

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Humor merupakan suatu cara berkomunikasi yang dimaksudkan untuk menghibur, membuat orang tertawa, atau mengatur suasana yang lebih ringan melalui permainan bahasa, situasi yang konyol, ironi, atau elemen kejutan. Humor bisa ditemukan dalam interaksi sehari-hari, pertunjukan seni, tulisan, film, serta di platform media sosial. Humor sering kali merefleksikan budaya, nilai-nilai, dan pola pikir masyarakat, dan berfungsi sebagai sarana untuk berkomunikasi, memberi kritik, atau sebagai pelarian. Selain membuat orang tertawa, humor juga memiliki peran sosial, psikologis, dan edukatif. Humor dapat menyatukan orang-orang dalam suasana yang lebih akrab, meredakan ketegangan, dan berfungsi sebagai cara untuk menyampaikan kritik dengan cara yang halus. Humor adalah sesuatu yang dikatakan atau dilakukan untuk menimbulkan kelucuan atau tawa (Megan paul, 2020).

Media sosial seperti tiktok, yang menekankan pada kreativitas, hiburan, dan konten berdurasi singkat, humor menjadi salah satu elemen penting untuk menarik perhatian dalam hitungan detik pertama. Salah satu pendekatan yang cukup menarik adalah penggunaan humor. Konten yang lucu dan *relatable* cenderung lebih mudah dibagikan dan dikomentari, sehingga memperluas jangkauan pesan yang disampaikan secara organik. Maka dari itu, penggunaan humor bukan sekadar pelengkap, tetapi sudah menjadi bagian dari strategi komunikasi yang dirancang

secara sadar oleh para kreator. *Content creator* didefinisikan sebagai individu atau tim yang bertanggung jawab untuk membuat konten, seperti artikel, gambar, video, dan lain-lain, yang digunakan dalam strategi pemasaran konten (Setiyarti dkk, 2021)

Penelitian ini berfokuskan pada *content creator couple*. Di tiktok ada banyak *content creator couple* lainnya. Namun yang memiliki jumlah *followers* terbanyak adalah akun tiktok @juanneve dengan penerapan humornya dalam pembuatan konten. Juanneve. Akun ini dikenal dengan gaya penyampaian yang lucu, kreatif, dan menghibur, namun tetap menyelipkan pesan promosi atau informasi produk secara efektif. Melalui kemasan konten yang humoris, @juanneve mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat dan menciptakan ikatan yang kuat dengan pengikutnya. konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik (Simarmata, 2011).

Akun TikTok @juanneve merupakan salah satu contoh nyata content creator yang berhasil memadukan unsur humor dan informasi ke dalam konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan komunikatif. Sikap komunikatif ditandai oleh kemampuan seseorang dalam menyampaikan pesan secara efektif serta mendorong terjadinya komunikasi dua arah antara komunikator dan komunikan. Dalam konteks media sosial seperti TikTok, hal ini tercermin dari kemampuan kreator dalam menarik respons, interaksi, dan partisipasi aktif audiens melalui fitur komentar, like, maupun share (Mulyana, 2021). Gaya khas Juan Eve dalam menyampaikan narasi dengan nuansa komedi membentuk personal branding yang kuat sebagai kreator yang ramah, dekat dengan audiens, dan mudah diterima

oleh berbagai kalangan. Personal branding tersebut tidak hanya meningkatkan kedekatan emosional dengan pengikut, tetapi juga menjadikan @juanneve memiliki nilai strategis sebagai mitra brand dalam kegiatan promosi atau endorsement, karena pesan yang disampaikan terasa lebih natural, persuasif, dan tidak bersifat memaksa.

Banyak akun TikTok mencoba menggunakan humor sebagai strategi penyampaian konten, namun Juan Eve memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dari content creator lainnya, seperti penggunaan komedi ringan, gaya penyampaian yang spontan, serta kemampuan *storytelling* yang kuat. Akun @juanneve memiliki jumlah pengikut dan tingkat interaksi yang tinggi, yang menunjukkan bahwa strategi humor yang diterapkan efektif dalam menarik serta mempertahankan perhatian audiens. Fenomena penggunaan humor dalam konten seperti yang dilakukan oleh akun TikTok @juanneve mencerminkan adanya pergeseran pendekatan dalam penyampaian pesan kepada publik. Jika sebelumnya strategi komunikasi pemasaran lebih banyak mengandalkan pendekatan *hard selling* yang menonjolkan informasi produk secara langsung, kini pendekatan yang lebih halus atau *soft selling* melalui *storytelling*, hiburan, dan humor justru dinilai lebih efektif dalam menarik perhatian dan membangun kedekatan dengan audiens. *Storytelling* sendiri merupakan sebuah seni atau keterampilan bernarasi dalam menyampaikan cerita, baik dalam bentuk syair maupun prosa, yang disampaikan oleh seorang pencerita kepada audiens secara langsung maupun tidak langsung, dengan atau tanpa iringan musik, gambar, atau media pendukung lainnya, serta

dapat dipelajari secara lisan maupun melalui sumber tercetak dan rekaman mekanik (Nurchayani, 2010).

Humor tidak hanya berfungsi sebagai alat pemecah suasana, tetapi juga sebagai jembatan yang menghubungkan pesan dengan emosi audiens. Gaya penyampaian Juan Eve yang santai, penuh improvisasi, dan menyentuh realitas sehari-hari menjadikan pesan-pesan dalam kontennya lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan. Ia tidak berbicara sebagai figur otoritatif yang memaksa penonton untuk mengikuti apa yang disampaikan, melainkan sebagai teman sebaya yang mengajak untuk tertawa bersama sambil menyisipkan pesan tertentu. Gaya komunikasi ini sangat efektif dalam konteks media sosial, terutama tiktok, di mana konten yang relatable dan menghibur jauh lebih menarik dibandingkan dengan konten yang terlalu formal atau serius. konten adalah kata, gambar, atau piksel apa pun yang dapat digunakan oleh manusia lain yang menginformasikan, melibatkan, atau menghibur (Pulizzi, 2013).

Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih dalam mengingat persaingan yang semakin ketat di ranah digital, di mana kreativitas dan pendekatan unik menjadi kunci dalam memenangkan hati audiens. Namun, efektivitas penggunaan humor dalam strategi komunikasi juga perlu dianalisis secara kritis. Tidak semua humor dapat diterima dengan baik oleh seluruh lapisan masyarakat, dan ada risiko pesan yang disampaikan menjadi tidak jelas atau bahkan menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana humor dikemas dan disampaikan oleh akun tiktok @juanneve yang merupakan *content creator couple* dengan *followers* terbanyak di tiktok. Humor Adalah stimulus yang dapat

memancing tawa, seperti lelucon, cerita lucu, atau situasi memalukan (Alfiani, 2015).

Tabel 1. 1 Perbandingan followers content creator couple di tiktok

Akun Tiktok	Jumlah <i>followers</i>
Juan eve	8.4 m
Va.nath	144.3 k
Joanne	1.3 m
Gwenandmemet	359.5 k
Kiara virly	3.3 m
Jonathan abe	3.8 m

Humor juga memiliki kemampuan untuk meningkatkan retensi informasi, yaitu sejauh mana audiens mampu mengingat pesan yang telah disampaikan. Ketika sebuah pesan dikemas dalam bentuk yang lucu atau menghibur, proses penerimaan informasi menjadi lebih menyenangkan sehingga otak cenderung lebih mudah menyimpan dan mengingat pesan tersebut dibandingkan dengan pesan yang disampaikan secara datar atau formal. Hal ini menunjukkan bahwa humor tidak hanya efektif dalam menarik perhatian audiens, tetapi juga berperan penting dalam menjaga agar pesan komunikasi tetap melekat di benak audiens dalam jangka waktu yang lebih lama. Dalam konteks media sosial, efektivitas ini semakin diperkuat oleh karakteristik audiens yang heterogen, yang terdiri dari kumpulan berbagai jenis individu dalam masyarakat dengan latar belakang, minat, dan preferensi yang

berbeda-beda (Temyano, 2017). Oleh karena itu, penggunaan humor menjadi strategi komunikasi yang relevan untuk menjangkau audiens yang luas serta meningkatkan daya ingat terhadap pesan yang disampaikan.

Humor yang tidak tepat sasaran justru dapat menimbulkan kontroversi atau bahkan merusak citra brand. Oleh karena itu, *creator* dituntut untuk memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap norma sosial, budaya, serta karakteristik demografis audiensnya. Dalam hal ini, Juan Eve menunjukkan kemampuannya untuk mengelola keseimbangan antara lucu dan sopan, antara menghibur dan tetap menghargai batasan-batasan sosial. Sosial adalah segala bentuk hubungan antarindividu yang ditandai oleh interaksi, kepercayaan, rasa kebersamaan dalam masyarakat modern. Ia menekankan bahwa kehidupan sosial kini sangat dipengaruhi oleh digitalisasi dan jejaring online (Delhey, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang ada di latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

Bagaimana peran humor pada akun tiktok @juanneve untuk membangun *personal branding*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran humor pada akun tiktok @juanneve dalam membangun *personal branding*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam penggunaan peran humor di akun tiktok juanneve . Dengan fokus pada penggunaan humor sebagai strategi komunikasi, penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana elemen humor digunakan oleh seorang *content creator* dalam membangun *personal branding*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi *Content creator* atau *influencer* dalam merancang strategi komunikasi yang efektif dan menarik melalui pendekatan humor dalam membangun *personal branding*.