



Pemanfaatan Humor dalam Balasan Komentar Akun TikTok @partaigerindra sebagai Strategi Membangun Engagement Pengguna

Alviana Septyaningrum¹⁾, Hafizhah Fahmaaulia Qonita²⁾, Putri Ayu Lestari³⁾, Vina Alinia⁴⁾

¹⁾UIN Walisongo Semarang

²⁾UIN Walisongo Semarang

³⁾UIN Walisongo Semarang

⁴⁾UIN Walisongo Semarang

Email:

24010260124@student.walisongo.ac.id

Keywords

digital political
communication, TikTok,
humor, engagement,
interactivity

ABSTRACT

This study examines the use of humor in comment replies by the TikTok account @partaigerindra as a communication strategy to build user engagement. The research focuses on the comment section as a space for digital political interaction that enables two-way communication between the account manager and the audience. A qualitative descriptive approach was employed, utilizing non-participant observation and documentation to analyze five comment interactions featuring replies from the @partaigerindra account. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive analysis model, comprising data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicate that the @partaigerindra account employs humor, colloquial language, satirical humor, and pop culture references when replying to user comments. This strategy fosters communication that is relaxed, personable, and aligned with the characteristics of the TikTok audience, particularly Generation Z. The findings also reveal that humorous replies elicit high levels of engagement—manifested in likes and follow-up comments—thereby demonstrating the potential to boost user interaction. The study concludes that humor serves as an effective digital political communication strategy for establishing emotional rapport, fostering active interaction, and strengthening engagement between political accounts and their audiences on social media.

Kata Kunci

komunikasi politik digital,
TikTok, humor, engagement,
interaktivitas.

ABSTRACT

Penelitian ini mengkaji pemanfaatan humor dalam balasan komentar akun TikTok @partaigerindra sebagai strategi komunikasi untuk membangun engagement pengguna. Fokus penelitian diarahkan pada penggunaan kolom komentar sebagai ruang interaksi politik digital yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengelola akun dan audiens. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi nonpartisipan dan

dokumentasi terhadap lima interaksi komentar yang menunjukkan adanya balasan dari akun @partaigerindra. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @partaigerindra memanfaatkan humor, bahasa populer, humor satiris, serta referensi budaya populer dalam membalas komentar pengguna. Strategi tersebut menciptakan komunikasi yang lebih santai, dekat, dan sesuai dengan karakteristik audiens TikTok, khususnya Generasi Z. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa balasan komentar yang mengandung unsur humor memperoleh respons yang tinggi dalam bentuk tanda suka dan balasan lanjutan, sehingga berpotensi meningkatkan keterlibatan pengguna. Penelitian ini menyimpulkan bahwa humor merupakan salah satu strategi komunikasi politik digital yang efektif untuk membangun kedekatan emosional, menciptakan interaksi yang lebih aktif, dan memperkuat engagement antara akun politik dan audiens di media sosial.

Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi politik dari yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi lebih interaktif dan partisipatif. Perubahan tersebut tidak terlepas dari semakin luasnya penggunaan internet dan media digital dalam kehidupan masyarakat. Nofiard (2022) menjelaskan bahwa perhatian masyarakat Indonesia terhadap internet telah mendorong aktor politik untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi politik. Ruang digital memungkinkan penyampaian pesan politik berlangsung secara lebih cepat sekaligus membuka ruang bagi masyarakat untuk memberikan tanggapan dan menyampaikan opini. Dengan demikian, media digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan politik, tetapi juga menjadi ruang interaksi antara aktor politik dan masyarakat (Nofiard, 2022).

Salah satu platform yang mengalami perkembangan pesat adalah TikTok. Karakteristik TikTok yang mengutamakan interaktivitas, distribusi konten secara luas, serta penggunaan format video yang singkat menjadikan platform ini sebagai salah satu media yang dimanfaatkan dalam komunikasi politik digital. Pemanfaatan TikTok dalam komunikasi politik juga semakin berkembang karena platform ini memungkinkan aktor politik menyampaikan pesan sekaligus membangun interaksi dengan audiens melalui berbagai fitur yang tersedia (Marlina & Hakim, 2025; Pratiwi & Irfan, 2026). TikTok sebagai media sosial juga tidak hanya digunakan untuk memperoleh informasi, tetapi menjadi ruang interaksi, hiburan, dan ekspresi bagi penggunanya.

Kondisi tersebut menjadi relevan ketika dikaitkan dengan Generasi Z sebagai salah satu kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital. Arum dkk. (2023) menjelaskan bahwa Generasi Z tumbuh dalam perkembangan teknologi yang pesat dan memiliki kedekatan

dengan teknologi, internet, serta berbagai bentuk media digital. Sejalan dengan hal tersebut, Hayati (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh di era digital, sehingga terbiasa menggunakan teknologi dan internet dalam berbagai aktivitas. Generasi Z juga cenderung responsif terhadap informasi yang disajikan secara visual dan interaktif serta terbiasa melakukan interaksi melalui media digital (Hayati, 2024). Sementara itu, Nurlaila dkk. (2024) menyebut Generasi Z sebagai generasi internet yang memiliki keterikatan kuat dengan teknologi dan platform digital. Interaksi melalui media sosial, penggunaan berbagai platform digital, serta pemanfaatan media sebagai ruang ekspresi diri dan interaksi sosial menjadi bagian dari dinamika perilaku Generasi Z.

Karakteristik tersebut menjadi konteks penting dalam melihat perkembangan komunikasi politik melalui TikTok. Pola komunikasi yang berlangsung di ruang digital cenderung lebih cepat, fleksibel, visual, dan interaktif dibandingkan dengan pola komunikasi politik konvensional. Hal tersebut sejalan dengan karakteristik komunikasi digital yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk tidak hanya menerima pesan, tetapi juga memberikan tanggapan secara langsung. Dalam konteks Generasi Z, kedekatan dengan teknologi dan media sosial membuat bentuk komunikasi yang bersifat visual, interaktif, serta mengikuti perkembangan budaya digital menjadi relevan untuk dikaji (Hayati, 2024; Nurlaila dkk., 2024).

Penelitian Marlina dan Hakim (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok dalam kampanye politik melibatkan strategi yang dinamis dan menghibur, termasuk penggunaan tren viral serta konten interaktif untuk membangun keterlibatan Generasi Z. Penelitian Pratiwi dan Irfan (2026) juga menunjukkan bahwa akun TikTok Gerindra memanfaatkan pendekatan *edutainment*, humor politik, tren viral, serta fitur interaktif dalam menyampaikan pesan politik dan membangun kedekatan dengan audiens muda. Dengan demikian, karakteristik pengguna media digital, khususnya Generasi Z, dapat menjadi konteks untuk memahami mengapa komunikasi politik di TikTok tidak selalu disampaikan melalui bahasa formal, tetapi juga melalui bentuk komunikasi yang lebih ringan, visual, interaktif, dan mengikuti budaya yang berkembang di platform tersebut.

Di Indonesia, pemanfaatan TikTok sebagai media komunikasi politik semakin meningkat sejak momentum Pemilu 2024. Salah satu akun politik yang menarik perhatian publik adalah akun TikTok Gerindra (@partaigerindra). Berdasarkan hasil pengamatan peneliti pada 3 Juni 2026, akun @partaigerindra memiliki sekitar 6,8 juta pengikut dan aktif berinteraksi dengan pengguna melalui berbagai fitur yang tersedia, termasuk kolom komentar. Berbeda dengan pola komunikasi politik yang umumnya formal dan berjarak, akun Gerindra

kerap menampilkan respons yang santai, humoris, dan mengikuti bahasa yang populer di kalangan pengguna TikTok. Strategi komunikasi tersebut membuat kolom komentar tidak lagi sekadar menjadi ruang tanggapan pengguna, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana membangun *engagement* dan kedekatan dengan audiens.

Kajian mengenai komunikasi politik di TikTok telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Penelitian Pratiwi dan Irfan (2026) menganalisis akun TikTok Gerindra sebagai sarana kampanye politik Prabowo–Gibran pada Pemilu 2024. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa akun TikTok Gerindra menggunakan berbagai bentuk konten seperti humor politik, tren viral, dan fitur interaktif untuk membangun keterlibatan audiens. Penelitian Marlina dan Hakim (2025) juga mengkaji pemanfaatan TikTok oleh Partai Gerindra dan PDI Perjuangan dalam kampanye politik Pemilu 2024. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Gerindra menggunakan strategi yang dinamis dan menghibur melalui tren viral serta konten interaktif dalam membangun keterlibatan Generasi Z (Marlina & Hakim, 2025; Pratiwi & Irfan, 2026).

Sementara itu, penelitian Dwiansyah dan Adilistia (2024) mengenai kesantunan berbahasa dalam kolom komentar akun TikTok @Gerindra menunjukkan bahwa kolom komentar merupakan ruang komunikasi publik yang aktif. Penelitian tersebut menyoroti penggunaan bahasa dalam interaksi antara akun @Gerindra dan pengguna serta menunjukkan pentingnya respons akun dalam membangun komunikasi yang terbuka. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa balasan komentar tidak hanya berfungsi sebagai tanggapan terhadap pengguna, tetapi juga dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi dan pembentukan citra akun politik.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) dalam kajian komunikasi politik digital, khususnya terkait pemanfaatan balasan komentar sebagai strategi *engagement*. Penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada konten video, strategi kampanye digital, *political branding*, serta penyampaian pesan politik melalui unggahan akun (Marlina & Hakim, 2025; Pratiwi & Irfan, 2026). Sementara itu, penelitian Dwiansyah dan Adilistia (2024) lebih menitikberatkan pada aspek kesantunan berbahasa dalam kolom komentar. Oleh karena itu, kajian yang secara khusus melihat penggunaan humor, bahasa informal, dan referensi budaya populer dalam balasan komentar akun politik sebagai bentuk interaksi untuk membangun *engagement* masih perlu dikembangkan.

Penelitian ini menjadi penting karena menawarkan perspektif yang berbeda dalam kajian komunikasi politik digital. Jika penelitian sebelumnya lebih banyak menempatkan konten video sebagai objek analisis utama, penelitian ini berfokus pada kolom komentar

sebagai ruang komunikasi politik yang aktif dan dinamis. Fokus tersebut juga memungkinkan penelitian melihat bagaimana karakteristik komunikasi digital yang dekat dengan pengguna, termasuk penggunaan humor dan bahasa populer, diterapkan dalam interaksi antara akun politik dan audiens. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi politik digital dan media sosial, khususnya terkait pemanfaatan fitur interaktif dalam membangun *engagement*. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai strategi komunikasi yang digunakan akun politik untuk membangun kedekatan dengan audiens melalui interaksi sehari-hari di media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan kolom komentar oleh akun TikTok @partaigerindra sebagai strategi membangun *engagement* dengan audiens, serta mengidentifikasi bagaimana penggunaan humor dan gaya komunikasi yang dekat dengan netizen dimanfaatkan untuk menciptakan interaksi yang mendorong keterlibatan pengguna pada akun tersebut.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami bagaimana akun TikTok @partaigerindra memanfaatkan kolom komentar sebagai strategi komunikasi dalam membangun *engagement* dengan audiens. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada makna, pola interaksi, dan strategi komunikasi yang ditampilkan melalui aktivitas balasan komentar akun tersebut, bukan pada pengukuran hubungan antarvariabel secara statistik.

Objek penelitian ini adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh akun TikTok @partaigerindra pada kolom komentar di sejumlah konten yang diunggah pada akun tersebut. Fokus penelitian diarahkan pada bentuk balasan komentar yang diberikan oleh admin akun kepada pengguna, khususnya komentar yang mengandung unsur humor, bahasa informal, serta upaya membangun kedekatan dengan pengguna.

Batasan konten yang diteliti adalah komentar dan balasan komentar pada konten TikTok @partaigerindra yang ditemukan selama periode pengamatan dan memenuhi kriteria penelitian. Pemilihan data dilakukan secara purposive, yaitu dengan memilih interaksi yang relevan dengan fokus penelitian. Adapun kriteria data yang dipilih meliputi: (1) komentar berasal dari pengguna pada konten akun TikTok @partaigerindra; (2) komentar tersebut memperoleh balasan dari akun @partaigerindra; (3) balasan admin mengandung unsur humor, candaan, bahasa populer, atau referensi yang dekat dengan

budaya pengguna media sosial; dan (4) interaksi tersebut menunjukkan adanya keterlibatan pengguna melalui jumlah tanda suka dan/atau balasan komentar.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh lima tangkapan layar (screenshot) interaksi komentar sebagai unit analisis penelitian. Kelima data tersebut dipilih karena secara langsung memperlihatkan penggunaan humor dalam balasan admin serta adanya respons pengguna terhadap balasan tersebut. Pemilihan data ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai bagaimana humor digunakan oleh akun @partaigerindra sebagai bentuk komunikasi yang lebih informal dan interaktif dalam membangun engagement dengan pengguna TikTok.

Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap akun TikTok @partaigerindra, khususnya pada interaksi komentar dan balasan komentar pada konten yang telah dipilih sesuai dengan kriteria penelitian. Data primer kemudian didokumentasikan dalam bentuk lima tangkapan layar (screenshot) interaksi antara akun @partaigerindra dan pengguna TikTok. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber literatur lain yang relevan dengan komunikasi politik digital, media baru, interaktivitas, serta penggunaan humor dalam media sosial. Data sekunder digunakan sebagai landasan teoritis dan sebagai bahan untuk mendukung analisis terhadap temuan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan dan dokumentasi. Observasi nonpartisipan dilakukan dengan mengamati aktivitas akun TikTok @partaigerindra tanpa terlibat dalam interaksi yang terjadi. Selanjutnya, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar komentar dan balasan komentar yang menjadi fokus penelitian. Data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan berdasarkan bentuk interaksi, penggunaan humor, dan respons yang muncul dari pengguna.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan mengelompokkan data yang relevan dengan fokus penelitian. Tahap penyajian data dilakukan dengan mendeskripsikan hasil observasi dalam bentuk uraian naratif. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan pola komunikasi yang ditemukan untuk memahami bagaimana pemanfaatan humor dalam balasan komentar digunakan sebagai strategi membangun engagement di akun TikTok @partaigerindra.

Untuk menjaga kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori dengan membandingkan hasil temuan lapangan dengan konsep komunikasi politik digital, teori interaktivitas media baru, dan teori humor dalam komunikasi politik yang digunakan sebagai landasan penelitian .

Hasil dan pembahasan

1. Gambaran Umum Akun TikTok @partaigerindra

Akun TikTok @partaigerindra merupakan akun resmi Partai Gerindra yang dimanfaatkan sebagai media komunikasi politik digital kepada masyarakat. Akun tersebut secara aktif membagikan berbagai konten, mulai dari kegiatan partai, program pemerintah, aktivitas tokoh politik, hingga konten yang mengikuti tren di media sosial. Berdasarkan hasil observasi peneliti, jumlah pengikut akun @partaigerindra mengalami peningkatan cukup besar, dari sekitar 1,3 juta pengikut pada tahun 2024 menjadi 6,8 juta pengikut pada tahun 2026.

Selain mengunggah berbagai konten video, akun @partaigerindra juga aktif berinteraksi dengan pengguna melalui kolom komentar. Interaksi tersebut terlihat dari adanya balasan komentar dengan penggunaan bahasa yang santai, humoris, serta menyesuaikan gaya komunikasi pengguna TikTok. Aktivitas ini menunjukkan bahwa kolom komentar tidak hanya digunakan untuk memberikan tanggapan, tetapi juga menjadi ruang untuk membangun interaksi dan kedekatan dengan audiens.

2. Hasil

2.1 Humor sebagai Bentuk Kedekatan dengan Netizen

Berdasarkan hasil observasi, akun @partaigerindra secara konsisten menggunakan unsur humor dalam memberikan balasan terhadap komentar pengguna. Humor yang digunakan biasanya berkaitan dengan hal-hal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari netizen, seperti percintaan, pertemanan, serta berbagai persoalan pribadi lainnya.

Berikut pemaparan data berdasarkan penelitian yang dilakukan:

Gambar 1 . Tangkapan Layar Sebagai Strategi Pendekatan dengan Netizen



Pada gambar tersebut, seorang pengguna menuliskan komentar, "*Min cara supaya dikejar cewe gimana?*". Komentar tersebut kemudian dibalas oleh admin akun dengan kalimat "*katain aja alisnya ga simetris*". Balasan tersebut memperoleh perhatian yang cukup tinggi dengan jumlah 3.808 tanda suka pada komentar utama dan 391 balasan lanjutan dari pengguna lain.

Gambar 2 . Contoh Humor Sebagai Bentuk Pendekatan dengan Netizen



Sumber: Kolom Komentar Video Tik Tok Akun Resmi @Gerindra pada 3 Juni 2026

Temuan yang serupa juga terlihat pada gambar kedua. Seorang pengguna menuliskan komentar "*Min aku kangen dia*", kemudian admin akun membalas, "*tapi dianya enggak*" disertai emoji tertawa. Balasan tersebut mendapatkan respons yang cukup tinggi, yaitu 48,2 ribu tanda suka dan 771 balasan dari pengguna lainnya. Tingginya respons tersebut menunjukkan bahwa penggunaan humor dapat menarik perhatian pengguna sekaligus mendorong munculnya interaksi lanjutan di kolom komentar.

Berdasarkan kedua data tersebut, dapat diketahui bahwa akun @partaigerindra tidak selalu memberikan respons dengan bahasa yang formal atau berkaitan langsung dengan politik. Admin juga menggunakan humor yang dekat dengan pengalaman sehari-hari pengguna, sehingga interaksi yang terbentuk terasa lebih santai, ringan, dan akrab.

2.2 Penggunaan Bahasa Populer dalam Interaksi Digital

Selain menggunakan humor, akun @partaigerindra juga memanfaatkan bahasa populer yang sering digunakan di media sosial. Hal tersebut terlihat pada data kedua, ketika seorang pengguna memberikan komentar "*gubernur Kaltim min*". Komentar tersebut kemudian dibalas oleh admin akun dengan kalimat "*eits, syududu*".

Gambar 3 . tangkapan layar penggunaan Bahasa populer dalam interaksi digital



Sumber: Kolom Komentar Video Tik Tok Akun Resmi @Gerindra pada 3 Juni 2026

Meskipun singkat, penggunaan ungkapan tersebut menunjukkan upaya akun untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan budaya digital yang berkembang di kalangan pengguna TikTok. Interaksi tersebut memperoleh 151 tanda suka dan 37 balasan lanjutan dari pengguna lain.

Temuan ini menunjukkan bahwa akun tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi politik, tetapi juga berusaha memahami bahasa dan tren komunikasi yang digunakan oleh audiensnya. Dengan demikian, interaksi yang dibangun menjadi lebih relevan dan mudah diterima oleh pengguna media sosial.

2.3 Humor Satiris sebagai Strategi Menarik Perhatian Pengguna

Bentuk humor lain yang ditemukan dalam penelitian ini adalah humor satiris. Pada data gambar keempat, seorang pengguna bertanya, "*Min biar FYP di TikTok gimana sih?*". Pertanyaan tersebut kemudian mendapat respon oleh admin akun melalui kalimat "*jelek-jelekin pemerintah sama presiden aja.*"

Gambar 4 . Contoh Tangkapan Layar Humor Berbasis Satiris



Sumber: Kolom Komentar Video Tik Tok Akun Resmi @Gerindra pada 3 Juni 2026

Balasan tersebut mendapatkan 11,7 ribu tanda suka dan 84 balasan dari pengguna lainnya. Tingginya jumlah respons menunjukkan adanya perhatian pengguna terhadap humor yang disampaikan oleh admin. Unsur humor dalam balasan tersebut terlihat dari penggunaan ironi, karena pernyataan yang diberikan cukup berlawanan dengan posisi akun yang secara kelembagaan memiliki keterkaitan dengan pemerintahan yang sedang berkuasa.

Penggunaan humor seperti ini menunjukkan upaya akun @partaigerindra untuk menciptakan komunikasi yang lebih santai dan tidak terlalu formal melalui candaan yang disesuaikan dengan konteks percakapan bersama pengguna.

2.4 Pemanfaatan Budaya Populer dalam Balasan Komentar

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa akun @partaigerindra memanfaatkan referensi budaya populer dalam berinteraksi dengan pengguna. Pada data kelima, seorang pengguna menuliskan komentar "Min bisa bawa dia kembali lagi gak?". Komentar tersebut kemudian dibalas oleh admin akun dengan kalimat "tolong, Lin" sambil menandai akun penyanyi Mahalini.

Gambar 5 . Tangkapan Layar Pemanfaatan Budaya untuk meningkatkan interaksi



Balasan tersebut memperoleh 45,3 ribu tanda suka dan 519 balasan lanjutan dari pengguna lain. Tingginya tingkat respons menunjukkan bahwa referensi terhadap figur publik yang dikenal luas mampu menarik perhatian audiens dan memperpanjang percakapan dalam kolom komentar.

Penggunaan budaya populer dalam interaksi digital memperlihatkan bahwa akun berusaha menempatkan diri sebagai bagian dari komunitas pengguna TikTok yang memahami tren dan isu yang sedang berkembang di masyarakat.

2.5 Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil observasi terhadap lima interaksi komentar pada akun TikTok @partaigerindra, terdapat tiga temuan utama.

Pertama, humor menjadi salah satu bentuk komunikasi yang paling sering digunakan admin dalam merespons komentar pengguna. Humor tersebut umumnya berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, percintaan, dan berbagai hal yang dekat dengan pengalaman netizen.

Kedua, akun @partaigerindra menggunakan bahasa populer serta mengikuti budaya digital dalam berkomunikasi dengan audiens. Penggunaan istilah yang sedang tren dan referensi budaya populer menunjukkan adanya penyesuaian gaya komunikasi dengan karakteristik pengguna TikTok.

Ketiga, komentar yang dibalas dengan unsur humor cenderung mendapatkan respons yang tinggi dari pengguna. Hal ini dapat dilihat dari jumlah tanda suka dan balasan lanjutan yang muncul dalam setiap interaksi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa humor dapat digunakan sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi untuk mendorong keterlibatan pengguna pada akun TikTok @partaigerindra.

3. Pembahasan

3.1 Humor sebagai Strategi Komunikasi Politik Digital dalam Membangun Kedekatan dengan Audiens

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun TikTok @partaigerindra menggunakan humor dalam memberikan balasan terhadap komentar pengguna. Humor yang digunakan tidak selalu berkaitan dengan isu politik, tetapi lebih banyak mengambil topik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari netizen, seperti percintaan, hubungan sosial, dan berbagai fenomena yang sedang ramai di media sosial. Hal tersebut dapat dilihat pada balasan

komentar pada gambar 1 dan 4 yang mendapatkan respons cukup tinggi berupa tanda suka dan balasan lanjutan dari pengguna.

Penggunaan humor tersebut menunjukkan bahwa komunikasi politik di media sosial tidak harus selalu disampaikan dengan bahasa yang formal dan serius. Melalui respons yang ringan dan mengandung candaan, akun @partaigerindra dapat menciptakan suasana komunikasi yang lebih santai dan membuat hubungan antara akun politik dengan pengguna terasa lebih dekat. Dalam hal ini, humor tidak hanya digunakan sebagai hiburan, tetapi juga menjadi salah satu cara untuk membangun kedekatan dan interaksi dengan audiens.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Pramudiana dan Romadhan (2026) yang membahas penggunaan humor sebagai strategi digital public relations melalui TikTok dalam meningkatkan engagement. Persamaan kedua penelitian terletak pada penggunaan humor sebagai pendekatan komunikasi di TikTok untuk mendorong keterlibatan audiens. Namun, terdapat perbedaan pada objek penelitian. Penelitian Pramudiana dan Romadhan berfokus pada komunikasi public relations yang dilakukan oleh sebuah hotel, sedangkan penelitian ini membahas komunikasi politik yang dilakukan oleh akun partai politik. Perbedaan konteks tersebut menunjukkan bahwa penggunaan humor sebagai pendekatan komunikasi tidak hanya diterapkan dalam bidang bisnis, tetapi juga dapat digunakan dalam komunikasi politik di media sosial.

Temuan penelitian ini juga berkaitan dengan penelitian Marlina dan Hakim (2025) yang menunjukkan bahwa akun TikTok Gerindra menggunakan strategi komunikasi yang dinamis dan menghibur melalui tren viral serta konten interaktif untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Jika penelitian tersebut membahas penggunaan hiburan dan interaktivitas dalam strategi TikTok Gerindra secara umum, penelitian ini lebih berfokus pada penggunaan humor dalam balasan komentar. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa upaya membangun kedekatan dengan audiens tidak hanya dilakukan melalui konten video, tetapi juga melalui interaksi yang berlangsung di kolom komentar.

3.2 Adaptasi Budaya Populer dan Budaya Digital

Selain menggunakan humor, hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @partaigerindra juga menyesuaikan penggunaan bahasanya dengan budaya komunikasi yang berkembang di kalangan pengguna TikTok. Hal tersebut terlihat dari

penggunaan ungkapan seperti “eits, syududu” serta berbagai respons lain yang menggunakan bahasa informal dan referensi yang dekat dengan budaya populer.

Penggunaan bahasa tersebut menunjukkan adanya usaha untuk menyesuaikan komunikasi politik dengan karakteristik audiens di media sosial. Bahasa yang informal membuat respons admin terasa lebih ringan dan tidak terlalu kaku, sehingga interaksi dengan pengguna dapat berlangsung dalam suasana yang lebih santai. Dalam komunikasi politik digital, penyesuaian bahasa dengan karakteristik platform menjadi hal yang penting karena pengguna media sosial terbiasa dengan komunikasi yang singkat, cepat, informal, serta mengikuti perkembangan tren.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Marlina dan Hakim (2025) yang menunjukkan bahwa strategi TikTok Gerindra menggunakan pendekatan yang dinamis dan menghibur dalam menjangkau audiens muda. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penyesuaian dengan karakteristik TikTok menjadi salah satu bagian dalam strategi komunikasi politik. Sementara itu, penelitian ini menunjukkan bentuk penyesuaian yang lebih spesifik, yaitu melalui penggunaan bahasa populer dalam membalas komentar pengguna.

Penggunaan bahasa populer juga terlihat pada Data 5 ketika admin memberikan respons “tolong, lin” sambil menandai akun Mahalini. Respons tersebut menunjukkan bahwa admin memanfaatkan referensi budaya populer yang sudah dikenal oleh pengguna. Dengan demikian, admin tidak hanya merespons komentar yang diberikan, tetapi juga menyesuaikan jawabannya dengan konteks budaya digital yang berkembang di kalangan pengguna TikTok.

3.3 Humor Satiris dalam Komunikasi Politik Digital

Berbeda dari data lainnya, Data 3 menunjukkan penggunaan humor yang lebih berkaitan dengan konteks politik. Seorang pengguna bertanya mengenai cara agar kontennya masuk ke halaman FYP TikTok, kemudian admin memberikan balasan, “jelek-jelekin pemerintah sama presiden aja.” Balasan tersebut dapat dikategorikan sebagai humor satiris karena menjadikan isu politik sebagai bagian dari candaan.

Penggunaan humor satiris ini menunjukkan bahwa pesan politik tidak selalu disampaikan melalui komunikasi yang bersifat argumentatif atau informatif. Admin mengemas respons dengan candaan yang berkaitan dengan pemerintah dan presiden,

sehingga pembahasan politik menjadi lebih ringan dan sesuai dengan gaya komunikasi yang umum digunakan di media sosial.

Temuan ini memiliki kesamaan dengan penelitian Pratiwi dan Irfan (2026) yang menemukan bahwa akun TikTok Gerindra memanfaatkan unsur hiburan, seperti meme, humor politik, dan tren viral dalam strategi komunikasi politiknya. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa unsur hiburan dapat digunakan untuk membangun kedekatan emosional sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens. Sementara itu, penelitian ini memperlihatkan bahwa humor politik tidak hanya ditemukan dalam konten utama yang diunggah, tetapi juga dapat digunakan ketika admin merespons komentar pengguna.

Dengan demikian, penggunaan humor satiris pada Data 3 menunjukkan bahwa komunikasi politik dan hiburan di media sosial dapat saling beririsan. Pesan yang berkaitan dengan politik dapat dikemas melalui bahasa yang lebih ringan, sehingga komunikasi yang dilakukan akun politik dapat menyesuaikan diri dengan pola interaksi dan budaya komunikasi yang berkembang di platform TikTok.

3.4 Interaktivitas dan Engagement dalam Balasan Komentar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima balasan komentar yang dianalisis mendapatkan respons pengguna dalam jumlah yang beragam. Respons tersebut dapat dilihat dari jumlah tanda suka serta balasan lanjutan yang muncul pada setiap komentar.

Data	Bentuk Humor	Likes	Balasan
1	Humor/candaan personal	3.808	391
2	Bahasa populer/tren	181	37
3	Humor satiris	11.700	84
4	Humor personal	48.200	771
5	Referensi budaya populer	45.300	519

Tabel 1. Data analisis respons pengguna

Perbedaan jumlah respons menunjukkan bahwa setiap bentuk humor tidak selalu menghasilkan tingkat engagement yang sama. Data 4 dan Data 5 memperoleh jumlah tanda suka dan balasan lanjutan yang lebih tinggi dibandingkan data lainnya. Kedua

data tersebut sama-sama menggunakan respons yang berkaitan dengan kehidupan pribadi dan budaya populer. Hal ini menunjukkan bahwa humor yang dekat dengan pengalaman sehari-hari atau referensi yang sudah dikenal pengguna dapat lebih mudah menarik perhatian audiens.

Meskipun demikian, tingginya jumlah tanda suka dan balasan pada kedua data tersebut tidak dapat langsung diartikan bahwa humor menjadi satu-satunya faktor yang menyebabkan tingginya engagement. Respons pengguna di media sosial dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti konteks video, isi komentar, popularitas akun, waktu unggahan, serta karakteristik pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini tidak bertujuan untuk membuktikan adanya hubungan sebab-akibat antara penggunaan humor dan engagement.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Pramudiana dan Romadhan (2026) yang menempatkan humor sebagai salah satu strategi komunikasi digital untuk membangun engagement melalui TikTok. Persamaannya terlihat dari penggunaan humor sebagai cara untuk menciptakan komunikasi yang lebih menarik dan mendorong keterlibatan audiens. Namun, penelitian ini memiliki konteks yang berbeda karena engagement yang diamati berasal dari interaksi pada kolom komentar akun politik, sedangkan penelitian Pramudiana dan Romadhan berfokus pada strategi public relations sebuah perusahaan.

Dari aspek interaktivitas, balasan yang diberikan admin menunjukkan adanya proses komunikasi dua arah antara akun dan pengguna. Pengguna menyampaikan komentar, kemudian admin memberikan respons yang disesuaikan dengan isi komentar tersebut. Respons dari admin juga dapat memicu munculnya balasan lanjutan dari pengguna lain. Hal ini menunjukkan bahwa kolom komentar dapat berkembang menjadi ruang percakapan, bukan sekadar tempat untuk memberikan tanggapan terhadap konten.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Pratiwi dan Irfan (2026) yang menunjukkan bahwa fitur komentar di TikTok dapat menjadi ruang komunikasi dua arah antara akun politik dan audiens. Dengan demikian, interaktivitas dalam kolom komentar tidak hanya ditunjukkan melalui adanya fitur balasan, tetapi juga melalui cara admin menggunakan gaya komunikasi tertentu, termasuk humor, untuk menjaga dan mengembangkan percakapan dengan pengguna.

3.5 Posisi Temuan Penelitian terhadap Penelitian Terdulu

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki kesamaan dalam melihat TikTok sebagai media komunikasi yang dapat digunakan oleh aktor maupun organisasi untuk membangun keterlibatan dengan audiens. Marlina dan Hakim (2025), misalnya, menunjukkan bahwa Gerindra menerapkan strategi komunikasi yang dinamis dan menghibur melalui tren viral serta konten interaktif untuk menjangkau audiens muda. Sementara itu, Pratiwi dan Irfan (2026) menemukan bahwa strategi komunikasi politik akun TikTok Gerindra juga memanfaatkan meme, humor politik, tren viral, dan fitur interaktif seperti kolom komentar.

Penelitian Dwiansyah dan Adilistia juga menunjukkan bahwa kolom komentar pada akun @Gerindra dapat menjadi ruang komunikasi publik yang memungkinkan terjadinya interaksi antara akun dengan pengguna. Penelitian tersebut lebih menekankan pada penggunaan bahasa yang santun serta respons akun dalam membangun citra positif. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini lebih berfokus pada penggunaan humor dan bahasa populer dalam balasan komentar serta bentuk engagement yang muncul dari interaksi tersebut.

Sementara itu, penelitian Pramudiana dan Romadhan (2026) menunjukkan bahwa humor dapat dimanfaatkan sebagai strategi digital public relations melalui TikTok untuk membangun engagement. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan humor dan TikTok sebagai sarana untuk mendorong keterlibatan audiens. Perbedaannya terdapat pada objek penelitian, yaitu komunikasi public relations pada sektor perhotelan dalam penelitian terdahulu, sedangkan penelitian ini membahas komunikasi politik pada akun partai.

Berdasarkan perbandingan tersebut, penelitian ini memberikan perhatian yang lebih khusus pada balasan komentar sebagai ruang komunikasi politik digital. Penelitian terdahulu mengenai TikTok Gerindra lebih banyak membahas strategi kampanye, konten video, tren, humor politik, dan interaksi secara umum. Sementara itu, penelitian ini melengkapi pembahasan tersebut dengan melihat bagaimana admin akun @partaigerindra menggunakan humor dalam merespons komentar pengguna serta bagaimana respons tersebut terlihat melalui engagement di kolom komentar.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi politik di TikTok tidak hanya berlangsung melalui konten utama yang diunggah oleh akun, tetapi juga melalui interaksi yang terjadi setelah konten dipublikasikan. Kolom komentar dapat menjadi ruang bagi akun politik untuk membangun percakapan,

menggunakan bahasa yang lebih dekat dengan karakteristik audiens, serta menciptakan interaksi yang lebih santai dan informal.

3.6 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan humor dalam membalas komentar dapat menjadi salah satu pendekatan yang relevan dalam komunikasi politik digital. Penggunaan humor dan bahasa populer membantu akun politik menyesuaikan cara berkomunikasi dengan karakteristik pengguna TikTok, sehingga interaksi yang terjadi tidak selalu menggunakan gaya bahasa yang formal.

Pada akun @partaigerindra, penggunaan humor dalam balasan komentar menunjukkan adanya upaya untuk menciptakan komunikasi politik yang lebih santai dan dekat dengan pengguna. Hal tersebut dapat membuat interaksi di kolom komentar menjadi lebih cair. Meskipun demikian, penggunaan humor tetap perlu disesuaikan dengan konteks dan karakteristik audiens karena setiap bentuk humor dapat memperoleh respons yang berbeda.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa engagement dalam komunikasi politik digital tidak hanya ditentukan oleh seberapa banyak pesan yang disampaikan oleh suatu akun, tetapi juga oleh cara akun tersebut merespons dan berinteraksi dengan pengguna. Pemanfaatan kolom komentar melalui balasan yang mengandung humor dapat menjadi salah satu bentuk strategi komunikasi untuk membangun kedekatan antara akun politik dan audiens. Namun, penelitian lebih lanjut dengan cakupan data yang lebih luas masih diperlukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan humor terhadap engagement secara lebih terukur.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa akun TikTok @partaigerindra memanfaatkan kolom komentar sebagai salah satu strategi komunikasi digital untuk membangun engagement dengan pengguna. Bentuk komunikasi yang paling dominan ditemukan dalam penelitian ini adalah penggunaan humor melalui balasan komentar yang dikemas secara santai, ringan, dan dekat dengan pengalaman sehari-hari netizen. Humor tersebut ditampilkan dalam berbagai bentuk, seperti candaan spontan, penggunaan bahasa populer yang sedang tren di media sosial, humor satiris, serta referensi terhadap budaya populer yang dikenal luas oleh pengguna TikTok.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa balasan komentar yang mengandung unsur humor memperoleh tingkat keterlibatan pengguna yang relatif tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya tanda suka (likes) dan balasan lanjutan (replies) yang muncul pada interaksi yang diamati. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa humor berpotensi menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam menarik perhatian audiens, menciptakan kedekatan emosional, serta mendorong terjadinya interaksi yang lebih aktif antara akun dan pengikutnya.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi politik di media sosial telah mengalami pergeseran dari pola komunikasi yang formal menuju komunikasi yang lebih interaktif dan humanis. Melalui pemanfaatan humor dalam kolom komentar, akun @partaigerindra tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi politik, tetapi juga membangun citra yang lebih dekat dengan pengguna media sosial, khususnya Generasi Z yang menjadi mayoritas pengguna TikTok. Dengan demikian, humor dapat dipandang sebagai salah satu bentuk adaptasi komunikasi politik terhadap karakteristik budaya digital yang berkembang di media sosial.

Referensi

- Al-washliyah, U. M. N. (2024). KESANTUNAN BERBAHASA DALAM KOLOM KOMENTAR TIKTOK PADA AKUN @ GERINDRA *Politeness in Language Use in the Comment Section of the TikTok Account @ Gerindra* M Fajar Dwiansyah, Claudia Cahaya Adilistia *Abstrak*. 1(2), 44–53.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72.
- Azis, H. (2024). Dampak media baru terhadap partisipasi dan keterlibatan politik anak muda: Sebuah tinjauan studi empiris. *Jurnal Common*, 8(2), 148–160.
<https://doi.org/10.34010/common.v8i2.12823>
- Barizki, R. N., & Apriani, Y. (2024). Strategi konten kreatif Doteens dalam meningkatkan audience engagement melalui Instagram. *KOMUNIKATA* 57, 5(1), 29–36.
<https://doi.org/10.55122/kom57.v5i1.1255>
- Dwiansyah, M. F., & Adilistia, C. C. (2024). Kesantunan berbahasa dalam kolom komentar TikTok pada akun @Gerindra. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 44–60.
- Hayati, E. N. (2024). Karakteristik belajar Generasi Z dan implikasinya terhadap desain pembelajaran IPS. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, dan Pengelolaan Pendidikan*, 4(8).
<https://doi.org/10.17977/um065.v4.i8.2024.8>
- Interaktivitas, D. A. N. M. (2019). *INTERAKTIVITAS RADIO SUARA SURABAYA* :

- Marlina, D., & Hakim, L. (2025). Peran TikTok dalam kampanye politik: Strategi menarik Gen Z di Pemilu 2024. *Jurnal Audiens*, 6(1), 196–213.
- Marlina, D., Komunikasi, I., Dahlan, U. A., Hakim, L., Komunikasi, I., & Dahlan, U. A. (2025).
- Nizarisda, T. L., Zubair, F., & Ramdan, A. T. M. (2024). Upaya peningkatan engagement media sosial Instagram oleh Media Parapuan. *Jurnal Common*, 7(2), 138–150. <https://doi.org/10.34010/common.v7i2.11404>
- Nofiard, F. (2022). Komunikasi politik digital di Indonesia. *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah*, 10(2), 31–40. <https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v10i2.7548>
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika perilaku Gen Z sebagai generasi internet. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95–102.
- Pramudiana, F., & Romadhan, M. I. (2026). Penggunaan humor sebagai strategi digital PR Hotel Aria Centra melalui media TikTok dalam membangun engagement. *Jurnal Communiverse Studies*, 1(1), 52–59.
- Pratiwi, A. W. (2026). *Pemanfaatan Media dalam Kampanye Politik : Studi Kasus Analisis Akun*
- Pratiwi, A. W., & Irfan, I. (2026). Pemanfaatan media dalam kampanye politik: Studi kasus analisis akun TikTok Gerindra sebagai sarana kampanye politik Prabowo–Gibran dalam Pemilu 2024. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 500–514. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i1.7077>
- Stefani, A. P., & Aprilya, V. (2026). Fenomena bahasa gaul Generasi Z dalam komunikasi media sosial TikTok. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 10(4). *TikTok Gerindra sebagai Sarana Kampanye Politik Prabowo – Gibran dalam Pemilu 2024*. 5(1), 500–514. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i1.7077>