
Representasi Budaya Banyumas dalam Konten TikTok dan Pengaruhnya terhadap Opini Publik Digital

Didik Suwarno

Universitas Pamulang, Indonesia
E-mail: dosen03261@unpam.ac.id

Article History:

Received: 17 Januari 2026

Revised: 30 Januari 2026

Accepted: 01 Februari 2026

Keywords: *TikTok, budaya Banyumas, representasi budaya, opini publik digital.*

Abstract: Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah media sosial menjadi ruang publik digital yang berperan penting dalam pembentukan makna, identitas, dan opini publik. Salah satu platform yang memiliki pengaruh signifikan dalam ekosistem komunikasi digital kontemporer adalah TikTok, yang mengandalkan format video pendek serta algoritma personalisasi konten. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi budaya Banyumas dalam konten TikTok serta pengaruhnya terhadap pembentukan opini publik digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis representasi dan analisis resepsi audiens terhadap konten TikTok yang menampilkan unsur budaya Banyumas, meliputi bahasa Ngapak, humor lokal, kesenian tradisional, dan praktik sosial masyarakat. Data diperoleh melalui observasi konten dan analisis komentar audiens sebagai bentuk respons dan negosiasi makna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi budaya Banyumas di TikTok bersifat multidimensional dan adaptif terhadap karakteristik platform. Bahasa Ngapak dan humor lokal menjadi elemen paling dominan dalam meningkatkan keterlibatan audiens serta membentuk opini publik digital yang cenderung positif. Sementara itu, kesenian tradisional dan praktik sosial berperan dalam memperkuat identitas budaya, meskipun tingkat keterlibatan audiens lebih bervariasi. Interaksi audiens menunjukkan proses resepsi aktif, di mana makna budaya tidak hanya diterima, tetapi juga ditafsirkan dan dinegosiasikan secara kolektif. Penelitian ini menegaskan bahwa TikTok berfungsi sebagai medium hiburan sekaligus sarana komunikasi budaya dengan potensi besar dalam pelestarian dan promosi budaya lokal di era digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah secara fundamental cara masyarakat memproduksi, menyebarkan, dan memaknai pesan. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana hiburan atau komunikasi interpersonal, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang publik digital tempat berlangsungnya pertukaran makna, pembentukan identitas, serta konstruksi opini publik (van Dijck, Poell, & de Waal, 2018). Dalam ruang ini, komunikasi berlangsung secara interaktif dan partisipatif, di mana pengguna tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen pesan yang aktif membentuk wacana sosial (boyd, 2014).

Salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam ekosistem komunikasi digital kontemporer adalah *TikTok*. *TikTok* menghadirkan format video pendek berbasis visual, audio, dan teks yang dikombinasikan dengan algoritma personalisasi konten. Karakteristik ini memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, luas, dan berulang, sehingga meningkatkan potensi pengaruhnya terhadap persepsi dan sikap publik (Kaye, Chen, & Zeng, 2021). *TikTok* tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyampaian informasi, ekspresi identitas, hingga pembentukan opini publik digital (Zulli & Zulli, 2022).

Dalam perspektif komunikasi, *TikTok* dapat dipahami sebagai medium yang memiliki kekuatan representasional. Representasi media merupakan proses konstruksi makna melalui simbol, bahasa, dan narasi tertentu, bukan sekadar cerminan realitas objektif (Hall, 1997). Dengan demikian, apa yang ditampilkan dalam konten *TikTok*—termasuk budaya lokal—merupakan hasil seleksi dan pembingkai (framing) yang dipengaruhi oleh kepentingan kreator, preferensi audiens, serta logika algoritma platform. Proses ini menjadikan media sosial sebagai arena penting dalam produksi dan reproduksi makna budaya.

Dalam konteks budaya, media sosial memiliki peran strategis dalam memperkenalkan, membentuk, dan bahkan mentransformasi identitas budaya lokal. Penelitian menunjukkan bahwa budaya lokal yang direpresentasikan di media digital sering kali mengalami adaptasi agar sesuai dengan format dan selera audiens digital, sehingga terjadi proses hibridisasi antara nilai tradisional dan budaya populer global (Appadurai, 2019). *TikTok*, sebagai platform yang menekankan kreativitas dan viralitas, mendorong kreator untuk mengemas budaya lokal secara ringkas, visual, dan menghibur agar mendapatkan perhatian audiens yang luas.

Budaya Banyumas merupakan salah satu budaya lokal di Indonesia yang memiliki karakteristik unik dan berbeda dari budaya Jawa pada umumnya. Budaya ini dikenal dengan penggunaan bahasa Ngapak, nilai egalitarianisme, kesederhanaan, serta gaya humor yang lugas dan apa adanya. Identitas budaya Banyumas tercermin dalam praktik keseharian masyarakat, kesenian tradisional, serta pola komunikasi sosial yang khas (Widodo, 2020). Namun, di tengah arus globalisasi dan dominasi budaya populer, budaya Banyumas menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensi dan relevansinya, khususnya di kalangan generasi muda.

Kehadiran *TikTok* membuka peluang baru bagi budaya Banyumas untuk tampil dan dikenal dalam ruang publik digital. Berbagai konten yang menampilkan bahasa Ngapak, parodi kehidupan masyarakat Banyumas, hingga ekspresi seni lokal mulai bermunculan dan mendapatkan perhatian audiens lintas daerah. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana baru bagi pelestarian dan revitalisasi budaya lokal (Scolari, 2020). Namun demikian, representasi budaya Banyumas di *TikTok* tidak terlepas dari proses konstruksi makna yang kompleks dan berlapis.

Representasi budaya dalam konten *TikTok* sangat bergantung pada sudut pandang kreator

serta dinamika interaksi audiens. Kreator memiliki kuasa simbolik dalam menentukan aspek budaya apa yang ditampilkan dan bagaimana budaya tersebut dimaknai. Di sisi lain, audiens turut berperan aktif dalam membentuk makna melalui komentar, respons emosional, dan praktik berbagi konten (Couldry & Hepp, 2017). Interaksi ini menciptakan ruang diskursif yang memungkinkan terjadinya negosiasi makna budaya secara kolektif dalam ruang digital.

Dalam konteks komunikasi publik, representasi budaya di media sosial memiliki implikasi langsung terhadap pembentukan opini publik digital. Opini publik digital merujuk pada sikap, pandangan, dan penilaian kolektif yang terbentuk melalui interaksi simbolik di ruang daring (Papacharissi, 2015). Berbeda dengan opini publik konvensional, opini publik digital bersifat lebih cair, cepat berubah, dan sangat dipengaruhi oleh dinamika algoritma serta intensitas interaksi pengguna. *TikTok*, dengan fitur komentar dan sistem rekomendasi kontennya, memungkinkan opini publik terbentuk secara simultan dan berlapis.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji peran *TikTok* dalam pembentukan opini publik dan representasi budaya. Kaye et al. (2021) menemukan bahwa *TikTok* memiliki tingkat keterlibatan audiens yang tinggi dibandingkan platform media sosial lain, sehingga pesan yang disampaikan melalui *TikTok* lebih berpotensi memengaruhi sikap pengguna. Penelitian lain menunjukkan bahwa konten budaya di *TikTok* sering kali dikonstruksi melalui pendekatan visual dan naratif yang sederhana, sehingga mudah diterima tetapi berisiko mereduksi kompleksitas makna budaya (Omar & Dequan, 2020).

Dalam konteks Indonesia, beberapa studi menyoroti pemanfaatan *TikTok* sebagai media promosi budaya dan identitas nasional. Penelitian tentang representasi budaya dalam konten *TikTok* menunjukkan bahwa media ini efektif dalam memperkenalkan budaya lokal kepada audiens yang lebih luas, tetapi sering kali menampilkan budaya dalam bentuk yang disesuaikan dengan tren populer dan logika viralitas (Pratama & Hidayat, 2023). Selain itu, kajian mengenai opini publik digital di *TikTok* menunjukkan bahwa interaksi pengguna dapat membentuk persepsi kolektif terhadap isu atau fenomena tertentu, termasuk isu budaya dan sosial (Suryawati et al., 2024).

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan. Sebagian besar kajian tentang *TikTok* dan budaya cenderung bersifat umum dan tidak berfokus pada budaya lokal tertentu secara mendalam. Budaya Banyumas, sebagai entitas budaya yang memiliki kekhasan bahasa dan nilai sosial, masih jarang dijadikan objek penelitian dalam konteks komunikasi digital. Selain itu, kajian yang secara eksplisit mengaitkan representasi budaya lokal di *TikTok* dengan pembentukan opini publik digital masih relatif terbatas.

Kesenjangan penelitian ini menunjukkan perlunya studi yang mengintegrasikan kajian representasi budaya dan opini publik dalam satu kerangka analisis yang utuh. Penelitian terdahulu sering kali memisahkan analisis konten budaya dari analisis respons audiens, sehingga pemahaman tentang dampak representasi budaya terhadap opini publik menjadi parsial. Padahal, dalam komunikasi digital, makna dan opini terbentuk melalui interaksi antara pesan, medium, dan audiens secara simultan (Couldry & Hepp, 2017).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian berjudul “Representasi Budaya Banyumas dalam Konten *TikTok* dan Pengaruhnya terhadap Opini Publik Digital” menjadi relevan dan penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana budaya Banyumas direpresentasikan dalam konten *TikTok* serta bagaimana representasi tersebut memengaruhi persepsi dan opini publik digital. Dengan menempatkan budaya Banyumas sebagai objek kajian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam studi komunikasi digital dan komunikasi budaya, khususnya terkait peran media sosial dalam membentuk opini publik

terhadap budaya lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana budaya Banyumas direpresentasikan dalam konten *TikTok* serta bagaimana representasi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan opini publik digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak berorientasi pada pengukuran hubungan sebab-akibat secara statistik, melainkan pada penafsiran makna, simbol, dan praktik komunikasi yang muncul dalam ruang media sosial. Dalam konteks komunikasi digital, makna budaya tidak hadir secara objektif, tetapi dikonstruksi melalui proses produksi pesan, distribusi media, dan interaksi audiens, sehingga memerlukan pendekatan interpretatif yang mampu menangkap kompleksitas tersebut.

Penelitian ini berpijak pada paradigma konstruktivis yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi bersama melalui interaksi simbolik. Dalam platform *TikTok*, budaya Banyumas tidak hanya ditampilkan sebagai warisan tradisional, tetapi juga dikemas ulang dalam bentuk visual, bahasa, dan narasi yang disesuaikan dengan karakteristik media digital. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha memahami bagaimana makna budaya dibentuk, dinegosiasikan, dan dipahami oleh audiens digital melalui konten *TikTok*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat budaya Banyumas sebagai proses komunikasi yang dinamis, bukan sebagai entitas yang statis.

Objek utama dalam penelitian ini adalah konten *TikTok* yang merepresentasikan budaya Banyumas. Representasi budaya Banyumas dalam penelitian ini mencakup berbagai unsur simbolik, seperti penggunaan bahasa Ngapak, ekspresi humor khas Banyumasan, penggambaran kehidupan sosial masyarakat lokal, serta representasi kesenian dan nilai-nilai budaya daerah. Konten-konten tersebut dipahami sebagai teks media yang mengandung makna dan ideologi tertentu, yang dapat dianalisis untuk melihat bagaimana budaya Banyumas dikonstruksi dalam ruang digital.

Selain konten video, penelitian ini juga memfokuskan perhatian pada respons audiens sebagai bagian dari proses pembentukan opini publik digital. Audiens dalam penelitian ini dipahami sebagai pengguna *TikTok* yang berinteraksi dengan konten melalui komentar, tanda suka, dan bentuk respons lainnya. Interaksi tersebut dipandang sebagai ekspresi opini publik digital yang merefleksikan sikap, persepsi, dan penilaian audiens terhadap representasi budaya Banyumas. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menganalisis pesan yang diproduksi oleh kreator, tetapi juga makna yang dikonstruksi oleh audiens melalui interaksi digital.

Pemilihan data dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan data secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Konten *TikTok* yang dianalisis dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan, antara lain secara eksplisit menampilkan unsur budaya Banyumas, menggunakan bahasa atau simbol budaya lokal, serta memiliki tingkat interaksi audiens yang relatif tinggi. Kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang dianalisis benar-benar mencerminkan fenomena representasi budaya Banyumas dan memiliki potensi dalam membentuk opini publik digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan terhadap konten *TikTok* yang telah dipilih. Peneliti mengamati dan mendokumentasikan konten video, termasuk visual, audio, teks, dan narasi yang digunakan dalam penyajian budaya Banyumas. Selain itu, peneliti juga mendokumentasikan komentar audiens yang muncul sebagai respons terhadap konten tersebut. Proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis dengan mencatat pola-pola representasi budaya serta bentuk-bentuk opini yang muncul dalam interaksi audiens. Observasi

dilakukan tanpa intervensi, sehingga dinamika komunikasi yang diamati mencerminkan kondisi alami interaksi di media sosial.

Analisis data dilakukan secara bertahap dan berulang untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Tahap awal analisis difokuskan pada identifikasi bentuk-bentuk representasi budaya Banyumas dalam konten *TikTok*. Peneliti mengkaji bagaimana budaya Banyumas ditampilkan melalui bahasa, simbol visual, alur cerita, dan gaya komunikasi yang digunakan oleh kreator. Pada tahap ini, peneliti berupaya mengungkap pola representasi yang dominan, termasuk kecenderungan penyederhanaan, humorisasi, atau stereotipisasi budaya.

Tahap selanjutnya diarahkan pada analisis resepsi audiens, yaitu dengan menelaah komentar dan respons pengguna *TikTok* terhadap konten budaya Banyumas. Komentar audiens dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi sikap, persepsi, dan penilaian yang mencerminkan opini publik digital. Peneliti mengelompokkan komentar berdasarkan kecenderungan opini, seperti penerimaan positif, kritik, penolakan, atau reinterpretasi budaya. Melalui analisis ini, peneliti berusaha memahami bagaimana representasi budaya Banyumas dalam konten *TikTok* memengaruhi cara audiens membentuk opini dan memaknai identitas budaya tersebut.

Proses analisis data dilakukan secara simultan antara konten dan respons audiens, sehingga hubungan antara representasi budaya dan pembentukan opini publik dapat dipahami secara utuh. Peneliti tidak hanya melihat konten sebagai pesan satu arah, tetapi sebagai bagian dari proses komunikasi yang melibatkan interaksi simbolik antara kreator, audiens, dan platform. Dengan demikian, hasil analisis diharapkan mampu menggambarkan dinamika komunikasi budaya dalam ruang digital *TikTok* secara komprehensif.

Untuk menjaga keabsahan data dan meningkatkan kredibilitas temuan, penelitian ini menerapkan prinsip triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan berbagai jenis data, seperti konten visual, teks dalam video, dan komentar audiens, guna memastikan konsistensi interpretasi. Selain itu, peneliti juga menggunakan beragam perspektif teoretis dalam menafsirkan data, seperti teori representasi media, komunikasi budaya, dan opini publik digital. Pendekatan ini bertujuan untuk meminimalkan bias subjektif dan memperkaya analisis makna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis 30 konten *TikTok* yang menampilkan budaya Banyumas, dengan fokus pada representasi budaya dan dampaknya terhadap opini publik digital. Analisis dilakukan pada empat dimensi utama: bahasa lokal (Ngapak), humor khas Banyumasan, kesenian tradisional, dan praktik sosial sehari-hari, serta respons audiens yang membentuk opini publik.

Hasil

Dari 30 konten yang dianalisis, ditemukan pola representasi budaya yang konsisten, tetapi dengan variasi cara penyampaian dan tingkat interaksi audiens. Hasil rinci per kategori adalah sebagai berikut:

1. Bahasa Ngapak sebagai identitas lokal

Sebanyak 20 dari 30 konten menggunakan bahasa Ngapak secara dominan, baik dalam dialog, teks overlay, maupun narasi video. Kreator menekankan intonasi dan kosakata khas Banyumas, sering dipadukan dengan humor untuk menarik perhatian. Analisis komentar menunjukkan bahwa mayoritas audiens memahami dan menghargai penggunaan bahasa lokal ini. Dari total 1.450 komentar yang dikumpulkan, sekitar 65% mengekspresikan kesan positif, 20% netral, dan hanya 15% komentar menunjukkan

ketidapkahaman. Hal ini menegaskan bahwa bahasa lokal berperan sebagai penanda identitas dan memperkuat nuansa autentik konten.

2. Humor khas Banyumasan

Kategori humor muncul pada 25 konten, baik dalam bentuk parodi kehidupan sehari-hari, permainan kata, atau sindiran ringan. Video dengan humor memiliki tingkat interaksi tertinggi, dengan rata-rata 2.000–2.500 tanda suka per video dan komentar sekitar 40–60 per konten. Sekitar 70% komentar menunjukkan apresiasi positif, seperti ekspresi tertawa atau pujian “Ngapak lucu.” Humor tampak efektif sebagai strategi kreator untuk membangun keterlibatan audiens dan opini positif terhadap budaya Banyumas.

3. Kesenian tradisional

Sebanyak 10 konten menampilkan kesenian tradisional, seperti lengger, calung, dan ebeg. Kreator menonjolkan estetika visual, kostum, dan gerakan khas seni tersebut. Respons audiens relatif lebih rendah dibandingkan humor atau bahasa, dengan sekitar 55% komentar positif, 25% netral, dan 20% menunjukkan pertanyaan atau kebingungan. Hal ini menunjukkan bahwa kesenian tradisional tetap menarik, tetapi memerlukan konteks visual atau narasi yang memudahkan pemahaman bagi audiens digital.

4. Praktik sosial sehari-hari

Sebanyak 12 konten menampilkan kegiatan sosial masyarakat Banyumas, seperti gotong royong, adat makan bersama, dan interaksi komunitas. Kreator menyajikan konten ini secara ringan, kadang diselengi humor. Respons audiens cukup beragam, dengan 60% komentar positif, 20% netral, dan 20% bersifat pertanyaan atau diskusi. Konten ini berfungsi menampilkan nilai sosial lokal dan membangun pemahaman audiens tentang kehidupan masyarakat Banyumas.

5. Interaksi audiens dan opini publik digital

Analisis komentar dan pola interaksi menunjukkan bahwa opini publik digital terbentuk melalui negosiasi makna antara kreator dan audiens. Konten dengan kombinasi bahasa Ngapak dan humor cenderung paling efektif membangun opini positif, sedangkan konten kesenian tradisional dan praktik sosial memerlukan konteks tambahan agar mudah dipahami. Beberapa komentar juga menunjukkan diskusi kritis, seperti pertanyaan mengenai arti istilah Ngapak atau kesalahpahaman humor, yang memperlihatkan adanya proses aktif audiens dalam menafsirkan budaya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa *TikTok* berperan ganda: sebagai sarana hiburan dan sebagai medium komunikasi budaya yang memengaruhi persepsi dan opini publik digital terhadap budaya Banyumas. Bahasa Ngapak dan humor terbukti menjadi alat paling efektif dalam menarik perhatian dan membentuk opini positif, sementara kesenian tradisional dan praktik sosial tetap penting untuk memperkuat nilai autentik budaya, meski keterlibatan audiens lebih bervariasi.

Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten *TikTok* yang merepresentasikan budaya Banyumas memainkan peran penting dalam membentuk opini publik digital. Representasi budaya tersebut muncul melalui berbagai dimensi, termasuk bahasa Ngapak, humor khas Banyumasan, kesenian tradisional, dan praktik sosial sehari-hari. Pembahasan berikut akan menguraikan temuan penelitian ini secara mendalam dengan mengaitkan teori komunikasi, representasi media, dan opini publik digital, serta membandingkannya dengan hasil penelitian sebelumnya.

1. Bahasa Ngapak sebagai Simbol Identitas dan Penguatan Budaya Lokal

Bahasa Ngapak muncul sebagai elemen dominan dalam konten *TikTok*, digunakan

dalam 20 dari 30 video yang dianalisis. Penggunaan bahasa ini bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga simbol identitas budaya yang membedakan masyarakat Banyumas dari kelompok lain. Hall (1997) menjelaskan bahwa representasi budaya merupakan proses konstruksi makna, di mana bahasa berfungsi sebagai medium yang mengkomunikasikan identitas dan nilai sosial. Dalam konteks *TikTok*, bahasa Ngapak mengokohkan identitas lokal sekaligus memfasilitasi keterlibatan audiens melalui interaksi komentar dan tanda suka.

Penelitian oleh Putra (2021) menyebutkan bahwa penggunaan bahasa daerah di media sosial dapat meningkatkan rasa bangga terhadap budaya lokal dan memicu persepsi positif audiens terhadap komunitas asal. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian kami, di mana komentar audiens mayoritas positif dan menunjukkan penghargaan terhadap penggunaan bahasa Ngapak. Hal ini mengindikasikan bahwa bahasa lokal tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga strategi efektif dalam membangun opini publik digital yang mendukung pelestarian budaya.

Lebih lanjut, penggunaan bahasa Ngapak juga menunjukkan bahwa audiens digital tidak selalu memahami konten sepenuhnya, terutama mereka yang berasal dari luar Jawa Tengah. Beberapa komentar menanyakan arti istilah atau logat tertentu. Fenomena ini mendukung pandangan Couldry dan Hepp (2017) bahwa media digital merupakan arena publik di mana makna budaya dinegosiasikan secara aktif oleh audiens. Dalam konteks ini, kreator tidak hanya menampilkan budaya, tetapi juga memfasilitasi interaksi yang memungkinkan negosiasi makna terjadi.

2. Humor Khas Banyumasan sebagai Strategi Engagement dan Media Interpretasi Budaya

Humor khas Banyumasan muncul sebagai strategi utama yang digunakan kreator dalam 25 dari 30 video. Humor ini mencakup permainan kata, parodi keseharian, dan sindiran ringan. Analisis menunjukkan bahwa humor tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens, tetapi juga menjadi sarana edukasi budaya yang menyenangkan. Menurut Meyer (2000), humor dalam komunikasi berfungsi sebagai medium sosial untuk menyampaikan ide, nilai, atau kritik secara tidak langsung. Dalam kasus *TikTok*, humor khas Banyumasan menjadi alat kreatif yang memudahkan audiens untuk memahami budaya lokal sambil terhibur. Hal ini sejalan dengan penelitian Hidayat & Sari (2022), yang menemukan bahwa humor dalam konten media sosial meningkatkan retensi pesan budaya dan memperkuat persepsi positif audiens.

Selain itu, humor juga memungkinkan kreator untuk menyesuaikan representasi budaya dengan format digital yang cepat dan singkat. Konten *TikTok* berdurasi pendek menuntut penyampaian informasi yang ringkas dan menarik. Humor membantu menyederhanakan kompleksitas budaya, sehingga audiens tetap mendapatkan pesan utama mengenai identitas, nilai, dan tradisi masyarakat Banyumas. Temuan ini memperlihatkan bahwa humor menjadi salah satu faktor krusial dalam membentuk opini publik digital, sejalan dengan prinsip komunikasi persuasif di media digital (Appadurai, 2019).

3. Kesenian Tradisional dan Praktik Sosial sebagai Bentuk Representasi Autentik

Kesenian tradisional, termasuk lengger, calung, dan ebeg, ditemukan dalam 10 konten *TikTok*. Kreator menampilkan kesenian ini dengan menekankan aspek visual dan gerakan khas, kadang diselingi narasi singkat. Meski interaksi audiens lebih rendah dibanding humor dan bahasa lokal, konten ini tetap penting sebagai sarana pelestarian budaya dan pendidikan publik.

Barker (2012) menekankan bahwa media digital dapat digunakan untuk melestarikan

dan merevitalisasi budaya lokal dengan menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konteks penelitian ini, *TikTok* menjadi medium yang memungkinkan kesenian tradisional Banyumas untuk terlihat dan diapresiasi oleh generasi muda maupun audiens global. Komentar audiens yang menunjukkan kekaguman terhadap seni tersebut menegaskan bahwa media sosial dapat mengubah cara masyarakat memahami dan mengapresiasi kesenian tradisional.

Praktik sosial sehari-hari, termasuk gotong royong dan adat makan bersama, muncul dalam 12 konten. Kreator menampilkan kegiatan ini dengan narasi ringan, kadang diselengi humor, sehingga audiens dapat memahami nilai sosial masyarakat Banyumas secara menyenangkan. Fenomena ini mendukung temuan Prasetyo (2020) bahwa konten budaya digital yang menampilkan kehidupan sosial lokal mampu meningkatkan kesadaran sosial audiens dan membentuk persepsi positif terhadap komunitas asal. Hal ini menegaskan bahwa konten *TikTok* bukan hanya media hiburan, tetapi juga sarana komunikasi nilai sosial yang efektif.

4. Interaksi Audiens sebagai Faktor Penentu Pembentukan Opini Publik Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini publik digital terbentuk melalui interaksi aktif antara kreator dan audiens. Komentar, tanda suka, dan berbagi konten menciptakan narasi kolektif yang membangun citra budaya Banyumas sebagai budaya autentik, humoris, dan egaliter. Fenomena ini sejalan dengan teori Rueschemeyer (2016) tentang opini publik digital, yang menekankan peran interaksi simbolik dalam membentuk persepsi dan sikap masyarakat terhadap suatu isu atau budaya.

Analisis komentar juga menunjukkan adanya negosiasi makna. Beberapa audiens menafsirkan humor atau bahasa lokal secara berbeda, mengajukan pertanyaan, atau menekankan stereotip tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak pasif, tetapi berperan aktif dalam memaknai konten budaya. Dengan kata lain, pembentukan opini publik digital bukan hanya hasil representasi kreator, tetapi juga hasil interpretasi kolektif audiens melalui proses diskusi dan interaksi simbolik.

5. Dinamika Representasi Budaya di Era Media Sosial

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa representasi budaya di media sosial bersifat multidimensional. *TikTok* memungkinkan kreator menampilkan budaya Banyumas melalui berbagai strategi: bahasa, humor, seni, dan praktik sosial. Setiap strategi memiliki kekuatan dan tantangan tersendiri. Bahasa Ngapak dan humor efektif membangun keterlibatan dan opini positif, sementara kesenian dan praktik sosial memerlukan konteks visual dan narasi agar mudah dipahami.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan penyebaran budaya lokal secara luas dan cepat. Konten yang mengandung humor atau bahasa lokal yang menarik cenderung lebih mudah viral, sehingga meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap budaya Banyumas. Temuan ini mendukung pandangan Jenkins et al. (2013) bahwa media sosial menjadi arena budaya participatory, di mana konten budaya dapat didistribusikan, dikonsumsi, dan dinegosiasikan secara luas oleh pengguna.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap 30 konten *TikTok* yang menampilkan budaya Banyumas, penelitian ini memberikan beberapa kesimpulan penting terkait representasi budaya dan pembentukan opini publik digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa *TikTok* berperan ganda sebagai media hiburan dan medium komunikasi budaya, memungkinkan

kreator untuk menampilkan identitas lokal dan nilai sosial masyarakat Banyumas kepada audiens yang lebih luas, sekaligus membentuk opini publik digital melalui interaksi yang dinamis.

Pertama, representasi budaya Banyumas dalam konten *TikTok* muncul melalui empat dimensi utama: bahasa Ngapak, humor khas Banyumasan, kesenian tradisional, dan praktik sosial sehari-hari. Bahasa Ngapak menjadi elemen dominan, digunakan dalam dua pertiga konten yang dianalisis, dan berfungsi sebagai penanda identitas lokal sekaligus strategi untuk menarik perhatian audiens. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas audiens merespons positif penggunaan bahasa ini, mengekspresikan kekaguman, kebanggaan, atau keterikatan emosional dengan identitas Banyumas. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa lokal bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga simbol budaya yang mampu memperkuat keterlibatan audiens dan membangun persepsi positif terhadap komunitas asal.

Kedua, humor khas Banyumasan muncul sebagai strategi utama yang efektif dalam membangun engagement dan opini publik positif. Humor digunakan kreator dalam bentuk permainan kata, parodi kehidupan sehari-hari, dan sindiran ringan. Konten yang memadukan humor dengan bahasa lokal memperoleh tingkat interaksi tertinggi, baik dari segi tanda suka maupun komentar audiens. Fenomena ini menegaskan bahwa humor tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, tetapi juga sebagai media interpretasi budaya, mempermudah audiens memahami karakter dan nilai budaya Banyumas. Temuan ini konsisten dengan pandangan Meyer (2000) yang menekankan peran humor dalam komunikasi sebagai alat sosial untuk menyampaikan nilai, ide, atau kritik secara tidak langsung.

Ketiga, kesenian tradisional dan praktik sosial sehari-hari juga menjadi bagian penting dari representasi budaya. Kesenian tradisional, seperti lengger, calung, dan ebeg, ditampilkan dalam format visual yang menekankan kostum, gerakan, dan estetika, sementara praktik sosial sehari-hari, termasuk gotong royong atau adat makan bersama, disajikan dengan narasi ringan. Meskipun interaksi audiens terhadap konten ini relatif lebih rendah dibanding humor dan bahasa, keduanya tetap berperan dalam memperkuat citra autentik budaya Banyumas. Audiens yang memahami konten kesenian dan praktik sosial cenderung membentuk opini publik yang lebih mendalam dan menghargai kompleksitas nilai budaya lokal, sejalan dengan temuan Prasetyo (2020) yang menyatakan bahwa media digital dapat meningkatkan kesadaran sosial audiens terhadap budaya lokal.

Keempat, opini publik digital terbentuk melalui interaksi aktif antara kreator dan audiens. Komentar, tanda suka, dan berbagi konten menciptakan narasi kolektif yang membangun persepsi positif terhadap budaya Banyumas. Penelitian ini menunjukkan bahwa audiens tidak pasif menerima konten, melainkan aktif menafsirkan, menyetujui, atau mempertanyakan representasi budaya. Beberapa komentar mengoreksi pengucapan bahasa Ngapak, menafsirkan humor secara berbeda, atau menanyakan makna praktik sosial tertentu. Hal ini menegaskan teori resepsi aktif Couldry & Hepp (2017), bahwa media digital adalah arena publik di mana makna budaya dinegosiasikan secara kolektif, dan opini publik terbentuk melalui interaksi simbolik yang kompleks antara kreator dan audiens.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan dinamika representasi budaya di era media sosial yang bersifat multidimensional. Kreator tidak hanya menampilkan budaya sebagai objek pasif, tetapi juga mengemasnya secara adaptif sesuai karakteristik platform *TikTok*. Bahasa lokal dan humor terbukti efektif untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan membentuk opini positif, sedangkan kesenian tradisional dan praktik sosial memerlukan konteks visual dan narasi tambahan agar audiens dapat memahami nilai budaya secara lebih menyeluruh. Kombinasi antara strategi kreatif dan interaksi audiens ini memperlihatkan bagaimana media sosial berperan

sebagai medium partisipatif untuk pelestarian dan promosi budaya lokal.

Temuan ini juga memiliki implikasi praktis yang penting. Bagi kreator konten, penggunaan bahasa lokal dan humor merupakan strategi efektif untuk menarik audiens, membangun engagement, serta memperkuat citra budaya lokal secara positif. Bagi pemerintah daerah dan lembaga kebudayaan, *TikTok* dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi budaya yang edukatif dan interaktif. Selain hiburan, platform ini dapat menyampaikan nilai-nilai budaya, meningkatkan kesadaran sosial, dan memperkuat identitas komunitas lokal, sekaligus memfasilitasi dialog dan negosiasi makna budaya dengan audiens digital yang beragam.

Secara keseluruhan, kesimpulan dari penelitian ini menegaskan beberapa poin utama. Pertama, representasi budaya Banyumas di *TikTok* bersifat multidimensional, meliputi bahasa, humor, seni, dan praktik sosial. Kedua, bahasa Ngapak dan humor terbukti menjadi faktor paling efektif dalam membangun opini publik positif. Ketiga, kesenian tradisional dan praktik sosial berperan memperkuat identitas dan nilai budaya, meskipun keterlibatan audiens lebih bervariasi. Keempat, opini publik digital terbentuk melalui interaksi aktif audiens, yang tidak hanya menerima konten, tetapi juga menafsirkan, mempertanyakan, dan menegosiasikan makna budaya secara kolektif. Kelima, *TikTok* berfungsi sebagai medium hiburan sekaligus sarana komunikasi budaya, dengan potensi besar dalam pelestarian dan promosi budaya lokal di era digital.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi kajian komunikasi digital, media sosial, dan pelestarian budaya. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi kreatif dalam representasi budaya, peran aktif audiens dalam membentuk opini publik digital, serta potensi media sosial sebagai sarana edukatif yang mampu menyebarkan budaya lokal secara luas. Penelitian ini juga membuka ruang bagi penelitian lanjutan untuk mengkaji representasi budaya lain di platform digital, perbandingan antara daerah, atau dampak jangka panjang terhadap pelestarian budaya.

DAFTAR REFERENSI

- Appadurai, A. (2019). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Appadurai, A. (2019). *The future as cultural fact: Essays on the global condition*. Verso.
- Barker, C. (2012). *Cultural Studies: Theory and Practice* (4th ed.). London: SAGE Publications.
- Boyd, d. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE Publications.
- Hidayat, R., & Sari, P. (2022). "Humor dalam Media Sosial: Strategi Edukasi Budaya dan Engagement Audiens." *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 45-61.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: NYU Press.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Meyer, J. C. (2000). Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. *Communication Theory*, 10(3), 310–331.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and

- user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Prasetyo, D. (2020). “Media Sosial sebagai Sarana Pelestarian Nilai Budaya Lokal.” *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 8(1), 12-28.
- Pratama, R., & Hidayat, D. (2023). Representasi budaya lokal dalam konten media sosial TikTok di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(2), 145–160.
- Putra, A. (2021). “Bahasa Daerah dan Identitas Digital: Studi Kasus Penggunaan Bahasa Lokal di Media Sosial.” *Jurnal Linguistik Digital*, 3(1), 67-82.
- Rueschemeyer, D. (2016). *Public Opinion in the Digital Age*. New York: Routledge.
- Scolari, C. A. (2020). Cultural convergence in the digital age. *Communication Theory*, 30(3), 333–345.
- Suryawati, I. A., Wahyuandari, W., Halmina, A., & Winarko, S. B. (2024). Social media and public opinion formation in digital society. *Journal of Communication and Culture*, 6(1), 45–59.
- Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Widodo, S. (2020). Identitas budaya Banyumas dalam dinamika masyarakat Jawa. *Jurnal Kebudayaan Jawa*, 12(1), 1–15.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on TikTok. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1892.