

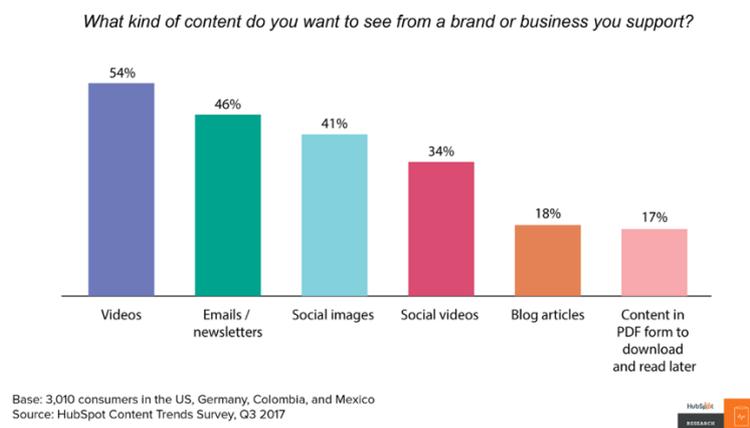
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Video online merupakan salah satu alat utama bagi orang untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Mereka menciptakan jenis konten video yang lebih bervariasi untuk menarik perhatian penonton. Video online telah menjadi media populer untuk komunikasi pemasaran di seluruh dunia seiring dengan kemajuan teknologi smartphone dan jaringan berkecepatan tinggi (Boman & Rajionkari, 2017). Saat ini video online mulai digunakan sebagai salah satu cara penyebaran informasi dan promosi yang efektif untuk menarik perhatian. Selain itu, video online pun menjadi sarana hiburan bagi penonton. Dalam sebuah survei yang dilakukan oleh HubSpot tahun 2017, video menempati urutan tertinggi pada jenis konten yang lebih ingin dilihat oleh masyarakat dan dari hasil survei ini menunjukkan bahwa konten video mempunyai peluang lebih besar dibanding konten lainnya untuk diperhatikan (HubSpot, 2017).

#### For brands, video content is preferred

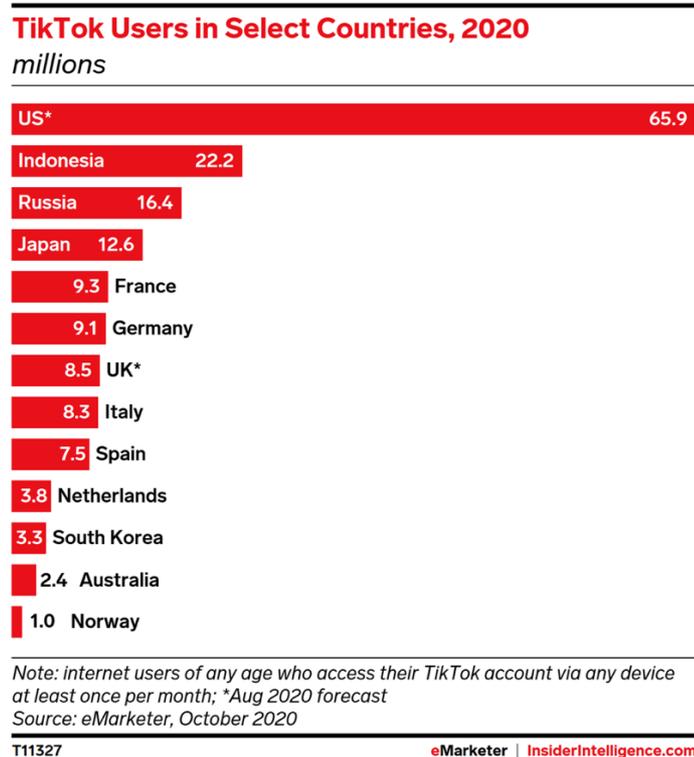


Gambar 1.1 Urutan Konten yang Ingin Dilihat oleh Masyarakat

Sumber: HubSpot

Seiring berkembangnya teknologi video online, sosial media yang mengalami perkembangan pesat hingga menjadi budaya baru adalah TikTok. Tiktok adalah aplikasi berbagi konten video online yang mulai populer sejak tahun 2017. Tiktok menjadi aplikasi berbagi konten video yang menarik banyak perhatian

pengguna internet di dunia. Ia tidak hanya dijadikan sarana hiburan, namun juga penyebar informasi dan promosi yang menarik dan efektif. Tiktok bahkan menciptakan subkultur baru, hingga menarik perhatian para peneliti. Di Indonesia, survey menunjukkan bahwa Tiktok berkembang sangat pesat. Merujuk data dari Statista, pada tahun 2020 tercatat pengguna Tiktok di Indonesia telah mencapai 22,2 pengguna. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia menjadi negara kedua dengan pengguna Tiktok terbanyak setelah Amerika dengan jumlah pengguna 65,9 juta pengguna (Williamson, 2020). Dengan jumlah pengguna lebih dari 20 juta pengguna di Indonesia, membuat Tiktok menjadi sarana penyebar konten yang potensial, yang memungkinkan seseorang membuat konten untuk diinterpretasi banyak orang.



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna TikTok di Dunia

Sumber: eMarketer

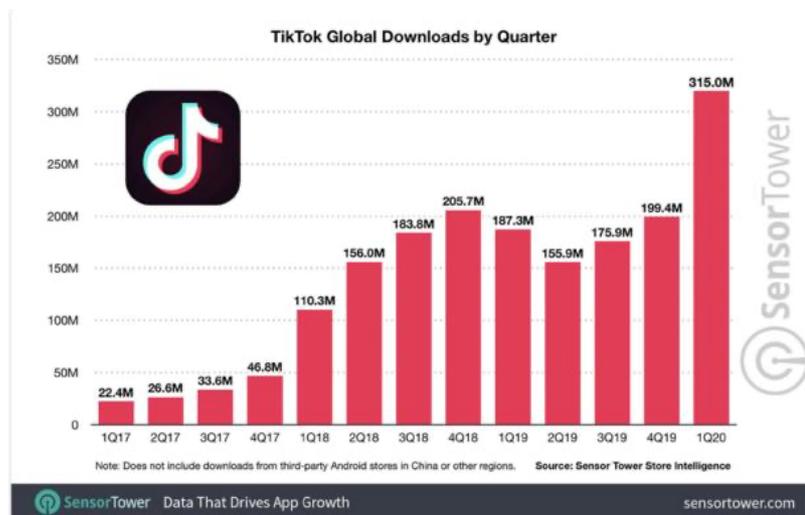
Peran generasi milenial dalam meningkatkan perkembangan budaya Indonesia sangatlah besar karena mereka sangat aktif dan sering menggunakan

teknologi baru, salah satunya adalah TikTok yang banyak digunakan oleh generasi milenial dan hal itu menyebabkan TikTok menjadi budaya di Indonesia (Hasiholan, Pratami, dan Wahid, 2020).

Perusahaan teknologi asal Tiongkok memperkenalkan aplikasi edit video bernama TikTok sebagai sarana untuk bisnis, personal brand, dan menjadi sarana hiburan dengan banyak fitur yang menarik di dalamnya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Sensor Tower Store Intelligence* pada tahun 2020, aplikasi video sosial TikTok dari ByteDance telah diunduh lebih dari 2 miliar kali di App Store dan Google Play. TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di seluruh dunia pada kategori non-game selama bulan Agustus 2020, dan negara yang paling banyak mengunduh aplikasi TikTok selama periode tersebut adalah Indonesia yang merupakan 11% dari total seluruh pengunduhan aplikasi TikTok di seluruh dunia. Selanjutnya disusul oleh Brazil yang berada di posisi kedua dengan 9% dari total pengunduhan (Chapple, 2020).

TikTok menjadi platform yang populer karena sifatnya yang ringan dan menghibur. Para pengguna dapat mengonsumsi konten-konten di berbagai media, baik itu komputer ataupun telpon pintar. Dikutip dari *PikiranRakyat.com*, TikTok menjadi platform yang mendapat pusat perhatian orang-orang karena mereka mempunyai banyak waktu luang di rumah untuk menghindari penyebaran COVID-19. Apalagi saat pandemi melanda, dimana orang-orang harus berdiam diri di rumah, TikTok menjadi salah satu solusi sarana hiburan. Banyaknya orang menggunakan TikTok karena salah satu keunggulan aplikasi ini dibanding media sosial lain yaitu TikTok tidak mengenal *copyright* sehingga para penggunanya bisa bebas berkarya tanpa khawatir kontennya di *takedown* (Sinuhaji, 2020). Meski begitu, TikTok tetap mempunyai aturan terkait perlindungan hak kekayaan intelektual atau *copyright* yang mana telah dijelaskan oleh Angga selaku Kepala Divisi Pengguna dan Operasional Konten bahwa TikTok sangat memperhatikan hak cipta musik dan semua lagu yang ada pada TikTok telah melalui proses perizinan yang melibatkan pemilik hak cipta dari karya atau lagu tersebut seperti musisi, *music label*, dan *publisher* (Rachman, 2020).

Di Indonesia sendiri, jumlah unduhan aplikasi TikTok melonjak selama Covid-19 karena berbagai daerah menerapkan karantina wilayah dan menjaga jarak fisik yang membuat masyarakat menggunakan TikTok sebagai hiburan. Hal ini dibuktikan dari data perkembangan aplikasi Sensor Tower pada kuartal pertama tahun 2020 dimana pada saat itu PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pertama kali diberlakukan di Indonesia.



Gambar 1.3 Data Perkembangan Unduhan Aplikasi TikTok

Sumber: Sensor Tower

Banyak orang yang menggunakan aplikasi TikTok dan menjadikan aplikasi tersebut sebagai sarana untuk menghibur melalui konten video yang berisi pesan tertentu. Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh Izawa (2010) bahwa konten video yang berisi peristiwa atau tren yang sedang terjadi, hiburan yang mengandung humor dan komedi, membantu orang lain, menyebarkan informasi, mengekspresikan kepribadian, berkomunikasi dengan yang lain, merupakan faktor utama yang menyebabkan konten yang disajikan akan menjadi viral. Sementara itu, konten humor biasanya membuat penonton lebih tertarik untuk menyebarkan lebih luas konten tersebut kepada penonton lainnya. Humor dan komedi itu sendiri mempunyai peran penting pada sebuah konten agar konten yang dibagikan dapat menarik perhatian para penonton karena mereka merasa *relate* dari konten tersebut. Jika diperhatikan, kebanyakan konten video saat ini dibagikan dalam bentuk yang

jenaka dan mengandung unsur humor. Apabila seseorang merasa terhibur ketika melihat suatu konten, maka kecenderungan mereka untuk menyebarkan konten tersebut di masing-masing media sosial mereka menjadi lebih besar. Sehingga sebuah konten yang lucu jika dikemas dengan benar akan meningkatkan peluang untuk menjadikan konten tersebut menjadi viral (Marketing Craft, 2020). Selain itu, mengutip Liputan6.com bahwa menonton konten humor tidak hanya membuat penontonnya tertawa, ternyata humor mempunyai manfaat terhadap kesehatan jantung. Hal ini dibuktikan dalam sebuah studi yang dilakukan ilmuwan University of Maryland di Amerika, humor membuat aliran darah ke jantung lebih baik (Syarifah, 2017). Meskipun seperti itu, kadang-kadang menggunakan konten humor dapat mengundang risiko. Apabila humor tidak disampaikan secara tepat dan penempatannya tidak baik, maka sebuah humor tersebut dapat menimbulkan salah paham, akibatnya para penonton kehilangan ketertarikan dan hilang *respect* karena merasa humor yang digunakan tidak pantas untuk ditertawakan oleh mereka atau bahkan akan menimbulkan hujatan pada pembuat konten tersebut.

Banyak pembuat konten TikTok di Indonesia yang videonya viral dan membuat mereka menjadi terkenal sehingga bisa disebut sebagai artis TikTok. Mereka tidak hanya menghibur, tetapi mereka juga berhasil membuat tren di kalangan pengguna TikTok lainnya berkat video yang mereka unggah. Bahkan, di awal tahun 2021 RCTI+ mengadakan acara yaitu TikTok Awards 2020 sebagai ajang penghargaan bagi para artis TikTok. Pada artikel IDN Times yang berjudul “Perdana Digelar, 14 Daftar Pemenang TikTok Awards Indonesia 2020” disebutkan beberapa artis TikTok yang menjadi pemenang pada ajang TikTok Awards Indonesia 2020 dan salah satu pemenang dengan kategori “Best of Comedy” yang kontennya berisi humor dan lelucon yang paling lucu dan menghibur yaitu akun @fadlanholao. Pada *awards* tersebut, terdapat 14 kategori dengan sistem penilaian *public vote* dan penilaian juri. Sebanyak 6 kategori menggunakan sistem penilaian *public vote*, sementara yang lainnya berdasarkan penilaian juri (Supintou, 2021). Fadlan Holao berhasil memenangkan salah satu kategori yaitu kategori komedi terbaik dengan mengalahkan para nominasi lainnya

seperti Emil Mario, Valent Rewah serta Triarona Kusuma. Fadlan Holao adalah artis TikTok yang mempunyai pengikut sebanyak 1,4 Juta followers dan memiliki konten video yang bersifat komedi dibuktikan dengan masuknya akun tersebut menjadi salah satu nominasi pada ajang *TikTok Awards* Indonesia 2020. Pada dasarnya setiap konten video komedi mengandung humor yang ditujukan untuk menghibur para penontonnya memang dibuat sedemikian rupa dan sekreatif mungkin. Tujuan utama dari pesan humor yaitu untuk membuat orang tertawa.

Dalam kajian ilmu komunikasi, humor dapat dinyatakan berhasil ketika penonton (penerima humor/komunikasikan) paham maksud dari stimulus humor yang disampaikan oleh komedian (pelaku humor/komunikator). Stimulus humor yang dimaksud adalah lelucon yang menimbulkan senyum/tawa sebagai akibat dari menerima humor (Rahmandji, 2007). Sejatinya konten humor mempunyai teknik yang dapat menghasilkan humor itu sendiri dan menjadi daya tarik yang dapat mengambil perhatian para penonton. Maka dari itu, teknik humor merupakan bagian terpenting untuk dianalisis karena teknik humor berperan sebagai fungsi yang membuat penontonnya dapat mengetahui alasan mereka bisa tertawa ketika melihat konten humor (Berger, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengemukakan teknik humor yang digunakan pada konten TikTok pada akun yang memenangkan ajang *TikTok Awards* Indonesia 2020 kategori *Best of Comedy*. Pengkajian teknik humor dilakukan dengan menggunakan teknik analisis isi dan menggunakan teori teknik humor dari Asa Berger. Berger (2017) menyebutkan bahwa teknik humor terbagi menjadi empat kategori yaitu *language*, *logic*, *identity*, dan *action*. Sebelumnya, terdapat penelitian terdahulu pada tahun 2013 mengenai “Teknik-teknik Humor dalam Program Komedi di Televisi Swasta Nasional Indonesia”. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis isi dan teori teknik humor Berger (1998) dengan 41 indikator, yang bertujuan untuk mengemukakan teknik humor dalam program komedi di televisi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu objek penelitian ini adalah teknik humor berdasarkan teori Berger (2017) dengan 45 indikator, yang bertujuan untuk mengemukakan teknik humor

dalam konten TikTok. Perbedaan yang signifikan terletak pada indikator teknik humor dan uji reliabilitas. Dengan perbedaan penelitian tersebut, penelitian ini menjadi menarik untuk melengkapi kajian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, peneliti akan melakukan penelitian mendalam untuk meneliti lebih lanjut tentang teknik humor yang terdapat pada konten video TikTok @fadlanholao yang sangat menarik untuk dikaji karena konten video yang dibuat oleh Fadlan berhasil memenangkan penghargaan pada TikTok Awards Indonesia 2020 dan mengalahkan *content creator* yang lainnya padahal mereka pun sama-sama membuat konten video komedi. Dari pernyataan itulah peneliti menentukan judul penelitian yaitu “Teknik Humor dalam Konten TikTok”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan masalah dalam sebuah penelitian. Untuk itu berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, fokus penelitian ini adalah mengenai teknik humor dalam konten TikTok @fadlanholao.

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Berapa persentase teknik humor dengan kategori *language* pada konten TikTok @fadlanholao?
2. Berapa persentase teknik humor dengan kategori *logic* pada konten TikTok @fadlanholao?
3. Berapa persentase teknik humor dengan kategori *identity* pada konten TikTok @fadlanholao?
4. Berapa persentase teknik humor dengan kategori *action* pada konten TikTok @fadlanholao?
5. Teknik humor apa yang paling sering digunakan pada konten TikTok @fadlanholao?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui persentase teknik humor dengan kategori *language* pada konten TikTok @fadlanholao.

2. Untuk mengetahui persentase teknik humor dengan kategori *logic* pada konten TikTok @fadlanholao.
3. Untuk mengetahui persentase teknik humor dengan kategori *identity* pada konten TikTok @fadlanholao.
4. Untuk mengetahui persentase teknik humor dengan kategori *action* pada konten TikTok @fadlanholao.
5. Untuk mengetahui teknik humor yang paling sering digunakan pada konten TikTok @fadlanholao.

### 1.5 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Akademis

Penelitian ini bisa berkontribusi terhadap studi tentang penelitian linguistik dalam bidang humor, mempelajari teknik humor dalam sebuah konten TikTok yang viral dan diharapkan dapat mengembangkan kajian studi pada Ilmu Komunikasi dan melengkapi teori terkait humor untuk memberikan referensi bagi sivitas akademika media dan video pendek karena masih kurangnya penelitian terkait video komedi dan juga masih banyak konten video dengan berbagai tema yang perlu diteliti lagi.

#### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai landasan penelitian yang relevan. Selain itu dapat memberikan pengetahuan bagi pengguna TikTok tentang teknik humor pada sebuah konten video TikTok yang banyak disukai oleh TikTokers lainnya hingga menjadi viral.

### 1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu bulan Januari-Juli 2021.

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

| KEGIATAN  | TAHUN 2021 |     |     |     |     |     |     |
|---|------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|   | JAN        | FEB | MAR | APR | MEI | JUN | JUL |
| Mencari topik dan informasi awal (Pra penelitian) |            |     |     |     |     |     |     |

|   |  |  |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|--|--|
| Pencarian data dan informasi untuk penelitian |  |  |  |  |  |  |  |
| Pendaftaran Desk Evaluation                   |  |  |  |  |  |  |  |
| Penelitian                                    |  |  |  |  |  |  |  |
| Pendaftaran laporan sidang skripsi            |  |  |  |  |  |  |  |
| Sidang akhir                                  |  |  |  |  |  |  |  |

Sumber: Olahan Penulis (2021)