

**PERAN HUMOR DALAM KONTEN TIKTOK @JUANNEVE SEBAGAI
PERSONAL BRANDING**

SKRIPSI



Oleh:

OWEN RAHARDIAN ABDI WIJAYA NPM.

21043010280

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN

POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA

TIMUR SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERAN HUMOR DALAM KONTEN TIKTOK @JUANNEVE SEBAGAI
PERSONAL BRANDING**

Disusun oleh:

Owen Rahardian Abdi Wijaya
NPM. 21043010280

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A
NPT 20219920529182


Mengetahui
DEKAN
Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP=196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

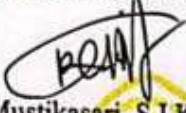
JUDUL PENELITIAN : PERAN HUMOR DALAM KONTEN TIKTOK
@JUANNEVE SEBAGAI PERSONAL BRANDING
NAMA : Owen Rahardian Abdi Wijaya
NPM : 21043010280
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
FAKULTAS : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

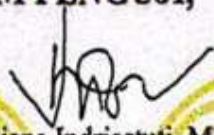
Telah mengikuti UJIAN LISAN pada tanggal 27 Februari 2026

Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI,


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A
NPT 20219920529182


Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si
NPT 374019901711


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A
NPT 20219920529182


Dian Hutami Rahmawati, S.I.Kom.,
M.Med. Kom
NIP. 199409202024062001

Mengetahui
DEKAN


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Owen Rahardian Abdi Wijaya
NPM : 21043010280
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, Maret 2026



Yang Membuat pernyataan


Owen Rahardian Abdi Wijaya
NPM. 21043010280

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur pada Allah SWT Yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya, terutama Ibu Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah mendampingi memberikan waktu, ilmu, arahan dan motivasi pada penulis. Terima kasih kepada bu Ratih yang telah membimbing saya dan telah meluangkan banyak waktunya untuk saya selama ini. Jika tidak ada bu Ratih skripsi saya tidak akan lancar dan pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
2. Dr. Syafrida N Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIBPOL UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
4. Keluarga, saudara, dan juga seluruh teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, mendorong munculnya berbagai strategi komunikasi kreatif dalam membangun personal branding. Salah satu strategi yang banyak digunakan adalah humor, karena dinilai mampu menarik perhatian, menciptakan kedekatan emosional, serta meningkatkan keterlibatan audiens. Akun TikTok @juanneve merupakan salah satu content creator couple yang konsisten menggunakan humor dalam setiap kontennya dan berhasil membangun citra yang kuat di kalangan pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran humor sebagai strategi komunikasi dalam meningkatkan personal branding akun TikTok @juanneve. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (Qualitative Content Analysis). Data dikumpulkan melalui observasi terhadap dua belas konten TikTok @juanneve yang mengandung unsur humor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humor observasional, parodi, dan satire ringan yang digunakan secara konsisten mampu membentuk citra kreator yang relatable, autentik, komunikatif, dan memiliki goodwill di mata audiens. Humor yang dikemas melalui narasi sehari-hari, ekspresi wajah, intonasi suara, serta timing komedi yang tepat terbukti meningkatkan keterlibatan dan kepercayaan audiens. Dengan demikian, humor tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang efektif dalam memperkuat personal branding @juanneve di platform TikTok

Kata kunci: humor, Content Creator, personal branding, tiktok.

The rapid development of social media, particularly TikTok, has encouraged the emergence of creative communication strategies in building personal branding. Humor has become one of the most widely used strategies because it is considered effective in attracting attention, creating emotional closeness, and increasing audience engagement. The TikTok account @juanneve is one example of a content creator couple that consistently incorporates humor into their content and successfully builds a strong public image among their followers. This study aims to analyze the role of humor as a communication strategy in strengthening the personal branding of the TikTok account @juanneve. The research employs a qualitative approach using Qualitative Content Analysis. Data were collected through observation of twelve humorous TikTok contents. The findings indicate that the consistent use of observational humor, parody, and light satire contributes to shaping the creators' image as relatable, authentic, communicative, and trustworthy. Humor delivered through everyday narratives, facial expressions, voice intonation, and appropriate comedic timing enhances audience engagement and trust. Therefore, humor functions not only as entertainment but also as an effective communication strategy in strengthening @juanneve's personal branding on TikTok.

Keywords : humor, Content Creator, personal branding, tiktok.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Pustaka.....	12
2.2.1 Tiktok Sebagai Platform Dalam Mengunggah Konten	12
2.2.2 <i>Message Appeal</i> Dalam Pembuatan Konten.....	19
2.2.3 Humor (Dalam Pendekatan Pesan)	23
2.2.4 Communication Content.....	26
2.2.5 Teori Personal Branding	28
2.2.6 Kerangka Pemikiran	38
2.3 Kerangka Berpikir	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Definisi Konseptual	42
3.2.1 Peran Humor Dalam Akun Tiktok @Juanneve	42
3.2.2 Personal Branding	43

3.3	Lokasi Dan Waktu Penelitian	44
3.4	Objek Penelitian	44
3.5	Corpus Penelitian.....	46
3.6	Unit Analisis	50
3.7	Jenis Sumber Data	50
3.8	Pengumpulan Data.....	50
3.9	Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Gambaran Umum Konten Akun Tiktok @juanneve	54
4.1.1	Profil Akun Tiktok Juan dan Eve.....	57
4.2	Hasil dan Pembahasan	60
4.2.1	Jenis-jenis Humor Dalam Konten Tiktok Juanneve	
4.2.2	Humor Observasional Yang Di Terapkan Dalam Akun Tiktok juanneve	62
4.2.2.2.1	Humor Parodi Berupa Penggunaan Nada Suara.....	72
4.2.2.2.2	Humor Sarkas Yang Berupa Sindiran Pada Tiktok @Juanneve 84	
4.2.	Humor Satire Berupa <i>Cosplay</i> Pada Akun @Juanneve.....	90
4.3	Peran Humor Dalam Penyampaian Pesan Akun Tiktok @juanneve	91
4.3.1	Humor sebagai hiburan dalam konten Tiktok @juanneve	94
4.3.2	Humor Sebagai Pembangun Kedekatan @juanneve Dengan Penonton	98
4.4	Humor dan Personal Branding Pada Akun Tiktok @juanneve	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		115
5.1	Kesimpulan.....	115
5.2	Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....		117
RIWAYAT HIDUP		120

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan followers content creator couple di tiktok	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3. 1 Korpus Penelitian	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 4. 1 Juaneve	57
Gambar 4. 8 Humor Observasional	67
Gambar 4. 9 Penggunaan Humor Observasional	68
Gambar 4. 10 Penggunaan Humor Observasional	70
Gambar 4. 11 Penggunaan Humor Parodi	72
Gambar 4. 12 Penggunaan Humor Parodi	74
Gambar 4. 13 Penggunaan Humor Parodi	75
Gambar 4. 14 Penggunaan Humor Parodi	79
Gambar 4. 15 Penggunaan Humor Parodi	80
Gambar 4. 16 Penggunaan Humor Parodi	82
Gambar 4. 17 Penggunaan Humor Parodi	84
Gambar 4. 18 Penggunaan Humor Sarkas	87
Gambar 4. 19 Penggunaan Humor Sarkas	89
Gambar 4. 21 Penggunaan Humor Satire	91
Gambar 4. 22 Humor dapat mencairkan suasana	96
Gambar 4. 23 Membangun kedekatan dengan penonton	100
Gambar 4. 24 <i>likes</i> dapat mencairkan suasana	102