

Deep Mediatization in Satirical Journalism: Meet Nite Live on Metro TV: Critical or Viral-Oriented?

Deep Mediatization dalam Jurnalisme Satire: Meet Nite Live Metro TV, Kritis atau Viralis?

Irsanti Widuri Asih

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Terbuka

e-mail: irsanti@ecampus.ut.ac.id (corresponding author)

Article Info	Abstract
Article history:	
Received	Satirical journalism is an increasingly prominent phenomenon within the landscape of modern media. One program that exemplifies this trend is Meet Nite Live, broadcast by Metro TV. The show combines elements of news, interviews, and sarcastic humor to discuss current issues in Indonesia. This article analyzes how Meet Nite Live employs strategies of satirical journalism to critique the government, how the concept of deep mediatization shapes its content presentation through digital platforms, and what agenda Metro TV advances through the program. The Multimodal Discourse Analysis method by Kress & van Leeuwen is used to explore one of Meet Nite Live's punchlines on a trending topic in March 2025, featured on its official TikTok account, @meetnite.live. The findings suggest that Meet Nite Live represents a form of satirical journalism that adapts to the logic of deep mediatization. By leveraging multimodality, the program successfully positions itself as a form of social critique that is both entertaining and aligned with the logics of social media: expansive, fast-paced, interactive, and viral.
Revised	
March 12 th , 2025	
Accepted	
May 16 th , 2025	
Published	
May 17 th , 2025	
June 30 th , 2025	
	Keywords: deep mediatization, satirical journalism, multimodal discourse, Meet Nite Live, Metro TV.
	Abstrak
	Jurnalisme satire merupakan fenomena yang semakin berkembang dalam lanskap media modern. Salah satu program yang merepresentasikan tren ini adalah Meet Nite Live yang disiarkan oleh Metro TV. Program ini menggabungkan elemen berita, wawancara, dan humor sarkastik dalam membahas isu-isu terkini di Indonesia. Artikel ini menganalisis bagaimana Meet Nite Live menggunakan strategi jurnalisme satire dalam mengritik pemerintah, bagaimana aspek deep mediatization berperan dalam penyajian kontennya melalui platform digital, serta agenda apa yang diusung oleh Metro TV melalui program Meet Nite Live. Metode Analisis Wacana Multimodal Kress & Leeuwen digunakan untuk mengeksplorasi salah satu punchlines Meet Nite Live dengan topik terhangat selama bulan Maret 2025 yang ditayangkan di akun TikTok resmi Meet Nite

Live, @meetnite.live. Artikel ini memberi hasil bahwa *Meet Nite Live* adalah praktik bagaimana jurnalisme satire beradaptasi dengan logika *deep mediatization*. Dengan memanfaatkan multimodalitas, program ini berhasil memposisikan diri sebagai media kritik sosial secara menghibur sekaligus memanfaatkan logika media sosial untuk pemenuhan konten yang ekspansif, cepat, interaktif, dan viral.

Kata Kunci: *deep mediatization*, jurnalisme satire, wacana multimodal, *Meet Nite Live*, Metro TV.

PENDAHULUAN

Media massa memiliki peran krusial dalam membentuk opini publik, terutama dalam ranah politik. Dalam beberapa tahun terakhir, muncul tren baru dalam jurnalisme yang menggabungkan unsur hiburan dan satire, yang bertujuan untuk menyampaikan kritik sosial dengan cara yang lebih menarik bagi audiens. Ödmark & Nicolai (2024) menyebutnya dengan berita satire (*news satire*) sebagai situs valid bagi diskursus publik dengan spektrum mulai dari yang *absurd* dan terlalu dominan unsur komediannya hingga yang lebih jelas bernuansa jurnalistik. Bahkan Ödmark (2023) mengeklaim berita satire berfungsi untuk mengungkap ketidakadilan moral dan mengawasi kekuasaan. *News satire* mulai mendulang popularitas pada awal abad ke 21 yang diawali dengan kemunculan acara-acara seperti *The Daily Show* dan *The Colbert Report* dan dianggap sebagai satu jenis jurnalisme alternatif (Ödmark & Nicolai, 2024). *News satire* merupakan paduan antara hiburan dan politik (Brugman et al, 2021) dan banyak dikonsumsi oleh generasi muda (Barnard & Boukes, 2024).

Jika ditelaah dari perspektif jurnalisme, belum ada akademisi yang mendefinikan secara tegas jurnalisme satire. Terminologi yang banyak digunakan untuk mendeskripsikan fenomena ini selain satire berita/news satire (Doona, 2020; Ödmark & Nicolai, 2024), antara lain adalah *journalism and satire* (Baym, 2017), *political satire* (Painter, 2022), *journalistic news satire* (Koivukoski & Odmark, 2020; Odmark, 2023), serta *satire and journalism* (Peifer & Lee, 2019). Dari sejumlah konsep tersebut, artikel ini menggunakan konsep jurnalisme satire untuk merujuk pada satu genre jurnalistik dalam menghadirkan sajian berita yang berdasar pada fakta, dengan menggunakan strategi wawancara dan liputan dengan memadukan gaya humor dan sarkas dalam merespons berita yang disajikan.

Metro TV, sebagai salah satu stasiun berita utama di Indonesia, dikenal memiliki kecenderungan politik tertentu. Hal ini disebabkan pendiri Metro TV, Surya Paloh, dalam perjalanan karir politiknya membentuk Partai Nasional Demokrat (Nasdem) dan melakukan politik praktis. Dengan posisi seperti itu, ada persepsi bias dalam pemberitaan Metro TV dan menjadi alat politik Paloh (Manangka, 2016). Metro TV pun pernah mendapat teguran keras dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada tahun 2017 karena menayangkan kegiatan internal Partai Nasdem dan pidato Surya Paloh sebagai Ketua Umum Partai Nasdem (<https://nasional.kompas.com/>).

Pada awal 2025, Metro TV melakukan *rebranding* pada salah satu programnya, yaitu *Midnight Live*. *Midnight Live* merupakan program Metro TV yang mengusung konsep unik dengan memadukan wawancara dan laporan langsung mengenai berbagai isu atau tren dalam kehidupan nyata. Acara ini tayang setiap hari kerja dari tengah malam

hingga pukul 01.30 dini hari. Program ini menghadirkan topik-topik spesifik dengan narasumber utama yang diwawancara langsung di studio, sementara kejadian terkait dilaporkan secara *real-time* oleh reporter di lapangan. Sebagai program interaktif, *Midnight Live* memungkinkan pemirsa untuk berpartisipasi dengan memberikan komentar langsung melalui telepon atau SMS.

Sejak *rebranding* menjadi *Meet Nite Live* tepatnya tanggal 20 Februari 2025, acara ini tampil lebih *fresh*. *Meet Nite Live* memadukan elemen berita dan komedi sarkastik dalam menyoroti berbagai fenomena sosial, ekonomi, dan politik di Indonesia dalam format *talk show*, reportase lapangan, dan wawancara narasumber. *Meet Nite Live* tayang dua kali dalam seminggu, yaitu setiap Selasa dan Kamis pukul 22.30 berdurasi sekitar 60 menit. Selain ditayangkan secara *live* di stasiun Metro TV, *Meet Nite Live* juga ditayangkan di kanal YouTube Metro TV.

Mengikuti tren konsumsi informasi masyarakat digital yang semakin dominan mengakses informasi dari media sosial ([Oeldorf-Hirsch & DeVoss, 2019](#); [Broersma & Eldridge II, 2019](#); [Zayani, 2020](#)), Metro TV berstrategi mengikuti logika media sosial. Penayangan secara *live streaming* di akun YouTube resmi Metro TV, yang kapan pun masih bisa ditonton ulang oleh audiens serta pembuatan *punchlines* program *Meet Nite Live*.

Punchlines adalah istilah yang muncul dari ranah *stand-up comedy* yang dimaknai sebagai bagian terlucu dari lawakan yang menjadi kekuatan seorang komedian membangun dan menggiring pikiran penonton ([Ödmark & Nicolai, 2024](#)). *Punchlines* *Meet Nite Live* merupakan bagian-bagian yang dipotong dari program utuhnya menjadi klip pendek untuk dipublikasikan di akun media sosial Metro TV dan *Meet Nite Live*, yaitu *reels* di Instagram, *Shorts* di kanal YouTube, X, dan TikTok.

[Andreas Hepp \(2020\)](#) mengembangkan konsep mediatisasi dengan *deep mediatization* (mediatisasi mendalam). Menurut [Hepp \(2020\)](#), *deep mediatization* adalah fase lanjut dari mediatisasi, di mana media bukan hanya menjadi bagian dari kehidupan sosial tetapi telah menjadi elemen yang melekat dan membentuk hampir semua aspek kehidupan. Dalam fase ini, media digital dan teknologi komunikasi semakin kompleks, saling terhubung, dan membentuk struktur sosial secara lebih mendalam.

Pembuatan *punchlines* program *Meet Nite Live* merefleksikan praktik *deep mediatization* di mana penyampaian berita tidak hanya berorientasi pada konten tetapi juga pada bagaimana konten tersebut dapat menarik perhatian dan interaksi digital dengan mengikuti logika media, khususnya media sosial. Dengan durasi antara 2-3 menit, *punchlines* *Meet Nite Live* berhasil viral di berbagai platform media sosial. Hal ini tentu taklepas dari peran orang-orang di balik layar *punchlines* *Meet Nite Live*, mulai dari penulis naskah, produser, editor, hingga Host Valentinus Resa, yang mampu sedemikian rupa menghasilkan *punchlines* yang merebut perhatian netizen.

Meet Nite Live, hanya sekitar satu minggu sejak *rebranding*nya, langsung mendapat hati dari kalangan netizen. Ini taklepas dari konteks momen program ini hadir. Pada Februari hingga Maret 2025, di Indonesia banyak terjadi fenomena sosial, ekonomi, dan politik yang cukup meresahkan masyarakat. Mencuatnya kasus mega korupsi, defisit pendapatan negara, disahkannya UU TNI, represi negara terhadap lembaga pers dan jurnalis, hanyalah sebagian kecil dari isu yang mengemuka. Isu-isu inilah yang disorot di

program *Meet Nite Live* dengan cara yang unik. Bahkan bisa dikatakan, *Meet Nite Live* menjadi viral karena *punchlinesnya* yang tayang di media sosial, kemudian banyak ditonton, disukai, dikomentari, dan diresharing oleh netizen.

Beberapa komentar di *punchlines* *Meet Nite Live* di akun TikTok @meetnite.live menyebut program ini adalah alternatif mengikuti berita dengan cara yang berbeda, memberi asupan informasi sekaligus menghibur. Sebagian mengapresiasi Metro TV yang dianggap kembali ke fitrahnya sebagai lembaga pers yang salah satu fungsinya adalah sebagai pengawas pemerintah (*fungsi watchdog*). Yang lain mengkhawatirkan keselamatan jiwa *Host* acara ini karena dianggap sangat kritis terhadap pemerintah. Komentar lain menganggap hadirnya *Meet Nite Live* sebagai cara baru menikmati isu politik dengan cara unik, mudah dicerna, dan meningkatkan animo audiens muda.

Dalam riset ini, platform media sosial yang dipilih adalah TikTok karena data reutersinstitute.politics.ox.ac.uk menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 2020 – 2023, TikTok menjadi media sosial yang mengalami kenaikan paling tinggi tempat masyarakat mengakses berita, yaitu sebesar 4%.



Gambar 1. Thumbnail Reels Akun TikTok @meetnite.live

Fenomena viralnya *punchlines* *Meet Nite Live* menjadi menarik untuk dianalisis lebih jauh dari perspektif kajian media, khususnya dari lensa jurnalisme satire. Artikel ini akan mengeksplorasi tiga hal, bagaimana *Meet Nite Live* menggunakan elemen jurnalisme satire dalam mengkritik pemerintah, lalu bagaimana *deep mediatization* berperan dalam penyebarluasan dan penerimaan konten *Meet Nite Live* di media sosial, serta agenda apa yang diusung oleh Metro TV melalui program *Meet Nite Live*. Pertanyaan-pertanyaan tersebut akan memberi jawaban faktor apa sebenarnya dari perspektif jurnalisme satire dan *deep mediatization* yang membuat program ini secara tiba-tiba menjadi viral dan menyita perhatian publik. Jawaban lain yang diharapkan akan terjawab adalah apakah jurnalisme satire dapat menjadi alat kritik yang efektif terhadap pemerintah, terutama dalam konteks Metro TV yang dimiliki oleh seorang tokoh politik yang kini berkoalisi dengan pemerintahan yang sedang berkuasa, ataukah hanya mencari

viralitas semata?

Beberapa riset terdahulu telah mengkaji jurnalisme satire. [Fadhillah & Almufarid \(2021\)](#) menganalisis bagaimana komik strip Mice Cartoon menggunakan satire untuk mengkritik kebijakan pemerintah selama pandemi Covid-19 di Indonesia. Studi ini menggunakan pendekatan semiotika untuk memahami representasi dan interpretasi pesan dalam komik tersebut. Dari perspektif satire dan parodi, [Utomo \(2015\)](#) meneliti bagaimana situs Mojok.co yang dikelola oleh para penulis muda menunjukkan bahwa generasi muda yang kerap dianggap apolitis, ternyata mampu merespons isu-isu sosial dan politik dengan gaya komunikasi mereka sendiri. [Ramadhan & Achmad \(2024\)](#) mengungkap bagaimana *Stand-Up Comedy* dijadikan sebagai aparatus melakukan kritis sosial oleh Bintang Emon. Sementara itu, [Rosdiana & Wahyunengsih \(2023\)](#) menemukan bahwa konten-konten terkait Pilpres 2024 yang disajikan Mojok.co terkadang mencederai etika jurnalistik karena melakukan *stereotyping* atau menyerang personal subjek satire. Satire berita ternyata memainkan peran dalam ranah politik dengan cara yang melampaui batas-jurnalistik, sosial, dan moral ([Doona, 2020](#)). Ia mengungkap audiens dewasa muda di Swedia merasakan keterlibatan yang lebih mendalam serta pemahaman yang lebih baik terhadap isu dan performa politik (yang disebut sebagai keterampilan transgresif) melalui keterlibatan mereka di acara *news satire*. Di antara demarkasi hiburan dan jurnalistik, riset [Koivukoski & Ödmark \(2020\)](#) mengungkap para jurnalis satiris di dua negara kawasan Nordik, yaitu Finlandia dan Swedia, mempraktikkan hibridisasi antara mengadopsi nilai tradisional jurnalisme sekaligus juga mengutamakan ekspresi yang lebih emosional, penuh opini, dan hiperbola dibandingkan dengan pelaporan berita konvensional. Sementara, kajian [Becker & Bode \(2017\)](#) menunjukkan relatif signifikannya informasi terkait isu politik yang disajikan dengan strategi komedi satire sebagai bentuk *knowledge gain* bagi masyarakat Amerika.

Berbeda dengan riset-riset terdahulu, artikel ini akan mengelaborasi program *Meet Nite Live* di Metro TV yang bergenre jurnalisme satire dari perspektif *deep mediatization*. Riset ini akan mengisi ceruk bagaimana media yang pemiliknya adalah juga pendiri salah satu partai politik di Indonesia dan sudah menyatakan mendukung rezim yang berkuasa, namun tetap memposisikan diri sebagai sebagai media *watchdog* yang mengritisi pemerintah dalam merespons berbagai fenomena sosial politik. Sebagai sebuah praktik *deep mediatization*, artikel ini juga berupaya menjawab apa motif di balik strategi penggunaan logika media sosial oleh program *Meet Nite Live*.

METODE

Artikel ini menggunakan metode analisis wacana multimodal yang meneliti bagaimana elemen visual, audio, dan kinestetik digunakan dalam produksi makna ([Kress & van Leeuwen, 2001](#)). Data diperoleh dari salah satu *punchlines* acara *Meet Nite Live* yang diunggah di akun TikTok @meetnite.live dengan topik “Teror Kepala Babi.”

[Gunther Kress dan Theo van Leeuwen \(2001\)](#) mengembangkan teori multimodalitas sebagai pendekatan untuk menganalisis bagaimana berbagai moda komunikasi (seperti teks, gambar, suara, gerak, dan tata letak) berinteraksi untuk menciptakan makna. Mereka berargumentasi bahwa dalam komunikasi kontemporer, makna tidak hanya dibangun melalui bahasa tertulis atau lisan, tetapi juga melalui elemen

visual, audio, dan kinestetik (Kress & Leeuwen, 2006). Mereka menekankan bahwa setiap moda memiliki "tata bahasa" sendiri yang mengatur bagaimana makna diproduksi dan dipahami. Wacana multimodal sering kali melibatkan kombinasi berbagai moda yang dipadukan untuk menyampaikan pesan, seperti dalam iklan, media sosial, dan presentasi digital (Jewitt, 2013). Noviani (2018) menyebut multimodal merujuk pada kombinasi dan integrasi moda-moda semiotik yang berbeda. Penekanannya adalah pada penggunaan lebih dari satu moda semiotik untuk membangun makna.

Dalam melakukan analisis terhadap sebuah wacana, elemen yang perlu digali dengan pendekatan Multimodalitas Kress dan Leeuwen pertama adalah aspek visual yang menganalisis hal-hal terkait penggunaan gambar, grafik, warna, dan teks. Kedua adalah aspek audio yang melingkupi misalnya penggunaan musik, efek suara, intonasi, dan penekanan kata. Ketiga adalah aspek gerak (kinestetik) yang antara lain mencakup gerakan tubuh dan *blocking* kamera.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan analisis wacana Multimodal Kress & Leeuwen pertama adalah pengumpulan data yang dalam konteks artikel ini adalah cuplikan salah *punchlines* program *Meet Nite Live* dengan topik Teror Kepala Babi yang diposting di akun TikTok @meetnite.live pada tanggal 26 Maret 2025. Kemudian langkah kedua adalah mengidentifikasi aspek multimodal (visual, linguistik, audio, atau gerakan). Ketiga menganalisis makna setiap moda menggunakan kerangka Kress & van Leeuwen. Keempat menghubungkan temuan analisis dengan *deep mediatization* untuk mencari menjawab bagaimana logika media digital membentuk produksi dan penerimaan satire.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Meet Nite Live: The New Reborn Viral Program

Metro TV adalah stasiun televisi berita pertama di Indonesia yang mulai mengudara pada 25 November 2000. Sebagai bagian dari Media Group yang dimiliki oleh Surya Paloh, Metro TV berfokus pada penyajian berita selama 24 jam.

Dalam beberapa tahun terakhir, Metro TV terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan preferensi audiens. Metro TV aktif di berbagai platform media sosial, antara lain YouTube, Instagram, X, dan TikTok. Di berbagai platform media sosialnya, Metro TV membagikan berita terkini, cuplikan program, dan konten eksklusif lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Pada tahun 2011, Surya Paloh sebagai pemilik Metro TV, mendirikan organisasi massa Nasional Demokrat, yang kemudian berkembang menjadi Partai Nasional Demokrat (Nasdem). Sejak itu, Surya Paloh menjabat sebagai Ketua Umum Partai Nasdem. Setelah Pemilihan Presiden 2024, meskipun Partai Nasdem awalnya mendukung pasangan Anies Baswedan-Muhaimin Iskandar, Surya Paloh menegaskan bahwa Nasdem akan mendukung kebijakan pemerintahan Prabowo dan tidak mengambil posisi sebagai oposisi.

Media massa idealnya berfungsi sebagai penyampai informasi yang objektif, pengawas kekuasaan (*watchdog*), dan penyedia forum bagi berbagai pandangan masyarakat. Keterlibatan pemilik media dalam politik dapat menimbulkan potensi bias dalam pemberitaan, yang mungkin mempengaruhi independensi dan objektivitas media

tersebut. Dalam kasus Surya Paloh, posisinya sebagai Ketua Umum Partai Nasdem dan pemilik Metro TV, menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana pemberitaan yang disajikan dapat tetap netral dan bebas dari kepentingan politik tertentu. Penting bagi media untuk menjaga keseimbangan antara independensi editorial dan pengaruh pemilik, terutama ketika pemilik tersebut terlibat aktif dalam politik. Transparansi dan komitmen terhadap kode etik jurnalistik menjadi kunci dalam memastikan bahwa media tetap menjalankan perannya sebagai pilar demokrasi yang sehat.

Program *Meet Nite Live* di Metro TV dikenal karena pendekatannya yang menggabungkan berita, wawancara, dan humor sarkastis dalam menyoroti berbagai isu di Indonesia. Host *Meet Nite Live* adalah Valentinus Resa, seorang penyiar Metro TV senior yang pernah memegang acara olahraga di Metro TV.

Punchlines *Meet Nite Live* dengan topik Teror Kepala Babi mengulas tentang teror pengiriman bangkai kepala babi yang diterima oleh jurnalis Tempo Fransisca Christy Rosana. *Highlight* dari *punchlines* ini adalah respons Kepala Komunikasi Presiden, Hasan Nasbi yang mengeluarkan pernyataan “Ya udah dimasak aja kepala babinya.” Masyarakat banyak yang murka dengan respons Hasan Nasbi tersebut karena dianggap tidak berempati dan abai dengan teror ke jurnalis Tempo. Beberapa kalimat yang diucapkan *Host Meet Nite Live*, Valentinus Resa, yang merupakan satire terhadap fenomena ini direpresentasikan oleh kalimat-kalimat narasi yang ia ucapkan.

Berikut adalah paparan moda-moda yang digunakan *Punchlines* *Meet Nite Live* dengan topik Teror Kepala Babi yang diposting di akun TikTok @meetnite.live tanggal 26 Maret 2025.

1. Moda Audio/Linguistik

Tabel 1. Moda Audio *Punchlines* *Meet Nite Live*

No	Audio (Narasi)	Nada Pesan	Analisis
1	"(0:01) Midnight friends, gimana? Udah siap mudik lebaran? Udah banyak kayaknya belanjaannya nih ya?"	Pada pembukaan program edisi ini sekaligus menjadi pembuka <i>punchlines</i> , nada suara <i>Host</i> santai dan ramah, membangun suasana yang akrab dan rileks bagi audiens serta berupaya mengundang keterlibatan audiens.	
2	(0:08) Atau malah gak belanja karena harus penghematan, efisiensi?	Nada sarkasme	Kalimat ini diucapkan dengan tujuan untuk menyindir kebijakan efisiensi pemerintah yang

-
- 3 (0:13) Ya, mirip lah dengan kondisi kebebasan pers kekinian yang belakangan mendapat tekanan.
- Nada sarkasme terhadap berbagai tindak represif yang dialami oleh jurnalis ketika mengungkap berita isu-isu kontroversial ke media.
- Mulai dirasakan dampak tekanannya pada level masyarakat akar rumput. Meskipun hingga program ini ditayangkan pada tanggal 26 Maret 2025 belum bisa terungkap siapa pelaku teror terhadap jurnalis Tempo, namun pernyataan Host ini bernada sarkasme menyimpan kecurigaan bahwa pelaku adalah pihak yang memiliki power, entah berkorelasi dengan negara atau tidak.
- 4 (0:20) Kayak ditanya kapan nikah pas lebaran. Ingat, kalo ditanya kapan nikah pas lebaran, atau ditanya sekarang kerja dimana, tinggal jawab, Kamu nanya? Kalo kamu gak kuat, biar aku aja ya.
- Gimmick* ini adalah selipan humor yang memanfaatkan momentum menjelang lebaran. Masyarakat Indonesia terbiasa ketika acara kumpul dengan keluarga besar seperti Idul Fitri, akan menanyakan dua hal yang kerap dihindari terutama oleh generasi muda, pertanyaan kapan menikah dan sudah bekerja di mana.
- Gimmick* ini merepresentasikan sarkasme yang diungkapkan Host yang merupakan semacam bentuk kegelisahan budaya Indonesia ini yang sebaiknya tidak dijadikan kebiasaan karena merupakan ranah pribadi seseorang meskipun dalam konteks keluarga karena menjadi *annoying* dan menjadi hal yang mendemotivasi ketika acara kumpul keluarga.
- 5 (0:39) Jadi beberapa hari lalu, redaksi Tempo mendapat paket spesial. Bukan martabak, bukan baju lebaran, tapi paket berisi kepala babi.
- Nada dramatis: → Nada suara dibuat lambat dan dramatis sebelum menyebut "kepala babi," menekankan absurditas situasi dengan teknik kejutan.
- Nada dramatis ini memberi kesan penekanan pada fenomena yang merupakan praktik represif dan kekerasan simbolis terhadap jurnalis ketika mereka mengangkat isu-isu sensitive yang mengancam posisi mereka yang memiliki kekuasaan.
-

			Beberapa saat sebelum terror ini dilancarkan, program Bocor Alus, salah satu acara andalan media Tempo, mengangkat isu-isu sensitif seputar pengesahan UU TNI, korupsi di Pertamina, Korporasi dan Politikus penyebab banjir
6	(0:49) Menanggapi peristiwa itu, Kepala Kantor Komunikasi Kepresidenan, Hasan Nasbi, menanggapinya dengan gaya komunikasi yang out of the box. Sampai boxnya aja bingung gitu.	Nada sarkasme karena terlampau heran dengan respons Hasan Nasbi yang menanggapi kasus teror dengan menganggapnya sebagai <i>jokes</i> .	
7	(0:59) Udah dimasak aja. Iya, katanya dimasak aja. Ini Kepala Komunikasi apa Ratatouille? Kepala Komunikasi apa Kepala Koki? Chef Juna <i>insecure</i> nih.	Nada sarkasme: menyindir pernyataan Hasan Nasbi yang menyarankan kepala babi di masak, jadi seolah posisi beliau sebagai koki, bukan Kepala Kantor Komunikasi Kepresidenan. Nada suara di bagian ini terdengar seperti mengejek, yang memperkuat efek satire dengan membandingkan pejabat pemerintah dengan karakter fiksi Ratatouille dan figur publik (<i>ChefJuna</i>).	Perbandingan Hasan Nasbi dengan karakter chef di film "Ratatouille" mereduksi posisi pejabat pemerintah menjadi hanya "tukang masak," meremehkan pernyataannya.
8	(1:18) Belum juga dimasak kepala babinya, Kantor Redaksi Tempo lagi-lagi mendapat kiriman 6 bangkai tikus.	Host mempercepat tempo	Hal ini menciptakan efek kejutan sekaligus ironi, seolah-olah ada eskalasi teror yang semakin absurd.

	(1:26) Dikira kantor media tempat sampah kali ya? Jangan cuma berani kirim paket tikus ke kantor media, kapan lagi nih kirim tikus-tikus berdasarkan penjara?	Nada sarkasme	Host	mengerdilkan peneror karena hanya berani meneror jurnalis dan menantang kalau berjiwa besar seharusnya peneror bukan mengirim bangkai tikus, melainkan tikus-tikus berdasarkan (para koruptor) ke penjara
9	(1:43) Kalo mengikuti logika awal, mungkin jawabannya tikusnya ditumis saja.	Nada sarkasme	Host	Menyindir respons Kepala Kantor Kepresidenan Hasan Nasbi pada teror kepala babi agar babinya dimasak saja. Jika dikonfirmasi lagi ke beliau, ada kemungkinan jawaban beliau agar tikusnya ditumis saja.
10	(1:50) Kepala babi udah, tikus juga udah, besok apa lagi? Surat pencabutan izin terbit.	Nada sarkasme	Host	Mempertanyakan tindakan represif terhadap jurnalis apakah akan meningkatkan eskalasinya hingga pencabutan izin terbit?
11	(1:56) Santai kawan, jangan sampai kemerdekaan pers di Bredel. Aktor Ferdi Nuril pun ikut murka mendengar respon chef, eh chief, Chief Hasan Nasbi. Lewat postingan di akun X, ia mengingatkan sang Kepala Komunikasi Presiden, mulut anda adalah mulut presiden.	Sindiran terhadap Ketidakseriusan Pejabat	Host	Kesalahan sengaja dalam menyebutan "chef" alih-alih "chief" menyiratkan bahwa pejabat ini lebih mirip koki daripada komunikator politik.
12	(2:17) Main-main jangan. (2:19) Oh jangan main-main ya?	Permainan fonologi dan kata-kata menciptakan efek jenaka	Host	Jokes ini juga menantang pejabat untuk bertanggung jawab atas pernyataannya.
13	(2:22) Kalo Kepala Babi bisa dimasak, Kepala Kantor Komunikasi bisa klarifikasi. (2:28) Pak Hasan	Nada sarkasme	Host	Menyindir Hasan Nasbi yang seolah akan dengan mudahnya merespons sesuatu hal dengan

	bilang, ia tidak merendahkan pers dengan pernyataannya, tapi justru untuk merendahkan si peneror.	pernyataan yang kontroversial, namun ketika sudah menimbulkan kegaduhan, maka dengan mudahnya mudahnya pula beliau mengklarifikasi, seolah masyarakat yang salah menginterpretasikan pernyataannya.
14	(2:36) Ya udah biasa emang Nada sarkasme gitu polanya ngomong, kisruh, klarifikasi. (2:40) Bisa aja saya.	Gaya sarkasme Host lagi-lagi merupakan sindiran kepada Hasan Nasbi yang terkesan asal merespons atas sebuah kejadian yang memprihatinkan dunia pers.
15	(2:43) Beda dengan cara Nada bicara formal Hasan Nasbi, Kapolri Jendral Listyo Sigit Prabowo menanggapi teror bangke hewan cincang itu (2:49) dengan menginstruksikan Kabareskrim Polri, (2:52) menyelidiki kasus dan berjanji akan mengusut tuntas teror itu. (2:55) Kita lihat bersama.	Karena program <i>Meet Nite Live</i> adalah sebuah karya jurnalistik, maka topik yang diekplorasi oleh Host adalah berita yang berdasarkan pada fakta yang benar-benar terjadi dan diproduksi dengan memegang etika jurnalistik.
16	(3:02) Nah gini kan enak, udah enak didengar, langsung gercep, ada perhatian dan empati.	Mengekspresikan apresiasi kepada Kapolri yang dinilai bereaksi sesuai dengan harapan public.
17	(3:08) Pers adalah pilar Nada suara lebih keempat seriuss demokrasi. (3:10) Jurnalis juga dilindungi undang-undang profesi.	Pernyataan Host mempertegas pesan bahwa jurnalis harus dilindungi, bukan justru diserang oleh negara.
18	(3:14) Gak kayak Kepala Komunikasi niatnya siram air, malah siram bensin, bakar emosi.	Lagi-lagi pernyataan Host memprotes Kepala Kantor Kepresidenan yang responsnya dinilai membakar emosi publik.

Episode ini dibuka dengan sapaan Host, "Meet Nite Friends, gimana? Udah siap

mudik lebaran? Udah banyak kayaknya belanjaannya nih ya?" Nada suara yang digunakan santai dan ramah, menciptakan suasana akrab bagi audiens. Nada ini memperkuat kesan bahwa acara ini adalah ruang diskusi yang santai meskipun membahas isu-isu berat. Sapaan ini sekaligus menjadi pembuka untuk segmen *punchlines* ini.

Saat memasuki isu ekonomi, *Host* melontarkan pertanyaan bernada sarkasme, "Atau malah gak belanja karena harus penghematan, efisiensi?" Sarkasme ini menyoroti dampak kebijakan efisiensi pemerintah yang mulai dirasakan masyarakat akar rumput. Pemilihan nada yang terdengar sinis menunjukkan bahwa pertanyaan tersebut bukan sekadar refleksi situasi ekonomi, melainkan juga kritik terhadap pemerintah yang dianggap tidak berpihak pada rakyat kecil.

Kritik kemudian berlanjut ke kebebasan pers dengan pernyataan, "Ya, mirip lah dengan kondisi kebebasan pers kekinian yang belakangan mendapat tekanan." Nada suara dalam pernyataan ini tetap mengandung unsur sarkasme, menandakan adanya ketidakpuasan terhadap tindakan represif yang dialami oleh jurnalis. Pernyataan ini juga membawa audiens pada konteks yang lebih luas, menghubungkan kondisi ekonomi dengan tekanan terhadap kebebasan berbicara.

Untuk menjaga suasana tetap ringan, *Host* menyelipkan humor dengan mengangkat fenomena budaya yang sering terjadi saat Lebaran: "Kayak ditanya kapan nikah pas lebaran. Ingat, kalo ditanya kapan nikah pas lebaran, atau ditanya sekarang kerja di mana, tinggal jawab, Kamu nanya? Kalo kamu gak kuat, biar aku aja ya." Gaya bicara di bagian ini lebih cepat dan ekspresif, menyesuaikan dengan ritme humor yang familiar bagi audiens muda. Penggunaan frasa viral dari film "Dilan 1990" juga memperkuat koneksi dengan audiens.

Ketika masuk ke inti pembahasan, nada bicara *Host* sedikit lebih formal saat menyampaikan fakta utama, "Jadi beberapa hari lalu, redaksi Tempo mendapat paket spesial. Bukan martabak, bukan baju lebaran, tapi paket berisi kepala babi." Kecepatan bicara diperlambat dan jeda digunakan sebelum menyebut "kepala babi," menciptakan efek kejutan yang memperkuat absurditas situasi namun tetap disampaikan dengan unsur humornya karena diikuti dengan pernyataan "bukan martabak, bukan baju lebaran". Teknik ini tanpa mengurangi nilai penting isu yang disajikan, namun tetap disampaikan dalam konteks jurnalisme satire yang memamdukan isu penting dengan komedi.

Nada sarkasme kembali muncul dalam pembahasan mengenai respons Kepala Kantor Komunikasi Kepresidenan, Hasan Nasbi. Ketika membahas pernyataannya, *Host* mengatakan, "Menanggapi peristiwa itu, Hasan Nasbi menanggapinya dengan gaya komunikasi yang *out of the box*. Sampai boxnya aja bingung gitu." Penggunaan frasa "*out of the box*" adalah sebuah bentuk ironi, karena biasanya frasa ini merujuk pada sebuah ide cemerlang, namun yang terjadi adalah pernyataan yang kontroversial. Nada suara dalam bagian ini terdengar sarkas, menunjukkan bahwa respons pemerintah dianggap tidak masuk akal dan tidak sesuai dengan harapan publik.

Sindiran semakin diperkuat dengan pernyataan, "Udah dimasak aja. Iya, katanya dimasak aja. Ini Kepala Komunikasi apa *Ratatouille*? Kepala Komunikasi apa Kepala Koki? Chef Juna *insecure* nih." Dalam bagian ini, *Host* tidak hanya menyindir pernyataan Hasan Nasbi yang menyarankan agar kepala babi dimasak, tetapi juga mengolok-oloknya

dengan membandingkan perannya sebagai Juru Bicara Presiden dengan karakter fiksi *Ratatouille* serta figur publik Chef Juna. Nada suara dibuat lebih ekspresif dan berlebihan untuk meningkatkan efek komedi sekaligus memperkuat kritik terhadap pejabat yang dianggap tidak serius dalam menanggapi teror terhadap jurnalis.

Saat membahas eskalasi teror, *Host* mengubah tempo bicara menjadi lebih cepat dengan pernyataan, "Belum juga dimasak kepala babinya, Kantor Redaksi Tempo lagi-lagi mendapat kiriman 6 bangkai tikus." Percepatan tempo ini bertujuan menciptakan efek kejutan dan menunjukkan eskalasi ancaman terhadap kebebasan pers. Kemudian, *Host* menutup bagian ini dengan sindiran tajam, "Dikira kantor media tempat sampah kali ya? Jangan cuma berani kirim paket tikus ke kantor media, kapan lagi nih kirim tikustikus berdasarkan ke penjara?" Nada suara dibuat dengan jenaka namun tetap sarkas, mendorong audiens untuk berpikir lebih kritis mengenai siapa sebenarnya pihak yang seharusnya dihukum.

Menjelang akhir, *Host* kembali menyentil gaya komunikasi pejabat dengan nada sarkasme, "Kalo Kepala Babi bisa dimasak, Kepala Kantor Komunikasi bisa klarifikasi." Sarkasme ini menyoroti pola komunikasi pemerintah yang sering kali terkesan asal bicara, lalu buru-buru melakukan klarifikasi setelah muncul reaksi publik. *Host* kemudian menyimpulkan dengan nada lebih serius, "Pers adalah pilar keempat demokrasi. Jurnalis juga dilindungi undang-undang profesi." Nada serius ini memberikan kesan bahwa meskipun acara ini mengusung humor dan satir, pesan inti tetap menggarisbawahi pentingnya kebebasan pers. Namun, di akhir punchlines, *Host* mengucapkan "Gak kayak Kepala Komunikasi niatnya siram air, malah siram bensin, bakar emosi" yang kembali bentuk layangan sindiran kepada pemerintah.

Analisis multimodal terhadap aspek audio dalam *Punchlines Meet Nite Live* menunjukkan bahwa penggunaan nada suara, tempo, dan permainan kata sangat efektif dalam menyampaikan kritik sosial. Perubahan nada dari santai, sarkastik, dramatis, hingga serius memperlihatkan strategi komunikasi yang bertujuan untuk menggugah kesadaran audiens akan adanya ancaman terhadap kebebasan pers. Dengan demikian, unsur audio dalam program ini bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga menjadi alat kritik yang kuat terhadap kebijakan dan aktor politik.

2. Moda Linguistik

Dari moda linguistik, penggunaan diksi dan struktur kalimat dalam program ini sangat berperan dalam membangun kritik sosial. Pemilihan kata yang digunakan banyak mengandung permainan kata, tidak hanya menambah unsur humor tetapi juga memperkuat pesan yang ingin disampaikan. "Main-main jangan. Oh jangan main-main ya?" adalah permainan kata yang mengolok kebijakan pejabat. Contoh lainnya adalah frasa "paket spesial" untuk menyebut kepala babi. Frasa ini secara sengaja dibuat ironis karena istilah "paket spesial" biasanya digunakan dalam konteks sesuatu yang menyenangkan atau menguntungkan, sementara dalam kasus ini, justru merujuk pada ancaman. Ironi semacam ini menjadi strategi utama dalam gaya komunikasi program.

Gaya Bahasa yang digunakan dalam *punchlines* ini paling tidak ada metafora, sarkasme, ironi, dan personifikasi. Metafora terekspresikan pada frasa "tikus berdasarkan" untuk menyebut koruptor yang merupakan bentuk kritik sosial yang sudah umum di masyarakat. Frasa ini memperkuat pesan bahwa permasalahan korupsi seharusnya lebih

mendapat perhatian dibandingkan teror terhadap jurnalis yang justru diremehkan oleh pejabat pemerintah. "Siram air, malah siram bensin" juga merupakan metafora yang menggambarkan bagaimana respons pejabat justru memperburuk situasi.

Gaya bahasa sarkasme dan ironi muncul di banyak narasi yang disampaikan Host, misalnya dalam kalimat "Kepala Komunikasi apa Kepala Koki?" Host tidak hanya menyindir Hasan Nasbi secara langsung, tetapi juga mempermudah fonologi untuk menciptakan efek humor sekaligus ejekan. Teknik ini semakin diperkuat dengan pernyataan "Chef Juna *insecure* nih," yang menambah nuansa komedi sekaligus sindiran terhadap pejabat yang dianggap salah kaprah dalam merespons peristiwa serius.

Gaya Bahasa personifikasi terefleksikan pada pernyataan "Sampai boxnya aja bingung" yang bertujuan memberikan efek jenaka.

Struktur kalimat dalam program ini juga cenderung pendek dan *to the point*, menyesuaikan dengan format *punchlines*. Sementara itu, repetisi seperti "udah biasa emang gitu polanya, ngomong, kisruh, klarifikasi" menggarisbawahi pola komunikasi pejabat yang dianggap berulang dan tidak efektif.

Analisis multimodal terhadap aspek audio dan linguistik dalam *Meet Nite Live* menunjukkan bahwa penggunaan nada suara, diksi, struktur kalimat, dan gaya bahasa efektif dalam menyampaikan kritik sosial. Sebagai karya jurnalistik yang dikemas dengan gaya menghibur, program ini memadukan unsur humor dan satire untuk menyampaikan kritik yang tajam terhadap kebijakan pemerintah dan pejabat publik. Dengan demikian, program ini tetap mempertahankan fungsinya sebagai media informasi yang kritis terhadap isu-isu sosial dan politik, bukan sekadar hiburan semata.

3. Moda Visual & Kinestetik

Tabel 2. Moda Visual dan Kinestetik *Punchlines Meet Nite Live*

No	Visual	Eleman Visual	Analisis
1		Ketika di detik ke 13 Host mengucapkan "Ya, mirip lah dengan kondisi kebebasan pers kekinian yang belakangan mendapat tekanan" visual diberi efek kartun dengan background berwarna-warni.	Tujuannya untuk memberi penekanan bahwa hal yang tidak mengenakan tengah dialami oleh Tempo yang merupakan bentuk represi terhadap pers.
2		Ketika di detik ke 20 Host mengucapkan "Kayak ditanya kapan nikah pas lebaran. Ingat, kalo ditanya kapan nikah pas lebaran, atau ditanya sekarang kerja dimana, tinggal jawab..." visual wajahnya diberi efek	Visual ini adalah satire terhadap budaya Indonesia yang pada setiap momen berkumpul dengan keluarga besar, seperti momen mudik di hari raya, maka yang ditanyakan adalah kapan menikah dan sekarang kerja di mana, yang bagi sebagian

3



kartun berubah menjadi wajah orang tua. orang itu menjadi momok yang kerap dihindari.

Filter yang biasa digunakan untuk menimbulkan efek dramatis dan humor digunakan pada visual ini. Ini merupakan *gimmick* dari efek yang sengaja diciptakan untuk membuat program ini menjadi ringan untuk dicerna.

Host ketika mengucapkan jokes dari pernyataan ikonik film Dilan 1990 “Kamu Nanya” yang diparodikan dan menjadi viral di dunia media sosial, visual wajahnya berubah menjadi seperti kartun orang tertawa lebar.

4



Pada detik ke 36 setelah mengucapkan kalimat jokes “Kalo kamu gak kuat, biar aku aja ya” yang masih merupakan parodi pernyataan ikonik film Dilan 1990, efek kartun kembali muncul berupa gambar api membara yang mengiringi *Host* yang menirukan suara srigala melolong “Auuuuuu”

Efek visual munculnya api ketika *Host* melolong “Auuuu” adalah selipan humor yang kemudian melekat seperti branding pada sosok Valentinus Resa, *Host* acara ini.

5



Ketika *Host* mengucapkan “Sampai box-nya aja bingung” visualisasi juga ditambahkan dengan efek kartun di bagian belakang *Host* seperti gambar yang terpelintir.

Efek visual ini menyindir pemerintah yang dianggap blunder dengan pernyataannya.

- 6  Pada menit ke 1 dan detik ke 11 ketika Host mengucapkan “Kepala Komunikasi apa Kepala Koki?” di kepala Host muncul efek kartun topi koki.
- 7  Pada menit ke 1 dan detik ke 14 ketika Host mengucapkan kalimat “Chef Juna insecure nih”, di visual muncul wajah Chef Juna (yang merupakan sosok Chef terkenal sebagai salah seorang juri di acara Master Chef yang ditayangkan di salah satu stasiun TV swasta Indonesia), dengan mimik lucu.
- 8  Pada menit ke 1 dan detik ke 32 ketika Host mengucapkan kalimat “Kapan lagi nih kirim tikus-tikus redaksi ke penjara?”, Host kembali menirukan suara srigala melolong “Auuuuuu” dan kali ini dengan efek kartun warna-warni yang mengikuti bentuk profil tubuh Host.
- 9  Pada menit ke 1 detik 50 ketika Host mengucapkan “Kepala babi udah, tikus juga udah, besok apa lagi? Surat pencabutan izin terbit?” kembali visual efek kartun dimunculkan untuk memberi penekanan pada kalimat
- Visual efek topi koki merupakan bagian dari mediatisasi yang mengikuti tren di media sosial
- Kemunculan gambar Chef Juna di pojok kanan atas dengan mimic lucu merepresentasikan proses mediatisasi konten ini terhadap apa yang menjadi tren di kalangan netizen
- Visual ini adalah bagian dari pemberian efek dengan tujuan *gimmick* agar konten ini berterima di kalangan netizen yang didominasi anak muda
- Visual dengan efek kartun adalah juga bagian dari *gimmick* mengikuti logika media sosial

		sarkas ini.
10		Pada menit ke 2 detik ke 3 ketika mengucapkan kalimat "Oh jangan main-main ya?" (koreksi penonton atas pernyataan Host sebelumnya yang mengucapkan kalimat "Main-main jangan"). Efek visual meme dengan wajah Host yang tertawa lebar adalah juga bagian dari mediatisasi yang mengikuti tren di media sosial
11		Pada menit ke 3 detik ke 14 ketika Host mengucapkan kalimat penutup "Gak kayak Kepala Komunikasi niatnya siram air, malah siram bensin, bakar emosi" muncul efek kartun berupa api yang membbara. Sebagai visual penutup pemberian efek api yang membakar menekankan pada bagaimana Teror Kepala Babi dengan respons pemerintah yang blunder membakar emosi masyarakat.

Dalam *punchlines* *Meet Nite Live*, elemen visual digunakan secara strategis untuk memperkuat humor sarkastis dan kritik sosial yang menjadi ciri khas acara ini. Dengan pendekatan Analisis Wacana Multimodal Kress dan Van Leeuwen, dapat dilihat bagaimana penggunaan efek visual membantu menciptakan makna dan mendukung pesan yang disampaikan oleh *Host*.

Ketika di detik ke-13 *Host* mengucapkan "Ya, mirip lah dengan kondisi kebebasan pers kekinian yang belakangan mendapat tekanan," efek kartun dengan latar belakang berwarna-warni muncul di layar. Efek ini bukan sekadar elemen dekoratif, melainkan sebuah penekanan visual yang menyoroti isu serius tentang kebebasan pers yang tengah mengalami tekanan. Penggunaan warna-warni yang kontras menegaskan nuansa sarkas dalam penyampaian kritik terhadap kondisi tersebut.

Pada detik ke-20, ketika *Host* membandingkan tekanan terhadap kebebasan pers dengan pertanyaan yang sering muncul dalam momen kumpul keluarga seperti "Kapan nikah?" atau "Sekarang kerja di mana?", wajahnya secara visual menggunakan efek berubah menjadi wajah orang tua. Transformasi ini adalah bentuk satire terhadap budaya masyarakat Indonesia yang sering kali menempatkan pertanyaan-pertanyaan personal tersebut sebagai sesuatu yang lumrah, meskipun bagi banyak orang hal itu menjadi momok yang dihindari. Efek visual ini memperkuat pesan bahwa pertanyaan-pertanyaan semacam itu bisa dianggap sebagai tekanan yang tidak nyaman, namun disampaikan dengan gaya humoris.

Dalam beberapa bagian lain, penggunaan filter dramatis serta efek kartun wajah tertawa lebar turut dimanfaatkan untuk memperkaya humor dalam program ini. Sebagai contoh, ketika *Host* mengucapkan frasa dari film Dilan 1990 "Kamu Nanya?" yang telah menjadi parodi viral di media sosial, wajahnya berubah menjadi ekspresi kartun dengan tawa lebar. Efek ini menjadi *gimmick* yang sengaja diciptakan agar program terasa lebih

ringan dan menghibur.

Pada detik ke-36, setelah *Host* mengucapkan parodi lain dari film Dilan 1990, "Kalo kamu gak kuat, biar aku aja ya," efek kartun berupa api membara muncul, diiringi dengan suara lolongan serigala "Auuuuuu." Kombinasi antara efek visual dan suara ini menciptakan hiperbola yang memperkuat ekspresi humor dalam adegan tersebut. Begitu pula ketika *Host* mengatakan "Sampai box-nya aja bingung," efek kartun berupa gambar yang terpelintir di belakangnya muncul, menggambarkan kebingungan secara visual dan memperkuat unsur komedi.

Pada menit ke-1 detik ke-11, ketika *Host* mengucapkan kalimat "Kepala Komunikasi apa Kepala Koki?" efek kartun berupa topi koki muncul di kepalanya. Efek ini memperkuat permainan kata yang digunakan dalam *punchlines*, sehingga pesan humor lebih menonjol. Hal serupa terjadi pada menit ke-1 detik ke-14, ketika *Host* menyebut "Chef Juna insecure nih," wajah Chef Juna muncul dengan mimik lucu. Penggunaan visual ini menambah efek komedi sekaligus memperkuat referensi budaya populer yang diangkat dalam program ini.

Pada menit ke-1 detik ke-32, ketika *Host* mengucapkan "Kapan lagi nih kirim tikus-tikus berdasarkan penjara?" kembali muncul efek kartun yang mengikuti bentuk tubuh *Host* dengan warna-warni cerah. Efek ini menambah dimensi visual yang menarik bagi penonton sekaligus menegaskan kritik yang tersirat dalam lelucon tersebut yaitu menghukum koruptor sebagai pelaku kejahatan sesungguhnya yang kerap direpresentasikan sebagai tikus berdasarkan. Begitu pula pada menit ke-1 detik ke-50, ketika *Host* mengatakan "Kepala babi udah, tikus juga udah, besok apa lagi? Surat pencabutan izin terbit?" efek kartun kembali dimunculkan untuk menegaskan nada sarkas yang dikandung dalam pernyataan tersebut.

Pada menit ke-2 detik ke-3, *Host* sempat mengalami koreksi dari penonton atas pernyataannya yang terbalik. Koreksi ini menunjukkan bahwa program ini tidak hanya sekadar menyajikan humor, tetapi juga melibatkan interaksi dengan audiens yang membuatnya semakin dinamis.

Sebagai penutup, pada menit ke-3 detik ke-14, ketika *Host* menyampaikan kalimat "Gak kayak Kepala Komunikasi, niatnya siram air, malah siram bensin, bakar emosi," efek kartun berupa api membara muncul untuk menegaskan metafora "bakar emosi." Efek visual ini memperkuat kritik yang ditujukan pada komunikasi yang justru memperkeruh keadaan.

Analisis ini memperlihatkan bahwa *Meet Nite Live* menggunakan elemen visual secara efektif untuk mendukung humor sarkastik dan kritik sosial yang disampaikan. Penggunaan efek kartun, transformasi wajah, dan elemen visual lainnya tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi juga memperkuat makna dari pesan yang ingin disampaikan. Dengan pendekatan multimodal, program ini berhasil menciptakan pengalaman yang ringan namun tetap tajam dalam menyampaikan isu-isu sosial dan politik.

Jurnalisme Satire ala *Meet Nite Live*

Program *Meet Nite Live* secara gamblang mempraktikkan jurnalisme satire. [Brugman et al \(2021\)](#) menandaskan berita satire sebagai perpaduan moda diskursif antara hiburan dan politik. Multimodalitas yang digunakan dalam *Meet Nite Live*, mulai narasi

yang dipenuhi diksi, gaya bahasa, dan intonasi yang sarat dengan sarkasme hingga visual dengan efek kartun, filter wajah, dan *meme* bergaya komedi memenuhi tayangan ini. Sarkasme dalam pemilihan diksi dan gaya Bahasa sebagai satire yang mengritik berbagai persoalan bangsa yang terjadi yang dikemas dalam program ini selaras dengan pendapat Baym (2017) dan Holt (2019) bahwa satire dalam jurnalisme digunakan untuk menyampaikan kritik sosial melalui humor dan sarkasme.

Dalam konteks *Meet Nite Live* sebagai karya jurnalistik, analisis *deep mediatization* memberikan perspektif yang lebih luas mengenai bagaimana media (terutama media digital) tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membentuk dan mengkritisi realitas sosial serta politik secara kreatif dan sarkastis. Sebagai program yang menggabungkan unsur humor dengan kritik sosial, *Meet Nite Live* merupakan representasi jurnalisme satire yang menggunakan strategi *deep mediatization*.

Dalam teori *deep mediatization* (Hepp, 2020), media lebih dari sekadar saluran informasi, tetapi juga menjadi agen pembentuk realitas sosial. *Meet Nite Live*, meskipun mengusung format satire, tidak hanya berfungsi untuk menghibur, tetapi juga untuk membentuk bagaimana audiens memandang isu-isu sosial dan politik krusial. Program ini secara aktif membingkai dan menginterpretasi peristiwa-peristiwa besar, pada data riset ini seperti kebijakan pemerintah dan ancaman terhadap kebebasan pers, melalui lensa humor dan sindiran. Melalui narasi satirnya, acara ini mengajak audiens untuk merefleksikan realitas sosial dan politik, terutama dalam hal ketidakpuasan terhadap tindakan pemerintah dan respons publik yang sering kali tidak efektif.

Penyajian informasi dalam konteks data riset ini berupa ancaman terhadap kebebasan pers dan kebijakan pemerintah disampaikan dengan cara yang tidak biasa, yaitu menggunakan visual efek, *meme*, referensi budaya pop, dan parodi dari film terkenal. Penggunaan elemen-elemen visual dan audio yang memanfaatkan tren media sosial dan budaya pop, seperti parodi dari film atau *meme* viral yang mengikuti logika media sosial ini membantu menanggalkan kesan serius dan memberikan informasi dengan cara yang lebih mudah dicerna oleh audiens muda. Logika media sosial terbukti mempengaruhi bagaimana berita diproduksi dan dikonsumsi oleh publik (Hjarvard, 2018; Couldry & Hepp, 2021).

Kritis vs. Viralis

Meet Nite Live jelas mengandung kritik sosial yang tajam. Dalam setiap episode, acara ini menyentil isu-isu serius, meskipun disampaikan dengan gaya humor dan satire. Gaya kritis ini menjadi sangat jelas melalui penggunaan humor sarkastik, *punchlines* yang menohok, serta sindiran terhadap rezim yang berkuasa. Kritik tersebut memang ditujukan pada kondisi sosial dan politik yang sedang berlangsung, dan gaya ini bisa membuka mata audiens muda terhadap isu-isu yang sebelumnya mungkin terabaikan.

Namun, di sisi lain, *Meet Nite Live* jelas mengandalkan aspek viralisasi untuk mencapai audiens yang lebih luas. Banyaknya konten yang menjadi viral, seperti gaya lolongan serigala Valentinus Resa ("auuuuu") dan *punchlines* yang direshare di media sosial, menunjukkan bahwa program ini memang sangat bergantung pada viralitas sebagai sarana penyebaran. Gaya penyampaian yang menghibur dan visual dengan efek, *meme*, dan filter sesuai logika media sosial terkini yang menarik menambah faktor

viralisasi acara ini. *Punchlines* yang bisa dibagikan ulang dengan mudah di platform seperti TikTok dan Instagram memungkinkan *Meet Nite Live* untuk menjadi lebih populer di kalangan audiens muda. Hal ini tidak terlepas dari politik algoritma yang dimiliki platform digital.

[Nicolai et al \(2022\)](#) yang mempertanyakan demarkasi antara acara komedi atau jurnalistik pada riset mereka tentang program *Zondag met Lubach* karena ada kontinum yang cukup luas di antaranya. Program *Meet Nite Live* Metro TV tetap bisa dikategorikan sebagai karya jurnalistik karena basis konten mereka adalah berita yang dihasilkan melalui kerja-kerja dalam koridor jurnalistik dengan serangkaian regulasi. Namun, perlu nantinya melihat perkembangan ke depan dengan riset lebih mendalam apakah posisi *Meet Nite Live* akan terus mempertahankan nilai-nilai jurnalismenya tanpa tergadai dengan viralitas misalnya untuk tujuan profit semata.

Selain itu, konteks bahwa acara ini ditayangkan di Metro TV, yang dimiliki oleh Surya Paloh, menambah dimensi kompleks pada bagaimana pesan dalam *Meet Nite Live* dipandang. Meskipun dalam ekosistem media di Indonesia posisi Metro TV bias karena ada hubungan dengan kekuasaan politik, namun program *Meet Nite Live* sampai pada titik ini mampu hadir sebagai aparatus pengritik pemerintah.

KESIMPULAN

Meet Nite Live memadukan keduanya, kritik sosial yang tajam dan viralitas. Tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan kritik dengan cara yang menghibur dan sarkastis. Namun untuk mencapai audiens yang lebih luas, acara ini memanfaatkan viralitas yang dihasilkan oleh gaya humor dan logika media sosial serta algoritma. Oleh karena itu, meskipun acara ini tidak sepenuhnya "viralis" dalam arti hanya mengejar popularitas, ia sangat bergantung pada penyebaran viral melalui media sosial untuk memperkuat dampak kritik yang disampaikan. Jadi, acara ini bisa dikatakan sebagai kombinasi dari keduanya, yaitu kritik sosial yang dikemas dalam bentuk yang sangat mudah dikonsumsi dan dibagikan oleh audiens muda, sambil mempertimbangkan konteks politik yang lebih besar dalam penyajiannya dengan mempraktikkan *deep mediatization*.

Riset ini hanya mengelaborasi program *Meet Nite Live* dari perspektif teks (konten media) saja. Eksplorasi lebih mendalam, misalnya dari perspektif produsen teks dan juga dari aspek konsumsi teks (*dari* perspektif audiens), akan juga menarik untuk didalami, sehingga bisa memberi hasil yang lebih komprehensif memotret fenomena jurnalisme satire ini.

REFERENSI

- Barnard, S., & Boukes, M. (2024) [The Oliver Twist: Why young adults watch Last Week Tonight with John Oliver](#). *The Communication Review* 27:3, pages 256-273.
- Baym, G. (2017). *Journalism and satire: Transparency and accountability in an age of spin*. *Journalism Studies*, 18(1), 1-17.
- Becker, A. B., & Bode, L. (2017). Satire as a source for learning? The differential impact of news versus satire exposure on net neutrality knowledge gain. *Information, Communication & Society*, 21(4), 612–625. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1301517>

- Broersma, M., & Eldridge II. (2019). Journalism and Social Media: Redistribution of Power?. Vol 7, No 1 (2019): Journalism and Social Media: Redistribution of Power?.
<https://doi.org/10.17645/mac.v7i1.2048>
- Brugman, B. C., Burgers, C., Beukeboom, C. J., & Konijn, E. A. (2021). From *The Daily Show* to *Last Week Tonight*: A Quantitative Analysis of Discursive Integration in Satirical Television News. *Journalism Studies*, 22(9), 1181–1199.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1929416>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2021). *The Mediated Construction of Reality: Society, Culture, and Mediatization*. Polity Press.
- Doona, J. (2020). News satire engagement as a transgressive space for genre work. *International Journal of Cultural Studies*, 24(1), 15-33.
<https://doi.org/10.1177/1367877919892279> (Original work published 2021)
- Fadhilla, I., & Almufarid, A. (2021). Konstruksi isu kontra kebijakan pemerintah selama pandemi Covid-19 di Indonesia pada komik strip Mice Cartoon: Jurnalisme satire di media dalam jaringan. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 3(2), 45-62.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization: Media organizations and the social world*. Routledge
- Hjarvard, S. (2018). *Mediatization and the Changing Authority of Religion*. Media, Culture & Society, 40(1), 43-53.
- Holt, K. (2019). *Political satire, post-truth, and the limits of laughing about fake news*. *Journalism Studies*, 20(5), 1-18.
<https://nasional.kompas.com/read/2014/07/21/17142221/Dinilai.KPI.Melanggar.Metro.TV.dan.TV.One.Diberi.Teguran.Keras.oleh.Menkominfo>
- <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>
- Jewitt, C. (2013). *The Routledge handbook of multimodal analysis* (2nd ed.). Routledge.
- Koivukoski, J., & Ödmark, S. (2020). Producing Journalistic News Satire: How Nordic Satirists Negotiate a Hybrid Genre. *Journalism Studies*, 21(6), 731–747.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1720522>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Hodder Education.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.). Routledge.
- Manangka, D. (2016). Metro TV ‘Berbohong’, Salahkah Surya Paloh?
<https://rmol.id/read/2016/12/12/272153/metro-tv-berbohong-salahkah-surya-paloh> diakses tanggal 30 Maret 2025 pukul 07.04 WIB.
- Nicolai, J. & Maeseele, P. & Boukes, M. (2022). The “Humoralist” as Journalistic Jammer: Zondag met Lubach and the Discursive Construction of Investigative Comedy. *Journalism Studies*. 23. 1-21. 10.1080/1461670X.2022.2138948.
- Noviani, R. (2018). *Wacana Multimodal Menurut Gunther Kress dan Theo van Leeuwen dalam Udasmowo, Hamparan Wacana: Dari Praktik Ideologi, Media, hingga Kritik Poskolonial*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Ödmark, S. (2023). Moral Judgment and Social Critique in Journalistic News Satire. *Journalism and Media*, 4(4), 1169-1181.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia4040074>

-
- Ödmark, S., & Nicolaï, J. (2024). Between Headlines and Punchlines: Journalistic Role Performance in Western News Satire. *Journalism Practice*, 18(9), 2317–2336. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2311308>
- Oeldorf-Hirsch, A., & DeVoss, C. L. (2019). Who Posted That Story? Processing Layered Sources in Facebook News Posts. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 141-160. <https://doi.org/10.1177/1077699019857673> (Original work published 2020)
- Painter, C. (2022). *Journalism ethics and political satire* in Price, Sanders, & Wyatt, The Routledge Companion to Journalism Ethics. Oxon: Routledge
- Peifer, J., & Lee, T. (2019, March 26). Satire and Journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Retrieved 2 Apr. 2025, from <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-871>.
- Ramadhan, I., F. & Achmad, A. (2024). Gaya Bahasa Humor Satire Politik Komedi Stand Up Comedian Bintang Emon Dalam Konten Reels Instagram. *Jurnal Petanda* [Vol 6, No 2 \(2024\)](#). <https://journal1.moestopo.ac.id/index.php/Humaniora/issue/view/230>
- Rosdiana & Wahyunengsih. (2023). Satire Journalism: Semiotic Analysis of Pilpres 2024 Articles on Mojok.co. *Jurnal Komunikasi* [Vol 17, No 2 \(2023\)](#) <https://doi.org/10.21107/komunikasi>
- Utomo, W., P., (2015). Menertawakan Politik: Anak Muda, Satire dan Parodi dalam Situs Mojok.co. *Jurnal Studi Pemud@* [Vol 4, No 1 \(2015\)](#). <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36729>
- Zayani, M. (2020). Digital Journalism, Social Media Platforms, and Audience Engagement: The Case of AJ+. *Digital Journalism*, 9(1), 24–41. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1816140>