

SURAT TUGAS

Nomor: 697-R/UNTAR/PENELITIAN/II/2026

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

GREGORIUS GENEP SUKENDRO, S.Sos., M.Si.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul : Strategi Komunikasi Sindiran Konten Lip Service TikTok @podcastkeselaje
Nama Media : Koneksi
Penerbit : Fikom Untar
Volume/Tahun : Vol. 9, No. 2, Oktober 2025
URL Repository : <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/issue/view/880>

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

19 Februari 2026

Rektor



Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : 8f2db8a5b16e896b57e84a5e31a49160

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

OFFICE
Jl. Letjen S. Parman No 1, Jakarta Barat 11440

PHONE
+62 21-5671 747 (Hunting)
+62 21-5695 8723 (Admission)

EMAIL
humas@untar.ac.id

WEBSITE
untar.ac.id


Untar Jakarta



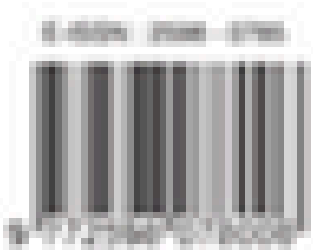
VOL. 09 NO. 02 TH. 2025

E-ISSN : 2598 - 0785

KONEKSI

VOL. 09 | NO. 02

KONEKSI



Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jln. S. Parman No. 1 Lantai 11 Gedung Utama Jakarta Barat: 11440
Phone: 021 - 5671747 (hunting)
Fax: 021 - 56958736

FOKUS DAN RUANG LINGKUP

Koneksi merupakan jurnal hasil karya tulis dari mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Jurnal ini menjadi forum publikasi bagi hasil karya mahasiswa. Artikel yang diterbitkan masih jauh dari sempurna dan terbuka untuk saran serta kritik yang membangun.

Koneksi menerbitkan artikel hasil karya mahasiswa di bidang ilmu komunikasi, terutama di bidang periklanan, *marketing communication*, *public relations*, jurnalistik, media, teknologi komunikasi, simbol, komunikasi antarbudaya, komunikasi bisnis, dan lain-lain. Koneksi diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting

- Dr. Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si

Dewan Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.
- Dr. Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Dr. Tria Patrianti, S.Sos., M.I.Kom.
- Sekartaji Anisa Putri, M.Si.
- Sofia Primalisanti Devi, S.I.Kom., M.Si.

Penyunting Pelaksana

- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
- Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.
- Septia Winduwati, S.Sos., M.Si.
- Dr. Gafar Yoedtadi, M.Si.

Penyunting Tata Letak

- Lydia Irena, S.I.Kom., M.Si.

Asisten Mahasiswa Pengelola Jurnal

- Keisha Madeline Chandra

Sekretariat Administrasi

- Purwanti, S.E.
- Ady Sulistyio

Alamat Redaksi:

Jl. S. Parman No.1 Gedung Utama Lantai 11. Jakarta Barat 11440

Telepon: 021-56960586, Fax : 021-56960584

Email: koneksi@untar.ac.id

Website: <http://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi>

DAFTAR ISI

Peran Komunikasi Intrapersonal terhadap Penerimaan Tren <i>Work Life Balance</i> Menjadi Gaya Hidup Generasi Z di Indonesia Paulina Susanto, Diah Ayu Candraningrum.....	286-295
Dinamika Ekspektasi dalam Pasangan Berpacaran: Studi pada Akun TikTok @ashleywrobz Michelle Angela Bhudiawan, Ahmad Junaidi.....	296-304
Representasi Kesenjangan Sosial Menurut Orang Indonesia dalam Serial <i>Queen of Tears</i> (Analisis Semiotika Saussure) Melyanna, Gregorius Genep Sukendro.....	305-313
Fenomena Parasosial dan Ketertarikan Emosional Penggemar SEVENTEEN di Weverse Lecia Fernanda Xiang, Lusia Savitri Setyo Utami.....	314-324
Kompetensi Penulis Popmama IDN Media dan Minat Baca Mahasiswa Fikom Untar Laurentia Yovianny, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	325-334
Strategi Komunikasi Sindiran Konten <i>Lip Service</i> TikTok @podcastkeselaje Gloria Maranatha N. Simatupang, Gregorius Genep Sukendro.....	335-344
<i>Culture Shock</i> dalam Adaptasi Sosial Remaja Perantau Juli Veni Sumiati, Lusia Savitri Setyo Utami.....	345-355
Representasi Nilai Optimisme dalam MV PLAVE “The 6th Summer” Khoirunnisa Irfiyani, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	356-365
Analisis Persepsi Orang Tua terhadap Kidfluencer (Studi Pada Akun TikTok @abe_daily) Fransisca Widia Santosa, Gregorius Genep Sukendro.....	366-374
Konstruksi Tragedi sebagai Humor dalam Film <i>Agak Laen</i> (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough) Feilyn Davilia, Nigar Pandrianto.....	375-386
Pemanfaatan Media Sosial X untuk Interaksi Penggemar dalam Mendukung Idola Devy Yana Hasan, Lusia Savitri Setyo Utami.....	387-395
Representasi Profesi Jurnalis dalam Budaya Pop Korea: Analisis Resepsi Mahasiswa Jurnalis terhadap Drama Korea <i>Pinocchio</i> Shania, Septia Winduwati.....	396-403
Analisis Komunikasi Kelompok <i>Adi and Friends Organizer</i> Menggunakan Teori <i>Leader-Member Exchange</i> (Studi Pada Pernikahan Klien) Cecilia Sissy, Sisca Aulia.....	404-412

Praktik Kambing Hitam Sebagai Gambaran Ketidakadilan dalam Masyarakat (Studi Pada Film Penyalin Cahaya) Blinda Valanchie, Nigar Pandrianto.....	413-421
Film Animasi “Inside Out 2” sebagai Media Edukasi Mengenai Kecemasan Remaja Arcelia Emmanuella Adiwinata, Septia Winduwati.....	422-433
Harmoni Antarbudaya dalam Secangkir Teh: Kajian Gong Fu Cha Pantjoran Tea House Angela Cheryl Nathania, Nigar Pandrianto.....	434-443
Peran Jurnalis ANTV dalam Menjaga Objektivitas Berita di Era Persaingan Media Televisi dan Media Sosial Aliya Mumtaz, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	444-450
Komunikasi Kelompok <i>Eating Reorder</i> dalam Membangun Supportivitas Yoliandra Nur Sharka, Septia Winduwati.....	451-457
Strategi Komunikasi Konten Kreator Edsa Estella di TikTok Christina, Sisca Aulia.....	458-465
Analisis Peran Humas DPR RI dalam Pengelolaan Instagram @ppid.dprri Maully Helau Budi, Sinta Paramita.....	466-472
Studi Dramaturgi pada Transpuan Gebby Vesta di Instagram Marcella Andilia, Suzy Azeharie.....	473-481
Komunikasi Antar Budaya Etnis Tiong Hoa, Melayu, dan Dayak dalam Menjaga Toleransi Antar Etnis di Singkawang Jessica Violita, Sinta Paramita.....	482-488
Budaya Komunikasi Etnis Minang dalam Film Saiyo Sakato Jessica Vallery Winoto, Suzy Azeharie.....	489-496
Konten di Media Sosial Sebagai Sarana Pelestarian Kebudayaan pada Swara Gembira Calista Takako Theja, Wulan Purnama Sari.....	497-504
Representasi Perempuan dari Video Iklan Victoria's Secret Koleksi The Icon (Studi Wacana Kritis Sara Mills) Andreas Solagracia, Suzy Azeharie.....	505-515
Simulasi Era Disrupsi dalam Iklan Apple “Crush” Arief Budhiman, Nigar Pandrianto.....	516-523
Transformasi Konsumsi Hiburan Generasi Z melalui TikTok: Pendekatan Ekologi Media Ervin Christopher, Muhammad Adi Pribadi.....	524-530

Kontroversi Pernyataan Joko Widodo tentang Kampanye dalam Pemilu 2024 di Media Detik.com dan Viva.co.id Richard Neilson Salim, Farid Rusdi.....	531-538
Hubungan Antara Kredibilitas Keanu Angelo dengan Sikap Penonton terhadap Iklan YouTube Miracles Hair Supplement Pantene Yolanda Patricia, Hanny Hafiar, Kokom Komariah.....	539-550
Gaya Penyajian Berita Kumparan dan Minat Baca Generasi Z di Media Digital Mirecle Othniel Gunawan, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	551-558

Strategi Komunikasi Sindiran Konten *Lip Service* TikTok @podcastkeselaje

Gloria Maranatha N. Simatupang¹, Gregorius Genep Sukendro^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: gloria.915210176@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: geneps@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 25-11-2024, revisi tanggal : 20-12-2024, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-02-2025

Abstract

This study analyzes the communication strategies employed in the satirical content of Lip Service, popularized by Oza Rangkuti on TikTok. Using a qualitative approach, this study explores the use of satirical humor as a tool for delivering social criticism and entertainment. Data was collected through in-depth interviews, content observation, and analysis of three videos with high levels of interaction. The results indicate that subtle satire combined with humor serves to both entertain the audience and convey a message. Humor is used to reduce audience resistance to criticism, enhance content appeal, and improve message retention. Additionally, Oza incorporates nonverbal communication in the form of visual expressions and distinctive gestures to enrich the entertainment element, creating a unique and relatable viewing experience for the audience. The content also utilizes relevant social issues to build emotional connections with the audience, encouraging active interaction and opening up spaces for discussion. This study highlights how satirical communication strategies can address sensitive issues in an entertaining yet meaningful way. The study contributes to a new understanding of satirical humor as a strategic approach in digital communication.

Keywords: communication strategy, lip service, satirical humor, social criticism, TikTok

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi dalam konten sindiran *Lip Service* yang dipopulerkan oleh Oza Rangkuti di TikTok. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, studi ini mengeksplorasi penggunaan humor sindiran sebagai alat penyampaian kritik sosial dan hiburan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi konten, dan analisis tiga video dengan tingkat interaksi tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sindiran halus dipadukan dengan humor yang berperan untuk menciptakan hiburan bagi audien sekaligus dalam menyampaikan pesan. Humor digunakan untuk mengurangi resistensi audiens terhadap kritik, memperkuat daya tarik konten, dan meningkatkan daya ingat pesan. Selain itu, Oza menggabungkan komunikasi non-verbal dalam bentuk ekspresi visual dan gestur khas untuk memperkaya elemen hiburan, menciptakan pengalaman menonton yang unik dan *relatable* bagi audiens. Konten ini juga menggunakan isu sosial yang relevan untuk membangun keterhubungan emosional dengan audiens, mendorong interaksi aktif, serta membuka ruang diskusi. Penelitian ini menyoroti bagaimana strategi komunikasi dalam bentuk sindiran dapat mengangkat isu sensitif secara menghibur namun tetap bermakna. Studi ini berkontribusi pada pemahaman baru tentang humor sindiran sebagai pendekatan strategis dalam komunikasi digital.

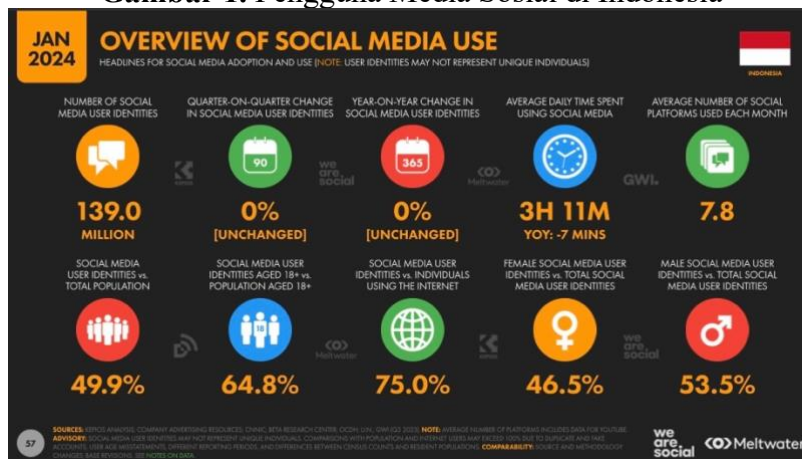
Kata Kunci: humor sindiran, kritik sosial, *lip service*, strategi komunikasi, TikTok

1. Pendahuluan

Strategi komunikasi di media sosial melibatkan perencanaan konten untuk menciptakan keterlibatan audiens yang lebih dalam, yang penting untuk membentuk opini dan mempengaruhi pemahaman audiens tentang berbagai isu (Alfiyani, 2018). Dalam model "SOME" yang diusulkan oleh Luttrell (2016), ada beberapa elemen utama seperti berbagi, optimasi, manajemen, dan keterlibatan yang harus dikelola dengan baik untuk mencapai hasil komunikasi yang efektif. Konten yang menarik dan komunikasi aktif dapat membangun kedekatan emosional antara merek dan audiens (Fatmawati, 2021).

Menurut laporan We Are Social (2024), sebanyak 49,9% dari total populasi Indonesia menggunakan media sosial. Persentase pengguna media sosial berusia 18 tahun ke atas dibandingkan dengan populasi usia 18 tahun ke atas mencapai 64,8%. Data ini menunjukkan betapa besarnya penetrasi media sosial di kalangan anak muda atau orang dewasa di Indonesia, menjadikan platform ini sebagai media utama untuk komunikasi, hiburan, dan informasi.

Gambar 1. Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber: We Are Social (2024)

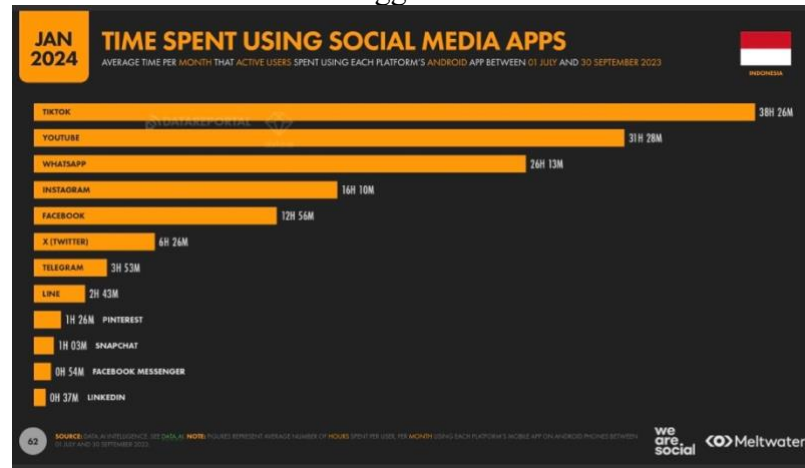
Sindiran digunakan sebagai cara untuk menyampaikan kritik secara halus dan tidak langsung. Penggunaan sindiran dapat mempermudah audiens untuk memahami pesan yang disampaikan, terutama ketika dikemas dengan humor yang relevan. Ini bisa berupa perkataan atau gambar yang memiliki makna tersembunyi dan sering kali digunakan untuk menyoroti masalah sosial atau ketidakadilan dalam masyarakat (Arisnawati, 2020).

Lip Service merupakan seri konten sindiran yang dipopulerkan oleh Oza Rangkuti di TikTok. Dalam konten ini, Oza menyampaikan sindiran halus dengan cara yang akrab dan humoris, seolah-olah ia berbicara langsung tentang apa yang ingin didengar oleh objek yang sedang disindir. Pendekatan ini membuat sindiran terasa lebih personal dan tajam, namun tetap menghibur. Kombinasi humor dan kritik yang disampaikan dengan halus memungkinkan pesan diterima tanpa resistensi, menciptakan keseimbangan antara hiburan dan refleksi.

Humor sering digunakan untuk mengurangi ketegangan dalam percakapan dan menarik perhatian audiens. Dalam konteks media sosial, humor dapat digunakan untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan mempererat hubungan antara pembuat konten dan audiens (Fauzan et al., 2023). Humor yang relevan dan tepat waktu juga

dapat meningkatkan daya tarik pesan dan memperkuat pesan sosial yang ingin disampaikan (Aji et al., 2024).

Gambar 2. Rata-Rata Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber: We Are Social (2024)

Laporan *We Are Social* Januari 2024 menunjukkan bahwa sebanyak 41,4% pengguna media sosial menyukai hiburan. Konten komedi, sebagai bagian dari hiburan, menarik audiens melalui humor yang menyenangkan, menciptakan *emotional connection*, dan meningkatkan keterlibatan (Rubiyanto et al., 2024). Humor juga mendukung kesejahteraan emosional, seperti diungkapkan Kuntoro (2020), bahwa *sense of humour* mengurangi stres hingga 62,90%.

Platform media sosial TikTok yang populer sejak 2017, telah menjadi platform utama bagi banyak *content creator* untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui video pendek yang mudah viral (ByteDance, 2017). Dengan fitur seperti musik, efek khusus, dan algoritma yang disesuaikan dengan minat pengguna, TikTok menjadi media efektif untuk menyebarkan konten dengan cepat dan luas (Rizky Amarta & Anwar, 2023). TikTok menjadi aplikasi media sosial dengan waktu penggunaan tertinggi di Indonesia, yaitu rata-rata 38 jam 26 menit per bulan. Angka ini mencerminkan dominasi TikTok sebagai platform yang paling sering digunakan masyarakat untuk mengakses konten, baik untuk hiburan maupun kebutuhan lainnya (We Are Social, 2024).

Konten yang berkualitas tinggi dan relevan memainkan peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara merek dan audiens. Konten tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan kesadaran dan loyalitas merek (Khotimatul Husna & Khoiril Mala, 2024). Dalam dunia digital, konten yang dapat mengundang interaksi dan memberikan nilai lebih bagi audiens sangat berharga bagi perkembangan sebuah merek (As Alukal Huda Mei Fani et al., 2024).

Stand-up comedy telah berkembang menjadi medium yang efektif untuk menyampaikan kritik sosial melalui humor yang tajam. Banyak komika menggunakan sindiran dan humor satir untuk menyoroti masalah sosial atau ketidakadilan dengan cara yang menghibur, menjadikannya lebih mudah diterima oleh audiens (Ismail, 2018). Materi komedi ini seringkali mengandung perspektif yang unik tentang isu-isu sensitif di masyarakat.

Content creator adalah individu yang menghasilkan konten secara konsisten untuk membangun audiens dan meningkatkan pengaruh di platform digital. Mereka

berperan penting dalam pemasaran konten dan penciptaan *personal branding* (Wira & Abas, 2024). Keberhasilan seorang *content creator* bergantung pada kemampuan mereka untuk menciptakan konten yang relevan, menarik, dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai platform sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube (Anglada-Pujol María et al., 2023).

Seri *Lip Service* berhasil meraih *engagement* tinggi karena humor sindirannya yang tajam namun ringan. Konten ini mengomentari tren masyarakat dengan cara yang menghibur, menarik perhatian audiens, dan mendorong partisipasi aktif melalui banyaknya *likes*, *comments*, dan *shares*. Durasi singkat dan penyampaian cepat menjadikannya lebih menarik bagi pengguna TikTok yang menyukai konten dengan interaksi tinggi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi konten sindiran dalam serial *Lip Service* akun TikTok @podcastkeselaje dalam menghibur audiens. Pokok permasalahan yang dibahas adalah bagaimana strategi komunikasi sindiran diterapkan dapat menghibur audiens melalui penggunaan humor dalam konten yang disajikan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis strategi komunikasi dengan humor sindiran dalam serial *Lip Service* oleh Oza Rangkuti. Penelitian kualitatif adalah upaya untuk memahami secara mendalam suatu fenomena dengan cara mengamati, mewawancarai, dan menganalisis berbagai dokumen terkait (Ultavia et al., 2023). Pendekatan kualitatif memungkinkan pemahaman yang lebih dalam tentang penerapan humor sindiran untuk menghibur audiens. Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi subjek yang terdiri dari empat audiens yang berinteraksi dengan konten *Lip Service* dan Oza Rangkuti sebagai pembuat konten. Fokus objek penelitian terletak pada tiga video populer dari serial *Lip Service* yang memiliki tingkat interaksi tinggi di TikTok.

Metode pengumpulan data mencakup wawancara mendalam dengan Oza, empat audiens yang merupakan *followers* TikTok @podcastkeselaje, observasi tidak langsung terhadap konten TikTok, serta analisis konten terhadap Tiga video dari serial *Lip Service* yang menjadi objek penelitian ini adalah: *Lip Service* untuk sTiKeR LaPtOp, *Lip Service* untuk BacHoLorEttE pARtY, dan *Lip Service* untuk para FOMO POLITIK. Ketiga video ini dipilih karena memiliki *engagement* tertinggi dan memberikan dampak yang signifikan dalam menciptakan keterlibatan audiens serta menghibur penonton. Proses analisis data menggunakan teknik kualitatif dengan *coding* untuk mengeksplorasi penggunaan humor sindiran dalam komunikasi dan reaksi audiens terhadapnya. Validasi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode triangulasi. Triangulasi dalam penelitian kualitatif melibatkan pemanfaatan berbagai sumber data, metode, atau perspektif yang berbeda untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas temuan (Vera Nurfajriani et al., 2024). Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil dari wawancara, observasi, dan analisis konten. Selain itu, untuk memastikan keabsahan analisis terkait elemen bahasa yang digunakan dalam sindiran, wawancara dengan ahli linguistik juga dilibatkan sebagai bagian dari proses validasi.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

a. Sindiran Halus sebagai Strategi Komunikasi Kritik Sosial dalam *Lip Service*

Oza Rangkuti menggunakan sindiran halus sebagai cara untuk menyampaikan kritik dalam konten *Lip Service*. Pendekatan ini memberikan hiburan sekaligus membahas isu sensitif dengan cara yang lebih ringan. Sindiran halus memungkinkan audiens untuk merenungkan kritik tanpa merasa diserang langsung. Oza sendiri mengungkapkan bahwa ia lebih suka menyinggung topik-topik berat dengan humor santai, sehingga konten tetap menghibur, namun juga memiliki makna mendalam. Dalam wawancaranya, Oza menyebutkan,

"Yang bikin konten Lip Service beda itu karena gue lebih fokus pada cara nyindir orang atau situasi dengan cara yang halus, seakan-akan itu adalah sesuatu yang mereka mau denger. Jadi, itu bukan sindiran yang langsung atau kasar, tapi disampaikan dengan gaya yang lebih santai, dan nggak terlalu eksplisit."

Sindiran yang disampaikan dengan cara ini memberi ruang bagi audiens untuk berpikir kritis, sementara tetap merasa terhibur.

b. Humor Sindiran sebagai Alat Penyampaian Pesan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan humor dalam konten *Lip Service* karya Oza Rangkuti memiliki peran yang signifikan dalam menyampaikan pesan. Humor tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menghibur, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan daya tarik konten dan memudahkan audiens memahami pesan yang disampaikan. Dengan menciptakan suasana yang lebih santai dan menyenangkan, humor memungkinkan pesan-pesan yang kompleks, bahkan yang bersifat kritis, disampaikan dengan cara yang lebih mudah diterima. Oza mengatakan,

"Kalau kita kasih humor di dalam pesan, orang jadi lebih mudah ingat dan nggak terlalu tegang pas denger kritiknya."

Selain itu, humor juga dapat meningkatkan daya ingat audiens terhadap pesan yang disampaikan, sehingga pesan tersebut lebih berkesan dan tahan lama.

c. Relasi Konten dengan Keresahan dan Kehidupan Audiens

Lip Service membangun hubungan yang dalam dengan audiens melalui konten yang mengangkat keresahan dan isu sosial yang sering dialami banyak orang. Dengan menggunakan pengalaman sehari-hari yang *relate*, audiens merasa terhubung dan tidak sendirian dalam menghadapi tantangan hidup. Konten ini membuka ruang untuk diskusi lebih luas, memperkuat ikatan sosial di antara mereka yang merasakan hal yang sama. Audiens merasa bahwa pengalaman mereka diwakili, yang menciptakan interaksi yang lebih bermakna. Narasumber Indira menyatakan,

"Karena kontennya lucu atau relate atau kayak kan mostly itu kan kontennya tu tentang keresahan ya kaya misalnya anak-anak JakSel gitu atau yang Gen Z. Nah itu kayak ada beberapa yang relate."

d. Kombinasi Majas Sindiran dalam Komunikasi Sindiran Lip Service

Oza menggunakan majas sindiran seperti ironi, satire, dan sinisme dalam kontennya untuk menyampaikan kritik yang tajam untuk mengundang tawa. Dengan memainkan intonasi suara dan bahasa tubuh, Oza menguatkan pesan yang ingin disampaikan. Sindiran-sindiran ini tidak hanya menghibur, tetapi juga mengajak audiens untuk berpikir lebih dalam tentang isu yang diangkat. Penggunaan majas sindiran ini menjadi salah satu kekuatan *Lip Service*, menjadikan konten tersebut tidak hanya lucu tetapi juga penuh makna. Narasumber Johan berkomentar,

"Yang udah pasti yang kental banget itu pasti sarkasnya karena memang nyindirnya dia itu bener-bener tajam banget gitu kan. Terus kalau untuk ironinya juga pasti ada gitu di beberapa- beberapa kontennya."

e. Strategi Komunikasi Non-Verbal Dalam Bentuk Ekspresi dan Gestur Sebagai Elemen Visual

Gaya presentasi Oza yang khas, ditandai oleh ekspresi wajah yang dramatis dan gerakan tubuh yang berlebihan, berperan sebagai elemen visual yang integral dalam membentuk identitas estetika konten *Lip Service*. Penggunaan ekspresi non-verbal ini tidak hanya memperkaya dimensi humor yang disampaikan, tetapi juga menciptakan lapisan makna tambahan yang dapat diinterpretasikan oleh audiens secara beragam. Melalui eksplorasi ekspresi wajah dan gerakan tubuh yang ekspresif, Oza menciptakan bahasa tubuh visual yang unik, yang mengoptimalkan penyampaian pesan verbal dan menciptakan pengalaman menonton yang menghibur. Narasumber Samuel menyebutkan,

"Nadanya abis itu gerik badannya. Itu bikin lucu banget sih."

f. Interaksi Audiens dengan Konten sebagai Bentuk Hiburan Sosial

Lip Service mendorong audiens untuk berinteraksi dengan konten dan satu sama lain, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Konten yang lucu dan *relatable* sering menjadi bahan obrolan di kalangan teman-teman, menciptakan ruang untuk berbagi pengalaman dan tawa bersama. Ini menunjukkan bahwa *Lip Service* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan individu, tetapi juga sebagai sarana untuk mempererat hubungan sosial dan memperluas jangkauan konten melalui interaksi audiens. Narasumber Samuel menambahkan,

"Buat bahan lucu-lucuan pas lagi, kalau lagi nongkrong."

Oza Rangkuti menggunakan TikTok sebagai wadah bagi konten *Lip Service* untuk menyebarkan pesan hiburan yang juga mengandung kritik sosial. Dalam era digital, media sosial memberi kesempatan besar bagi individu untuk berbagi informasi yang relevan dan mudah diakses. Platform seperti TikTok memungkinkan audiens untuk mengekspresikan diri mereka secara terbuka. Namun, penting untuk

mengelola konten dengan bijak, agar tercipta komunikasi yang etis dan konstruktif. *Lip Service* menyesuaikan format kontennya agar ramah audiens dengan menggunakan sindiran halus yang diiringi humor, sehingga bisa menghibur tanpa memicu konflik. Penggunaan ekspresi visual dan kalimat ajakan dengan humor dalam konten media sosial merupakan strategi komunikasi untuk menarik perhatian audiens dan mempererat interaksi, yang dapat diterapkan pada berbagai jenis konten untuk membangun kedekatan dengan *followers* (Setiawan et al., 2024).

Aplikasi TikTok berfungsi sebagai sumber hiburan yang dapat mengurangi kejenuhan (Dwi et al., 2021). Pujiono (2021) menyoroti media sosial yang memberi peluang bagi individu untuk menampilkan ekspresi diri mereka secara terbuka. Reny et al. (2023) juga mengungkapkan bahwa media sosial mempermudah berbagi informasi yang relevan dengan kebutuhan audiens. Namun, Aticha (2024) menegaskan pentingnya pengelolaan konten dengan bijak agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Sementara itu, penyampaian pesan yang efektif bergantung pada bagaimana pesan tersebut disesuaikan dengan karakteristik audiens (Kustiawan et al., 2022).

Penggunaan gaya bahasa sindiran di media sosial mengarah pada hiburan, terutama dengan menggunakan cara yang tidak langsung. Gaya bahasa seperti ini mampu menyampaikan pesan dengan cara yang menggelitik, bahkan terkadang aneh atau lucu, yang justru menghasilkan tawa dari audiens tanpa menyinggung perasaan. Pendekatan ini bisa menciptakan pengalaman hiburan yang menyenangkan, sekaligus menyampaikan kritik atau pesan yang lebih dalam (Amirah Budi et al., 2023).

Oza menggabungkan sindiran halus dengan humor dalam konten *Lip Service* untuk menyampaikan kritik sosial. Pendekatan ini menawarkan cara yang lebih cerdas dan halus untuk mengangkat isu sensitif, sehingga dapat diterima dan dinikmati oleh audiens. *Stand-up comedy*, yang mengutamakan kemampuan reflektif, memiliki pendekatan yang serupa, yakni mengungkapkan kegelisahan sosial melalui sudut pandang yang segar dan tak terduga (Cerano et al., 2022). Sebagaimana komedian yang menyampaikan kejutan kepada audiens, Oza juga menghadirkan pandangan baru yang tidak hanya membuat penonton tertawa, tetapi juga membuat mereka setuju dengan pandangan tersebut. Teori humor menjelaskan bahwa tawa tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga untuk mengurangi resistensi terhadap pesan yang disampaikan. Dengan menggunakan humor dalam kritik sosial, Oza mampu menciptakan suasana yang membuat audiens merasa terhibur dan terhubung dengan pesan yang disampaikan. Menurut Syadiyah & Nosipakabelo (2021), humor juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kesehatan mental, mengurangi kecemasan, menghilangkan stres, dan memperbaiki suasana hati.

4. Simpulan

Penelitian ini mengungkap potensi besar dari strategi komunikasi sindiran halus dalam menyampaikan pesan kritis melalui media sosial. Dengan menggabungkan elemen humor, bahasa tubuh, dan platform digital seperti TikTok, konten *Lip Service* karya Oza Rangkuti berhasil mencapai audiens yang luas dan memicu diskusi publik yang menarik. Penggunaan sindiran halus tidak hanya membuat konten lebih menghibur, tetapi juga memungkinkan audiens untuk merenungkan isu-isu sosial dengan cara yang lebih santai dan tidak menghakimi.

Namun, strategi ini juga perlu dilihat dalam konteks sosial dan budaya yang lebih luas. Sindiran halus dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat literasi

media, sensitivitas audiens terhadap isu-isu tertentu, serta norma-norma sosial yang berlaku. Selain itu, penggunaan sindiran yang berlebihan atau tidak tepat dapat memicu misinterpretasi dan konflik.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengkaji implikasi jangka panjang dan potensi tantangan dari pendekatan ini. Misalnya, perlu diteliti bagaimana strategi sindiran halus dapat digunakan untuk mengatasi isu-isu yang lebih kompleks dan kontroversial. Selain itu, penting untuk mengevaluasi dampak dari penggunaan sindiran dalam jangka waktu yang lebih lama terhadap persepsi audiens terhadap isu-isu sosial.

Temuan ini memberikan kontribusi berharga bagi bidang komunikasi dan membuka peluang bagi pengembangan strategi komunikasi yang lebih inovatif di masa depan. Dengan memahami kekuatan dan keterbatasan dari strategi sindiran halus, para kreator konten dapat menciptakan karya yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mampu menginspirasi perubahan sosial.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Aji, W., Humor, /, Mengatasi, U., Teologis, K., Potensi, D., Jurnal, J. :, Sosial, I., & Pendidikan, D. (2024). How to Cite Humor untuk Mengatasi Ketegangan Teologis dan Potensi Konflik di Media Sosial: Studi Kasus Muhammadiyah Garis Lucu. *Konflik Di Media Sosial*, 5(4). <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v5i4.459>
- Alfiyani, N. (2018). Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Politik. *Potret Pemikiran*, 22.
- Amirah Budi, N., Aida Aziz, S., & Suwadah Rimang, S. (2023). Gaya Bahasa Sindiran Pada Media Sosial. *Jurnal Sinestesia*, 13(1), 163–174. <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/309>
- Anglada-Pujol María, O., Lloveras, C., & Oliva, M. (2023). “I’m Not Just a Content Creator”: Digital Cultural Communicators Dealing with Celebrity Capital and Online Communities. *International Journal of Communication*, 17, 6447–6465. <http://ijoc.org>.
- Arisnawati, N. (2020). Gaya Bahasa Sindiran Sebagai Bentuk Komunikasi Tidak Langsung Dalam Bahasa Laiyolo. *Medan Makna: Jurnal Ilmu Kebahasaan Dan Kesastraan*, 18(2), 136. <https://doi.org/10.26499/mm.v18i2.2314>
- As Alukal Huda Mei Fani, M., Naser Dauly, A., & Harianto Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, B. (2024). Strategi Konten Kreatif Dalam Membentuk Citra Merek Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Usaha Konten Kreatif Yelo Studio). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya307>
- Aticha, V. (2024). *Etika dalam Komunikasi Massa: Analisis Penyebaran Informasi di Media Sosial dan Implikasinya bagi Masyarakat*.
- ByteDance. (2017). *History of ByteDance*. ByteDance. <https://www.bytedance.com/en/>

- Cerano, J., Pengkajian, S. |, Penciptaan, D., Pertunjukan, S., Program, S., Seni, D., Tari, D., Musik, J. S., Seni, D., Arkeologi, F., Keguruan, D. I., Pendidikan, U., Jambi, J., Raya, J.-M., Bulian, K., Darat, M., Jambi, K., Kota, L., Jambi, K. M., & Jambi, P. (2022). Identitas dan Kritik dalam Stand Up Comedy. *Jurnal Cerano Seni*.
- Dwi, A., Utami, V., Nujiana, S., & Hidayat, D. (2021). Aplikasi TikTok Menjadi Media Hiburan Bagi Masyarakat Dan Memunculkan Dampak Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- Fatmawati. (2021). Strategi Komunikasi Dan Perencanaan Strategi. In *Komunikasi Korporat Teori dan Praktis*.
- Fauzan, M., Santoso, G., & Pakarti Mahardika, G. (2023). *Karakter Humor Sebagai Bagian Profil Mahasiswa Mengatasi Stres, Memperkuat Hubungan Sosial, dan Meningkatkan Motivasi Belajar* (Vol. 02, Issue 05).
- Ismail, N. (2018). *Stand Up Comedy Sebagai Media Kritik Sosial Terhadap Pemerintah (Analisis Wacana Video Stand Up Comedy Arie Kriting)*.
- Khotimatul Husna, N., & Khoiril Mala, I. (2024). Strategi Pemasaran Konten Dalam Meningkatkan Interaksi Konsumen Di Media Sosial. *Jurnal Ekonomika Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan Syari'ah*, 12(2).
- Kuntoro, F. (2020). Sense Of Humor With Stress On College Student. *Undergraduate Thesis*.
- Kustiawan, W., Siregar, K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Fatma, Z., Gaja, S., & Pakpahan, N. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 2022. <https://www.researchgate.net.ac.id>.
- Luttrell, R. (2016). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect* (2nd ed.). Rowman & Littlefield Publishers.
- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Reny, A. W., Renandi Ekatama Surya, M., Indriyani, S., & Bisnis, F. (2023). Bijak Berinteraksi Di Media Sosial. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 4(4), 184–192.
- Rizky Amarta, M., & Anwar, F. (2023). Strategi Kreatif Membuat Konten Media Sosial TikTok Yang Diminati Remaja. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 259–270.
- Rubiyanto, R., Herari, N., & Waluyo, W. (2024). Komunikasi Pemasaran Digital: Analisis Kolaborasi Konten Komedi pada Dua Merek Berbeda di Instagram. *Scriptura*, 14(1), 59–71. <https://doi.org/10.9744/scriptura.14.1.59-71>
- Setiawan, Y. L., Ariati, Y., Nasir, J., & Jeswita, A. (2024). Strategi Komunikasi Persuasif Food Influencer @ricosaptahadi Melalui Instagram di Kota Padang. *Jurnal Network Media*, 7.
- Syadiyah, A. K., & Nosipakabelo, A. (2021). Nosipakabelo: Jurnal Bimbingan Konseling Psikologi Positif Melalui Humor dalam Menumbuhkan Kesehatan Mental. In *Jurnal Bimbingan Konseling* (Vol. 2, Issue 2). <https://journal.iainpalu.ac.id/index.php/nosipakabelo/>
- Ultavia, A. B., Jannati, P., & Malahati, F. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11(2), 2023.
- Vera Nurfaejriani, W., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., Afgani, W., Negeri, U. I., Fatah, R., & Abstract, P. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data

- Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 826–833.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.13929272>
- We Are Social, H. (2024a). *Overview Of Social Media Use Jan 2024*.
<https://indd.adobe.com/view/99d51a14-cbfe-48d4-bb25-ace9496ee758?allowFullscreen=true>
- We Are Social, H. (2024b). *Social Media Account Types Followed*.
- We Are Social, H. (2024c). *Time Spent Using Social Media Apps*.
<https://indd.adobe.com/view/99d51a14-cbfe-48d4-bb25-ace9496ee758?allowFullscreen=true>
- Wira, S., & Abas, W. (2024). Peran Content Creator Instagram dalam Branding Media Sosial di Hotel Aria Centra Surabaya. In *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi* (Vol. 04, Issue 04).

Pedoman Penulisan Artikel Jurnal Mahasiswa

(Jumlah Halaman Artikel 8-10 halaman. Ukuran kertas A4, dengan margin: kiri 4cm, kanan 2.5cm, Atas 3cm dan bawah 2.5cm.

Judul Menggunakan Times New Roman (14) Tidak Lebih Dari (15 Kata), Spasi 1.5, Bold, Center

Penulis Pertama¹, Penulis Kedua^{2*}, Penulis Ketiga³

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: *budi@untar.ac.id*

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*

Email: *sinta@untar.ac.id*

³Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: *doni@gmail.com*

Times New Roman 10,
bold. center. spasi single

Times New Roman
10, center, spasi
single, email di italic

Note : tanda * berarti Penulis
Korespondensi

Masuk tanggal : dd-mm-yyyy, revisi tanggal : dd-mm-yyyy, diterima untuk diterbitkan tanggal : dd-mm-yyyy

Abstract (11 pt, bold)

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

Abstract should be written in English. The abstract is written with Times New Roman font size 11, italic, and single spacing. The abstract is summarize the content of the paper, including background, problem/the aim of the research, concept/theory, research method, the results and discussion, and the conclusions of the paper. The abstract should be 150 words - 200 words.

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

Keywords: up to 3 – 5 keywords in English (11 pt, italics)

1x single line spacing

Abstrak (times new roman, 11 pt, bold)

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia, ukuran huruf 11 poin, Times News Roman, spasi single. Merupakan ringkasan keseluruhan penelitian yang meliputi latar belakang, permasalahan/tujuan, konsep/teori, metode, hasil dan pembahasan, simpulan dalam bentuk singkat dan jelas. Jumlah kata dalam abstrak minimal 150 kata dan maksimal 200 kata.

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

Kata Kunci: Terdiri dari 3 – 5 Kata yang merupakan konsep utama yang mewakili artikel

(kosong satu spasi tunggal, 11 pt)

1. Pendahuluan (Times News Roman 12 poin, bold, spasi 1)

(kosong satu spasi tunggal)

Pendahuluan ditulis menggunakan tipe huruf Times New Roman ukuran 12 pt, dengan spasi 1. Pendahuluan berisi alasan melakukan penelitian atau latar belakang dari penelitian, rumusan masalah dalam penelitian, hipotesis (kalau ada), tujuan penelitian. Serta tinjauan teoritis atau kajian pustaka yang dibuat menjadi rangkaian keunikan dari penelitian (*state of the arts*).

(kosong satu spasi tunggal)

2. Metode Penelitian

(kosong satu spasi tunggal)

Ditulis menggunakan tipe huruf Times New Roman ukuran, 12 poin, spasi 1. Materi dan metode wajib dijelaskan secara rinci, sehingga menunjukkan bidang peminatan/studi dalam memecahkan masalah penelitian. Prosedur analisis, populasi dan sampel atau narasumber, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data juga perlu dipaparkan.

(kosong satu spasi tunggal)

3. Hasil Temuan dan Diskusi

(kosong satu spasi tunggal)

Ditulis menggunakan tipe huruf Times New Roman ukuran 12 poin, spasi 1. Hasil penelitian diungkapkan secara jelas dan lugas dengan menggunakan kalimat sederhana. Setelah memaparkan temuan, kemudian dikemukakan hasil diskusi yang terkait dengan konsep teori yang digunakan. Sebaiknya, temuan dilengkapi dengan grafik, tabel, gambar. Berikut ini adalah ketentuan penulisan tabel dan gambar.

Ketentuan tabel (Tidak diperbolehkan tabel dengan bentuk papan catur/ tidak menggunakan garis vertikal, bentuk tabel tidak bergaris pada bagian dalamnya). Tabel center, isi table 11 poin, times new roman, spasi singel. Sumber tabel ditulis dibagian bawah tabel, rata kiri sejajar dengan tabel.

(kosong satu spasi tunggal)

Tabel 1. Bentuk Adaptasi Sosial Informan

No.	Informan	Bentuk Praktik Sosial						
		A	B	C	D	E	F	G
1.	Informan 1	√	√	√		√	--	--
2.	Informan 2	√	√	√	√	--	--	--
3.	Informan 3	√	--	--	--	√	√	√
4.	Informan 4	√	--	--	--	--	--	--
5.	Informan 5	√	√	√	√	--	--	--
6.	Informan 6	√	√	√	√	--	--	--

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2017)

Jarak antara keterangan tabel dengan teks berikutnya adalah 1 spasi tunggal ukuran huruf 12 pt

Ketentuan Gambar. Gambar diletakkan di tengah halaman. Keterangan gambar (*caption*) diletakkan di atas gambar, dengan tipe times new roman, 12 poin, spasi 1. Sumber gambar dituliskan dibagian bawah gambar dengan posisi rata kiri sejajar gambar. Untuk bagan atau tabel yang tidak menggunakan *smart art*, harus di *grouping* terlebih dahulu (misalnya bagan struktur organisasi).

Gambar 1. Tampilan Navigasi Peta



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2017)

Jarak antara keterangan gambar dengan teks berikutnya adalah 1 spasi tunggal ukuran huruf 12 pt

4. Simpulan

(kosong satu spasi tunggal)

Times New Roman 12 poin, spasi 1. Simpulan adalah jawaban atas perumusan masalah atau tujuan penelitian yang diajukan. Simpulan harus didasari fakta yang ditemukan, serta implikasinya perlu dikemukakan untuk memperjelas manfaat yang dihasilkan.

(kosong satu spasi tunggal)

5. Ucapan Terima Kasih

(kosong satu spasi tunggal)

Ditulis dengan font Times New Roman 12 poin, spasi 1. Ucapan terima kasih berisi mengenai pihak-pihak yang secara langsung memberikan kontribusi dalam penelitian ini, seperti narasumber, pemberi dana, dll. Maksimum penulisan ucapan terima kasih adalah 50 kata.

(kosong satu spasi tunggal)

6. Daftar Pustaka

(kosong satu spasi tunggal)

Daftar pustaka ditulis dalam times new roman, 12 poin, spasi single. Daftar pustaka yang dimuat harus disitasi pada tulisan dengan merujuk pada format APA-style (lihat <http://www.apastyle.org/>). Pustaka yang diacu harus ada dalam daftar pustaka **minimal berjumlah 8, dengan ketentuan minimal 1 acuan berasal dari Jurnal Komunikasi Untar (<https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/issue/archive>) dan 1 acuan berasal dari karya ilmiah dosen Untar (google scholar, research gate)**. Acuan harus relevan dan **kemutakhiran acuan harus tidak lebih dari sepuluh tahun terakhir**. Penulis tidak diperbolehkan mengacu pada **Wikipedia, kompasiana, wordpress dan halaman blog** yang tidak terpercaya kredibilitasnya. Penulisan daftar Pustaka dan pengutipan wajib menggunakan **APLIKASI MENDELEY**.