

**ANALISIS RESEPSI SANTRI GENERASI Z *PONDOK PESANTREN*  
*KOTAGEDE HIDAYATUL MUBTADI-IEN* PADA KONTEN HUMOR VULGAR  
@ERIPRAS3\_ DI TIKTOK**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**Tanti Febriani**

**NIM 21107030003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Tanti Febriani

Nomor Induk : 21107030003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 13 Juli 2025

Yang menyatakan



Tanti Febriani

NIM.21107030003

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
di tempat

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Tanti Febriani  
NIM : 21107030003  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**ANALISIS RESEPSI SANTRI GENERASI Z PONDOK PESANTREN KOTAGEDE  
HIDAYATUL MUBTADI-IEN PADA KONTEN HUMOR VULGAR @ERIPRAS3\_  
DI TIKTOK**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb*

Yogyakarta, 22 Juli 2025  
Pembimbing

**Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M. Sn.**  
NIP. 19721026 2011 01 1 001

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3458/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS RESEPSI SANTRI GENERASI Z *PONDOK PESANTREN KOTAGEDE HIDAYATUL MUBTADI-EN* PADA KONTEN HUMOR VULGAR @ERIPRAS3\_ DI TIKTOK

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TANTI FEBRIANI  
Nomor Induk Mahasiswa : 21107030003  
Telah diujikan pada : Jumat, 08 Agustus 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn  
SIGNED

Valid ID: 689ea48527da9



Penguji I

Lukman Nusa, M.I.Kom.  
SIGNED

Valid ID: 6835493ef916



Penguji II

Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.  
SIGNED

Valid ID: 689f0d00c776



Yogyakarta, 08 Agustus 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 68a57f24dc0c

## **HALAMAN MOTTO**

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q. S Al-Insyirah:5)

“Aku percaya di setiap keputusan yang kuambil selalu ada Allah SWT  
bersamaku”



**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini dipersembahkan kepada:**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**UIN Sunan Kalijaga**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalann kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusun skripsi ini merupakan kajian singkat tentang Analisis Resepsi Santri Generasi Z *Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-Ien* Pada Konten Humor Vulgar @Eripras3\_ Di Tiktok.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terimakasih pada:

- a. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- b. Bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Alip Kunandar, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- c. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi, memberikan arahan serta bimbingan selama peneliti berkuliah di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



- d. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar memberikan bimbingan, dukungan, meluangkan waktu, mencurahkan pikiran serta tenaga dalam mengarahkan peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
- e. Bapak Lukman Nusa, M.I.Kom selaku penguji satu serta Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si. selaku penguji dua yang membantu peneliti menyempurnakan skripsi ini.
- f. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu serta pengalaman yang berharga selama masa perkuliahan.
- g. Bapak Setyono selaku pusat informasi FISHUM yang senantiasa memberikan banyak informasi, do'a, dukungan, dan nasihat selama peneliti menjalani perkuliahan.
- h. Mama (Sri Sukamti) dan Ayah (Sarminto) yang sampai saat ini selalu menjadi panutan dan motivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Di usianya yang sudah tidak muda lagi masih semangat memberikan fasilitas pendidikan kepada peneliti hingga sarjana dan selalu memberikan dukungan secara materi, pasikis, dan spiritual. Yang senantiasa telah memberikan doa dan dukungan, kasih sayangnya, memberikan pengorbanan untuk peneliti, dan kepada seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung untuk kesuksesan peneliti.



- i. Teman – teman peneliti Nailul Muna Dhifania, Seli Amelia Putri, Sofia Ummil Husna, Amar Makruf Yahya, Ananda Hilma, Lailiah Nurul Safitri, yang menemani dan mendukung peneliti dalam melewati berbagai momen di Yogyakarta.
- j. Selvi Ardinza yang selalu meluangkan waktu mau mendengarkan keluhan dan memotivasi peneliti.
- k. Seluruh informan yang mau meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu peneliti memperoleh data penelitian.
- l. Serta pihak – pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin.

Yogyakarta, 01 Juni 2025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Penyusun,

Tanti Febriani

21107030003

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka .....	10
F. Landasan Teori.....	13
1. Resepsi Khalayak.....	13
2. Media Sosial Tik Tok .....	17
3. Humor vulgar.....	19
4. Generasi Z.....	23
G. Metode Penelitian .....	26
1. Jenis Penelitian .....	26
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
3. Jenis Data.....	29
4. Teknik Pengambilan Data.....	29
5. Metode analisis data.....	31
6. Metode Keabsahan data .....	32

BAB II.....	33
GAMBARAN UMUM .....	33
A. Profil Eri Prasetyo .....	33
B. Tiktok dengan <i>Username</i> @eripras3_ .....	34
C. Profil Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadi-ien .....	38
D. Profil Informan Santri Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien .....	40
BAB III .....	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Fungsi dan efek Humor Vulgar .....	46
1. Reaksi Emosional .....	46
2. Humor sebagai Kritik.....	67
3. Humor Sebagai Alat Memperkuat Solidaritas.....	84
4. Meningkatkan Intensitas Humor.....	102
B. Pola Pemikiran Khalayak.....	121
1. Dominant Reading .....	121
2. Negotiated reading.....	122
3. Oppositional reading.....	125
BAB IV .....	127
PENUTUP.....	127
A. Kesimpulan.....	127
B. Saran .....	128
DAFTAR PUSTAKA .....	130
LAMPIRAN—LAMPIRAN.....	137
LAMPIRAN 1 .....	137
LAMPIRAN 2 .....	140
LAMPIRAN 3 .....	142

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka .....	11
Tabel 2. Profil Informan.....	28
Tabel 3. Hasil Penggolongan Informan .....	126



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Eri Prasetyo .....	33
Gambar 2. Video Pertama Akun Tik Tok @eripras3_ .....	35
Gambar 3. Jumlah followers, like, following, dan video eripras3_ .....	36
Gambar 4. Akun Tiktok eripras3_ .....	37
Gambar 5. Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien Yogyakarta.....	38
Gambar 6. Konten Humor Kata – Kata.....	53
Gambar 7. Konten Humor Kata – Kata.....	55
Gambar 8. Konten Humor Parodi (dagelan) .....	61
Gambar 9. Konten Humor yang mengandung kata vulgar (bajingan).....	64
Gambar 10. Parodi Sosial Dengan Humor .....	69
Gambar 11. Konten Parodi Humor .....	80
Gambar 12. Konten Humor Vulgar.....	89
Gambar 13. Konten Kata - Kata.....	105
Gambar 14. Konten Kata – Kata Vulgar.....	114

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide Informan .....	137
Lampiran 2. Interview Guide (Triangulasi Ahli) .....	140
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara .....	142



## ABSTRACT

This study aimed to analyze the reception of *Generation Z santri at Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien* towards @eripras3\_ vulgar humor content on TikTok. As members of the pesantren community who upheld religious values, the santri's reception of vulgar humor was an interesting phenomenon to study. The research employed a qualitative method with Stuart Hall's reception analysis approach, involving eight active santri informants who were TikTok users. Data were obtained through in-depth interviews with the eight informants. The results showed that most informants were in the negotiated reading position, accepting some of the humor as entertainment but rejecting the vulgar aspects that were contrary to religious values. Others demonstrated dominant readings with full acceptance, while some occupied oppositional readings with total rejection. This research revealed a value dilemma between popular entertainment and pesantren norms. The findings contributed to the study of digital communication in the context of conservative audiences and provided input for pesantren creators and educators.

**Keywords:** *Reception, Generation Z, Vulgar Humor, Tiktok, Islamic Boarding School*





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital di Indonesia merupakan bentuk dari keaktifan khalayak dalam menggunakan media sosial. Dalam era ini khalayak menjadi pengguna yang memiliki peran dalam menangkap dan menyebarkan informasi dengan berbagai bentuk. Terlepas dari kegiatan tersebut tentunya mereka memiliki pandangan dalam mengkonsumsi dan menyebarkan informasi. Mereka juga memiliki hak dalam menangkap dan merespon pesan yang telah disebarkan oleh media. Resepsi khalayak dalam media sosial menjadi faktor penting dalam memahami bagaimana khalayak menerima, menafsirkan dan memproses informasi yang mereka dapatkan. Media sosial menjadi wadah utama bagi penyebaran informasi serta memainkan peran penting dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik (Pokhrel, 2024). Salah satu platform media yang mengalami pertumbuhan secara signifikan adalah Tik Tok.

Menurut laporan berjudul “Countries with the largest Tik Tok audience as of July 2024” dipublikasikan oleh statista pada Agustus 2024 menyebutkan bahwa Indonesia menembus angka 157,6 Juta pengguna per juli 2024 (Statista, n.d.). Tik Tok berhasil masuk sebagai aplikasi terpopuler dikarenakan Tik Tok merupakan aplikasi sosial media yang menyediakan berbagai fitur sebagai sarana melalui komunikasi visual, penyebaran informasi, promosi, online salling, endorsement, dengan dapat dikemas sesuai kebutuhan seperti postingan melalui foto atau video.

Konsumsi media sosial paling banyak ada pada kalangan Generasi-z. Menurut data yang disajikan oleh Katadata sebanyak 72% pengguna tik tok di Indonesia berusia di bawah 34 tahun, dengan mayoritas pengguna berasal dari kelompok usia 18-24 tahun (34,9%) dan 25-34 tahun (28,2%) (Santika, 2023). Generasi Z merupakan sekelompok pengguna utama Tik Tok yang memiliki karakter aktif dan unik dalam menginterpretasikan dan mengonsumsi konten. Mereka merupakan generasi digital native yang memiliki kebiasaan berkomunikasi secara aktif di sosial media serta memiliki keterbukaan terhadap berbagai bentuk fenomena dan ekspresi budaya (Muftitama, 2023).

Dalam fenomena berkembangnya penggunaan Tik Tok pada Gen-Z, tentu berbanding lurus dengan banyaknya pengguna yang mampu mengaplikasikan Tik Tok dengan menarik perhatian banyak pengguna lainnya yang saat ini sering disebut sebagai Content Creator Tik Tok. Konten Kreator sendiri merupakan kegiatan dalam membuat gambar, video, dan tulisan berupa konten yang kemudian disebarluaskan melalui media sosial (Yulia & Mujtahid, 2023). Sebagai konten kreator yang ingin dikenal luas oleh pengikutnya tentu perlu mengumpulkan data dan ide konten. Setiap konten kreator memiliki ciri khas, gaya dan karakteristik sendiri dalam mengemas konten (Maeskina & Hidayat, 2022). Mereka membangun engagement atau ikatan dengan followersnya melalui konten- konten yang dibagikan baik berbentuk inspirasi, hiburan ataupun informasi yang dapat menyatukan mereka dengan pengikutnya (Octavia Isroissholikhah, 2022).

Kepopuleran konten video Tik Tok tidak terlepas dari sistem yang dibuat oleh Tik Tok. Sistem tersebut memiliki algoritma yang sangat baik dan disebut sebagai For You Page (FYP). Salah satu fenomena yang menarik dalam konteks ini adalah munculnya Creator dengan konten kesederhanaan dalam budaya gaya komunikasi bahasa Jawa dan konten humor kata” bahasa jawa, bermula dari akun @eripras3\_ dengan total jumlah pengikut sebanyak 2,9 Juta pengikut. Dalam konten yang ada di akun tik tok pribadinya peneliti mengamati secara seksama fenomena dimana konten tersebut isi pesannya menarik perhatian banyak orang. Berdasarkan dari Engagement Rate berada di angka 19.5% yang menunjukkan bahwa angka tersebut relatif tinggi bagi pengguna media sosial.

Konten yang dihadirkan di sosial media bersifat umum dan audience memiliki kebebasan untuk menanggapi konten tersebut. Humor sendiri merupakan kegiatan komunikatif dimana humor adalah pesan yang disengaja maupun tidak disengaja dan dianggap lucu atau membangkitkan tawa, sehingga humor menjadi condong pada interpretasi penerima.

Kemajuan teknologi yang semakin canggih dan meluasnya penggunaan media sosial mampu mempengaruhi perilaku, gaya hidup dan tata krama masyarakat (Ummah, 2019). Tik Tok saat ini sudah menjadi ruang kontes untuk mempresentasikan diri. Dimana media sosial itu tidak ada filter kurasi sehingga semua kalangan dapat mengonsumsi konten dengan bebas. Khalayak merupakan pengguna media yang bersifat aktif. Khalayak tidak selalu menerima pesan secara pasif, akan tetapi mereka dapat menginterpretasikan pesan tersebut berdasarkan pengalaman yang pernah mereka tangkap (Amaylia et al., 2025)

Tik tok sebagai platform berbasis video telah menjadi ruang utama mengenai berbagai bentuk komunikasi, termasuk humor yang digunakan oleh para kreator untuk membangun perhatian dan keterlibatan dengan audience. Tik Tok telah melahirkan berbagai isu penting terkait kebebasan dalam berekspresi. Pada masyarakat Indonesia saat ini media sosial menjadi sesuatu yang harus melekat dan bahkan sulit untuk dikontrol pemakaiannya karena seakan sudah menjadi candu (Masrurroh, 2022). Perkembangan teknologi digital juga membawa dampak signifikan terhadap cara masyarakat, khususnya Generasi Z dalam mengakses dan memaknai konten.

Karena sifat keterbukan media menjadikan sebagian para pengguna seperti generasi-z menelan secara mentah informasi dan konten yang didapatkan seperti dalam penelitian dengan menunjukkan hasil mengenai penerimaan masyarakat tentang body shaming pada film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 bahwa kecenderungan penonton mendominasi posisi negosiasi. Narasumber cenderung menerima bahwa hal tersebut dinilai baik-baik saja karena memang film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss Part 1 merupakan film komedi yang memiliki tujuan menghibur. Selain itu penelitian lain mengenai persepsi yaitu pada penelitian yang berjudul “Analisis Resepsi Subscriber Youtube Windah Basudara Pada Konten Gaming Simulator” yang membahas isi konten bahasa dengan hasil penelitian bahwa informan menerima konten tersebut atau dominant-position. Menurut pandangan resepsi dari Hall penelitian tersebut secara tidak langsung menjelaskan bahwa khalayak menangkap pesan dan

pemahaman berbeda-beda dari berbagai pengamatan dan fenomena yang ditangkap.

Begitu Pula yang terjadi pada Eripras berkat kepopuleran konten yang disajikan juga memunculkan kontroversi, sejak namanya mulai dikenal masyarakat luas, konten Eri Pras mulai terdapat unggahan konten yang di reupload dan diunggah Eri Pras, memperlihatkannya melontarkan beberapa kata berdiksi vulgar seperti “kurang ajar”, ” patakmu”, ”bajingan”, pada unggahan tanggal 14 Oktober 2024. Namun Video tersebut mampu mendapatkan jumlah tayangan lebih dari 8 juta penayangan oleh pengguna Tik Tok. Umumnya Eri pras memiliki karakteristik konten yang biasa dikenal Followers melalui FYP yaitu “eh yaampun” dan “kata-katane khang”. Konten yang ditayangkan eripras mulai banyak memunculkan perkataan dan respon yang kurang baik, di beberapa video unggahan maupun Live Tik Tok banyak perkataan yang menjerumus pada konten pemikiran negatif.

Beberapa konten humor yang dibuat Eri Pras menunjukkan pada gaya humor vulgar dan disukai oleh banyak pengguna tik tok. Kontennya kerap mendapatkan ratusan ribu likes dan komentar oleh audiens yang menganggap humor tersebut sebagai hiburan dan menandakan bahwa humor vulgar memiliki daya tarik tersendiri bagi audiensnya. Humor dalam komunikasi memiliki beberapa fungsi, termasuk pada fungsi sebagai hiburan, kritik, hingga penyampaian nilai-nilai dalam budaya (Didiek Rahmanadji, 2009). Dengan penggunaan humor dalam konten yang dibagikan Eri Pras dapat mengekspresikan perasaan mereka secara tidak langsung, bahkan terhadap isu-isu yang tabu, sensitif dan vulgar. Dalam

konteks konten humor di tik-tok, reaksi audiens dapat mencerminkan bagaimana humor dapat dipahami dan diterima oleh khalayak dan kaitannya dengan norma sosial.

Penelitian mengenai resepsi khalayak pada konten humor di media sosial memang sudah banyak dilakukan. Masih sedikit penelitian yang mengeksplorasi bagaimana kelompok tertentu seperti dari kalangan religius atau santri, yang memiliki latar belakang nilai dan norma tertentu dapat memaknai dan meresepsi jenis humor khususnya humor vulgar tersebut. Santri berasal dari pesantren dengan basic pendidikan formal dan non formal yang memiliki sistem pembelajaran dan nilai – nilai agama serta norma yang berbeda pada masyarakat umum menjadi suatu hal pembeda. Dalam penelitian ini memunculkan adanya kebutuhan untuk mengeksplorasi lebih dalam bagaimana proses pemaknaan santri pada konten humor yang mengandung nilai – nilai berbanding dengan norma – norma yang mereka ikuti.

Fenomena yang terjadi terkait konsumsi atas konten humor terlihat pada kalangan beberapa santri di sekolah dengan basis pesantren, salah satunya di santri Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien Yogyakarta. Hal ini sudah menyebar kepada santri yang notabnya dari generasi z. Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien merupakan Ma'had Islami yang memadukan antara pendidikan formal dan non formal. Konten humor yang disajikan oleh Eri Prasetyo sudah dapat menjangkau segmen followers dan juga non followers di antaranya adalah dari santri. Meskipun dikenal dengan lingkungan pondok



yang disiplin, santri tetap memiliki akses terhadap media sosial melalui gawai pribadi mereka, termasuk Tik Tok.

Selain itu beberapa santri tidak hanya menjadi penonton yang pasif dari konten yang ditampilkan pada akun @eripras3\_ ungkapan ataupun potongan humor yang mereka lihat seringkali dibawa ke dalam interaksi mereka sehari – hari dengan teman sebaya. Perbedaan latar belakang dan fenomena terjadi karena mereka sudah melek konten viral yaitu dengan mengakses tiktok lewat media sosial yang mereka gunakan. Rata-rata santri telah memiliki gawai pribadi untuk mengakses berbagai kegiatan komunikasi. Kondisi ini dapat memunculkan ironis, bahkan dapat terjadi kontradiksi mengingat latar belakang sosial antara kalangan santri dengan konten humor yang vulgar.

Pengaruh viral seperti aplikasi Tiktok membuat khalayak menjadi mudah menerima pesan yang disampaikan oleh media (Sugianto et al., 2023). Fenomena tersebut dikhawatirkan dapat membuat dampak negatif terhadap perkembangan dan kebiasaan berbahasa mereka. Selain itu juga konten humor vulgar Eripras yang kerap muncul di platform media sosial TikTok memiliki potensi dalam membentuk persepsi baru pada nilai nilai etika dan moral para santri. Karena santri hidup dalam lingkungan dengan nilai religius yang kuat, paparan humor tersebut dapat menciptakan ketegangan antara nilai keagamaan ataupun nilai sosial. Oleh karena itu, penting dalam hal ini untuk menelaah secara ilmiah guna memahami sejauh mana konten humor yang ditampilkan oleh Eripras diterima, dinegosiasikan, atau ditolak oleh santri sebagai audiens yang konservatif.



Melihat pesantren dikenal dengan sistem-sistem pengajaran serta nilai moral kehidupan yang kental terhadap ajaran islam. Berkaitan dengan uraian tersebut Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Isra' Ayat 53:

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ  
عَدُوًّا مُّبِينًا ﴿٥٣﴾

Artinya “Katakan kepada hamba-hamba-Ku supaya mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (dan benar). Sesungguhnya setan itu selalu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagi manusia”.

Mengenai makna ayat tersebut, menurut Ibn Katsir dalam firman tersebut Allah SWT memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman untuk senantiasa berkata baik atau menggunakan kata-kata terbaik ketika berkomunikasi atau ketika berperintah sesuatu kepada sesama. Jika mereka enggan berbuat demikian, maka diantara mereka akan terkena hasutan syaitan yang akan berdampak pada perbuatan mereka, sehingga akan terjadi pertengkaran dan permusuhan (Muttaqien, 2019).

Uraian diatas menegaskan bahwa pentingnya menggunakan bahasa yang baik dalam berkomunikasi agar tidak menimbulkan perselisihan dan permusuhan. Allah SWT telah memerintahkan hamba-Nya untuk bertutur kata yang baik dan benar sesuai dengan ajaran Nabi Muhammad Saw. Dalam konteks kehidupan sosial baik di dunia nyata maupun online hal ini mengajarkan bahwa setiap individu harus menjaga tutur kata dan sikapnya, termasuk dalam memperlakukan sesama dengan penuh rasa hormat.

Sebagai generasi yang tumbuh dengan internet generasi Z, santri Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Muhtadi-ien tentunya memiliki persepsi tersendiri pada konten yang disajikan oleh Eri Pras pada popularitasnya. Pemahaman mereka pada dasarnya akan timbul melalui suatu hal yang mereka tangkap dalam jangkauan tertentu. Setiap individu tentunya memiliki persepsi dan pendapat yang berbeda baik secara biologis maupun psikologis. Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap resepsi gen-z santri Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Muhtadi-ien penonton konten humor vulgar Eri Pras. Fenomena konten humor vulgar menjadi menarik untuk dikaji mengingat adanya potensi pertentangan dengan nilai sosial dan kepesantrenan.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dikemukakan maka penulis merumuskan pokok masalah, yaitu “Bagaimana resepsi santri generasi Z Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Muhtadi-ien pada konten humor kreator tik tok @eripras3\_?”

#### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui Resepsi santri generasi z Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Muhtadi-ien pada konten humor vulgar kreator @eripras3\_”

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pada perkembangan Ilmu Komunikasi dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya mengenai studi media.

## 2. Manfaat Praktis

- A. Bagi Kreator, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pertimbangan serta masukan dalam pembuatan konten
- B. Bagi Masyarakat umum, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan inspirasi mengenai konten yang baik untuk disebar di ranah publik

## E. Tinjauan Pustaka

Guna mendukung penelitian ini, peneliti mencari tinjauan Pustaka sebagai pijakan dalam penelitian yang akan dilakukan. Tinjauan Pustaka yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk jurnal dan skripsi. Dari beberapa tinjauan Pustaka yang ditemukan berikut ini beberapa tinjauan Pustaka yang mempunyai relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Muhammad Azhari dan Apriadi <a href="https://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA/article/view/623">https://jurnal.uts.ac.id/index.php/KAGANGA/article/view/623</a>	Analisis Resepsi <i>Followers</i> Akun Instagram @Maknewas pada konten religi #JumatBerkah	Memiliki persamaan pada metode penelitian yaitu analisis resepsi Stuart Hall. Penelitian ini menunjukkan bahwa resepsi audiens dipengaruhi oleh latar belakang dan konteks sosial, sehingga relevan dengan audiens pesantren. Penelitian ini juga sama – sama membahas konten humor yang vulgar	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang dituju dan platform media sosial yang digunakan. Penelitian ini juga memiliki perbedaan pada subjek penelitian yang umum dalam ruang lingkup followers Instagram @Maknews	Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat sikap kritis khalayak yang dapat dilihat dari jumlah komentar. Terkait dengan tiga posisi penonton milik stuart hall, penulis menemukan bahwa kebanyakan khalayak memberikan komentar pada posisi Hegemoni Dominan.
2	Muhammad Wahyu Rizki Wastika	Pemaknaan khalayak terhadap video-video reza oktaviani di	Memiliki persamaan pada teori penelitian yaitu analisis resepsi Stuart Hall. Penelitian ini sama –	Perbedaan penelitian terletak pada akun yang akan diteliti dan media sosial yang digunakan	Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan pemaknaan penonton terhadap video-video oleh Reza Oktavian yang ada di Youtube adalah video-video

	<a href="https://ejournal3.uindip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21904">https://ejournal3.uindip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21904</a>	jejaring sosial youtube	sama mengkaji bagaimana audiens atau penonton memaknai sebuah konten media.	serta subjek penelitian. Penelitian ini juga hanya menekankan pada aspek representasi kreator tanpa mempertimbangkan nilai-nilai atau norma sosial tertentu.	oleh Reza Oktavian untuk menunjukkan dirinya kepada pemirsa, dengan pemirsa dapat melihat momen terbaiknya dalam waktu yang singkat namun dengan adegan yang padat.
3.	Ahimsa Adi Wibowo  <a href="https://jcomm.unram.ac.id/index.php/jcomm/article/view/205">https://jcomm.unram.ac.id/index.php/jcomm/article/view/205</a>	Analisis Resepsi Remaja Penonton Video FYP Terhadap Popularitas Konten Kreator Unik (@binirehan1) “Begitu Sulit Lupakan Rehan”	Jurnal ini memiliki persamaan dengan topik penelitian yang menggunakan Teori Stuart Hall. Kesamaan lainnya terletak pada media yang akan peneliti ambil yaitu tik tok dengan algoritma konten fyp.	Penelitian ini memiliki konsep penelitian yang menekankan pada popularitas konten kreator. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sangat luas pada penonton remaja bukan pada kelompok yang memiliki karakteristik tertentu.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peneliti menemukan bahwa konten kreator menekankan pada fenomena viral daripada isi konten. Beberapa responden menyampaikan bahwa adanya fenomena ini sangatlah umum bagi culture media sosial sekarang.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Resepsi Khalayak**

Analisis Resepsi diperkenalkan oleh Stuart Hall (1973), seorang tokoh penting ahli bidang budaya, dalam menjelaskan proses encoding/decoding (Meilasari & Wahid, 2020, p. 2). Teori resepsi memberikan makna pada isi pesan dalam media. Khalayak memiliki kebebasan dalam mengartikan makna pesan yang disampaikan dalam media media (Littlejohn & Foss, 2009, pp. 134-134). Metode encoding-decoding menurut Stuart Hall memfokuskan pada produksi, teks dan khalayak yang saling berhubungan dan dapat dianalisis.

Teori resepsi merupakan teori yang dikembangkan untuk membahas mengenai decoding atau pemaknaan pesan yang dilakukan oleh komunikan sehingga muncul suatu penerimaan yang berbentuk pemaknaan terhadap pesan. Sehingga pada penelitian ini lebih fokus pada decoding yang dilakukan oleh penerima atau khalayak. Resepsi Stuart Hall dikenalkan untuk pemahaman dan menjelaskan proses decoding. Menurut James Procter dalam konteks ini Hall menekankan bahwa decoding adalah titik masuk atau pemaknaan ke dalam ranah komunikasi yang bersifat diskursif atau pemahaman pesan dari sudut pandang khalayak (Procter, 2004).

Hall menawarkan tahapan makna pada konsep encoding dan decoding yaitu:

a. Produksi Wacana

Tahap pertama merupakan tahap dalam mengirim pesan, memilih ide dan menentukan fenomena apa yang akan ditampilkan pada kontennya. Pada tahap ini akan menghasilkan pembentukan kode dari fenomena yang ditangkap dan menjadi sebuah pesan. Dengan kata lain bahwa pada tahap ini didominasi oleh sudut pandang produsen sebagai pencipta pesan.

b. Penyampaian Pesan

Tahap ini merupakan realisasi dari pesan yang telah dirancang sebelumnya sebagai bentuk tayangan atau program yang dimaksudkan untuk dipahami dan dimaknai oleh khalayak. Oleh sebab itu, saat pesan ditayangkan, khalayak dapat menginterpretasikan isi pesan dengan bervariasi tergantung pada khalayak sebagai penerima pesan.

c. Pemaknaan

Pada tahap akhir ini, khalayak menguraikan kode yang dapat dalam pesan tayangan atau konten yang sudah dibuat agar dapat dipahami (decoding). Proses ini sangat dipengaruhi pada latar belakang individu yang menjadi audiens. Dalam (Achsan & Wibowo, 2023) menurut (Morissan, 2019) ketika menjelaskan tentang studi kultural Stuart Hall, pada proses decoding terdapat landasan yang harus diperhatikan dalam pesan yaitu persepsi, pemikiran dan interpretasi:

- 1) Persepsi, menurut Joseph A. DeVito persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi



indera kita (Mulyana, 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah tangkapan dari khalayak terhadap suatu pesan yang diterima melalui panca indera mereka.

- 2) Pemikiran merupakan perbuatan individu dalam menimbang-nimbang, menguraikan, menghubungkan-hubungkan hingga pada tahap pengambilan keputusan (Silviana, 2023). Jadi, yang dimaksud dengan pemikiran ialah proses berpikir menggunakan akal pikiran secara bijak dalam menyelesaikan suatu permasalahan berdasar pada konsep yang ada.
- 3) Interpretasi, menurut (Mason, 2003) Interpretasi merupakan bentuk komunikasi yang menghasilkan hubungan antara pemberi penjelasan kepada penonton atau pendengar (Junaid et al., 2022). Interpretasi atau penafsiran mengenai makna pesan yang akan disampaikan (oleh pemikiran pengirim pesan) kemudian pesan tersebut diolah dan disampaikan kepada komunikan.

Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana khalayak memahami isi pesan yang disampaikan oleh media. Media saat ini dapat menjadi alat untuk mengkomunikasikan dan memberikan pengetahuan mengenai hal-hal yang dapat mendominasi. Ketika media sudah memasuki ranah tersebut maka dapat memunculkan budaya baru dan kebiasaan baru. Menurut Hadi (Delya et al., 2022) teori resepsi khalayak ini memiliki tujuan untuk membongkar bagaimana khalayak memahami dan memaknai isi pesan, yang berdasar pada

pengalaman dan wawasannya dalam berinteraksi dan menikmati konten media online.

Penelitian ini menggunakan Teori Stuart Hall sebagai alat analisis utama. Teori ini yang nantinya akan membantu menjelaskan bagaimana Konten humor sebagai pesan yang telah dikodekan oleh kreator dapat diterima secara berbeda oleh audiens atau informan santri. Dengan ini penggunaan Teori Stuart Hall akan digunakan sebagai kerangka untuk menilai bagaimana santri sebagai audiens yang konservatif merespon humor vulgar apakah mereka akan menerima, menegosiasi atau menolak sesuai dengan pola pemikiran khalayak.

Stuart Hall dalam (Morissan, 2013) berpendapat bahwa terdapat 3 jenis audience:

a). *Dominant Reading*

*“the media produce the message; the masses consume it. The audience reading coincide with the preferred reading”*. (Media

menyampaikan pesan, khalayak menerimanya. Apa yang disampaikan media secara langsung juga disukai oleh khalayak). Jadi pada posisi ini khalayak secara tidak langsung memiliki pemikiran yang sama dengan pembuat pesan dan menerima seutuhnya pesan yang diberikan oleh komunikator.

b). *Negotiated Reading*

*“the audience assimilates the leading ideology in general but opposes its application in specific case”*. (Khalayak mengasimilasi ideologi utama secara umum namun menentang penerapannya dalam kasus tertentu). Pada keadaan ini khalayak akan menerima ideologi utama secara umum dan menolak jika harus menerapkannya pada kasus tertentu. Lebih jelasnya, khalayak memiliki pemikiran yang sejalan dengan pengirim pesan, namun lebih memilih menyesuaikan pesannya sesuai dengan kepribadian dan latar belakang khalayak.

### 3). *Oppositional Reading*

Pada posisi ini khalayak tidak setuju atau menolak makna pesan yang diberikan oleh media dan menggantikannya dengan pemaknaan topik yang dibuat oleh dirinya sendiri. Hal ini terjadi karena khalayak berada pada situasi sosial yang tidak sejalan dengan isi pesan media, sehingga mereka menolak isi pesan tersebut.

Ketiga posisi decoding (dominant, negotiated, oppositional) membantu memetakan variasi persepsi berdasarkan latar belakang religius dan sosial santri.

## 2. Media Sosial Tik Tok

Istilah jejaring sosial atau dikenal sebagai media sosial pertama kali muncul dan mulai diperkenalkan pada tahun 1945 oleh professor J.A Barnes (Kustiawan et al., 2022). Inovasi berikutnya muncul pada awal 2000-an, media sosial bukan hanya berbasis pertemanan, namun sudah berkembang dengan memberikan basis baru yaitu control lebih bagi pengguna akan isi dan

hubungannya. Mulailah dari era tersebut hadir Friendster, LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter yang mulai tampil dengan revolusi pada media sosial yang eksis hingga saat ini (Kertamukti, 2023).

Media sosial merupakan media online berbasis Internet yang dapat digunakan user untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang canggih. Sedangkan Media Sosial menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein merupakan seperangkat aplikasi yang berjalan dalam jaringan internet dan memiliki tujuan dasar ideology serta penggunaan teknologi web 2.0 yang dapat berfungsi untuk saling tukar-menukar konten (Makhmudah, 2019).

Berdasar pada uraian di atas, adapun sosial media yang saat ini banyak digunakan untuk fasilitas interaksi dan paling populer di kalangan remaja dan Gen z adalah tiktok. Aplikasi tik tok adalah salah satu platform media sosial berbasis video yang sering digunakan orang untuk merekam video di ponselnya dengan durasi yang cukup singkat dari 15 detik hingga 1 menit. (Novia et al., 2024) Tik Tok adalah sebuah aplikasi jaringan sosial dan platform audio visual yang diluncurkan oleh negara Cina pada September 2016. (Bulele & Wibowo, 2020) Aplikasi tik tok yang kita kenal saat ini merupakan aplikasi video yang dapat digunakan dengan berbagai keperluan. Tik Tok dapat digunakan untuk melihat video-video pendek dengan berbagai bentuk ekspresi dari penggunanya. Bukan hanya dapat menikmati konten pengguna aplikasi ini dapat membuat dan meniru dari video yang dilihat.

Pengguna Tik Tok dapat dengan bebas menuangkan ide kreatif dengan membuat video versi mereka sendiri (Putri et al., 2023) hal tersebut Indikator media sosial Tik Tok dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Terdapat dampak positif dan Dampak negatif dalam menggunakan aplikasi Tik Tok
- b. Adanya kreativitas pengguna dalam penggunaan Tik Tok
- c. Tidak ada batasan umur, sehingga kemudahan dalam mengakses konten-konten yang ada di Tik Tok ini sangat terbuka untuk segala usia sehingga konten yang kurang pantas menjadi dapat diakses oleh pengguna dibawah umur.

### 3. Humor vulgar

#### a. Humor

Humor yang biasa dikenal merupakan sesuatu yang identik dengan segala hal yang lucu dan membuat orang tertawa. Ros dalam (Syadiyah et al., 2021) berpendapat bahwa humor dapat dikatakan sebagai sarana yang digunakan untuk menarik perhatian dan ekspresi tawa orang lain. Dalam Humor disebut sebagai suatu yang kompleks, paradoks, dan bisa sangat ambigu makna dan tujuannya (Plaster, 2016). Di Indonesia sendiri humor menjadi sangat beragam karena latar belakang dengan budaya masing-masing. Humor saat ini menjadi suatu fenomena sosial. Humor dalam kehidupan sosial memiliki fungsi yang strategis. Menurut Bofalu dalam kehidupan sosial humor memiliki beberapa fungsi yaitu (a) membentuk identitas suatu kelompok, (b) menjaga hierarki sosial; (c) menguji batas

kesabaran orang lain; (d) menjadi sarana kritik sosial; (e) meredakan situasi dari ketegangan; (f) mengubah suasana hati kelompok; (g) sindiran terhadap politik; serta (h) mengungkapkan keresahan pribadi di depan umum (Hirata, 2020).

Keberadaan humor sebenarnya penting sebagai suatu hiburan, karena pada dasarnya humor mencoba dapat menerangkan sesuatu yang menimbulkan tawa atau geli pada seseorang. Dalam (Siddiq, 2024) Menurut Manser humor dibagi menjadi tiga teori, yaitu: (1) teori keunggulan, seseorang dapat tertawa jika di depan pihak lain memperoleh perasaan unggul atau lebih sempurna dimana hal tersebut terjadi secara tiba-tiba; (2) teori ketaksesuaian yaitu perasaan lucu yang secara tidak sengaja timbul di hadapan pada situasi yang sama sekali tidak terduga; (3) teori kelegaan dan kebebasan (Relief Humor) atau inti humor ialah pelepasan dan kekangan-kekangan yang terdapat pada diri seseorang.

b. Vulgar

Kata vulgar merupakan jenis kata yang tabu dalam tindakan komunikasi. Secara umum bahasa vulgar merupakan sebuah ungkapan yang dilontarkan oleh seseorang dengan makna kata yang keji dan tidak senonoh (Ayu et al., 2024). Menurut Alisda bahasa vulgar merupakan variasi bahasa sosial yang ciri-cirinya tampak pada tingkat intelektual penuturnya (Mastang, 2022). Menurut Sholihatin penggunaan kata vulgar tidak lagi dapat dimaknai kepada hal negatif, namun terkadang kata vulgar dapat menunjukkan suatu hubungan keakraban (Kusmanto et al., 2021).

Penuturan kata vulgar seperti yang diartikan oleh Chaer, adalah variasi sosial dengan ciri-ciri pengguna yang kurang terpelajar, atau dari kalangan yang tidak berpendidikan (Abdul Chaer). Vulgar adalah kata negatif sebagai lawan dari kata halus. Bentuk- bentuk dari kata vulgar biasanya menggunakan referensi tertentu seperti keadaan, binatang, benda, bagian tubuh, aktivitas, dan profesi (Mastang, 2022).

Dalam (Dorota, 2023) Humor yang vulgar ialah menggunakan bahasa kasar atau tidak senonoh (misalnya kata kata makian dan sumpah serapah), sering diartikan tabu tetapi tetap digunakan karena memiliki daya ekspresif yang kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa melalui uraian diatas, humor vulgar merupakan perpaduan antara humor dengan penggunaan bahasa vulgar sebagai elemen utama dalam menciptakan kelucuan. Jenis humor ini seringkali menimbulkan perbedaan penerimaan karena diterima secara berbeda oleh berbagai kalangan.

Humor Vulgar memiliki beberapa fungsi dan efek seperti yang disampaikan oleh (Dorota, 2023) meliputi:

1) Humor sebagai reaksi emosional

Humor vulgar dalam beberapa konteks digunakan untuk melampiaskan emosi dan mengekspresikan perasaan mereka terhadap situasi tertentu. Humor vulgar, termasuk dalam humor tabu, sering digunakan untuk mengatasi stres atau tekanan emosional. Pernyataan dari Gruner, bahwa humor yang agresif justru dapat membantu orang meminimalkan stres dan tekanan serta dapat



membantu mengatasi peristiwa kehidupan yang menindas (Plaster, 2016).

2) Menjadi sebuah kritik

Humor vulgar ditunjukkan sebagai kritik terhadap kekuasaan namun juga dapat dijadikan kritik untuk konteks tertentu. Biasanya bentuk humor ini muncul dalam konteks parodi komedi, meme digital, komik, maupun konten di media sosial, di mana bahasa vulgar digunakan sebagai alat untuk menyinggung pihak – pihak tertentu. Humor vulgar dalam konteks ini bersifat ringan dan tidak langsung menghakimi secara langsung. Selain itu humor sejenis dianggap dapat mengarah pada konteks sosial tertentu, seperti kritik sosial atau fenomena sehari – hari yang dianggap menyimpang.

3) Memperkuat solidaritas

Selain sebagai hiburan humor vulgar dapat dijadikan sebagai alat untuk memperkuat rasa kebersamaan dalam suatu kelompok. Menggunakan humor yang hanya dipahami oleh kelompok tertentu dapat menciptakan ketertarikan. Oleh karena itu humor dapat menjadi faktor penting dalam menciptakan solidaritas, dan hinaan dalam bentuk lelucon dapat menekankan hubungan kekeluargaan serta sering kali menandakan inklusivitas dalam budaya bercanda, akan tetapi hal tersebut masih merupakan cara yang maskulin dalam menampilkan humor (Plaster, 2016).

4) Meningkatkan intensitas humor

Penggunaan vulgar dalam humor dapat meningkatkan daya tarik komedi dan sering kali lebih berkesan dan mengandung tawa lebih kuat. Meningkatkan intensitas humor menunjukkan pada tujuan dan fungsi humor dalam memicu respon tawa yang lebih kuat dari audiens. Penggunaan kata vulgar dan tabu dianggap bisa menjadi elemen kejutan yang memperkuat efek lucu. Menurut (Purwati, 2022).humor yang ditunjukkan dalam konteks stand-up comedy dengan menggunakan bahasa kasar yang sengaja dibuat dapat meningkatkan daya tarik komedi lebih tinggi.

Dalam penelitian ini humor vulgar dapat menjelaskan motivasi emosional dan sosial di balik tawa, kritik, atau penolakan audiens.

#### 4. Generasi Z

Menurut penelitian McKinsey & Company Generasi Z atau yang sering dikenal sebagai Gen Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1995 hingga tahun 2010 (Lubis & Hanayani, 2022). Mereka merupakan generasi yang sudah mengenal internet dengan berbagai perkembangan dan generasi yang fasih dalam menggunakannya atau dapat disebut sebagai generasi digital natives dan multitasking (Karina et al., 2021). Hal tersebut menjadi pembeda yang signifikan dengan generasi sebelumnya dalam penggunaan dan penguasaan informasi dan teknologi.

Menurut Francis&Hoefel 2018 pada riset yang dilakukan oleh (McKinsey & Company tahun 2017) terdapat setidaknya empat karakteristik yang dimiliki oleh Generasi Z yaitu (a) Undefined ID, Gen z merupakan pribadi

yang tidak dapat didefinisikan dikatakan demikian karena mereka memiliki cara yang berbeda-beda untuk menjadi diri sendiri dan membentuk identitas individu mereka seiring berjalannya waktu; (b) Dialoguer, memiliki kebiasaan berkomunikasi dan berinteraksi serta cenderung menghindari konflik; (c) Communal Holic, mereka memiliki kecenderungan dalam menikmati aktifitas dalam kelompok atau suatu komunitas. Sebagai generasi yang inklusif mereka memiliki sifat menghargai yang tinggi dan tidak membedakan hubungan pertemanan antara dunia nyata dan dunia maya; (d) Realistik, Gen Z merupakan the generation of self-learners dimana mereka lebih menyerap sesuatu yang ditampilkan di internet daripada pembelajaran langsung (tradisional) (Lubis & Hanayani, 2022).



## G. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Penulis

Kerangka di atas disusun untuk menggambarkan bagaimana alur analisis dalam penelitian ini. penelitian ini berangkat dari perkembangan media sosial yang telah menjadi ruang untuk menciptakan popularitas dan membangun branding, termasuk pada pembuatan konten yang bersifat menghibur, nyeleneh terkadang hingga melanggar norma atau etika dalam bermedia, berbahasa maupun berbudaya. Dalam konteks ini, seorang kreator hadir dengan konten humor dengan gaya keseharian namun terlihat vulgar, sehingga menarik perhatian pengguna media sosial khususnya Tiktok yang kebanyakan mereka dari kalangan remaja Generasi z.

Untuk memahami bagaimana konten tersebut diterima oleh khalayak, dalam penelitian ini menggunakan teori Resepsi Stuart Hall yang nantinya informan akan dibagi menjadi tiga posisi khalayak yaitu dominant reading, negotiated reading, dan oppositional reading. Disisi lain kerangka tersebut juga menjelaskan apabila humor vulgar juga memiliki fungsi dalam memunculkan reaksi emosional, menjadi bentuk kritik sosial, memperkuat solidaritas, dan meningkatkan intensitas humor itu sendiri pada publik. Kedua hal tersebut akan menjadi dasar dalam menganalisis makna yang dibangun oleh audiens pada konten di akun tik tok @eripras3\_.

## **H. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Creswell penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan cara mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh

individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial atau manusia (Sugiyono, 2022).

Penelitian ini juga menggunakan analisis resepsi yang mengacu pada kesadaran atau penerimaan dan pemahaman subjek kepada objek penelitian. Penelitian akan dijabarkan menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik subjek atau bidang tertentu secara faktual dan cermat (Abdullah, et al., 2022)

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

### **a. Subjek**

Menurut Moleong subjek penelitian berperan sebagai informan, atau sebagai orang yang mampu memberikan informasi tentang situasi dan kondisi dari objek yang akan diteliti (Fahlevi & Dewi, 2019, p. 105). Peneliti mengambil subjek berjumlah delapan orang yang merupakan *followers* dari @Eripras3\_. Subjek tersebut diambil dari santri *Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Muhtadi-ien Yogyakarta*. Delapan informan dipilih secara purposive sampling dengan kriteria santri aktif, pengguna tik tok, serta pernah menonton konten @eripras3\_.. Mereka yang rentang kelahiran tahun 1997 hingga 2012. Dan pada tahun 2025 mereka berusia antara 8 hingga 28 tahun. Dalam penelitian ini subjek yang diambil adalah pengguna akun Tik Tok yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Generasi Z yang aktif menggunakan aplikasi Tik Tok
- 2) *Followers* @Eripras3\_

3) Mengetahui konten yang diunggah @Eripras3\_

Berikut adalah tabel profil informan

Tabel 2. Profil Informan

No	Nama	Usia	Status	Lama Menggunakan Tiktok
1.	Manda	23 Tahun	Mahasiswa	6 Tahun
2.	Bahaudin	22 Tahun	Mahasiswa	7 Tahun
3.	Sidiq	23 Tahun	Mahasiswa	6 Tahun
4.	Zuhda	22 Tahun	Mahasiswa	4 Tahun
5.	Irul	22 Tahun	Mahasiswa	5 Tahun
6.	Nurdin	22 Tahun	Mahasiswa	3 Tahun
7.	An'am	24 Tahun	Mahasiswa	4 Tahun
8.	Rudi	21 Tahun	Mahasiswa	5 Tahun

b. Objek

Objek penelitian menurut Sugiyono (2021) ialah sasaran ilmiah untuk mengumpulkan dan mendapatkan data mengenai hal yang objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (SHELEMO, 2023). Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran penelitian dan menjadi pemusatan tempat atau media yang akan diteliti. Objek yang disasar dalam penelitian ini adalah konten humor vulgar di Tik Tok @Eripras3\_. Adapun konten yang akan menjadi objek penelitian diambil dari periode bulan Agustus 2024 hingga November 2024. Pemilihan objek pada periode tersebut memastikan bahwa data yang dikumpulkan masih relevan dan aktual. Hal ini dikarenakan popularitas perlu dilihat dari proses demi prosesnya. Kepopuleran Eripras juga terlihat pada rentang waktu tersebut. Dimana banyak konten yang viral dan dijadikan bahan candaan di media sosial Tik Tok.



### **3. Jenis Data**

#### **a. Data Primer**

Data ini merupakan data perolehan peneliti dari hasil observasi yang dilakukan di lapangan menggunakan Teknik wawancara dengan para informan yang terkait dengan subjek penelitian.

#### **b. Data Sekunder**

Data ini merupakan data yang diperoleh dari hasil studi Pustaka berupa literasi buku referensi, jurnal, artikel, skripsi, tesis, majalah, internet dan lain sebagainya. Bertujuan sebagai pendukung mengenai informasi atau rujukan yang terkait dengan penelitian. Dengan menggunakan pertimbangan data tersebut mampu menjadi penunjang fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga memperoleh data yang sesuai dan dapat dipertanggungjawabkan.

### **4. Teknik Pengambilan Data**

Dalam penelitian ini jenis data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder. Data primer yang telah diperoleh didapat dari wawancara secara mendalam sedangkan data sekunder diolah melalui observasi dan dokumentasi. Berikut adalah metode pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini:

#### **a. Observasi**

Metode pengumpulan data observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati subjek penelitian secara langsung dan melihat secara dekat kegiatan yang dilakukan. Metode pengumpulan data observasi tidak

hanya mengukur dari sikap responden, namun juga dapat dilakukan untuk menangkap fenomena yang terjadi. Tahapan teknik pengambilan data pertama dimulai dari observasi pada akun Tiktok @eripras3\_ untuk memahami konteks komunikasi serta gaya humor yang disajikan dalam kontennya. Observasi juga dilakukan terhadap konten humor yang dipublikasikan oleh kreator untuk memahami makna yang dikonstruksikan oleh pembuat pesan (encoding).

b. Wawancara

Dalam penelitian ini dilakukan Teknik pengambilan data yang melibatkan subjek atau informan penelitian dengan menggunakan Teknik wawancara purposive sampling, Teknik ini adalah Teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu, atau mengambil subjek yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, sehingga akan dapat memudahkan peneliti dalam mencari jawaban dan menjelajahi objek penelitian (Zuhri Abdussamad, 2021). Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada delapan informan yang sudah dipilih guna menggali lebih dalam bagaimana mereka sebagai audiens menerima dan memaknai konten.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data berupa dokumentasi merupakan studi dokumen yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang berguna untuk bahan analisis. Dokumen yang dapat digunakan dalam pengumpulan data ini terbagi menjadi dua, yakni dokumen primer dan

sekunder. Dokumen dalam pengertiannya menurut (Sugiyono, 2022) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya – karya monumental dari seseorang.

## **5. Metode analisis data**

Menurut Miles dan Huberman yang mengemukakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus hingga data yang dihasilkan dinyatakan tuntas (Zulfirman, 2022). Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan pada saat setelah selesai pengumpulan data (Sugiyono, 2022). Aktivitas dalam metode analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

### **a. Reduksi Data**

Proses reduksi data merupakan pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, menyeleksi data dan mengorganisasikan data dengan berbagai cara sehingga sampai pada kesimpulan yang diinginkan dan terverifikasi.

### **b. Penyajian Data**

Dalam proses penyajian data yang ditampilkan adalah berupa hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi mengenai analisis yang sesuai dengan teori sehingga dapat menghasilkan deskripsi tentang penerimaan generasi z santri Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien pada konten humor vulgar kreator @eripras3\_. Dari hasil yang telah ditemukan dengan berbagai pola pemikiran khalayak yang kemudian

dibagi menjadi tiga posisi informan yaitu dominant reading, negotiated reading, dan oppositional reading.

c. **Penarikan Kesimpulan**

Penarikan kesimpulan adalah kegiatan penggambaran dari seluruh objek yang diteliti secara utuh pada proses penarikan kesimpulan berdasarkan informasi yang telah diseleksi dalam suatu bentuk yang sesuai pada penyajian data.

**6. Metode Keabsahan data**

Metode keabsahan data dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik triangulasi yang merupakan Teknik yang menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenaran data empiris yang tersedia (Kriyantono, 2014). Dalam Penelitian ini peneliti akan menggunakan Triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan proses menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai sumber untuk mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan-perbedaan tersebut (Gunawan, 2021). Triangulasi sumber akan dilakukan bersama M. Alif Warmuti, selaku pembuat film, iklan, dan praktisi audiovisual yang memiliki pengalaman dalam merancang pesan audio dan visual sehingga memahami bagaimana konstruksi narasi media yang disusun untuk ditayangkan serta diterima oleh khalayak.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa resepsi khalayak terhadap konten humor vulgar pada delapan santri generasi Z di Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtada-Ien, ditemukan bahwa resepsi tersebut dibagi menjadi tiga kategori menurut Teori Stuart Hall. Pertama, Dominant, konten diterima sebagai hiburan yang lucu dan relevan dengan kehidupan sehari – hari. Kedua, Negotiated, Santri menerima konten yang dibagikan akun @eripras3\_ dengan selektif, mengikuti kelucuan yang dibuat pada konten yang ditayangkan sambil mengkritik penggunaan kata – kata yang vulgar dan kasar. Ketiga, oppositional, beberapa santri menolak konten tersebut karena bertentangan dengan nilai atau etika yang dipercaya oleh informan. Selain itu, konten humor juga dilihat memiliki fungsi sosial dalam membentuk solidaritas kelompok melalui bahasa candaan. Namun demikian, kritik terhadap penggunaan vulgaritas juga mengindikasikan perlunya edukasi literasi media dan etika digital di kalangan santri.

Temuan ini menunjukkan bahwa sebagai santri dari lembaga pesantren tidak menutup kemungkinan untuk menerima dan menolak konten – konten yang ada pada media sosial. Meskipun hidup dalam ruang lingkup yang religius, santri memiliki kapasitas untuk membentuk makna sendiri atas pesan yang disampaikan media dan yang mereka konsumsi. mereka dapat menikmati

konten tayangan media sebagai bentuk hiburan dan sebagai bentuk untuk menciptakan atau membangun keakraban sosial, namun di lain sisi mereka tetap melakukan pertimbangan dan mengkritisi konten berdasar pada nilai dan norma yang berlaku bagi mereka. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Santri Generasi z memiliki kecenderungan yang negotiated dan oppositional yang menegaskan peran dan nilai religius maupun sosial dalam proses decoding. serta penelitian ini berkontribusi pada pemahaman komunikasi digital di lingkungan pesantren yang menunjukkan pentingnya literasi media bagi audiens yang berlatar belakang religius.

Berdasar pada uraian di atas, seorang konten kreator di media sosial diharapkan untuk lebih bijak dalam menyampaikan pesan utamanya yang berbentuk humor, dengan mempertimbangkan batas etika serta keberagaman latar belakang khalayak media, terlebih pada audiens dari lingkup pesantren. Bagi praktisi konten, hasil ini menjadi masukan untuk lebih berhati – hati dalam penggunaan diksi humor yang bertentangan dengan nilai audiens konservatif. Kemudian pengguna media sosial termasuk para santri perlu adanya peningkatan literasi media agar dapat menanggapi berbagai konten dengan sikap yang kritis dan selektif.

## B. Saran

Saran yang penulis harapkan dapat menjadi masukan, meskipun saran ini masih terbatas dan jauh dari kata sempurna adalah sebagai berikut:

- a. Saran ini ditunjukkan kepada kreator khususnya akun seperti @eripras3\_, diharapkan untuk memperhatikan batasan etika dalam menyampaikan humor, utamanya jika konten tersebut terbuka untuk dikonsumsi publik dengan berbagai usia. Meskipun banyak aspek yang dapat menjadi daya tarik, penting untuk mempertimbangkan dampak yang dapat muncul dan bagaimana nantinya pola komunikasi publik dan persepsi audiens muda atau generasi z dan lanjutannya. Kreator diharapkan dapat mengeksplorasi bentuk humor yang tetap menghibur tanpa mengandalkan unsur vulgar sebagai daya jual utama.
- b. Bagi audiens khususnya generasi muda yang aktif di sosial media, penting untuk memiliki literasi media yang baik dalam menyikapi konten humor di media sosial. Sebagai audiens yang menggunakan media sosial kesadaran terhadap isi pesan, konteks penyampaian, serta nilai – nilai pribadi yang perlu penting menjadi sebuah pertimbangan dalam menerima atau menolak suatu bentuk hiburan. Karena sikap selektif dan kritis dalam mengonsumsi konten dapat menjadi langkah awal sebagai usaha membentuk ruang digital yang reflektif.

Adapun keterbatasan dari penelitian ini terdapat pada lingkup yang sempit, dimana penelitian ini hanya melibatkan santri dari Pondok Pesantren di Kotagede. Oleh sebab itu, saran penelitian lanjutan untuk melibatkan lebih banyak informan dari pesantren dan latar belakang yang berbeda, serta pada aspek gender, atau perbandingan antara respon santri dan non santri pada konten serupa



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, . . . Sari, M. E. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Abdul Chaer (2007: 87). (2023). Vulgarisme sebagai humor oleh streamer gaming youtube Milyhya A. *Jurnal Sastra Indonesia*, 12, 44–55. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/sasindo/article/download/43720/21044>
- Achsani, V., & Wibowo, A. (2023). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Body Positivity Pada Video Klip “Tutur Batin” Karya Yura Yunita. *Communications*, 5(2), 467–485. <https://doi.org/10.21009/communications.5.2.3>
- Aditya, I., & Sucipta, J. A. W. (2024). Analisis Perilaku Komunikasi Anggota Komunitas Meme Comic Indonesia Di Facebook. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 45–56. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.5666>
- Admin, K. (2012). *layang Pandang Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien*. [https://ppkham-yogya.blogspot.com/search/label/Profil Pesantren](https://ppkham-yogya.blogspot.com/search/label/Profil%20Pesantren)
- Almursyidi, M. M., & Harahap, A. (2024). Implementasi Metode Dakwah Bil-Hikmah Abi Azkakia Dalam Konten Gim Mobile Legends Di Tiktok. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(05), 09–16. <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i05.1660>
- Amaylia, D., Putri, S., & Setyawan, S. (2025). Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @ menjadi manusia dalam Kesehatan Mental. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 181–199. <https://doi.org/10.30596/ji.v9i1.19362>
- Ayu, I. G., Istri, P., Agung, I. G., & Chintya, A. (2024). Bahasa Vulgar Oleh Content Creator Tiktok “ Emil Mario .” *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra*, 38–46. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/semnalisa/article/view/9176>
- Ayuni, I., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. (2022). Perilaku Literasi Informasi Pada Anak Di Media Sosial. *Literasi : Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya*, 6(2), 176. <https://doi.org/10.25157/literasi.v6i2.7728>
- Azzahra, F. K., Muti'ah, T., & Budiarto, S. (2022). Kontrol diri dalam media sosial ditinjau dari etika digital. *Jurnal Spirits*, 12(2), 62–67. <https://doi.org/10.30738/spirits.v12i2.12812>
- Barta, S., Belanche, D., Fernández, A., & Flavián, M. (2023). Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70(July 2022). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103149>

- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology, 1*, 565–572. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). Manajemen Pendidikan Adab Di Pesantren Tahfidz Qur'an Hadits (TQH) Al- Hasyimi Tenggulun Solokuro Lamongan. *Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 335–345. <https://doi.org/10.30651/sr.v8i2.24560>
- Dan, B., Indonesia, S., Khoirunnisa, K., & Aidha, F. A. (2024). Konvergensi dan Tipologi Makna Humor sebagai Konstruksi Konteks Komunikasi Ala Gen Z : Perspektif Ekolinguistik. *Ghancaran (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 485–498. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.vi.17353>
- Delya, A. N., Sakuri, A. A., & Sugiharto, C. E. (2022). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Makna Muallaf Pada Iklan Online Bukalapak “A Stranger-A Ramadan Story.” *Jurnal CommLine*, 07(01), 43–56. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/download/663/667>
- Didiek Rahmanadji. (2009). Sejarah, teori, jenis, dan fungsi humor. *Jurnal Bahasa Dan Seni*, 35(2), 213–221.
- Dogiel Petrushevski G. K. Polyanski Yu. I., V. A. (2022). Analysis Humour Satire in Comic Strip as Critic in Social and Political Context of Komik Faktap. *Parasitology of Fishes.*, 147004(1905), 1–21. <https://sci-hub.tw/10.1002/iroh.19620470121>
- Dorota, B. (2023). *When vulgar becomes humorous – The Case Study Of Idi...* 2, 297–315.
- Fauzi, M. I. (2024). *Mengenal Profil Biodata Eripras Tiktok Lengkap, Umur, Asal dan Agama*. Katakita. [https://www.katakita.me/2024/10/mengenal-profil-biodata-eripras-tiktok.html#google\\_vignette](https://www.katakita.me/2024/10/mengenal-profil-biodata-eripras-tiktok.html#google_vignette)
- Ferry, H., Dana, W., & Sulistyaningtyas Tri. (2020). Humor Kontemporer Indonesia. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 17(1), 29–40. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17509/bs\\_jpbs.v17i1.6955](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17509/bs_jpbs.v17i1.6955)
- Gunawan, I. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Jakarta Timur Praktik* (Suryani (ed.)). Bumi Aksara.
- Hirata, K. A. (2017). Humor masyarakat belantik dalam novel. *Diksi*, 162–170. <https://doi.org/10.21831/diksi.v28i2.33220>
- Husna, M., & Marini, C. (2024). Cok dan Anjir : Studi Kasus Diksi Umpatan Siswa dalam Komunikasi Sehari- Hari di Madrasah menurut Perspektif Al- Qur ' an. *PenaEmas*, 2(2), 1–15. <https://ojsman1pasuruan.sch.id/jurnal/index.php/PenaEmas/article/view/31>
- Junaid, I., Ilham, M. D. M., & Saharuna, M. Y. (2022). Model Pengembangan Interpretasi Pariwisata Edukasi di Museum Kota Makassar. *Jurnal*

- Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 16(2), 216–236.  
<https://doi.org/10.47608/jki.v16i22022.216-236>
- Karina, M., Bila, N. S., Primantari, R., Tara, J. D., Rahmawati, A. F., Murti, N. W., Qintara, M. A., Hanifah, F., Wahyuni, D., A, A. A., & Novita, M. V. (2021). Gen Z insights: Perspective on education. In *UNISRI Press*.
- Krissandi, A. D. S., & Setiawan, K. A. C. (2018). Kritik Sosial Stand Up Comedy Indonesia Dalam Tinjauan Pragmatik. *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 7(2), 46–59. <https://doi.org/10.22437/pena.v7i2.5316>
- Kunci, K. (2023). Pengaruh Humor Terhadap Penurunan Stres Mahasiswa Psikologi Yang Mengerjakan Skripsi Di Universitas Banda Aceh Melda. *Journal of Healthcare Technology and Medicine*, 2(1), 93–105. <https://jurnal.uui.ac.id/index.php/JHTM/article/download/3628/1804>
- Kurniawan, A. D. (2024). Peran Konteks Dalam Menerjemahkan Humor : Tantangan Dan Strategi Untuk Memahami Humor Antar Budaya. *JISHUM Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 127–136. <https://doi.org/10.57248/jishum.v3i2.494>
- Kusmanto, H., Sabardila, A., & Al-Ma'ruf, A. I. (2021a). Diksi Dalam Wacana Humor Indonesia Di Media Sosial (Diction in Indonesia Humor Discourse on Sosial Media). *Kandai*, 17(1), 45. <https://doi.org/10.26499/jk.v17i1.2186>
- Kusmanto, H., Sabardila, A., & Al-Ma'ruf, A. I. (2021b). DIKSI DALAM WACANA HUMOR INDONESIA DI MEDIA SOSIAL (Diction in Indonesia Humor Discourse on Sosial Media). *Kandai*, 17(1), 45. <https://doi.org/10.26499/jk.v17i1.2186>
- Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Aini Siregar, S., Ardianti, I., Rahma Hasibuan, M., & Agustina, S. (2022). Media Sosial Dan Jejaring Sosial. *Maktabun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 1–5.
- Leonardo, R., & Junaidi, A. (2020). Kritik Sosial dalam Stand Up Comedy (Analisis Semiotika Show “Pragiwaksono World Tour”). *Koneksi*, 4(2), 185. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8077>
- Lubis, A. S., & Hanayani, R. (2022). *Studi Teoritis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha*. Bypass. <http://repo.uinsyahada.ac.id/id/eprint/1530>
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>
- Martin, R. A. (2018). *The Psychology of humor*. British Library Cataloguing in Publication Data.
- Masruroh, N. (2022). Media Sosial Dalam Lanskap Masyarakat Industri Dan Kaitannya Dengan Budaya Populer. *Publiciana*, 15(1), 28–37.

<https://doi.org/10.36563/p>

- Mastang. (2022). penggunaan bahasa vulgar pada anak usia remaja masyarakat Desa Mattabulu Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. *Universitas Muhammadiyah Makassar*, 12(8.5.2017), 2003–2005. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Meydiawati, I., & Alamiyah, S. S. (2023). Kritik Sosial Dalam Konten Komedi “Ingin Jadi Rakyat Yang Baik” Di Akun Instagram @Bintangemon. *Jurnal Signal*, 11(1), 26. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.7546>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Masa Edisi Pertama* (p. 580).
- Muftitama, A. (2023). Perilaku Komunikasi Pada Masyarakat Cyberspace ( Netnografi meme rage comic di Situs 1cak . com ) Communication Behavior In Cyberspace Community ( Netnography of rage comic memes on 1cak . com site ). *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 5(2). <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i2.826>
- Mustopa, R., Sarbini, A., & Ruslana, I. (2025). *Metode Dakwah Gus Baha Melalui Humor Di Channel YouTube Santri Gayeng*. 10(April), 165–184. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v10i2.40335>
- Muttaqien. (2019). Tafsir Tentang Etika komunikasi. *Al-Nasr*, IV, 1–15.
- Novia, L., Hikmat, A., & Safi”I, I. (2024). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Pidato. *Jurnal Inovasi Global*, 2(2), 307–311. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i2.64>
- Octavia Isroisholikhah, W. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 121–128. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>
- Ödmark, S. (2021). Moral Transgressors vs. Moral Entrepreneurs: The Curious Case of Comedy Accountability in an Era of Social Platform Dependence. *Journal of Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 36(4), 220–234. <https://doi.org/10.1080/23736992.2021.1967158>
- Perwita, A. I., Jasmine, E., Kinasih, N., Muhazir, A., & Purwokerto, A. (2024). Analisis Semiotika: Humor Seksis Dalam Acara Komedi “Lapor Pak!” *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(01), 31–43. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>
- Plaster, B. (2016). *Kompleksitas Tempat Kerja Lucu*.
- Pokhrel, S. (2024). Peran Media Sosial Dalam Dinamika Sosial Masyarakat Kontemporer. *Ayan*, 15(1), 37–48. <https://journal.alshobar.or.id/index.php/jkdpi/article/view/229>
- Priana, R. Y. S., Karlinah, S., Hidayat, D. R., & Sjuchro, D. W. (2024). Humour as a representation of community identity: an analysis of Sundanese verbal



- humour. *European Journal of Humour Research*, 12(4), 197–214. <https://doi.org/10.7592/EJHR2024.12.4.894>
- Purwati, D. (2022). Humor Expression in Sarah Sechan Talkshow. *International Journal of Research on English Teaching and Applied Linguistics*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/10.30863/ijretal.v3i1.3150>
- Putri, A. A., Aprilianti, A. D., Nurzahra, I. P. A., & Wahyudin, D. (2023). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku dan Karakter Siswa Sekolah Dasar (SD) Atikah Amanda Putri, Alya Dewi Aprilianti, Isni Putri Anggraini Nurzahra Dede Wahyudin, Jennyta caturiasari. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 13(1), 146--158.
- Rahmadanti, S. I., & Suranto, S. (2024). Analisis resepsi khalayak pada pemberitaan kasus kekerasan Novia Widyasari di kumparan.com. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(4). <https://doi.org/10.21831/lektur.v6i4.20982>
- Ramadhan, I. F., & Achmad, A. (2024). Gaya Bahasa Humor Satire Politik Komedi Stand Up Comedian Bintang Emon Dalam Konten Reels Instagram. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 6(2), 125–134. <https://mail.journal.moestopo.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/4199>
- Rifan Aditya. (2024). *Collab dengan Denny Caknan hingga Nyanyi Oplosan*. Suara.Com. <https://www.suara.com/lifestyle/2024/10/03/082618/profil-eri-prasetio-content-creator-kocak-collab-dengan-denny-caknan-hingga-nyanyi-oplosan?page=all>
- Rosenbusch, H., Evans, A. M., & Zeelenberg, M. (2022). The Relative Importance of Joke and Audience Characteristics in Eliciting Amusement. *Psychological Science*, 33(9), 1386–1394. <https://doi.org/10.1177/09567976221098595>
- Santika, E. (2023). *Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?* Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>
- Setiawan, M. A. (2024). Humor Atau Hina? Menilai Etika Komunikasi Publik dalam Kasus Gus Miftah dan Penjual Es Teh. *Jurnal Semai Komunikasi*, 7(2), 1–9. <https://jurnal.stikomsemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/download/106/83>
- SHELEMO, A. A. (2023). Strategi komunikasi dinas pengendalian penduduk keluarga berencana pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak kabupaten kampar menuju kota layak anak tingkat utama. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Siddiq, M. (2024). Diakritik Al-Qur'an Menurut Preferensi Abu Dawud. *Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 9, 36–53. <http://dx.doi.org/10.31314/ajamiy.9.2.265-284.2020>
- Statista. (n.d.). *Countries with the largest TikTok audience as of February 2025*.

<https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>

- Sugianto, R. M., Dulwahab, E., & Media, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Platform Pemberitaan. *Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 8(November), 375–392.  
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/download/37766/13928/128015>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development* (S. Suryadari (ed.); Cetakan ke, Vol. 16, Issue 1). Alfabeta, CV.
- Supriyana, A. (2020). Pelanggaran Prinsip Kesantuan Dalam Mengembangkan Wacana Humor. *Arkhaeis*, 11(1), 27–32.  
<https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/arkhaeis/issue/view/1389>
- Syadiyah, R. K., Astuti, R. H. Y., & Aprilliani, F. (2021). Psikologi Positif Melalui Humor dalam Menumbuhkan Kesehatan Mental. *Nosipakabelo: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 2(02), 67–78.  
<https://doi.org/10.24239/nosipakabelo.v2i02.840>
- Tampubolon, C. M., & Mahadian, A. B. (2024). Effectiveness of Humor in Advertising: Descriptive Comparative Study. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4, 89–98. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v4i2.4495>
- Tiktok, S. (2024). Generasi z dalam pembentukan personal branding melalui media sosial tiktok. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(11).  
<https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/7842>
- Ummah, M. S. (2019). Pengaruh Teknologi Komunikasi Informasi Terhadap Pergaulan Remaja. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.  
[http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Xie, Y., Al Imran Bin Yasin, M., Agil Bin Shekh Alsagoff, S., & Hoon Ang Article Info, L. (2022). An Overview of Stuart Hall's Encoding and Decoding Theory with Film Communication. *Multicultural Education*, 8(1), 190–198.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5894796>
- Yazid Kamal, N. (2024). Kritik Sosial Dalam Cerpen-Cerpen Karya Santri Pondok Al Munawwir Krapyak Yogyakarta yang Termuat di Situs [www.almunawwir.com](http://www.almunawwir.com) Berdasar pada Falsafah Pepali Pitu Sunan Drajat. *Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 13(3), 91–104.  
[https://journal.student.uny.ac.id/bsi/article/view/22858?utm\\_source=chatgpt.com](https://journal.student.uny.ac.id/bsi/article/view/22858?utm_source=chatgpt.com)
- Yulia, I., & Mujtahid, I. M. (2023). Fenomena Content Creator Di Kalangan Remaja Citayam Fashion Week. *Warta Dharmawangsa*, 17(2), 677–690.

<https://doi.org/10.46576/wdw.v17i2.3180>

Zainal, N., Ramli, M., & Muhammad, S. (2019). Peran Humor Dalam Modal Sosial. *Jipso*, 9(2), 328–393. <https://doi.org/10.15575/jispo.v9i2.5551>

Zuhri Abdussamad. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*.

