

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan ini, manusia sebagai makhluk yang memiliki akal dan nafsu dituntut untuk selalu bertahan hidup, hal tersebut dilakukan mulai dari lahir hingga meninggal. Pada saat lahir di muka bumi ini, manusia telah menjadi insan yang harus mampu bertahan hidup bagaimanapun itu, baik itu mudah maupun sulit. Untuk dapat mencapai kehidupan yang layak, manusia harus melakukan berbagai kegiatan, seperti sekolah, melatih skill, berlatih, bekerja, dan lain sebagainya.

Tentu saja kegiatan tersebut tidak dapat dikatakan mudah, terkadang setiap manusia menemui sebuah kesulitan dalam menjalankan. Sebagai insan yang dibekali akal oleh Tuhan, manusia dituntut untuk berpikir agar dapat menyelesaikan kesulitan yang mereka alami, baik itu berasal dari faktor internal maupun eksternal. Kadang kali saat dalam proses menjalani tujuan hidupnya di dunia ini, manusia membutuhkan sebuah hiburan.

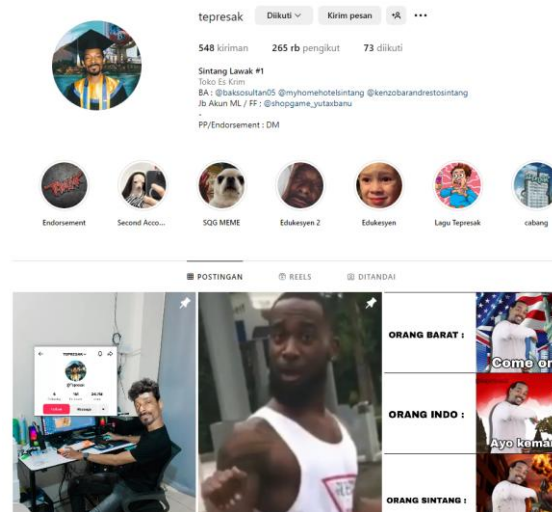
Hiburan yang dilakukan oleh manusia cukup beragam, dapat berdasarkan hobi, keadaan, pengalaman, lingkungan sekitar, dan lain sebagainya. Pada dasarnya, hiburan merupakan segala aktivitas yang mampu mengobati lara dan menjadi penghibur atas sebuah aktivitas yang melelahkan. Dalam komunikasi, hiburan dapat berupa film, buku, musik, dan sebagainya yang merupakan sebuah cara untuk melupakan kesedihan, kecemasan, dan ketakutan (Jaya & Zahara, 2022).

Dewasa ini, dalam mendapatkan hiburan sangat semakin beragam dan semakin mudah karena adanya perkembangan teknologi yang semakin masif, terutama dalam proses transmisi. Dalam proses transmisi tersebut, media sangat berpengaruh dalam penyebaran hiburan, terutama hiburan yang ditransmisikan melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan penggunaan media sosial yang sangat masif di Indonesia, berdasarkan Datareportal.com (2025) terdapat 143 juta pengguna media sosial, atau 50,2% dari populasi masyarakat Indonesia telah menggunakan media sosial.

Salah satu media sosial yang ramai digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram. Dengan pengguna Instagram di angka 104,8 juta pada 2023, membuat Indonesia menjadi negara keempat pengguna Instagram terbesar di dunia (Inggrit Sayekti, 2025). Hal ini tentu saja menjadi indikator jika Instagram merupakan salah satu platform yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Tentu saja hal tersebut dikarenakan fitur-fitur serta keunggulannya dalam berbagai bidang, termasuk dalam distribusi konten hiburan. Instagram dianggap efektif dalam penyebaran sebuah informasi, baik untuk untuk tujuan *marketing*, *branding*, maupun lainnya (Harahap & Primadesi, 2024).

Salah satu akun Instagram yang memanfaatkan platform ini sebagai media penyebaran hiburan adalah akun dengan *username* @tepresak. Per 14 Maret 2025, akun yang telah ada sejak tahun Januari 2022 ini telah memiliki 265 ribu pengikut dengan 528 postingan. Tepresak melabeli dirinya sebagai “Sintang Lawak” atau dapat diartikan sebagai akun yang fokus pada konten humor atau lelucon yang

dibawakan dengan ciri khas daerah Sintang, baik secara pelafalan, kosa kata, serta idiom.



Gambar 1. 1 Instagram @tepresak

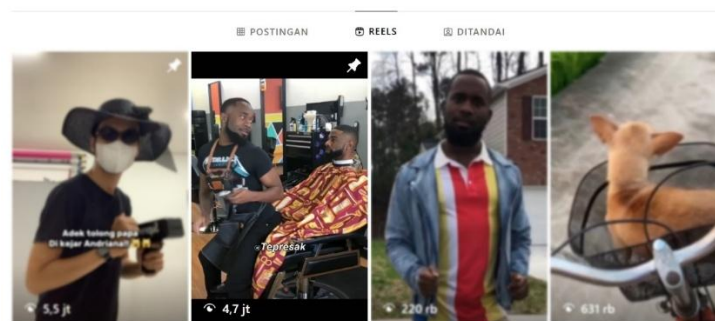
(Sumber: [instagram.com/tepresak](https://www.instagram.com/tepresak))

Akun Tepresak mengemas sebuah konten-konten humor di Instagram dengan ciri khas daerahnya, yaitu Kabupaten Sintang, Kalimantan Barat. Dalam konten yang diunggahya, Tepresak sering kali menggunakan bahasa daerah yang sering digunakan oleh masyarakat Sintang, yaitu bahasa Melayu Sintang. Bahasa Melayu Sintang merupakan sebuah hasil perpaduan bahasa Melayu yang telah mengalami morfologi dengan bahasa Sintang, seperti adanya afiksasi kosa-kata baru yang tidak terdapat pada Bahasa Melayu umumnya (Ramaniyar, 2017).

Selain penggunaan bahasa Melayu Sintang, Tepresak memiliki ciri khas yaitu konten *dubbing* dari konten milik kreator konten lainnya. *Dubbing* atau sulih suara merupakan sebuah teknik dalam mengubah kalimat bahkan bahasa yang dikarenakan adanya pertukaran baru, sehingga harus dibuat ulang dan menyesuaikan dengan target audiens agar dapat diterima (Marwah, 2022).

Kebanyakan dari konten humor dari Tepresak akan menggunakan teknik *dubbing* dari sebuah video orang atau kreator lain, baik kreator dalam negeri maupun luar negeri.

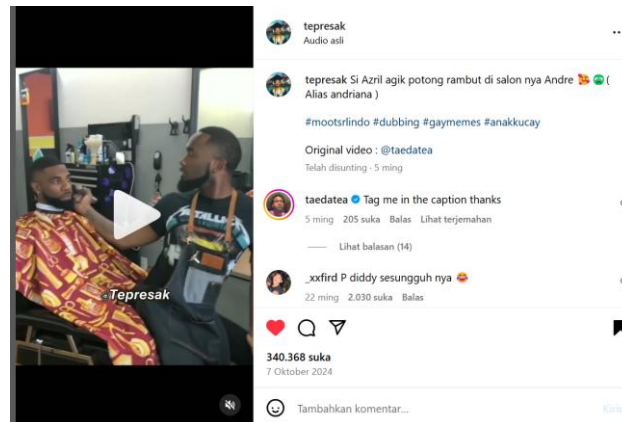
Tepresak juga memiliki akun lain yang terafiliasi dengan akun utama @tepresak, yaitu @tepresakanimal. Konten dalam akun @tepresakanimal akan fokus ke video-video yang menampilkan sebuah hewan sebagai ‘aktor’ utama. Namun secara garis besar, yang dilakukan oleh Tepresak masih mirip yaitu teknik *dubbing*. Untuk konten pada akun utama, Tepresak akan melakukan *dubbing* pada video kreator lain yang lebih memfokuskan pada manusia.



Gambar 1. 2 Beberapa Konten Reels Instagram @tepresak
(Sumber: [instagram.com/tepresak](https://www.instagram.com/tepresak))

Salah satu video Tepresak di Instagram yang viral adalah video yang diunggah pada 7 Oktober 2024. Per 16 Maret 2025, video tersebut telah mendapatkan sekitar 4,7 juta tayangan, 340.368 suka, 4.403 komentar, dan telah dibagikan sebanyak lebih dari 163 ribu. Video tersebut merupakan video kedua dengan jumlah tayangan terbanyak, dan video tersebut dipin oleh Tepresak. Untuk video dengan jumlah penayangan urutan pertama diduduki oleh video yang

diunggah pada 8 Februari 2025. Walaupun demikian, jumlah suka, komentar, dan bagi lebih sedikit dibanding video pada 7 Oktober 2024.



Gambar 1. 3 Objek Konten Video Yang Akan Diteliti
(Sumber: [instagram.com/tepresak](https://www.instagram.com/tepresak))

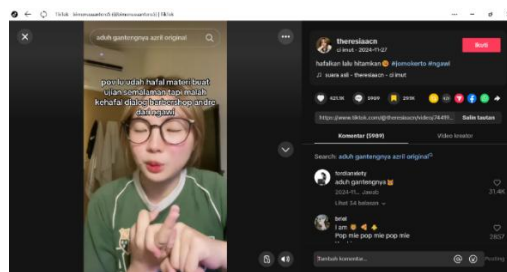
Video yang diunggah pada 7 Oktober tersebut berceritakan seorang yang sedang melakukan potong rambut di *barber shop*. Video orisinal tersebut berasal dari kreator konten luar negeri yang bernama Donte Hall dengan akun Instagram @taedatea. Kreator konten sekaligus *influencer*, MC, dan pengusaha yang berasal dari Amerika Serikat ini memiliki kebiasaan membuat video humor, reaksi terhadap tren terkini, dan parodi dengan tujuan menghibur. Pada video tersebut, Donte Hall menjadi seorang pemotong rambut.

Video tersebut kemudian di-*dubbing* oleh Tepresak dengan bahasa Indonesia campuran Melayu Sintang. Unikny si pemotong rambut memotong dengan gaya yang tidak biasa dan terkesan bercanda dengan pelanggannya, pencukur rambut dinarasikan sedang menggoda atau merayu pelanggannya, dan pelanggannya menolak rayuan dari pencukur rambut. Selain itu, Tepresak

menggunakan beberapa dialog yang terkesan ambigu dan mengarah ke seksualitas, seperti:

“Kau ni anak mana sih Azril?, kok lucu benar a, mau ga ngerasain rudal aku?”

Kalimat tersebut dapat diartikan jika pemotong rambut sedang bercanda menawarkan hal negatif yang mengarah ke hal seksualitas kepada pelanggannya, namun ditolak oleh pelanggannya. Penggabungan elemen audio (*dubbing*) dan visual (tindakan) menciptakan kesan yang menyimpang, yaitu pemotong rambut menggoda pelanggannya di tempat umum dan keduanya sama-sama laki-laki.



Gambar 1. 4 Kreator Konten Lain Yang Ikut Mempopulerkan Konten @tepresak
(Sumber: [tiktok.com/@theresiaacn](https://www.tiktok.com/@theresiaacn))

Konten tersebut juga membuat berbagai warganet untuk saling membagikan konten tersebut ke sesama warganet lainnya, dapat dilihat dengan jumlah *share* yang sangat tinggi, yaitu 163 ribu. Selain membagikannya secara langsung, beberapa warganet lain membuat konten baru yang berdasarkan dari konten asli dari @tepresak. Warganet membuat tren yang berlandaskan konten asli, yaitu dengan membaca ulang bahkan menghafalkan dialog yang ada pada video tersebut. Bukan hanya di platform media sosial Instagram saja, berbagai warganet melakukannya di media sosial lainnya, seperti TikTok dan X.



*Gambar 1. 5 Kreator Konten Lain Yang Ikut Mempopulerkan Konten @tepresak
(Sumber: [instagram.com/giberantakan](https://www.instagram.com/giberantakan))*

Hal ini menciptakan sebuah berbagai penerimaan di warganet, salah satunya adalah tindakan menyimpang yang dimaksud yaitu gay. Selain penarasian yang ditampilkan dalam video, Tepresak memperkuat jika video tersebut terkesan gay dengan menambahkan tagar yang bertuliskan “#gaymemes” atau meme homoseksual. Adanya indikasi penyimpangan tersebut membuat sebagian orang menganggap ini merupakan bentuk sebuah pergerakan LGBT yang dikemas melalui konten humor.

Untuk meme tentang LGBT ini memiliki berbagai format, salah satunya yang paling umum digunakan ialah teknik *cropping* sebuah scene ketika pemain video dewasa bergenre *gay* atau sarat akan seksualitas melakukan hal yang mengandung NSFW (*Not Safe For Work*) atau konten dewasa. Format atau teknik *cropping* sering digunakan untuk menutupi hal berbau seksual tersebut, yang kemudian oleh pembuat meme akan diberi sebuah kata, frasa, bahkan kalimat yang merupakan karangan pembuat meme.



Gambar 1. 6 Komentar Warganet Yang Menolak Adanya Konten Video Jomok @tepresak (Sumber: [instagram.com/tepresak](https://www.instagram.com/tepresak))

Meme dapat diartikan sebuah konsep atau ide yang memuat sebuah gambar, video, atau frasa atau kombinasi yang identik mengandung unsur humor, sarkasme, satire, atau pesan sesuatu yang diskursus kreatif. Menurut Shifman (dalam Rahmi & Dewi, 2019), meme dapat diartikan sebuah virus dan gen yang akan menyebar dengan mudah dan cepat melalui komunikasi. Namun hal tersebut ditolak oleh Henry Jenkins, Henry berpendapat bahwa sebuah meme tidak bisa dikonseptualisasi sebagai virus yang tidak dapat ditolak, ini sesuai dengan konsep sifat manusia yang aktif terhadap sebuah pesan.

Meme memiliki banyak bentuk candaan yang dapat digunakan dalam mekontruksinya, seperti bertema satire, sarkasme, teknologi, keseharian, dan lain sebagainya. Di Indonesia, meme yang dikonstruksi dari sebuah candaan bernada homo memiliki istilah tersendiri yaitu “Jomok” yang berasal dari akronim *Jokes*

Homok atau candaan homo. Jomok sendiri dapat dikatakan istilah baru, yang mana asal usul dari Jomok sendiri tidak terlalu jelas siapa pelopornya.

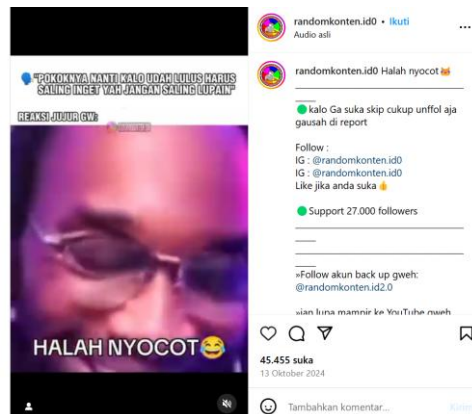


Gambar 1. 7 Video Diby Yang Diedit Menjadi “REHAN WHATSAPP”

(Sumber: youtube.com/@agik7924)

Terdapat beberapa pendapat tentang asal muasal Jomok, salah satunya yaitu berawal dari video Philipdiby atau Diby yang sedang berjoget kemudian pada tahun 2020 diedit oleh salah satu warganet di Facebook dengan diberi teks “REHAN WHATSAPP” atau warganet juga menyebutnya “REHAN WANGSAFF”. Video editan tersebut menyebar luas di internet, terutama di Facebook dan warganet menyebut Diby sebagai Rehan (Knowyourmeme.com, 2023).

Selain itu, terdapat pendapat lain yang menyebutkan Jomok berasal dari salah satu artis porno bernama Perrell Laquarius Brown, biasa disebut Dreamybull atau disebut “Ambatukam” oleh warganet Indonesia. Dreamybull memiliki kalimat andalan yaitu “*I’m about to cum!*” atau ketika di Indonesia lebih sering diplesetkan menjadi “ambatukam” pada setiap konten-kontennya. Dreamybull sering mengunggah konten-konten NSFW melalui platform X dan di websitenya (Knowyourmeme.com, 2022).



*Gambar 1. 8 Video Dreamybull Yang Diedit Oleh Warganet Indonesia
(Sumber: Instagram.com/randomkonten.id)*

Meme dengan Generasi Z memiliki hubungan yang sangat erat. Ini dikarenakan Generasi Z menganggap bahwa meme merupakan komunikasi yang efektif dalam menyampaikan sebuah pesan secara kreatif dan lucu. Meme dapat diaplikasikan dalam berbagai hal, baik itu untuk hiburan, kritik, informasi, sejarah, dan lain lainnya. Penelitian yang dilakukan Sindangsari (2021) mengungkapkan bahwa Generasi Z di Jawa Timur sering menggunakan meme untuk komunikasi pada platform WhatsApp, yang kemudian disusul X dan Instagram. Generasi Z merasa nyaman jika meme membuat komunikasi semakin luwes, yang otomatis akan membuat hubungan dalam komunikasi antarpersonal dan antar kelompok semakin erat.

Selain pada komunikasi personal dan kelompok, meme juga sering digunakan dalam komunikasi massa seperti pada media hiburan, informasi, branding, dan sebagainya yang umumnya ditemui di media sosial (Dutta et al., 2024). Untuk saat ini, meme merupakan bentuk dari strategi marketing. Meme dianggap dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan mencapai sebuah *goals*

yang telah ditentukan oleh pihak marketing, terutama meme yang lucu, memiliki relevansi tinggi, dan sedang tren. Hal itu dikarenakan adanya emosi positif, dan kekuatan emosional antara konsumen dan merek (Arie Bowo & Marthalia, 2024).

Walaupun meme memiliki banyak kelebihan dalam komunikasi di media sosial, namun perlu diperhatikan bahwa meme sangat bersifat subjektif, terutama yang telah menyinggung tentang selera humor. Komunikator diharuskan mengetahui siapa lawan bicaranya, sama halnya seperti tim marketing harus mengetahui siapa target audiensnya (Satria et al., 2024). Meme yang tidak memiliki relevansi dalam sebuah komunikasi akan membuat seseorang kebingungan bahkan mispersepsi karena sifat dari meme adalah subjektif tersebut, sehingga dalam menafsirkan sebuah meme harus mengetahui konteks dari setiap meme yang digunakan (Murfianti, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

“Bagaimana Penerimaan Generasi Z Surabaya terhadap Meme Video *Jokes Homok* pada Instagram @tepresak?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan generasi Z tentang video Jomok pada akun Instagram @tepresak.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Penelitian Secara Akademis

1. Menambah Literasi Ilmu Komunikasi

Penelitian ini dapat memperkaya kajian dalam ilmu komunikasi, khususnya dalam analisis resepsi dan komunikasi digital yang berkembang di era media sosial.

2. Kontribusi dalam Studi Meme dan Media Sosial

Meme telah menjadi bentuk komunikasi yang unik dan sering digunakan oleh Generasi Z. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam memahami peran meme dalam komunikasi massa dan budaya digital.

3. Mengembangkan Kajian Humor dan Representasi di Media Sosial

Dengan meneliti bagaimana Generasi Z menafsirkan dan menerima humor dalam meme Jomok, penelitian ini berkontribusi dalam kajian tentang resepsi humor dan representasi identitas dalam media sosial.

4. Referensi untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lain yang ingin mengkaji resepsi humor berbasis identitas atau pengaruh budaya digital terhadap pola komunikasi generasi muda.

1.4.2 Manfaat Penelitian Secara Praktis

1. Bagi Kreator Konten

Memberikan wawasan bagi kreator seperti @tepresak dalam memahami bagaimana audiens, khususnya Generasi Z, menerima konten mereka. Membantu kreator konten dalam menyesuaikan gaya humor agar tetap relevan dan tidak menimbulkan kontroversi negatif.

2. Bagi Masyarakat dan Warganet Generasi Z

Menumbuhkan kesadaran tentang pengaruh humor dalam membentuk persepsi sosial, terutama dalam isu-isu terkait gender dan identitas. Memahami bagaimana meme sebagai media komunikasi dapat mempererat interaksi sosial tetapi juga berpotensi menimbulkan mispersepsi jika tidak dipahami dalam konteks yang tepat.

3. Bagi Komunitas dan Aktivis Digital

Memberikan data empiris tentang bagaimana Generasi Z menafsirkan humor terkait LGBTQ+ dan bagaimana hal itu mempengaruhi persepsi sosial di Indonesia. Dapat digunakan sebagai acuan untuk kampanye kesadaran digital dan literasi media dalam penggunaan humor di media sosial.

4. Bagi Platform Media Sosial (Instagram dan Media Digital Lainnya)

Menjadi masukan bagi platform media sosial dalam memahami tren humor yang berkembang di kalangan penggunanya. Memberikan pertimbangan bagi pengelola platform dalam mengembangkan kebijakan moderasi konten humor yang lebih inklusif tanpa membatasi kreativitas pengguna.