

BAB II

KERANGKA TEORI

A. *Law of Attraction*

1. Definisi *Law of Attraction*

Law of Attraction secara bahasa terdiri dari dua kata, yaitu *Law* dan *Attraction*. *Law* dalam bahasa Inggris berarti hukum, sedangkan *Attraction* berarti tarikan. Michael J. Losier mengemukakan bahwa *Law of Attraction* adalah sesuatu yang dipikirkan seseorang dengan segenap perhatian, energi, dan konsentrasi pikiran, baik itu sesuatu yang positif maupun negatif, akan datang ke realitas kehidupan seseorang.¹ Losier mengimbuhi bahwa *Law of Attraction* sebenarnya adalah hukum alam yang menjelaskan bahwa di kehidupan manusia, setiap atom terletak pada respon yang konstan terhadap segala sesuatu yang terjadi di alam semesta ini, entah disadari ataupun tidak.²

Michael J. Losier merupakan penulis buku asal Kanada mengenai *Law of Attraction* dan mengenalkan *Law of Attraction* melalui bukunya. Sebelum itu, tahun 1995, ia telah mempelajari NLP (*Neuro Linguistic Programming*) untuk lebih memahami cara kerja otak manusia. Hal tersebut ia lakukan karena berhubungan dengan *Law of Attraction*, yang berpegang pada pikiran manusia.³

Berbicara mengenai *Law of Attraction*, pembahasan utama adalah bahwa di alam semesta ini memiliki energi.⁴ Semua benda, baik kecil maupun besar, aktivitas, dan hamparan langit yang memenuhi alam semesta ini memiliki energi.

Segala realitas di bumi terdiri dari dua macam, yaitu *visible thing* (tampak) dan *invisible thing* (tak tampak). *Visible things*, dalam ilmu fisika yaitu benda, yang merupakan gabungan dari partikel yang berkumpul, lalu terbentuk atom, setelah atom berkumpul membentuk molekul yang akhirnya

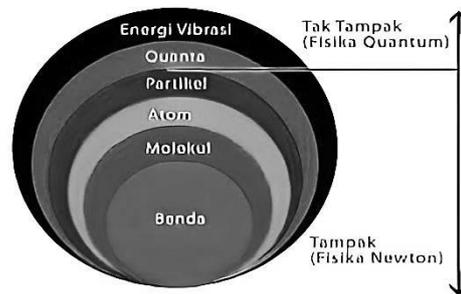
¹ Rauf, *Quranic Law of Attraction*, 6.

² Kusumaningrum, "Hukum Tarik-Menarik Dalam Novel Klasik Under The Greenwood Tree Karya Thomas Hardy," 60–61.

³ Losier, *Law of attraction*, 15.

⁴ Nurdin, "The Law of Attraction Dan Doa Dalam Islam," 229.

menjadi suatu benda. Untuk lebih jelasnya, terdapat ilustrasi gambar yang menjelaskan hal ini.



Gambar 2.1 Macam-Macam Realitas Benda ⁵

Selanjutnya dalam kawasan *invisible thing* atau yang tak tampak menampilkan quanta atau energi vibrasi. Energi vibrasi inilah yang bekerja dalam *Law of Attraction*. Hukum ini merupakan tarik menarik energi yang mirip dengan energi yang dipancarkan manusia.⁶ Contohnya, ketika seseorang merasa buruk atas dirinya sendiri, ia akan menarik energi buruk akan terserap ke dalam kehidupannya yang akan menghalangi semua hal baik yang disediakan semesta.⁷ Dari penjelasan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Law of Attraction* bukanlah mantra atau khayalan.⁸

Energi vibrasi sangat berhubungan dengan perasaan. Perasaan merupakan pusat energi yang tak terbatas, perasaan dikatakan sehat apabila semua berada dalam frekuensi perasaan yang baik. Hal ini bersifat subjektif karena setiap orang memiliki pengalaman berbeda. Namun, dengan seseorang memfokuskan dan memikirkan hal yang indah tentang diri sendiri, *Law of Attraction* akan menunjukkan hal-hal hebat yang bisa dilakukan oleh diri seseorang.⁹

Energi vibrasi atau juga bisa disebut getaran digunakan untuk menggambarkan suasana hati seseorang ketika mengalami suatu peristiwa. Contohnya, seseorang akan merasakan getaran positif ketika bertemu

⁵ Nurdin, 230.

⁶ Nurdin, 231.

⁷ Byrne, *The Secret*, 92.

⁸ Losier, *Law of attraction*, 10.

⁹ Byrne, *The Secret*, 92.

dengan orang yang disayanginya, dan juga sebaliknya, apabila bertemu dengan orang yang tidak disukai akan menimbulkan getaran negatif. Getaran terdiri dari 2 jenis, yaitu getaran positif (+) dan getaran negatif (-). Kedua getaran tersebut akan memancarkan getaran yang sama jenisnya.¹⁰

Getaran atau perasaan hati akan selalu ada selama manusia hidup dan sadar. Getaran positif menggambarkan perasaan kegembiraan, cinta, kesenangan, kemakmuran, kebanggaan, kenyamanan, keyakinan, dan kasih sayang. Getaran negatif menggambarkan kekecewaan, kesendirian, kekurangan, kesedihan, kebingungan, stres (tekanan jiwa), amarah, dan sakit hati. Gambaran suasana hati tersebut akan mengirimkan getaran dengan jenis yang sama yang akan datang ke realitas kehidupan seseorang.¹¹

Gambaran getaran di atas merupakan ketertarikan yang disadari, sedangkan seseorang juga tidak menutup kemungkinan mereka tidak menyadari getaran yang terjadi pada dirinya sendiri. Seperti misalnya ketika seseorang membuka dompet dan tidak menemukan uang sepeserpun, hal tersebut sudah termasuk getaran negatif yang berupa perasaan sedih dan cemas. Suasana hati tersebut secara tidak sadar mengirimkan getaran yang akan menarik getaran dengan jenis yang sama. *Law of Attraction* tidak memandang hal itu disadari atau tidak, ia akan selalu merespon getaran yang dipancarkan.¹²

“Sesuatu dengan jenis yang sama akan saling menarik” (Jerry dan Esther Hicks dalam buku *Ask and It Is Given*)

“Segala hal yang dipancarkan melalui pikiran, perasaan perhatian, dan tutur kata, maka akan kembali ke kehidupan seseorang” (Catherine Ponder dalam buku *Dynamic Law of Prosperity*)¹³

Selain suasana hati akibat suatu peristiwa, getaran juga dapat dipancarkan dari pengamatan. Pengamatan tersebut bisa terjai dalam

¹⁰ Losier, *Law of attraction*, 22.

¹¹ Losier, 28.

¹² Khodijah dan Miftahul Alam Al Waro', "The Relevance Of The Concept Of Faith To Michael J Losier's Law Of Attraction Theory To Happiness On Life In Perspective Of Transpersonal Psychology," *Journal Intellectual Sufism Research (JISR)* 6, no. 1 (30 November 2023): 8, <https://doi.org/10.52032/jisr.v6i1.155>.

¹³ Losier, *Law of attraction*, 23.

kehidupan sehari-hari seperti uang, pekerjaan kesehatan, dan hubungan percintaan). Apabila seseorang menyukai hal yang ia amati, maka rasa suka tersebut akan mendatangkan kebahagiaan yang lebih banyak. Sebaliknya, jika seseorang membenci apa yang ia amati, rasa benci tersebut akan mendatangkan getaran negatif yang sesuai dengan getaran yang dipancarkan.¹⁴

“Jangan sekali-kali mengharap datangnya sesuatu yang tak diinginkan, dan jangan sesekali menginginkan sesuatu yang tak anda harapkan. Jika Anda mengharap datangnya sesuatu yang tak Anda inginkan, sesungguhnya Anda mendatangkan sesuatu yang buruk. Dan jika Anda menginginkansesuatu yang tak Anda harapkan, sesungguhnya Anda menyia-nyiakan kekuatan mental Anda yang dahsyat. Sebaliknya, jika Anda selalu mengharapkan datangnya sesuatu yang memang Ana inginkan, maka kemampuan Anda untuk mendatangkannya (mewujudkannya) menjadi berlipat ganda. Pikiran Anda tak ubahnya sebatang magnet yang akan menarik segala sesuatu yang tunduk pada prinsip kerjanya.”

(Dr. Raymond Holliwell dalam buku *Working with the Law 11 Truth Principles for Successful Living*)

“Semua pikiran akan menjelma nyata sesuai dengan intensitasnya. Setiap butir pikiran terkenal di dalam benak manusia mampu menggerakkan hukum itu untuk mewujudkannya menjadi kenyataan.”
(Ernest Holmes dalam buku *Basic Ideas of Science of Mind*)¹⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, *Law of Attraction* merupakan hukum yang tak terlihat, dimana pembahasan utamanya adalah energi vibrasi yang tidak terlihat oleh mata manusia. Manusia yang memancarkan energi positif, maka akan menarik hal-hal yang memiliki energi yang sama, dan juga sebaliknya.

2. Cara Kerja Law Of Attraction

Dalam praktik *Law of Attraction*, Michael J. Losier menjelaskan terdapat 3 cara untuk meraih keberhasilan *Law of Attraction*. Pertama, mengenali apa yang diinginkan. Untuk langkah pertama ini, kebanyakan orang yang tidak benar-benar tahu apa yang mereka inginkan. Hal ini

¹⁴ Nurdin, “The Law of Attraction Dan Doa Dalam Islam,” 232.

¹⁵ Losier, *Law of attraction*, 23–24.

disebabkan manusia lebih berfokus dengan apa yang tidak diinginkan, misalnya alih-alih mengatakan “saya ingin kaya”, orang kan lebih berpikir bahwa “saya tidak ingin miskin”.¹⁶

Law of Attraction bekerja pada alam bawah sadar manusia yang tidak menerima ucapan yang negatif, seperti “tidak” dan “jangan”. Tidak ingin miskin, tidak ingin nampak bodoh, tidak akan susah, dll. Pikiran akan menolak untuk merespon kata “tidak” atau “jangan”, karena kata “tidak” memiliki energi yang sangat negatif dan “ya” memiliki energi yang sangat positif karena bersifat menegaskan, menenangkan, dan berwibawa. Sebelum mengetahui keinginan diri, manusia harus mempelajari konsep “kontras”.¹⁷

Konsep “kontras” adalah keadaan dimana seseorang menyadari apa yang tidak ia sukai dan mengerti alasan dibalikinya.¹⁸ Hal ini berguna untuk seseorang berdamai dengan apa yang tidak ia sukai dan mulia berhenti memikirkannya. Dalam hukum ini, semakin sering seseorang berpikir tentang hal yang tidak ia sukai, maka semakin kuat energi negatif yang terserap yang akan menjadi realitas di kehidupan seseorang. Oleh karena itu, pemahaman konsep “kontras” sangat diperlukan agar seseorang dapat segera mengubah frekuensi energi negatif menjadi energi positif atau dengan kata lain hanya fokus dengan apa yang mereka sukai.¹⁹

Kedua, setelah seseorang mengenali keinginannya, ia perlu untuk memberikan perhatian pada keinginan tersebut. Perhatian dalam hal ini berupa pikiran positif, fokus, dan keyakinan penuh akan tercapainya keinginan. *Law of Attraction* akan menggandakan energi tercapainya keinginan seperti sinar matahari yang jika difokuskan dengan kaca pembesar akan membakar sesuatu. Hukum ini merespon semua yang dirasakan dan diucapkan oleh seseorang. Oleh karena itu, diperlukan keselarasan antara ucapan, pikiran, dan perasaan. Misalnya, ketika seseorang berpikir sangat yakin atas ucapannya, tetapi perasaan mengatakan

¹⁶ Khodijah dan Waro’, “The Relevance Of The Concept Of Faith To Michael J Losier’s Law Of Attraction Theory To Happiness On Life In Perspective Of Transpersonal Psychology,” 8.

¹⁷ Losier, *Law of attraction*, 54.

¹⁸ Losier, 51.

¹⁹ Byrne, *The Secret*, 27.

ini mustahil, maka kata mustahil itulah yang akan diproses oleh *Law of Attraction*.²⁰

Ketiga, biarkan keinginan tersebut menjadi kenyataan. Bentuk dari membiarkan keinginan menjadi nyata yaitu tidak adanya rasa ragu atau energi negatif apapun akan ketercapaian keinginan. Pada cara ketiga ini, seseorang memberikan waktu kepada alam semesta untuk memproses semua yang diinginkan dalam pikiran dan perasaan menjadi realitas. Cara ini merupakan tahap yang paling penting dalam proses penciptaan hasil dari keinginan.²¹

Selain itu, Losier menyatakan bahwa perasaan ragu tersebut seringkali disebabkan oleh keyakinan yang membatasi diri sendiri.²² Di sisi lain, diri seseorang sendiri seringkali tidak yakin dapat memenuhi keinginan yang seseorang minta pada semesta. Karena itu, banyak orang yang gagal pada proses ketiga ini. Ini karena merelakan adalah langkah yang paling sulit dalam proses *Law of Attraction*. Dengan merelakan, semesta melakukannya untuk seseorang; seseorang tidak perlu memikirkan kapan, di mana, atau bagaimana keinginan seseorang akan terwujud. Semua yang perlu seseorang lakukan hanyalah mengetahui apa yang seseorang inginkan, percaya bahwa seseorang sudah mendapatkannya (tidak peduli di mana, kapan, atau bagaimana), dan akhirnya merelakan hal tersebut untuk kemudian menerimanya di masa depan.²³

Sayangnya, banyak orang malah tidak berhasil di proses hukum ketiga ini karena keraguan mereka. Losier berpendapat bahwa *Law of Attraction* tidak terpengaruh oleh apa yang seseorang ingat, berpura-pura, merayakan, bermain, menciptakan, mengeluh, atau khawatir. Menurut Losier, hukum tarik menarik ini hanya menanggapi apa yang ada di dalam "gelembung getaran" seseorang. Oleh karena itu, kemungkinan seseorang

²⁰ Pipit Nurhayati, Masduki Asbari, dan Abad Robbani Naharussurur, "Law of Attraction: Inilah Jalan Meraih Impian?," *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan* 1, no. 02 (29 Mei 2023): 129, <https://doi.org/10.1111/literaksi.v1i02.85>.

²¹ Michael J. Losier, *Law of Attraction: Mengungkap Rahasia Kehidupan* (Ufuk Publishing House, 2007), 106–108.

²² Losier, 106.

²³ Albert C. Albina, "The Law of Attraction: Positive Thinking and Level of Gratitude towards Happiness," *CMU Journal of Science* 22, no. 1 (2018): 18.

untuk mendapatkan apa yang seseorang inginkan meningkat seiring dengan jumlah pikiran dan energi positif yang seseorang kirimkan kepada semesta.²⁴

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial terdiri dari dua kata, yaitu “media” dan “sosial”. “media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan “sosial” itu adalah sebagai kenyataan sosial bahwa setiap orang melakukan aksi yang dapat memberikan kontribusi kepada orang banyak.

Daviz berpandangan bahwa media sosial sangat berpengaruh pada remaja baik dalam hal positif ataupun hal negatif bagi kehidupan remaja. Sebuah pandangan menyatakan bahwa media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial yang menggunakan teknologi berbasis web yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.²⁵

Maike berpandangan bahwa media sosial adalah konvergensi antara komunikasi personal yang berarti saling berbagi sesama individu (*to be shared one-to-one*) dan sebagai media publik untuk saling berbagi antar sesama individu.²⁶ Ardianto mengemukakan media sosial online, adalah jejaring sosial online bukan media masa online, dikarenakan media sosial mempunyai kekuatan sosial yang dapat mempengaruhi opini publik yang berkembang ditengah masyarakat banyak.²⁷

Dari penjelasan masing-masing pendapat ahli di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial yaitu sebuah medium yang ada di internet yang memungkinkan bagi pengguna dapat merepresentasikan diri ataupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi, dengan pengguna lainnya serta membentuk ikatan sosial secara virtual.

²⁴ Losier, *Law of attraction*, 29.

²⁵ Nadia Aprilia, “Pengaruh kesepian dan kontrol diri terhadap kecenderungan ketergantungan terhadap ponsel,” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, no. 2 (2020): 42.

²⁶ Dinda Sekar Puspitarini Dan Reni Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi,” *Jurnal Common* 3, no. 1 (7 Agustus 2019): 74, <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>.

²⁷ Errika Dwi Setya Watie, “Komunikasi dan media sosial (communications and social media),” *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2016): 71.

1. Aplikasi dalam Media Sosial

Beberapa *platform* media sosial yang ramai memperbincangkan *Law of Attraction*, yaitu TikTok, Instagram, dan YouTube. Ketiga aplikasi tersebut banyak membahas *Law of Attraction* dikarenakan ketiganya berorientasi pada penyebaran video, yang dimana *Law of Attraction* kebanyakan memuat tentang motivasi-motivasi hidup yang dikemas dalam bentuk video.

a. TikTok

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi TikTok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016.²⁸

Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Menurut kutipan Fatimah Kartini Bohang (2018) jumlah tersebut mengalahkan aplikasi populer lain semacam Youtube, WhatsApp, Facebook Messenger, dan Instagram. Mayoritas dari pengguna aplikasi Tik Tok di Indonesia sendiri adalah anak milenial, usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z.²⁹

Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang. Pengguna tiktok menggunakan media sosial ini menjadi sebuah ajang eksistensi diri

²⁸ Yohana Noni Bulele, "Analisis fenomena sosial media dan kaum milenial: studi kasus tiktok," dalam *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, vol. 1, 2020, 567, <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/view/1463>.

²⁹ Wisnu Nugroho Aji dan Dwi Bambang Putut Setiyadi, "Aplikasi Tik Tok sebagai media pembelajaran keterampilan bersastra," *Metafora: jurnal pembelajaran bahasa dan sastra* 6, no. 1 (2020): 149.

dengan membuat video-video sekreatif mungkin dan menarik. Maka dari itu banyak sekali saat ini yang mengunduh serta menggunakan media sosial tiktok. Hal tersebut membuat para pengguna merasa senang karena bisa terhibur jika mereka menggunakan video tersebut.³⁰

b. Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan “foto instan” Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.³¹ Begitu pula dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Jejaring sosial ini diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjangkau 25 ribu pengguna di hari pertama. Selain itu Atmoko menyatakan bahwa nama instagram merupakan kependekan dari kata “instan-telegram”. Menurut website resmi Instagram, Instagram adalah cara yang menyenangkan dan unik untuk berbagi hidup anda dengan teman-teman melalui serangkaian gambar.³²

Pengertian lain menjelaskan bahwa Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap

³⁰ Adil Dimas Andrian, Jandy Edipson Luik, dan Judy Djoko Wahjono Tjahjo, “Motif masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi tiktok selama masa pandemi COVID-19,” *Jurnal E-Komunikasi* 9, no. 1 (2021): 75, <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11410>.

³¹ Dewi Untari dan Dewi Endah Fajariana, “Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@subur_batik),” *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 2, no. 2 (2018): 273.

³² Siti Muslichatul Mahmudah dan Muthia Rahayu, “Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan,” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2, no. 1 (2020): 6–7.

penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.³³

c. YouTube

Youtube adalah portal atau situs video sharing milik google Inc. Youtube merupakan situs terbesar didunia maya. Youtube merupakan salah satu dari banyak sosial media yang masuk kedalam kategori media baru. Jutaan video tersedia lengkap dan bisa dilihat secara gratis. Mulai dari video amatir karya pengguna youtube yang di upload, sampai dengan video-video karya produsen industri musik dunia tersedia diportal youtube ini.

Era internet video memang sedang berada dipuncaknya. Khalayak media cenderung lebih tertarik untuk mendapatkan beragam informasi, baik itu berita ataupun hiburan, lebih asik dilihat dalam bentuk video, karena lebih mudah dipahami dan lebih mampu untuk menggambarkan kondisi, emosi dan cerita dengan lebih simple dibandingkan format tulisan. YouTube memiliki banyak kelebihan, seperti memudahkan pengguna untuk mencari suatu hal yang dibutuhkan dengan hanya mengitik satu kata kunci, kemudian akan muncul banyak hal yang berkaitan dengan kata kunci tersebut.

Selain itu, konten di youtube lebih beragam dibandingkan media baru yang lain seperti instagram, facebook, twitter dan sebagainya. Hal ini dikarenakan youtube memiliki ruang pemutaran video atau audio lebih besar dibandingkan media baru yang lainnya. Selanjutnya, Youtube sebagai sarana belajar otodidak. Banyak sekali faktor yang menghambat seseorang dalam menggali potensinya, mulai dari keterbatasan biaya, waktu, dan tempat. Namun, YouTube mempermudah seseorang dalam menggali suatu hal seperti cara

³³ Bimo Mahendra, "Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi)," *Jurnal Visi Komunikasi* 16, no. 1 (2017): 155.

bermain gitar, cara memasak, dan sebagainya. Semua bakat dan potensi bisa diasah sendiri dengan menonton tutorialnya di youtube.³⁴

³⁴ Wiriany Detya dan Vidia Pratami Tiarani, “Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer,” *Artcomm* 2, no. 02 (2019): 27–28.