



Netnografi Humor Percakapan dalam Komunikasi Kesehatan Mental di YouTube

Muhammad Fikri^{1*}

¹Univesitas Pendidikan Indonesia

*Corresponding Author's e-mail: fikriafh@upi.edu

Article History:

Received: Feb 14, 2025

Revised: Mar 15, 2025

Accepted: Apr 20, 2025

Keywords:

conversational humor;
digital health
communication;
mental health;
netnography;
YouTube.

Abstract: *Digital mental health communication occurs through conversations between health professionals and podcast hosts, where humor may emerge spontaneously rather than as a planned strategy. This study explores how audiences interpret conversational humor in mental health communication on YouTube and how humor is negotiated within interactions between a health professional and a podcast host. Using a netnographic approach, the study analyzed comments on the YouTube video Buat yang Lagi Stres, featuring Raditya Dika and psychiatrist Elvine Gunawan. From 1,043 comments, 123 were selected through screening and analyzed using Schreier's content analysis. Symbolic interactionism guided the analysis of how audiences construct and negotiate meanings surrounding humor through their interpretations of the interaction. Findings show that conversational humor is understood through jokes and the context in which humor emerges, including spontaneity, differences in humor style, dynamics, and expectations of professionalism and topic sensitivity. Humor can make mental health communication more approachable, yet audiences evaluate its relevance, accuracy, and appropriateness. Audiences negotiate the meanings and boundaries of acceptable humor, indicating that conversational humor is contextual, interactional, and audience-dependent rather than effective as a strategy.*

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Fikri, M. (2025). Netnografi Humor Percakapan dalam Komunikasi Kesehatan Mental di YouTube . *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(4), 286–301. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i4.7159>

PENDAHULUAN

Media sosial telah berkembang menjadi ruang penting bagi masyarakat untuk memperoleh, membicarakan, dan menafsirkan informasi kesehatan mental di luar layanan profesional formal. Individu dengan gangguan mental serius menggunakan platform digital, termasuk YouTube, untuk berbagi pengalaman, mencari saran, dan membangun dukungan sebaya dengan pengguna lain yang menghadapi persoalan serupa (Naslund et al. 2016). Perubahan ini menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan mental tidak lagi hanya berlangsung antara tenaga profesional dan pasien, tetapi juga beredar melalui interaksi publik yang melibatkan kreator dan audiens. Karena itu, kualitas komunikasi kesehatan digital

juga berkaitan dengan cara pesan dikemas agar dapat diterima dan dipahami pengguna platform.

Peran kreator konten semakin penting karena mereka berada di antara logika edukasi dan logika keterlibatan media sosial. Eksperimen pada kreator TikTok menunjukkan bahwa pelatihan berbasis bukti dapat meningkatkan produksi konten kesehatan mental yang memuat informasi ilmiah dan memperluas paparan audiens terhadap pesan tersebut (Motta et al. 2024). Analisis terhadap video TikTok dengan keterlibatan tinggi juga memperlihatkan bahwa pembahasan depresi dan kecemasan hadir melalui pengalaman personal, informasi ahli, dan diskusi umum yang mengikuti karakter komunikasi platform (Samuel et al., 2024). Namun, platformisasi juga dapat menyederhanakan pengalaman kesehatan mental menjadi kategori yang mudah diedarkan, sehingga cara penyampaian pesan tetap perlu mempertahankan kompleksitas isu (Avella, 2024).

Salah satu pendekatan yang sering digunakan untuk menjembatani pesan kesehatan yang serius dengan perhatian audiens adalah humor. Penelitian dengan teknologi *eye-tracking* menemukan bahwa pesan kesehatan humoris dipindai lebih lama, lebih sering dikunjungi kembali, dan memperoleh perhatian visual lebih besar dibandingkan pesan nonhumoris (Brigaud et al. 2021). Humor juga dapat mengurangi kecemasan terhadap perilaku kesehatan tertentu dan mendukung sikap yang lebih positif, meskipun pengaruhnya terhadap perilaku aktual tidak selalu konsisten (Nabi, 2016). Temuan tersebut menunjukkan bahwa humor dapat membantu penerimaan pesan kesehatan, tetapi manfaatnya tetap bergantung pada karakter topik, audiens, dan situasi komunikasi.

Kajian yang lebih baru memperlihatkan bahwa humor di media sosial juga berkaitan dengan cara audiens menilai komunikator dan mempertahankan minat terhadap konten. Yeo et al. (2021) menemukan bahwa respons humor terhadap pesan ilmiah berkaitan dengan meningkatnya kesukaan terhadap komunikator dan motivasi untuk mengikuti lebih banyak konten ilmiah di media sosial. Namun, tinjauan sistematis terhadap 32 studi menunjukkan bahwa penelitian humor dalam komunikasi kesehatan media sosial masih dominan memperlakukan humor sebagai strategi pesan yang sengaja dirancang, lalu menilai pengaruhnya terhadap keterlibatan, respons afektif, sikap, kognisi, dan intensi perilaku (Hu et al., 2026). Kecenderungan tersebut menyisakan ruang untuk mengkaji humor yang tidak sekadar hadir sebagai daya tarik pesan, tetapi muncul melalui dinamika percakapan antarpartisipan.

Humor percakapan menawarkan sudut pandang berbeda karena humor dipahami sebagai peristiwa komunikatif yang terbentuk melalui respons, konteks, dan hubungan di antara pihak yang berinteraksi. Tsakona dan Chovanec (2018) menjelaskan bahwa humor interaksional bukan produk dengan satu makna yang selesai, melainkan dapat dibentuk, dinegosiasikan, dan ditafsirkan secara dinamis dalam percakapan tatap muka maupun komunikasi bermediasi. Attardo dan

Priego-Valverde (2026) bahkan menempatkan humor percakapan yang tidak direncanakan sebagai properti emergen dari konteks, sehingga kemunculannya tidak selalu membutuhkan koordinasi sebelumnya. Perspektif ini membedakan humor yang sejak awal dirancang sebagai bagian pesan kesehatan dari humor yang lahir melalui respons spontan, penimpalan, permainan bahasa, atau perubahan nada dalam percakapan.

Cara humor muncul melalui percakapan juga berkaitan dengan kedekatan dan informalitas dalam komunikasi profesional. Schwabe et al., (2025) menunjukkan bahwa gaya komunikasi informal dapat meningkatkan persepsi *benevolence* melalui rasa kedekatan, tetapi pada situasi profesional tertentu juga dapat menurunkan persepsi kemampuan ketika informalitas dianggap melanggar ekspektasi peran. Temuan tersebut memperlihatkan ketegangan antara kebutuhan profesional untuk mempertahankan kompetensi dengan kebutuhan komunikasi digital untuk tampil lebih manusiawi, dekat, dan mudah didekati. Ketegangan ini menjadi relevan ketika profesional kesehatan berbicara bersama figur hiburan karena komunikasi yang terbentuk turut dipengaruhi ritme percakapan, humor, dan karakter interpersonal kedua pembicara.

Fenomena tersebut terlihat dalam video YouTube berjudul “*Buat yang Lagi Stres*” yang mempertemukan Raditya Dika sebagai pembawa acara siniar dengan dr. Elvine Gunawan, Sp.KJ sebagai psikiater untuk membicarakan stres dan berbagai persoalan kesehatan mental. Video tersebut memperoleh 2,1 juta tayangan. Berbeda dari kampanye kesehatan yang memasukkan humor sebagai elemen pesan terencana, format percakapan pada video tersebut memberi ruang bagi humor untuk muncul melalui interaksi antara pembawa acara siniar dan profesional kesehatan. Kolom komentar kemudian menyediakan jejak digital untuk melihat bagaimana audiens memaknai humor tersebut, termasuk kesan lucu, santai, tidak kaku, mudah dipahami, atau kedekatan yang dirasakan terhadap pembicara. Fokus ini penting karena komentar audiens memperlihatkan pemaknaan yang muncul secara alami tanpa langsung mengasumsikan bahwa humor pasti meningkatkan pemahaman atau mengubah perilaku kesehatan.

Berdasarkan uraian tersebut, kesenjangan penelitian terletak pada masih terbatasnya kajian yang memandang humor dalam komunikasi kesehatan mental sebagai sumber daya percakapan yang muncul dari interaksi profesional kesehatan dan entertainer, kemudian dimaknai melalui respons organik audiens di platform digital. Netnografi relevan untuk membaca fenomena ini karena metode tersebut digunakan untuk mempelajari praktik, pengalaman, dan interaksi kesehatan yang berlangsung secara alami di ruang daring (Salzmann-Erikson dan Eriksson, 2023). Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana audiens memaknai humor yang muncul dalam percakapan kesehatan mental di YouTube serta bagaimana humor percakapan membentuk pengalaman mereka terhadap penyampaian informasi oleh profesional kesehatan dan entertainer. Kajian ini diharapkan memperluas penelitian humor dalam komunikasi kesehatan dari

fokus pada humor sebagai strategi pesan menuju pemahaman tentang humor sebagai praktik interaksional dalam komunikasi kesehatan mental berbasis platform.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Termediasi Komputer

Komunikasi termediasi komputer atau *Computer-Mediated Communication* (CMC) merupakan proses komunikasi antarmanusia yang berlangsung melalui teknologi komputer dan jaringan digital sebagai medium pertukaran pesan. Perkembangan teknologi informasi memperluas komunikasi dari interaksi tatap muka menuju berbagai bentuk komunikasi digital seperti media sosial, surat elektronik, dan konferensi daring yang dapat berlangsung melampaui batas geografis (Wood, 2018). Teknologi digital juga menciptakan dinamika baru dalam cara pesan diproduksi, disampaikan, diterima, dan diinterpretasikan oleh individu maupun kelompok (Fikri, 2026)

CMC tidak hanya berkaitan dengan proses transmisi informasi, tetapi juga melibatkan *encoding*, *decoding*, dan interpretasi makna. Berlo memandang komunikasi sebagai proses dinamis yang melibatkan pengirim, pesan, saluran, dan penerima, sedangkan makna yang diterima tidak selalu identik dengan maksud awal pengirim karena dipengaruhi oleh latar belakang serta faktor sosial dan psikologis individu (Berlo 1960; Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2021). Komunikasi juga melibatkan proses pembentukan, pemrosesan, dan pemaknaan ulang terhadap pesan melalui interaksi yang berlangsung secara berkelanjutan.

Perkembangan media digital membuat pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan respons, menghasilkan pesan baru, dan menggunakan beragam simbol digital. Teks, gambar, video, gestur visual, emoji, dan tanda digital lainnya dapat menjadi bagian dari proses pembentukan makna. Xu, Yang, dan Tian (2023) menunjukkan bahwa emotikon internet dapat dipahami sebagai simbol yang memperoleh makna melalui praktik komunikasi dan interpretasi penggunaannya. CMC karena itu dapat dipahami sebagai proses komunikasi sosial yang tidak hanya memindahkan pesan melalui teknologi, tetapi juga membuka ruang bagi pertukaran dan interpretasi makna.

Humor Percakapan dalam Komunikasi Digital

Humor percakapan merupakan humor yang muncul dan berkembang selama interaksi antarpeserta percakapan. Berbeda dari humor yang telah dirancang sebelumnya sebagai bagian dari pesan, humor percakapan dapat muncul melalui respons spontan, penimpalan, permainan bahasa, ketidakselarasan referensi, perubahan arah pembicaraan, atau respons terhadap ujaran peserta lain. Kelucuan karena itu tidak selalu berada pada satu ujaran

tertentu, tetapi dapat terbentuk melalui hubungan antara ujaran, respons, partisipan, dan situasi interaksi.

Tsakona dan Chovanec (2018) memandang humor interaksional sebagai fenomena dinamis yang dibentuk dan dinegosiasikan melalui interaksi. Respons partisipan dapat mempertahankan, mengembangkan, mengubah, atau menolak makna humor yang muncul sebelumnya. Attardo dan Priego-Valverde (2026) kemudian menjelaskan humor percakapan sebagai properti emergen konteks, yaitu humor yang dapat terbentuk dari perkembangan situasi interaksional yang tidak direncanakan sejak awal. Ketidakselarasan respons, perbedaan pengetahuan bersama, kesalahpahaman, atau perubahan arah percakapan dapat menjadi sumber kelucuan.

Dalam komunikasi digital, humor percakapan juga dipengaruhi oleh keberadaan berbagai simbol verbal dan nonverbal. Bahasa, ekspresi, gestur, simbol visual, dan respons digital dapat menjadi bagian dari pembentukan serta interpretasi humor. Makna simbol tidak bersifat universal karena dipengaruhi oleh penggunaan, pengalaman sosial, dan konteks budaya tempat simbol tersebut muncul (Eroglu, 2025). Humor percakapan digital karena itu tidak hanya berkaitan dengan produksi lelucon, tetapi juga dengan proses pengenalan, interpretasi, negosiasi, dan evaluasi terhadap kelucuan (Pranoto et al. 2026).

Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik berakar pada pemikiran George Herbert Mead mengenai hubungan antara pikiran, diri, masyarakat, dan interaksi sosial. Mead memandang pikiran dan diri sebagai sesuatu yang berkembang melalui proses sosial, salah satunya melalui kemampuan *taking the role of the other* atau memahami situasi dari perspektif pihak lain (Mead 1934; Efendi et al. 2024). Pemikiran tersebut kemudian disistematisasi oleh Herbert Blumer yang menempatkan makna subjektif dan interpretasi sebagai pusat analisis interaksi sosial. Blumer mengemukakan tiga premis utama, yaitu manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan terhadap sesuatu, makna muncul dari interaksi sosial, dan makna dapat berubah melalui proses interpretasi (Littlejohn, Foss, dan Oetzel, 2017).

Simbol dan makna menjadi konsep penting dalam Interaksi Simbolik. Simbol dapat berupa kata, bahasa, gestur, objek, ekspresi wajah, atau tanda lain yang digunakan untuk mewakili sesuatu, sedangkan maknanya tidak bersifat tetap atau universal karena dibentuk melalui penggunaan dan kesepakatan sosial (Eroglu, 2025). Teori ini juga menekankan bahwa simbol-simbol budaya dipelajari melalui interaksi dan individu memberikan makna terhadap berbagai hal yang kemudian berkaitan dengan sikap dan perilaku mereka (Efendi et al., 2024; Siregar, 2016). Makna bersifat kontekstual dan dapat berubah mengikuti pengalaman, diskursus sosial, serta lingkungan individu.

Interaksi dan interpretasi melengkapi proses pembentukan makna. Individu tidak menerima makna secara pasif, tetapi menafsirkan tindakan dan

simbol berdasarkan latar belakang, pengalaman, serta situasi yang sedang dihadapi (Fletcher, 2023). Makna juga dapat dinegosiasikan melalui bahasa, percakapan, gestur, atau simbol visual yang digunakan untuk membangun pemahaman sosial (Xu, Yang, Tian, 2023). Teori Interaksi Simbolik karena itu memandang komunikasi bukan hanya sebagai proses pengiriman informasi, tetapi sebagai proses sosial tempat simbol digunakan, makna dibentuk, dan realitas sosial terus diinterpretasikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi untuk memahami pemaknaan audiens terhadap humor percakapan dalam komunikasi kesehatan mental di YouTube. Objek penelitian adalah komentar pada video *Buat yang Lagi Stres* yang menampilkan percakapan Raditya Dika dan dr. Elvine Gunawan, Sp.KJ mengenai stres dan kesehatan mental. Data awal terdiri atas 1.043 komentar utama pengguna yang dikumpulkan dari kolom komentar video tersebut. Seluruh komentar diseleksi berdasarkan kriteria inklusi yang mencakup komentar mengenai humor, kelucuan, tawa, gaya komunikasi santai, penyampaian yang tidak kaku, pengalaman menikmati percakapan, serta respons terhadap interaksi kedua pembicara. Melalui proses penyaringan dan pembacaan kontekstual, diperoleh 123 komentar sebagai korpus analisis utama.

Data dianalisis menggunakan analisis konten kualitatif yang dikembangkan oleh Schreier (2012). Analisis dimulai dengan membaca seluruh komentar terpilih secara berulang untuk memahami konteks data, kemudian menyusun kerangka koding berdasarkan aspek-aspek yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Setiap komentar ditempatkan sebagai unit analisis dan diberi kode berdasarkan makna yang disampaikan audiens mengenai humor dan pengalaman komunikasi. Kode-kode yang memiliki kesamaan kemudian dikelompokkan ke dalam kategori dan subkategori. *Coding frame* diperiksa dan disempurnakan selama proses analisis untuk memastikan bahwa setiap kategori dapat membedakan variasi pemaknaan yang muncul dalam komentar tanpa menghilangkan konteks komunikasinya (Schreier 2012).

Pembentukan kategori dilakukan dengan pendekatan berorientasi pada data sehingga fungsi dan pemaknaan humor tidak ditentukan sebelum proses pengodean dilakukan. Setelah kategori akhir terbentuk, hubungan antarkategori diinterpretasikan menggunakan Teori Interaksi Simbolik untuk menjelaskan bagaimana audiens memberikan makna terhadap humor, simbol, tindakan, dan interaksi yang mereka amati dalam percakapan. Teori ini digunakan untuk membaca proses pembentukan dan perubahan makna melalui interaksi serta interpretasi audiens, bukan untuk menentukan kategori sejak awal analisis. Analisis tidak digunakan untuk membuktikan efektivitas humor atau hubungan kausal terhadap pemahaman dan perilaku kesehatan, tetapi untuk menjelaskan

pola pemaknaan yang terartikulasikan dalam komentar pengguna. Untuk menjaga etika penelitian digital, identitas pengguna tidak ditampilkan secara penuh. Nama pengguna pada kutipan komentar disensor sebagian menggunakan tiga tanda bintang (***) sehingga sumber komentar tetap dapat dibedakan tanpa menampilkan identitas akun secara utuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis terhadap 123 komentar menghasilkan lima tema yang menggambarkan pemaknaan humor dalam komunikasi kesehatan mental di YouTube, yaitu humor sebagai pengalaman afektif, pendukung aksesibilitas pesan, pembentuk kedekatan komunikatif, konstruksi interaksional humor antara profesional kesehatan dan entertainer, serta batas kontekstual humor. Lima komentar pada setiap tema ditampilkan sebagai kutipan representatif karena keterbatasan ruang tidak memadai untuk menyajikan seluruh komentar pada masing-masing kategori.

Tema	Jumlah	Persentase
Humor sebagai pengalaman afektif dalam komunikasi kesehatan mental	47	38,2%
Humor sebagai pendukung aksesibilitas pesan	21	17,1%
Humor sebagai pembentuk kedekatan komunikatif	33	26,8%
Konstruksi interaksional humor antara profesional kesehatan dan entertainer	14	11,4%
Batas kontekstual humor dalam komunikasi kesehatan mental	8	6,5%
Total	123	100%

Humor sebagai Pengalaman Afektif dalam Komunikasi Kesehatan Mental

Tema pertama menunjukkan bahwa humor terutama dimaknai audiens sebagai pengalaman emosional selama mengikuti pembahasan kesehatan mental. Ekspresi seperti “*lucu*”, “*ngakak*”, “*ketawa*”, dan “*terhibur*” muncul bersama penilaian terhadap isi pembicaraan. Beberapa pengguna bahkan memperlihatkan pengalaman yang lebih kompleks ketika tawa hadir bersamaan dengan kesedihan atau kondisi emosional yang sedang dialami.

- @suc*3789**: “Ini podcast ngakak dengan pembahasan berisi 😊 .. bagus eeuuy.”

- @ern*4052**: “Dokter lucu banget.. Gabosen dengar nya.”
- @azq*ahra**: “4:28 ‘AING REK MATI’ ngakak bgt maap.”
- @cit*na19**: “Bang dokter nya seru, aku yang lagi stress nonton ini merasa bahagia 😄😄😄.”
- @dar*1133**: “Padahal ini video banyak jokesnya dan lucu. Tapi aku nontonnya sambil nangis (dikit) 🥺. 😭.”

Komentar tersebut menunjukkan bahwa pengalaman humor tidak selalu berdiri sebagai hiburan semata. Ungkapan *ngakak dengan pembahasan berisi* memperlihatkan bahwa kelucuan dapat hadir bersama penilaian positif terhadap substansi, sedangkan pengalaman tertawa sambil menangis memperlihatkan respons afektif yang lebih ambivalen. Limbu et al. (2026) menunjukkan bahwa humor dapat memengaruhi respons terhadap pesan kesehatan, termasuk dengan membuat pengalaman menerima informasi terasa kurang mengancam. Data penelitian ini tetap hanya menunjukkan persepsi afektif audiens dan tidak membuktikan bahwa humor secara klinis mengurangi stres atau gejala kesehatan mental.

Manfaat tersebut juga tidak berlaku tanpa batas. Limbu et al. (2026) memperingatkan bahwa penggunaan humor pada kondisi kesehatan yang serius atau berisiko tinggi dapat mengurangi efektivitas pesan ketika tidak sesuai dengan tingkat keseriusan isu. Artinya, membuat pengalaman menerima pesan terasa lebih ringan berbeda dengan membuat persoalan kesehatan mental dianggap tidak serius. Perbedaan budaya turut memengaruhi penerimaan tersebut. Jiang et al. (2019) menunjukkan bahwa persepsi dan penggunaan humor berbeda lintas budaya, termasuk dalam pemanfaatannya sebagai strategi koping. Respons positif terhadap humor karena itu tetap berkaitan dengan norma sosial, pengalaman, dan preferensi audiens.

Humor sebagai Pendukung Aksesibilitas Pesan

Tema kedua memperlihatkan bahwa audiens menghubungkan humor dengan pengalaman mengikuti informasi kesehatan mental. Kelucuan sering disebut bersama bahasa yang tidak terlalu baku, penjelasan yang dianggap mudah dipahami, dan pengalaman memperoleh pengetahuan baru. Humor pada tema ini tampak bekerja bersama informalitas dan gaya percakapan sehari-hari.

- @riz*5039**: “Sumpah Keren Banget bintang tamu nyaa,,lebih gampang nangkep kalo bahasa nya tidak terlalu baku dan ada lawakan untuk melengkapi obrolan.”
- @Git*rina**: “Seruuuu bangettt dengerin dok elvine sama bang radit di podcast inii. Belajarr ilmu baru dan ngakak terus sepanjang podcasttt!”
- @sah*6336**: “kak radit, podcast tentang materi nya ini bagus banget. dibuat gini, jadi mudah dipahami dan lucu banget sih kak.”
- @anw*h945**: “Ilmunya dapet, lucunya dapet bu dok 👍.”

- @jen*2543**: “Nonton ini malah ketawa tp teredukasi gitu 😊.”

Ungkapan seperti *lebih gampang nangkep, belajar ilmu baru dan ngakak, serta ketawa tapi teredukasi* menunjukkan bahwa audiens tidak selalu memisahkan pengalaman edukasi dan hiburan. Wang dan Pavelko (2023) menunjukkan bahwa humor yang sesuai dengan karakter pesan kesehatan dapat mendukung keterlibatan audiens. Pada penelitian ini, humor tampak membuat informasi profesional dipersepsikan lebih mudah diikuti. Penekanan pada persepsi penting karena komentar pengguna tidak dapat digunakan sebagai bukti peningkatan pemahaman secara objektif.

Temuan pembandingan memperlihatkan bahwa rasa mudah mengikuti pesan tidak selalu sama dengan kualitas pemrosesan informasi. Iles dan Nan (2017) menemukan bahwa humor sarkastik pada pesan kesehatan dapat menghasilkan lebih banyak kontraargumentasi dan persepsi kekuatan argumen yang lebih rendah dibandingkan pesan tanpa humor. Droog et al. (2025) juga menunjukkan bahwa koreksi satir dapat mengurangi mispersepsi, tetapi tidak selalu meningkatkan penerimaan terhadap informasi yang benar. Aksesibilitas, pemahaman, penerimaan, dan akurasi pengetahuan karena itu perlu diperlakukan sebagai hasil komunikasi yang berbeda. Humor dapat membantu cara informasi diterima tanpa menjamin bahwa substansi dipahami secara lebih akurat.

Humor sebagai Pembentuk Kedekatan Komunikatif

Tema ketiga menunjukkan bahwa humor berkaitan dengan cara audiens memandang karakter interpersonal profesional kesehatan. Ungkapan seperti *asik, seru, bestie*, dan *berasa diajak ngobrol langsung* memperlihatkan bahwa dr. Elvine tidak hanya dinilai melalui pengetahuan yang disampaikan, tetapi juga melalui persona komunikatif yang muncul selama percakapan.

- @sus*1992**: “Dokternya asik.. campuran antara pintar, lucu dan full empathy.”
- @Cam*flwr**: “Suka banget liat konten2 dokter ini di tiktok. Cara ngejelasin nya enak berasa bestie 😊.”
- @Mai*door**: “Dokternya seru banget!!!! Berasa kaya diajak ngobrol langsung. Luuvvv.”
- @okt*3826**: “Ini bagus kak, egk serasa ngobrol sama dokter.”
- @gen*6936**: “aku jadi pengen jd pasiennya wkwkwk hanya untk ngobrol doang.”

Pola tersebut menunjukkan bahwa humor, bahasa informal, dan ritme percakapan ikut membentuk cara audiens memaknai karakter interpersonal profesional kesehatan. Ungkapan seperti *berasa bestie, berasa diajak ngobrol langsung*, dan *nggak serasa ngobrol sama dokter* memperlihatkan bahwa kedekatan tidak hanya muncul dari isi pesan, tetapi juga dari simbol-simbol komunikasi yang digunakan selama percakapan. Vaz de Almeida dan Nunes (2020)

menunjukkan bahwa penggunaan humor yang tepat dapat mendukung kebersamaan dan kedekatan dalam hubungan kesehatan, sedangkan Yeo et al. (2021) menemukan hubungan antara humor, kesukaan terhadap komunikator, dan motivasi untuk mengikuti lebih banyak konten.

Kedekatan tersebut tetap perlu dibaca bersama ekspektasi terhadap profesionalisme. Schwabe et al. (2025) menemukan bahwa komunikasi informal dapat meningkatkan persepsi itikad baik dan kedekatan, tetapi pada situasi profesional tertentu juga dapat menurunkan persepsi kemampuan ketika informalitas dianggap melanggar ekspektasi peran. Menariknya, komentar @sus*1992** menggambarkan dokter sebagai *pintar, lucu, dan full empathy* secara bersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak selalu mempertentangkan kedekatan dengan kompetensi, tetapi tetap menilai bagaimana kehangatan, kemampuan, dan profesionalisme hadir secara bersamaan dalam figur profesional kesehatan.

Konstruksi Interaksional Humor antara Profesional Kesehatan dan Entertainer

Tema keempat memperlihatkan bahwa humor tidak selalu dipandang sebagai karakter salah satu pembicara. Audiens juga memperhatikan proses saling menimpali, perbedaan gaya humor, respons spontan, serta momen ketika lelucon Raditya Dika dan dr. Elvine tidak sepenuhnya bertemu. Humor karena itu tidak hanya berada dalam isi satu ujaran, tetapi juga pada hubungan antara ujaran dan respons berikutnya.

- @ash*5866**: “DUA ORANG BEDA JOKES TAPI LEMPAR LEMPARAN 🤔🤔🤔🤔.”
- @sab*h805**: “seru banget bintang tamunya, meskipun jokesnya saling ga ketemu tetep aja lucu dan isinya keren bangeett.”
- @sep*1838**: “Emang keliatan sih jokes nya bang radit sama dokter gak cocok tapi flow nya enak aja.”
- @rai*etic**: “Asik ya dokternya. Jokenya malah nyambung sama bang radit.”
- @umm*1518**: “sygnya dia gk ngerti jadi lucu liatnya 🤔🤔.”

Attardo dan Priego-Valverde (2026) menjelaskan humor percakapan yang tidak direncanakan sebagai *emergent property of context*, ketika kelucuan berkembang dari situasi dan respons yang muncul selama interaksi. Perspektif tersebut sesuai dengan komentar audiens yang justru menjadikan ketidaknyambungan, perbedaan referensi, atau respons tidak terduga sebagai sumber humor. Kelucuan tidak sepenuhnya berasal dari lelucon yang telah disiapkan, tetapi juga dari apa yang terjadi setelah lelucon tersebut disampaikan.

Perbedaan gaya humor juga tidak selalu dianggap sebagai kegagalan. Ungkapan *jokesnya saling ga ketemu tetep aja lucu* dan *jokesnya nggak cocok tapi flow-nya enak* menunjukkan bahwa sebagian audiens masih menikmati

percakapan ketika kedua pembicara tidak memiliki referensi humor yang sama. Literatur mengenai *failed conversational humor* mengingatkan bahwa ketidakselarasan referensi atau pengetahuan bersama dapat membuat humor gagal diterima. Data penelitian ini memperlihatkan sisi lain: ***humor mismatch* tidak selalu menjadi humor failure** ketika ketidakselarasan tersebut tetap berada dalam alur interaksi yang dianggap nyaman dan menarik oleh audiens.

Batas Kontekstual Humor dalam Komunikasi Kesehatan Mental

Tema kelima memperlihatkan bahwa penerimaan terhadap humor memiliki batas. Sebagian audiens menilai lelucon tidak cocok, terlalu dominan, atau mengganggu substansi pembahasan. Kritik tidak hanya berkaitan dengan selera humor, tetapi juga muncul ketika percakapan yang terlalu santai dianggap berisiko membuat penjelasan kurang tepat.

- @Tin*-g5k**: “G usah basa basi d awal BKIN MLS nonton, lucu kaga.”
- **@RA-*j9cr: “we juga ga cocok sm jokes radit.”
- @iva*4590**: “IMO misleading di part parenting... Agak khas keasikan ngobrol jadi cap2 aja biar seru.”
- @Adm*rkah**: “JOKES NYA GAUSAH... Biar relate kt jd lebih paham sm cntoh2 nya lgsg dari ahli.”
- @rin*9091**: “aku ga ketawa. Klo suamiku ketawa.”

Komentar tersebut memperlihatkan bahwa humor yang sama dapat memperoleh penilaian berbeda. Wang dan Pavelko (2023) menunjukkan bahwa respons terhadap humor kesehatan dipengaruhi kesesuaian antara jenis humor dan karakter pesan. Galea et al. (2025) juga menunjukkan bahwa humor di media sosial dapat mendukung keterlibatan dan literasi kesehatan, tetapi dapat membawa risiko misinterpretasi atau berkurangnya kepercayaan ketika penggunaannya tidak sesuai. Kritik terhadap bagian yang dianggap menyesatkan memperlihatkan bahwa audiens tidak hanya mengevaluasi kelucuan, tetapi juga hubungan antara humor dan ketepatan informasi.

Jenis humor dan tingkat sensitivitas topik turut menentukan batas penerimaan tersebut. Iles dan Nan (2017) menunjukkan bahwa humor sarkastik dapat meningkatkan *counterarguing*, sedangkan Limbu et al. (2026) menekankan perlunya kehati-hatian pada kondisi kesehatan yang serius atau berisiko tinggi. Perbedaan budaya dan pengalaman audiens semakin membuat respons terhadap humor tidak seragam (Jiang et al., 2019). Komentar seorang pengguna yang tidak tertawa sementara pasangannya tertawa terhadap humor yang sama menjadi contoh sederhana bahwa kesesuaian humor tidak hanya berada pada pesan, tetapi juga pada penerimanya.

Droog et al. (2025) memperlihatkan bahwa hubungan humor dan pemrosesan informasi juga tidak selalu bersifat negatif. Koreksi satir dapat membantu mengurangi mispersepsi, walaupun efek tersebut tidak otomatis

meningkatkan kepercayaan terhadap informasi yang benar. Humor karena itu tidak dapat ditempatkan sebagai unsur yang selalu membantu atau selalu mengganggu komunikasi kesehatan. Audiens justru terlihat menegosiasikan batas penerimaan humor dengan menilai apakah kelucuan masih relevan, informatif, profesional, dan sesuai dengan sensitivitas pembahasan.

Kelima tema menunjukkan bahwa pemaknaan humor tidak berhenti pada pertanyaan apakah audiens tertawa atau tidak. Audiens membaca humor melalui pengalaman emosional, cara informasi disampaikan, kesan terhadap profesional kesehatan, dinamika antara kedua pembicara, serta kesesuaian humor dengan topik yang dibahas. Humor percakapan karena itu berbeda dari pendekatan yang menempatkan humor sebagai *message appeal* yang telah dirancang sebelumnya. Pada format percakapan, sebagian kelucuan justru muncul setelah pembicara saling merespons, mengalami ketidakselarasan, atau menyesuaikan diri dengan arah interaksi.

Posisi audiens juga menjadi penting karena makna humor tidak selesai ketika lelucon disampaikan. Audiens dapat menikmati ketidakselarasan yang terjadi, menghubungkan humor dengan kedekatan atau aksesibilitas pesan, tetapi juga mengkritiknya ketika dianggap mulai mengganggu informasi atau ekspektasi profesional. Pola ini menempatkan audiens bukan hanya sebagai penerima humor, tetapi sebagai **penegosiasi batas penerimaan humor** dalam komunikasi kesehatan mental digital. Posisi tersebut membantu menjelaskan mengapa bentuk humor yang sama dapat dianggap mendukung percakapan oleh sebagian pengguna dan dipandang berlebihan oleh pengguna lainnya.

Analisis Teoretis Interaksi Simbolik

Teori Interaksi Simbolik menempatkan makna sebagai sesuatu yang tidak melekat secara tetap pada suatu objek, ujaran, atau tindakan. Blumer menjelaskan bahwa manusia bertindak berdasarkan makna yang diberikan terhadap sesuatu, makna tersebut muncul melalui interaksi sosial, lalu dapat berubah melalui proses interpretasi (Littlejohn et al., 2017). Simbol juga dapat berupa kata, gestur, ekspresi, atau bentuk komunikasi lain yang memperoleh arti melalui kesepakatan dan pengalaman sosial (Eroglu, 2025). Teori ini menekankan bahwa simbol-simbol budaya dipelajari melalui interaksi dan individu memberikan makna terhadap sesuatu yang kemudian berkaitan dengan sikap dan perilakunya (Efendi et al., 2024; Siregar, 2016). Makna humor pada percakapan Raditya Dika dan dr. Elvine karena itu tidak dapat ditempatkan hanya pada isi lelucon, tetapi pada proses ketika ujaran, respons, ekspresi, dan gaya komunikasi dibaca serta diberi arti oleh pihak yang terlibat dan audiens yang menyaksikannya.

Pembacaan terhadap 123 komentar memperlihatkan dua lapis pembentukan makna. Lapisan pertama terjadi pada interaksi Raditya Dika dan dr. Elvine ketika lelucon, respons spontan, perbedaan referensi, serta cara keduanya

menanggapi satu sama lain membentuk makna situasional selama percakapan. Lapisan kedua muncul ketika audiens mengamati interaksi tersebut dan menafsirkannya kembali melalui komentar. Interaksi Simbolik memandang interaksi sebagai proses reflektif ketika individu menafsirkan tindakan orang lain, memberikan respons, lalu menghasilkan makna baru; makna tersebut bersifat kontekstual dan dapat berubah mengikuti pengalaman serta situasi sosial (Xu et al., 2023). Pola ini terlihat ketika ketidakselarasan gaya humor yang berpotensi dibaca sebagai kegagalan justru disebut audiens sebagai *"jokesnya saling ga ketemu tetep aja lucu"* atau *"jokesnya nggak cocok tapi flow-nya enak"*. Kelucuan pada titik ini tidak selesai pada maksud pembicara, tetapi terbentuk kembali melalui interpretasi audiens terhadap hubungan antarpembicara.

Proses interpretasi tersebut juga terlihat dari perubahan makna terhadap figur profesional kesehatan. Sebutan seperti *"berasa bestie"*, *"berasa diajak ngobrol langsung"*, dan *"nggak serasa ngobrol sama dokter"* menunjukkan bahwa audiens tidak hanya memberi makna pada humor, tetapi juga pada identitas sosial dr. Elvine sebagai psikiater. Identitas profesional yang biasanya berkaitan dengan otoritas dan jarak formal dibaca kembali melalui simbol berupa bahasa informal, humor, ekspresi, dan pola interaksi dengan entertainer. Teori Interaksi Simbolik menjelaskan bahwa individu tidak menerima makna sosial secara pasif, melainkan memilah dan menafsirkannya berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan situasi yang dihadapi (Fletcher, 2023). Data ini memperlihatkan bahwa makna "psikiater" tidak hilang, tetapi diperluas menjadi figur profesional yang bagi sebagian audiens juga dapat dipersepsikan dekat, komunikatif, dan mudah didekati.

Perbedaan respons audiens selanjutnya menunjukkan bahwa makna humor terus dinegosiasikan setelah percakapan berlangsung. Sebagian pengguna memaknai humor sebagai *"ketawa tapi teredukasi"* atau *"ngakak dengan pembahasan berisi"*, sedangkan pengguna lain menyebut lelucon tidak lucu, tidak relevan, atau bahkan menganggap bagian tertentu *misleading*. Interaksi Simbolik menjelaskan bahwa makna merupakan hasil negosiasi sosial dan dapat dimodifikasi melalui interpretasi individu, bukan sesuatu yang bersifat alamiah atau seragam (Xu et al. 2023; Fletcher 2023). Audiens dapat dipahami sebagai penegosiasi makna dan batas penerimaan humor, sebab mereka ikut menilai apakah humor masih sesuai dengan keseriusan isu, ketepatan informasi, dan posisi profesional komunikator. Makna humor dalam komunikasi kesehatan mental digital akhirnya bergerak melalui hubungan antara simbol yang diproduksi pembicara, dinamika interaksi, dan interpretasi audiens yang menyaksikannya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa humor dalam komunikasi kesehatan mental digital lebih tepat dipahami sebagai praktik interaksional daripada sekadar strategi penyampaian pesan. Makna humor terbentuk melalui cara humor

diproduksi, dinamika percakapan, dan interpretasi audiens. Perspektif interaksi simbolik menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima pesan, tetapi juga menegosiasikan makna humor berdasarkan hubungan sosial, identitas profesional, konteks, pengalaman, dan ekspektasi. Dengan demikian, humor dapat dianggap tepat, membantu, berlebihan, atau mengganggu bergantung pada konteks dan kerangka interpretasi audiens.

Secara praktis, humor merupakan sumber daya komunikasi yang membutuhkan sensitivitas terhadap konteks. Profesional kesehatan dan kreator perlu mempertimbangkan tidak hanya daya tarik humor, tetapi juga pengaruhnya terhadap persepsi informasi, profesionalisme, dan keseriusan isu kesehatan mental. Informalitas dapat membuat komunikasi lebih dekat dan mudah diterima, tetapi batas penerimaan audiens berbeda-beda. Karena itu, evaluasi komunikasi kesehatan digital perlu memperhatikan interpretasi dan respons audiens, bukan hanya tingkat keterlibatan.

Penelitian ini terbatas pada komentar audiens dalam satu video YouTube sehingga belum menggambarkan variasi pemaknaan humor secara luas. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan berbagai platform, isu kesehatan, bentuk humor, dan konfigurasi komunikator. Wawancara, fokus kelompok, eksperimen, atau metode campuran juga dapat digunakan untuk mengkaji hubungan humor dengan pemahaman informasi, kepercayaan terhadap profesional kesehatan, dan respons audiens.

DAFTAR REFERENSI

1. Attardo, Salvatore, and Béatrice Priego-Valverde. 2026. "Conversational Humor as an Emergent Property of Context." *Discourse Studies* 28 (3): 369–385. <https://doi.org/10.1177/14614456251369994>.
2. Avella, H. 2024. "Influencer Economies, 'Uber Therapies,' and Platformed Pathologies: Mental Health Diagnosis and Sponsored TikTok Content." *Information, Communication & Society*: 1–17. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2024.2434638>.
3. Berlo, David K. 1960. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
4. Brigaud, E., A. Lafont, and N. Blanc. 2021. "Your Eyes Do Not Lie! Dissecting Humor Effects in Health Messages Using Eye Tracker Technology." *Frontiers in Public Health* 9: 653584. <https://doi.org/10.3389/FPUBH.2021.653584>.
5. Droog, E., C. Burgers, D. van Huijstee, and I. Vermeulen. 2025. "Laughing Through the Myths: Using Satirical Humor to Counter Misinformation About Contraceptives on Social Media." *Health Communication*: 1–12. <https://doi.org/10.1080/10410236.2025.2560034>.
6. Efendi, E., F. Fadila, K. Tariq, T. Pratama, and W. Azmi. 2024. "Interaksionisme Simbolik dan Praksis." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4 (3): 1088–1095. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.514>.
7. Fletcher, James. 2023. "Symbolic Interactionism." In *Encyclopedia of Health Research in the Social Sciences*, edited by Kevin Dew and Sarah Donovan, 320–325. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800885691.ch58>.

8. Galea, G., R. Chugh, and L. Mainey. 2025. "Funny or Risky? Humour in Health-Related Social Media." *Online Journal of Communication and Media Technologies* 15 (2): e202520. <https://doi.org/10.30935/ojcm/16312>.
9. Hu, Yangna, Cindy Sing Bik Ngai, and Alex Chun Koon. 2026. "Humor in Social Media Health Communication: A Systematic Review of Strategic Uses and Effects." *Behavioral Sciences* 16 (4): 509. <https://doi.org/10.3390/bs16040509>.
10. Iles, I. A., and X. Nan. 2017. "It's No Laughing Matter: An Exploratory Study of the Use of Ironic versus Sarcastic Humor in Health-Related Advertising Messages." *Health Marketing Quarterly* 34 (3): 187–201. <https://doi.org/10.1080/07359683.2017.1346432>.
11. Jiang, Tonglin, Hao Li, and Yubo Hou. 2019. "Cultural Differences in Humor Perception, Usage, and Implications." *Frontiers in Psychology* 10: 123. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00123>.
12. Limbu, Yam B., Christopher McKinley, and Bruce A. Huhmann. 2026. "Health Message Outcomes of Humor Appeals: A Systematic Review." *Health Communication*: 1–19. <https://doi.org/10.1080/10410236.2025.2609216>.
13. Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, and John G. Oetzel. 2017. *Theories of Human Communication*. 11th ed. Long Grove, IL: Waveland Press.
14. Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, and John G. Oetzel. 2021. *Theories of Human Communication*. 12th ed. Long Grove, IL: Waveland Press.
15. Mead, George Herbert. 1934. *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist*. Edited by Charles W. Morris. Chicago: University of Chicago Press.
16. Motta, M., Y. Liu, and A. Yarnell. 2024. "Influencing the Influencers': A Field Experimental Approach to Promoting Effective Mental Health Communication on TikTok." *Dental Science Reports* 14. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-56578-1>.
17. Muhammad Fikri. (2026). *Solidarity Beyond Borders: SEAbings and Digital Activism in Southeast Asia*. *Proceedings.Icesy*, 1(01). Retrieved from <https://proceedings.icesy.org/index.php/PI/article/view/13>
18. Nabi, R. L. 2016. "Laughing in the Face of Fear (of Disease Detection): Using Humor to Promote Cancer Self-Examination Behavior." *Health Communication* 31 (7): 873–883. <https://doi.org/10.1080/10410236.2014.1000479>.
19. Naslund, J. A., K. A. Aschbrenner, L. A. Marsch, and S. J. Bartels. 2016. "The Future of Mental Health Care: Peer-to-Peer Support and Social Media." *Epidemiology and Psychiatric Sciences* 25 (2): 113–122. <https://doi.org/10.1017/S2045796015001067>.
20. Pranoto, Ahmad Hadi, Walid In'am Ahmad, Umi Bariroh, Handaru Kusbiantoro, Andi Maulana, Irfan Musonif, Abid Nurhuda, and Anisul Fuad. 2026. "Development of Self-Efficacy Assessment Instruments in Islamic Religious Education Learning." *Social Science Forum* 10(8):582–97.
21. Salzmänn-Erikson, M., and H. Eriksson. 2023. "A Mapping Review of Netnography in Nursing." *Qualitative Health Research*: 10497323231173794. <https://doi.org/10.1177/10497323231173794>.
22. Samuel, L., K. Kuijpers, and A. Bleakley. 2024. "TherapyTok for Depression and Anxiety: A Quantitative Content Analysis of High Engagement TikTok Videos." *Journal of Adolescent Health*. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2024.02.002>.
23. Schreier, Margrit. 2012. *Qualitative Content Analysis in Practice*. London: SAGE.
24. Schwabe, J., M. S. Altenmüller, and M. Gollwitzer. 2025. "The Double-Edged Sword of Informality: How Informal Communication Shapes Closeness and Trustworthiness in Personal and Professional Relationships." *Journal of Social and Personal Relationships*. <https://doi.org/10.1177/02654075251314810>.
25. Siregar, N. S. S. 2016. "Kajian tentang Interaksionisme Simbolik." *Perspektif* 1 (2): 100–110. <https://doi.org/10.31289/PERSPEKTIF.VII2.86>.
26. Tsakona, V., and J. Chovanec. 2018. *The Dynamics of Interactional Humor: Creating and Negotiating Humor in Everyday Encounters*. John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/THR.7>.

27. Turan Eroğlu, Dilek. 2025. "Effects of Symbols on Communication Within the Society Via Symbolic Interactionism and the Case of Cem Karaca's Song." *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, no. 83: 367–378. <https://doi.org/10.51290/dpusbe.1585316>.
28. Vaz de Almeida, C., and C. Nunes. 2020. "Humor Is Important in Healthcare Relationship? The Perceptions of Doctors and Nurses." *Open Access Library Journal* 7 (5): 1–16. <https://doi.org/10.4236/OALIB.1106372>.
29. Wang, T., and R. L. Pavelko. 2023. "Engaging Audience on Social Media: The Persuasive Impact of Fit Between Humor and Regulatory Focus in Health Messages." *Health Communication*: 1–12. <https://doi.org/10.1080/10410236.2023.2218532>.
30. Xu, L., X. Yang, and S. Tian. 2023. "A Study on the Role of Internet Emoticons in Business Communication from the Perspective of Symbolic Interactionism." *Athens Journal of Mass Media and Communications* 9 (3): 161–184. <https://doi.org/10.30958/ajmmc.9-3-2>.
31. Yeo, S. K., M. A. Cacciatore, L. Y.-F. Su, M. McKasy, and L. O'Neill. 2021. "Following Science on Social Media: The Effects of Humor and Source Likability." *Public Understanding of Science* 30 (5): 963662520986942. <https://doi.org/10.1177/0963662520986942>.