh. Bandung: Widina Media Utama.
- Gunawan, I. Gede Dharman, and Putu Wisnu Saputra. 2021. “Optimalisasi Pembelajaran Pendidikan Agama Hindu Menggunakan Pembelajaran Berbasis Digital.” *Purwadita: Jurnal Agama Dan Budaya* 5(1):43–50.
- Hulu, Imannia. 2023. “Analisis Konten Media Sosial TikTok @Rijalsystem Dalam Pembentukan Karakter.” Universitas Buddhi Dharma, Tangerang.
- Kumara, Agus Ria. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan.
- Lesmi, Kirana, Evi Susilawati, Nour Ardiansyah, Shokhibul Arifin, Chelsi Ariati, Ahmad Fajar, Eka Setiawati, Nur Fakhrunnisaa, Hapizil Umam, Dianingtyas Murtanti Putri, Ari Kania, Irwanto, Wahyu Triono, and Wahyudi. 2023. *Media Dan Teknologi Pendidikan*. 1st ed. edited by Masruroh. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Lukma, Hazairin Nikmatul, and Nurjanah. 2023. *Media Pembelajaran Digital*. Vol. 1. 1st ed. edited by Andriyanto. Klanten: Underline.
- Maysun, J. 2024. “Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok @Brilionaire.” Universitas Semarang, Semarang.
- Megawati. 2023. “Nilai Pendidikan Hindu Pada Kelakon Calonarang Di Banjar Styra Dharma Desa Basarang Jaya.” *Institut Agama Hindu Negeri Tampung Penyang Palangka Raya* 14(1):38–51.
- Ningtyas, Rahma Agusti, Elsa Zafira, and Reza Zahria. 2023. “Peran Konten TikTok Vina Muliana Dalam Edukasi Dunia Karier Remaja Surabaya.” *Prosiding Seminar Nasional* 533–43.
- Putri, Firly Aldrina, and Uljanatunnisa. 2023. “Analisis Resepsi Konten Pada Akun TikTok @vmuliana Terhadap Kebutuhan Informasi Akan Career Preparation.” *Medium* 11(2):221–34.

- Sheldon, Pavica, Mary Grace Antony, and Lynn Johnson Ware. 2021. "Baby Boomers' Use of Facebook and Instagram: Uses and Gratifications Theory and Contextual Age Indicators." *Heliyon* 7(4):1–7. doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e06670.
- Sugiarto, Samudra, and Andini Nur Bahri. 2024. "Efektivitas Akun TikTok Sebagai Media Berita Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Generasi Z: Studi Kasus Di UINSU." *Media Komunikasi FPIPS* 23(2):64–76. doi: 10.23887/mkfis.v23i2.82298.
- Surokim. 2017. "Internet, Arus Bawah, Dan Perubahan Sosial Madura." Pp. 10–18 in *Internet Media Sosial & Perubahan Sosial Di Madura*. Vol. 1, edited by Surokim. Madura: Prodi Ilmu Komunikasi, FISIB UTM dan Aspikom.
- Sutarti, Titin. 2019. "Menghayati Ajaran Hindu Ke Dalam Diri." *Widya Aksara* 24(1):7–17.
- Syah, Rizqi Akbar. 2023. *TIKTOK Affiliate*. 6th ed. edited by B. Kamaludin. Yogyakarta: PT Bisnishack Bahagia Mendunia.
- Wibowo, Satya Hendri. 2023. "Konsep Teknologi Digital." Pp. 1–173 in *Teknologi Digital Di Era Modern*. Vol. 1, edited by D. P. Sari. Sumatra Barat: Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Widayanti, I. Gusti Ayu, I. Made Surada, and I. Made Adi Brahman. 2018. "Kajian Filosofis Lontar Calonarang." *Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar* 2(1):274–79.
- Wirawan, Komang Indra. 2018. "Taksu Dalam Dramatari Calonarang Sebuah Kajian Estetika Hindu." *Widyadari* 19(1):40–45. doi: 10.5281/zenodo.1240590.