

Analisis Konten Komedi Kontroversial Tretan Muslim Pada Media Sosial Tiktok

Muhammad Finska Kaylla Katharizsa¹, Dindin Dimiyati²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, finska@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, rakeanwastu@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study aims to analyze how audiences interpret controversial comedic content by Tretan Muslim on TikTok. The focus is on audience interpretations of sensitive issues delivered through sarcastic humor. The study employed qualitative content analysis using Miles and Huberman's model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. Data were collected from six TikTok videos containing social criticism and relevant audience comments. Findings indicate that such content serves not only as entertainment but also as a medium for social critique that fosters public engagement and generates differing opinions. TikTok functions as a dynamic arena for social dialogue through comedy, though it often sparks controversy.

Keywords: TikTok, Controversial Comedy, Tretan Muslim, Content Analysis, New Media, Social Media

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana audiens memaknai konten komedi kontroversial Tretan Muslim di platform TikTok. Fokus penelitian diarahkan pada interpretasi audiens terhadap isu-isu sensitif yang dibungkus dalam komedi sarkasme. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan teknik analisis data Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Data diperoleh dari enam video TikTok Tretan Muslim yang mengandung kritik sosial dan komentar audiens yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten tersebut tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media penyampaian kritik sosial yang memicu keterlibatan publik dan memunculkan perbedaan pandangan. TikTok terbukti menjadi ruang dialog sosial yang dinamis melalui komedi, meskipun memicu kontroversi.

Kata Kunci: TikTok, Komedi Kontroversial, Tretan Muslim, Analisis Isi, Media Baru, Media Sosial

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan media baru telah merevolusi pola komunikasi manusia, menggeser paradigma dari komunikasi satu arah menuju pada interaksi dua arah yang bersifat partisipatif. Media baru berbasis teknologi digital memungkinkan distribusi informasi secara instan, personalisasi konten, serta keterlibatan aktif audiens dalam proses produksi makna. Salah satu wujud konkret dari media baru adalah media sosial, yang tidak hanya menjadi sarana berbagi informasi, tetapi juga arena negosiasi identitas, penyebaran ide, serta pembentukan opini publik.

TikTok, sebagai platform media sosial berbasis video pendek, telah berkembang pesat dan menjadi salah satu media paling populer di Indonesia. Laporan dari *We Are Social* (2025) menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi kedua pengguna TikTok terbanyak di dunia, dengan lebih dari 107 juta pengguna aktif. Algoritma TikTok yang adaptif membuat platform ini tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga medium diskusi sosial yang dinamis.

Dalam ekosistem TikTok, genre komedi memiliki posisi strategis karena kemampuannya menjangkau audiens luas dengan kemasan ringan namun sarat makna. Salah satu dari figur komedi yang menonjol adalah Tretan Muslim, komika yang dikenal dengan gaya sarkasme dan kritik sosial yang kerap memicu kontroversi. Kontennya sering kali mengangkat isu-isu sensitif mulai dari agama, budaya, hingga kebijakan publik, yang kemudian

memunculkan respon audiens yang beragam mulai dari apresiasi hingga penolakan keras. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena menunjukkan bagaimana ruang digital menjadi arena negosiasi makna, tempat audiens mengkonstruksi interpretasi terhadap pesan yang mereka terima.

Komedi kontroversial yang dihadirkan Tretan Muslim merefleksikan pergeseran fungsi media sosial dari sekadar wadah hiburan menjadi medium kritik sosial. Namun, sifat kontroversial tersebut juga berpotensi menimbulkan polarisasi opini. Hal ini menuntut kajian mendalam untuk memahami bagaimana audiens memaknai pesan yang disampaikan, terutama dalam konteks interaksi publik di ruang digital yang sangat cepat dan terbuka. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menganalisis makna yang dibangun audiens terhadap konten komedi kontroversial Tretan Muslim di media sosial TikTok, dengan mempertimbangkan dinamika komunikasi di media baru serta karakteristik budaya partisipatif di media sosial.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Media Baru

Media baru merujuk pada bentuk media berbasis teknologi digital yang memungkinkan komunikasi interaktif, personalisasi pesan, serta distribusi informasi secara instan melalui jaringan internet. McManus (1994) dalam (J. Severin & W. Tankard, 2014; Manovich, 2001) menyebutkan bahwa media baru memiliki karakteristik seperti peralihan dari kelangkaan menuju kelimpahan media, dari konten untuk audiens massal ke konten yang disesuaikan, serta dari komunikasi satu arah ke komunikasi interaktif.

(Manovich, 2001) menjelaskan lima prinsip media baru: *numerical representation*, *modularity*, *automation*, *variability*, dan *transcoding*. Kelima prinsip ini menegaskan bahwa media baru tidak hanya mengubah format informasi, tetapi juga mengubah cara berpikir dan budaya pengguna terhadap informasi.

B. Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* berbasis internet yang memungkinkan pengguna membuat, berbagi, dan bertukar informasi dalam berbagai format seperti teks, gambar, video, maupun audio. Kaplan dan Haenlein (2010) dalam (Van Dijck, 2013) mendefinisikannya sebagai sekelompok aplikasi berbasis web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna (*user generated content*).

Dalam perspektif komunikasi, media sosial menjadi ruang partisipatif di mana pengguna tidak hanya sebagai konsumen pesan, tetapi juga produsen yang mempengaruhi arus informasi dan opini publik. Karakteristik ini menjadikan media sosial sebagai medium yang efektif dalam membangun *engagement* antara kreator dan audiens.

C. TikTok sebagai Platform Media Baru

TikTok adalah *platform* media sosial berbasis video pendek yang diluncurkan pada 2016 dan menggabungkan elemen musik, hiburan, serta interaksi sosial. Dengan algoritma berbasis *artificial intelligence*, TikTok menyajikan konten sesuai preferensi pengguna melalui fitur *For Your Page* (FYP). TikTok tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga untuk edukasi, kampanye sosial, dan penyebaran kritik sosial. Fleksibilitas ini menjadikannya wadah penting dalam budaya partisipatif era digital.

D. Komedi Kontroversial di Media Sosial

Komedi kontroversial adalah bentuk humor yang mengangkat isu-isu sensitif seperti agama, politik, atau norma sosial yang memicu perbedaan pendapat. Menurut McQuail (2010), kontroversi muncul ketika suatu isu menyentuh nilai-nilai mendasar masyarakat. Dalam konteks media sosial, komedi kontroversial dapat memperluas jangkauan pesan, tetapi juga berpotensi menimbulkan polarisasi audiens.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*qualitative content analysis*). Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian untuk memahami makna yang dibangun audiens terhadap konten komedi kontroversial Tretan Muslim pada media sosial TikTok. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi

tema-tema dominan, pola interaksi, serta interpretasi yang muncul dari konten video dan komentar audiens. Analisis dilakukan mengikuti panduan Krippendorff (2019), yang mencakup tahapan unitisasi, pengambilan sampel, pengkodean, penyederhanaan data, inferensi, dan penarikan kesimpulan.

Objek dalam penelitian ini adalah 6 video komedi kontroversial yang diunggah Tretan Muslim pada akun TikTok resminya yaitu (@gakbakaljoget), yang mengandung kritik sosial, isu sensitif, atau topik yang memicu kontroversi. Sementara itu untuk subjek dari penelitian ini adalah audiens yang memberikan komentar pada 6 video tersebut. Fokus analisis diarahkan pada bagaimana mereka memaknai konten komedi kontroversial Tretan Muslim pada media sosial TikTok.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahap. Pertama dilakukannya pemilihan data dengan mengidentifikasi video Tretan Muslim yang memenuhi kriteria yaitu memuat unsur komedi, menangkat isu sensitif, dan memicu respons yang beragam. Kedua adalah pengambilan sampel dengan memilih 6 video secara purposif, kemudian mengambil komentar yang relevan, representatif dan beragam sudut pandang. Terakhir adalah persiapan data dengan mentranskripsikan narasi video, mencatat elemen visual penting, dan mengklasifikasikan komentar berdasarkan kategori respons.

Dalam proses analisis data, analisis dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman (2015) dengan tiga tahap. Pertama reduksi data dengan mengkodekan komentar ke dalam kategori tematik. Kedua penyajian data dengan menyusun temuan dalam bentuk narasi deskriptif yang menghubungkan isi konten dan respons audiens. Terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi dengan menyimpulkan pola makna dan memberifikasi melalui perbandingan dengan teori media baru dan media sosial.

Untuk menjaga validitas data, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data dari observasi nonpartisipan terhadap video dan interaksi komentar, dokumentasi dari *platform* media sosial atau diskusi publik terkait konten, dan komentar audiens yang dianalisis secara langsung dari media sosial TikTok. Triangulasi sumber ini memastikan bahwa interpretasi hasil penelitian merepresentasikan kondisi nyata interaksi audiens di media sosial TikTok.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Akun TikTok Tretan Muslim

Tretan Muslim adalah seorang komedian Indonesia yang aktif di media sosial TikTok dengan nama pengguna (@gakbakaljoget). Akun ini memiliki lebih dari 350 ribu pengikut dan total *likes* lebih dari 9 juta. Akun TikTok ini fokus pada konten komedi yang seringkali mengangkat tema kontroversial, seperti isu sosial, budaya, agama, dan politik. Tretan Muslim dikenal dengan gaya komedi satirnya yang khas. Berdasarkan data per 4 Januari 2025, akun ini memiliki 391.600 pengikut dan 9.300.000 *likes* secara keseluruhan. Frekuensi unggahan Tretan Muslim di TikTok adalah satu atau dua konten setiap bulannya.

B. Hasil Penelitian

Penelitian ini menganalisis enam konten komedi kontroversial Tretan Muslim. Pertama ada Kritik Pandawara (masyarakat), kritik pandawara (pemerintah), duta anti narkoba, pernikahan pinjaman online, pembuatan KTP, dan aparat penegak hukum. Setelah melakukan analisis pada enam konten tersebut ditemukan adanya komentar yang terbagi menjadi dua kategori utama yaitu mendukung dan tidak mendukung. Pada mendukung, sebagian besar audiens memahami kritik sosial yang disampaikan dan mengapresiasi keberanian Tretan Muslim. Audiens juga menunjukkan validasi dan keterhubungan personal yang mencerminkan pengalaman serupa. Sedangkan pada tidak mendukung, respons ini muncul dari perbedaan nilai, pengalaman pribadi yang kontras, atau penolakan terhadap pendekatan tertentu. Bahkan terdapat juga komentar yang meragukan kredibilitas Tretan Muslim sebagai individu.

C. Pembahasan

Analisis konten dan respons dari audiens, dikaitkan dengan teori media baru dan media sosial, menunjukkan bahwa konten komedi Tretan Muslim tidak hanya berfungsi sebagai hiburan saja. Menurut perspektif media baru, konten-konten ini memanfaatkan karakteristik media baru seperti modularitas, otomatisasi dan variabilitas. Format video pendek TikTok memungkinkan distribusi pesan yang cepat dan masif, mengubah isu-isu menjadi narasi digital yang mudah diakses. Sedangkan menurut perspektif media sosial, TikTok menjadi ruang diskursif di mana audiens aktif berpartisipasi dalam pembentukan makna. Komentar-komentar yang beragam mencerminkan dialog sosial yang dinamis, hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak lagi pasif tetapi menjadi produsen makna yang turut membentuk persepsi publik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Konten komedi kontroversial Tretan Muslim di media sosial TikTok dimaknai audiens secara beragam, mulai dari dukungan hingga penolakan. TikTok sebagai media baru berperan penting dalam memfasilitasi dialog sosial melalui komedi, meskipun berisiko memicu perbedaan pandangan.

B. Saran

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas objek dengan melibatkan kreator lain untuk membandingkan pola pemaknaan audiens terhadap komedi kontroversial di media sosial. Selain itu adanya wawancara dengan audiens lebih disarankan untuk mengetahui lebih dalam bagaimana audiens memaknai makna dari sebuah konten.

REFERENSI

- Akbari, A., Noortyani, R., & Rafiek, M. (2024). Kajian pragmatik terhadap kritik sosial melalui humor dark jokes Tretan Coki pada akun “TikTok” Komedi.Gelapp. *Jurnal Bahasa, Sastra dan Pembelajarannya*, 14, 224–240.
- Ayuningtyas, F., Cahyani, I. P., & Purabaya, R. H. (2022). Edukasi penggunaan media sosial TikTok sebagai media pembelajaran di SDIT Attasyakur. *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 25. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v4i1.2326>
- Damayani Pohan, D., & Fitria, U. S. (2021). Jenis-jenis komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3). <http://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss>
- Diaz, M., & Musdalifah, W. (2020). Pengembangan skala identitas sosial: Validitas, dan analisis faktor konfirmatori. *Jurnal Psikologi*, 15(1), 58–67.
- Dwi, E., & Watie, S. (2011). Komunikasi dan media sosial (Vol. III, Issue 1). http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sos
- Hafidz Nur Bhawika, N., Setyawati, N., & Prayogi, I. (2024). Pola tindak tutur ekspresif dalam komedi tunggal di Kompas TV oleh Marshel Widiyanto. *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, dan Sosial Humaniora*, 2(2), 51–61. <https://doi.org/10.59024/atmosfer.v2i2.773>
- Herlina, et al. (2023). Pengantar Ilmu Komunikasi. [Buku teks].
- Hidayat, Z., Hasmawati, F., & Hamandia, M. R. (2024). Komunikasi massa pada media RRI Palembang dalam eksistensi media online (RRI.CO.ID). *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 1(3), 10. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2490>
- Kozinets, R. V. (2015). Netnography. In *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society* (pp. 1–8). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs067>
- Kozinets, R. V., & Gambetti, R. (2021). *Netnography Unlimited*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003001430>
- Siahaan, C., & Putra Laia, A. (2022). Studi literatur: Media sosial “TikTok” dan pembentukan karakter remaja. Retrieved from www.freepnglogos.com
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2014). *Communication theories: Origins, methods and uses in mass media*. Pearson Education.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In *Psychology of Intergroup Relations*.
- Wardrip-Fruin, N., & Montfort, N. (Eds.). (2003). *The New Media Reader*. MIT Press.
- W. Cresswell, J., & Cresswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the causes of the “Tik Tok” app becoming popular and the existing problems. *Journal of Advanced Management Science*, 7(2), 59–63. <https://doi.org/10.18178/joams.7.2.59-63>