

Mujizat Di Balik Salam: Mitos Populer Indra Jegel Dan Persepsi Kesuksesan Film Di Era Digital

Saputranur

UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

Email: putraicu@gmail.com

Abstract

The popularity of Indra Jegel is inseparable from the narrative attached to him as a figure who "elevated regional comedy" to the national stage, a perception that has become a popular myth in itself. The aim of this study is to explore how the construction of the popular myth surrounding Indra Jegel is formed among the public and in digital media, how his popularity and persona influence public perceptions of the success of the films he stars in during the digital era, and how social media dynamics and digital culture shape and reinforce myths and perceptions of film success through his figure. This research employs a qualitative method. The findings indicate that digital culture has created a new ecosystem in which a film's success is the result of a collaborative effort between media, the public, and digital personas. This phenomenon reflects a fundamental shift in how we perceive the value of artistic works and highlights the importance of cultural analysis of popular figures who are now not only part of the film narrative, but also a broader story of our time.

Keywords: *Indra Jegel, digital era, myth*

Abstrak

Popularitas Indra Jegel tidak lepas dari narasi yang melekat padanya yakni sebagai sosok yang "mengangkat derajat komedi daerah" ke panggung nasional yang kemudian menjadi mitos populer tersendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konstruksi mitos populer seputar Indra Jegel terbentuk di kalangan publik dan media digital, pengaruh popularitas dan persona Indra Jegel terhadap persepsi masyarakat terhadap kesuksesan film yang dibintanginya di era digital dan untuk mengetahui dinamika media sosial dan budaya digital membentuk serta memperkuat mitos dan citra kesuksesan film melalui figur Indra Jegel. Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dalam penelitian ini adalah budaya digital telah melahirkan ekosistem baru di mana kesuksesan film merupakan hasil kolaboratif antara media, publik, dan persona digital. Fenomena ini mencerminkan pergeseran fundamental dalam cara kita memahami nilai sebuah karya seni, serta pentingnya analisis kultural terhadap figur-figur populer yang kini tak hanya menjadi bagian dari cerita film, tetapi juga cerita besar tentang zaman kita.

Kata kunci: *indra jegel, era digital, mitos*

A. Pendahuluan

Potret perfilman Indonesia yang terus bertransformasi di era digital, kemunculan ungkapan “Mujizat di Balik Salam” menjadi fenomena menarik yang mencerminkan bagaimana mitos populer dan kekuatan figur publik seperti Indra Jegel mampu membentuk persepsi terhadap kesuksesan film, bahkan sebelum film itu ditayangkan secara luas (Zifamina, 2022). Indra Jegel, seorang komedian yang dikenal luas lewat platform digital seperti YouTube dan media sosial, memainkan peran penting tidak hanya sebagai aktor, tetapi juga sebagai simbol representatif dari generasi muda yang mencari hiburan otentik dan penuh nilai lokal. Menurut (Rajiyem & Setianto, 2022) popularitas Indra Jegel tidak lepas dari narasi yang melekat padanya yakni sebagai sosok yang “mengangkat derajat komedi daerah” ke panggung nasional yang kemudian menjadi mitos populer tersendiri. Mitos ini memberikan nilai tambah bagi ungkapan “Mujizat di Balik Salam”, sebab publik cenderung menilai bahwa kehadiran Jegel adalah jaminan mutu hiburan dan kedekatan emosional dengan pengalaman keseharian masyarakat kelas menengah ke bawah di Indonesia.

Dalam konteks era digital, persepsi kesuksesan film kini tidak hanya diukur melalui box office atau jumlah penonton di bioskop, tetapi juga dari sejauh mana film tersebut mendapat perhatian di dunia maya. YouTube trailer views, engagement di Instagram, thread Twitter, hingga video reaksi TikTok kini menjadi tolok ukur baru terhadap antusiasme publik. Ungkapan di social media tentang “Mujizat di Balik Salam” memperoleh lonjakan popularitas berkat memanfaatkan viralitas personal brand Indra Jegel (Shofiani et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa mitos personal yang melekat pada aktor dapat menjadi strategi komunikasi tidak langsung dalam membangun ekspektasi terhadap konten film. Ketika publik percaya bahwa Jegel adalah simbol kejujuran, perjuangan, dan kejenakaan yang membumi, maka film yang dijanjikan laris dan film yang dibintanginya pun diasumsikan membawa nilai-nilai serupa. Persepsi kesuksesan film dibentuk bukan hanya oleh isi film itu sendiri, tetapi oleh ekosistem mitos dan identitas yang dibangun aktornya di ruang digital.

Fenomena ini juga menunjukkan adanya pergeseran kekuatan naratif dari institusi produksi ke individu kreator. Jika dahulu persepsi keberhasilan film sangat

ditentukan oleh nama besar sutradara atau rumah produksi, maka kini kekuatan naratif tersebut turut bergeser kepada figur-figur yang memiliki otoritas budaya di platform digital. Indra Jegel, yang sebelumnya dikenal dari komunitas stand-up comedy Medan, kini menjelma menjadi aktor yang keberadaannya mampu mengarahkan atensi publik terhadap suatu karya, bahkan sebelum karya itu tayang (Ulum & Khasanah, 2023). Dalam hal ini, Jegel berperan sebagai media sendiri ia adalah kanal promosi, narasi, sekaligus representasi identitas kolektif masyarakat yang mendamba hiburan bernuansa lokal namun berkualitas nasional. Peran ini semakin kuat ketika masyarakat mulai menjadikan selebritas digital seperti Jegel sebagai role model dalam memahami nilai perjuangan hidup, kerja keras, dan kreativitas.

"Mujizat di Balik Salam" sebagai ungkapan yang populer pada komentar netizen disosial media juga memuat makna simbolik yang resonan di kalangan masyarakat luas, terutama dalam konteks spiritualitas dan harapan. Di era digital yang penuh ketidakpastian, publik cenderung mencari narasi yang memberi harapan dan keajaiban dalam bentuk realistis. Ungkapan ini mengandung pesan bahwa bahkan dalam kesederhanaan hidup, terdapat 'mujizat' yang tersembunyi pesan yang sejalan dengan persona Indra Jegel yang dikenal membumi dan tidak dibuat-buat (Triani et al., 2023). Kecocokan antara citra pribadi sang aktor dengan nilai inti film menjadi faktor penting dalam membangun koneksi emosional audiens secara daring. Maka, tidak mengherankan jika ungkapan ini banyak dibicarakan di media social. karena publik telah merasa bahwa salaman Jegel selalu menjadi pertanda kesuksesan dalam sebuah film yang dia perankan atau promosikan.

Dalam konteks analisis kultural, kita dapat melihat bahwa mitos populer seperti ini memainkan peran yang mirip dengan "aura selebritas" dalam teori budaya massa, di mana seorang figur bukan lagi sekadar pemain dalam narasi, melainkan menjadi narasi itu sendiri. Menurut (Slameto et al., 2023) Indra Jegel sebagai simbol sukses anak daerah, yang tidak menanggalkan akar lokalitasnya meski sudah dikenal nasional, menjadikan dirinya sebagai semacam 'patokan harapan' bagi generasi muda. Kesuksesan film yang ia bintanginya kerap dianggap sebagai keberhasilan kolektif oleh para penggemarnya. Peran mitos ini semakin diperkuat melalui user-generated content

seperti video reaksi, meme, hingga ulasan dari influencer yang memvalidasi film tersebut secara informal, namun efektif.

Persepsi terhadap kesuksesan film di era digital tetaplah relatif dan cair. Viralitas bukan selalu berbanding lurus dengan kualitas film. Di sinilah tantangannya bagaimana sineas dan aktor mampu menjaga kualitas produksi agar sejalan dengan ekspektasi publik yang telah dibentuk oleh narasi digital. Jika ungkapan “Mujizat di Balik Salam” hanya mengandalkan popularitas Jegel tanpa narasi yang kuat dan produksi yang berkualitas, maka mitos yang selama ini membangun ekspektasi publik bisa menjadi bumerang. Kesuksesan sejati film tidak hanya tergantung pada daya tarik mitos personal, melainkan juga pada kemampuan film menyampaikan cerita yang otentik, menyentuh, dan relevan dengan kenyataan hidup masyarakat (Purwanto et al., 2022).

B. Metode

Metode kualitatif sangat relevan digunakan dalam penelitian berjudul "Mujizat di Balik Salam: Mitos Populer Indra Jegel dan Persepsi Kesuksesan Film di Era Digital", karena fokus kajiannya menitikberatkan pada makna, persepsi, serta konstruksi sosial yang terbentuk di masyarakat terhadap figur publik dan produk budaya. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengeksplorasi secara mendalam bagaimana mitos seputar Indra Jegel terbentuk, disebarkan, dan memengaruhi penilaian publik terhadap kesuksesan film yang ia bintang. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan penonton, pengamatan media sosial, serta analisis konten digital seperti ulasan, komentar netizen, dan kampanye promosi film.

Teknik ini memungkinkan peneliti menangkap nuansa simbolik dan emosi yang tidak terjangkau oleh angka statistik. Dalam hal ini, metode kualitatif memberikan ruang untuk memahami proses penciptaan makna dan relasi antara aktor budaya dengan publik dalam lanskap digital yang dinamis. Hasilnya bukan hanya menggambarkan popularitas Indra Jegel secara deskriptif, tetapi juga mengungkap struktur naratif dan ideologis di balik persepsi kesuksesan film dalam konteks budaya populer kontemporer.

C. Pembahasan

Konstruksi mitos populer seputar Indra Jegel merupakan fenomena budaya kontemporer yang menarik untuk ditelaah dalam konteks era digital, di mana batas antara realitas, representasi, dan persepsi publik menjadi semakin kabur. Indra Jegel, sebagai figur publik yang muncul dari dunia stand-up comedy dan merambah ke perfilman nasional, telah mengalami transformasi dari sekadar pelaku seni hiburan menjadi ikon budaya yang diwarnai oleh berbagai narasi mitologis modern (Damayanti, 2022). Mitos dalam konteks ini bukan dalam arti supranatural, melainkan representasi sosial yang dikonstruksi secara kolektif melalui pengulangan simbolik, penokohan media, dan pengalaman audiens yang ditafsirkan secara emosional. Proses konstruksi ini terjadi secara simultan antara media digital, media massa, dan interaksi horizontal antar pengguna media sosial yang mengelola persepsi dan ekspektasi publik terhadap seorang figur selebriti.

Awal mula konstruksi mitos Indra Jegel banyak didorong oleh karakteristik personal yang otentik dan narasi kesederhanaan yang dibawanya, terutama dalam konten stand-up comedy dan film. Citra sebagai sosok "merakyat", cerdas secara komedi, dan konsisten dalam membawakan humor dengan gaya khas Batak menjadi modal simbolik yang memperkuat daya tariknya. Media digital, khususnya platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, mempercepat proses replikasi narasi ini dengan menghadirkan klip pendek, meme, dan cuplikan wawancara yang menonjolkan persona Indra sebagai ikon kejujuran dan spontanitas (Antika et al., 2020). Pada titik ini, mitos terbentuk bukan hanya karena peran media arus utama, tetapi juga oleh audiens yang secara aktif mengkonstruksi ulang identitas selebriti melalui konten-konten buatan pengguna (user-generated content). Hal ini memperlihatkan bahwa mitos bukanlah entitas statis, melainkan proses dinamis yang hidup dalam diskursus digital.

Media digital juga berperan penting dalam menegaskan konsistensi narasi mitos tersebut. Misalnya, ketika ungkapan "Mujizat di Balik Salam" Indra Jegel muncul di sosial media, publik tidak hanya menilai kualitas film dari segi teknis atau alur cerita, melainkan juga dari kehadiran Indra sebagai jaminan kualitas hiburan. Di sinilah mitos Indra Jegel sebagai "pembawa hoki" atau simbol keberhasilan populer terbentuk

(Puspitasari, 2022). Unggahan di media sosial yang menampilkan reaksi penonton, testimoni influencer, dan tanggapan selebriti lain memperkuat asosiasi antara Indra dan kesuksesan film, terlepas dari objektivitas nilai sinematiknya. Efek ini mencerminkan fenomena halo effect dalam psikologi sosial, di mana satu aspek positif dari seorang tokoh diasumsikan menyebar ke seluruh karya yang dilibatinya. Konstruksi ini diperkuat oleh algoritma media sosial yang menampilkan konten yang relevan dan populer, sehingga menciptakan ruang gema (echo chamber) yang memperkuat kepercayaan publik terhadap mitos tersebut.

Keterlibatan komunitas penggemar juga memainkan peran strategis dalam membentuk dan menyebarkan mitos populer ini. Fanbase Indra Jegel tidak hanya menyerap informasi, tetapi turut memproduksi narasi baru melalui fan art, cuplikan video dengan tambahan komentar lucu, hingga thread Twitter yang membahas perjalanan kariernya secara inspiratif. Aktivitas ini mencerminkan budaya partisipatif yang menjadi ciri khas era digital, di mana audiens tidak lagi pasif melainkan turut menjadi aktor dalam pembentukan makna (Yunita & Sugiarti, 2019). Dalam konteks ini, mitos populer menjadi bentuk kolaboratif antara publik dan media, yang diwarnai oleh nilai-nilai seperti keterhubungan emosional, relevansi sosial, dan autentisitas yang dirasakan. Ketika publik merasa bahwa Indra mewakili bagian dari identitas kolektif mereka, maka narasi tentangnya lebih mudah diterima, direplikasi, dan dipercayai.

Konstruksi mitos Indra Jegel tidak bisa dilepaskan dari peran media arus utama seperti televisi, media online, dan portal berita hiburan yang turut mengangkat kisah hidupnya secara dramatis dan inspiratif. Artikel-artikel yang menekankan latar belakangnya sebagai komedian dari Medan yang merintis dari bawah hingga dikenal secara nasional menambah dimensi “pahlawan rakyat” pada citranya (Yusanti, 2019). Mitos yang dibentuk pun tidak selalu eksplisit, namun bekerja melalui pengulangan narasi dan simbol yang terus-menerus dipresentasikan dalam bentuk cerita keberhasilan, kegigihan, dan kedekatan dengan penonton. Secara semiotik, Indra Jegel menjadi representasi nilai-nilai lokal yang dibalut dengan daya tarik universal. Ia bukan sekadar aktor atau pelawak, tetapi simbol dari perjuangan, kejujuran, dan kelucuan yang bisa diterima semua kalangan (Afnan, 2022).

Dalam perspektif teori Roland Barthes tentang mitologi modern, mitos populer seperti ini adalah produk dari tanda (sign) yang dipasangkan secara ideologis. Dalam hal ini, Indra Jegel menjadi tanda yang bermakna lebih dari sekadar identitas pribadi—ia menjadi simbol dari kesuksesan yang tidak dibuat-buat dan karier yang tumbuh secara organik (Suryaningputri et al., 2022). Melalui medium digital, konstruksi ini terus diperkuat dan diperluas, bahkan menimbulkan ekspektasi baru terhadap film-film selanjutnya yang dibintanginya. Fenomena ini menunjukkan bagaimana mitos populer bisa berfungsi sebagai instrumen pemasaran yang sangat efektif sekaligus alat pembentukan makna budaya yang hidup dalam imajinasi publik.

Konstruksi mitos populer seputar Indra Jegel di era digital merupakan hasil interaksi kompleks antara kehadiran figur publik, peran media digital, partisipasi aktif penggemar, dan pengulangan narasi oleh media arus utama. Proses ini menjadikan Indra bukan hanya sekadar ungkapan “Mujizat di Balik Salam”, tetapi juga sebagai simbol kesuksesan pada film yang jegel janjikan sukses, terlepas dari analisis kritis sinematik. Mitos yang terbentuk tidak hanya menciptakan persepsi kolektif, tetapi juga memengaruhi orientasi konsumsi masyarakat terhadap produk-produk hiburan yang diasosiasikan dengannya (Warsiti et al., 2020).

Di era digital yang sangat dipengaruhi oleh media sosial, algoritma, dan partisipasi aktif audiens, popularitas serta persona seorang figur publik memiliki peran krusial dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap sebuah produk budaya, termasuk film. Dalam konteks ini, Indra Jegel, seorang komika dan aktor yang mulai meniti karier dari panggung stand-up comedy hingga ke layar lebar, menjadi contoh konkret bagaimana persona publik dapat memengaruhi persepsi kolektif masyarakat terhadap kesuksesan sebuah film (Uyun, 2023). Popularitas Indra Jegel bukan hanya diukur dari seberapa banyak film yang dibintanginya, tetapi juga dari seberapa besar pengaruhnya dalam ruang diskursus digital, sejauh mana ia berhasil membangun kedekatan emosional dengan penggemarnya, serta seberapa sering ia muncul dalam percakapan daring lintas platform.

Persona Indra Jegel terbentuk dari kombinasi autentisitas, kesederhanaan, dan gaya komunikasi yang membumi. Ia tampil sebagai figur yang tidak dibuat-buat,

cenderung jujur dalam menanggapi isu, serta membawakan karakter lucu dengan cara yang cerdas dan santai. Hal ini membentuk persepsi bahwa ia adalah representasi rakyat biasa yang berhasil menembus dunia hiburan nasional (Hidayatullah, 2021). Dalam konteks promosi film, persona seperti ini menjadi aset yang luar biasa karena menciptakan keterikatan emosional antara tokoh dengan audiens. Saat ungkapan “Mujizat di Balik Salam” muncul di sosial media, antusiasme publik tidak hanya tertuju pada film yang dipromosikan, tetapi juga pada kehadiran Indra sebagai jaminan bahwa film tersebut akan menyuguhkan nilai hiburan yang merakyat dan menghibur.

Efek popularitas Indra Jegel semakin diperkuat oleh sistem algoritma media sosial yang menampilkan konten sesuai minat pengguna. Setiap unggahan terkait dirinya baik berupa cuplikan film, komentar warganet, ulasan YouTube, atau potongan video dari video podcast berpotensi menjadi viral dan tersebar luas. Dalam banyak kasus, masyarakat membentuk ekspektasi terhadap film hanya dari kehadiran Indra dalam konten promosinya (Masni et al., 2024). Ini menciptakan bias persepsi, di mana film yang dibintangi oleh tokoh populer seperti Indra Jegel dianggap akan lebih lucu, menghibur, atau bahkan layak ditonton, meskipun belum ditinjau secara kritis dari aspek sinematik. Fenomena ini menunjukkan bagaimana persona selebritas mampu memengaruhi selera pasar dan cara penonton menilai kesuksesan film.

Popularitas Indra Jegel juga memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas film. Dalam era digital, ketika informasi begitu melimpah dan audiens dibombardir dengan banyak pilihan hiburan, kepercayaan terhadap tokoh menjadi salah satu indikator utama dalam pengambilan keputusan untuk menonton. Seseorang seperti Indra, yang dikenal konsisten dan jarang terlibat kontroversi negatif, cenderung membangun kredibilitas di mata publik (Salamah & Sumarsilah, 2018). Kredibilitas ini ditransfer secara langsung ke produk film yang ia bintangi. Tak jarang penonton memutuskan untuk menonton film tertentu karena mereka merasa “percaya” pada selera humor, kepribadian, atau visi artistik dari tokoh tersebut. Di sinilah hubungan antara persona dan persepsi kesuksesan film menjadi sangat erat: popularitas bukan hanya menarik penonton, tetapi juga mengkonstruksi opini publik bahwa film tersebut memang layak mendapatkan perhatian lebih.

Popularitas juga menciptakan efek penggandaan informasi yang berpengaruh besar terhadap persepsi kesuksesan film. Ketika seorang figur seperti Indra Jegel memiliki jutaan pengikut di media sosial, setiap konten yang ia bagikan mengenai film akan menjangkau audiens dalam skala besar dan berlapis. Tidak hanya para penggemar langsungnya yang menerima pesan tersebut, tetapi juga audiens sekunder yang tertarik karena melihat reaksi positif dari orang lain (Sokowati, 2022). Reaksi berantai ini menimbulkan ilusi popularitas atau bandwagon effect, di mana semakin banyak orang percaya bahwa film tersebut sukses karena banyak yang membicarakannya. Dalam realitas digital, kesuksesan film tidak hanya diukur dari pendapatan box office, melainkan juga dari kehebohan, jumlah penonton digital, tingkat engagement konten, serta frekuensi munculnya dalam trending topic.

Tak hanya itu, peran persona Indra Jegel juga memiliki dampak simbolik terhadap identitas budaya dalam persepsi film. Indra yang kuat dengan identitas Batak dan logat khasnya memberikan nilai autentik dan representasi lokal yang jarang muncul dalam film-film komersial nasional. Hal ini memberi warna tersendiri dan memperkaya pengalaman sinematik penonton (Zifamina, 2022). Dalam konteks ini, Indra bukan hanya aktor, melainkan simbol dari diversitas Indonesia yang tampil di ruang populer. Penonton merasa terwakili dan bangga melihat figur seperti Indra mendapatkan tempat utama dalam industri film. Representasi ini memperkuat loyalitas audiens dan memupuk persepsi bahwa film yang dibintangi Indra Jegel bukan hanya hiburan, tetapi juga bagian dari ekspresi budaya.

Persepsi kesuksesan film di era digital tidak dapat dilepaskan dari kehadiran figur populer yang mampu “menjual cerita” secara emosional dan personal. Indra Jegel, dengan persona yang konsisten dan basis penggemar yang kuat, memainkan peran penting dalam membentuk citra film yang dibintanginya. Kesuksesan film “Agak Laen” atau karya-karya lainnya tidak hanya bergantung pada aspek produksi dan narasi film itu sendiri, tetapi juga pada kekuatan figur sentral yang mampu menjembatani film dengan audiens (Rajiyem & Setianto, 2022). Era digital memungkinkan proses ini terjadi secara cepat, luas, dan dalam, menciptakan ruang bagi figur publik untuk berperan sebagai katalis utama dalam persepsi kesuksesan karya seni. Dalam konteks industri

hiburan digital saat ini, popularitas dan persona menjadi elemen strategis yang tak terpisahkan dari strategi pemasaran dan keberhasilan film secara umum.

Dalam era digital yang ditandai oleh dominasi media sosial dan perubahan perilaku konsumsi media, dinamika sosial yang terjadi di ruang digital telah memainkan peran signifikan dalam membentuk serta memperkuat mitos dan citra kesuksesan film. Figur publik seperti Indra Jegel menjadi contoh nyata bagaimana individu yang awalnya dikenal melalui medium stand-up comedy bisa mengalami transformasi digital menjadi simbol kesuksesan film berkat interaksi yang terjadi antara budaya digital, algoritma media sosial, dan partisipasi audiens (Shofiani et al., 2022). Indra Jegel tidak hanya tampil sebagai aktor, tetapi juga sebagai representasi digital dari sebuah persona yang melekat erat dengan kesuksesan, keberhasilan, dan autentisitas. Masyarakat tidak lagi hanya menilai kualitas film dari aspek teknis semata, tetapi juga dari sejauh mana film tersebut mampu menciptakan buzz dan keterlibatan sosial yang masif melalui figur yang ada di dalamnya.

Media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X (Twitter) telah menciptakan ekosistem informasi yang memungkinkan figur seperti Indra Jegel untuk hadir secara konstan dalam kehidupan publik. Melalui unggahan di balik layar, cuplikan wawancara, promosi film, hingga video interaksi ringan dengan penggemar, persona Indra menjadi semakin akrab dan "dekat" dengan audiens. Proses ini menciptakan apa yang disebut sebagai parasocial relationship hubungan semu antara publik dengan selebritas yang memperkuat keterikatan emosional (Ulum & Khasanah, 2023). Ketika film yang dibintangi oleh Indra dirilis, publik tidak hanya menilai film itu sebagai produk industri, tetapi sebagai ekstensi dari perjalanan pribadi seorang Indra Jegel yang mereka "kenal" secara daring. Ini merupakan mekanisme penting dalam pembentukan mitos populer: bahwa kesuksesan film bukan semata karena kualitas naratif atau sinematografi, tetapi juga karena siapa yang berada di baliknya.

Budaya digital yang serba cepat dan berbasis partisipasi mempercepat penyebaran narasi kolektif tentang figur publik. Algoritma media sosial cenderung mengangkat konten yang menarik banyak perhatian, dan dalam konteks ini, Indra Jegel dengan segala persona komikal dan autentiknya kerap menjadi bahan viral. Video reaksi

penonton terhadap filmnya, komentar kocak dari Indra, serta konten behind-the-scenes mampu menyedot perhatian publik dalam skala besar (Triani et al., 2023). Akibatnya, persepsi akan kesuksesan film pun terbentuk secara simultan melalui banyak lapisan interaksi digital yang tidak selalu mencerminkan fakta objektif, tetapi justru memperkuat mitos bahwa film yang dibintangi Indra pasti "laku", "berkualitas", atau "wajib ditonton". Dalam istilah budaya populer, ini adalah pembentukan mitos modern yang diciptakan oleh massa dan diperkuat oleh teknologi digital.

Indra Jegel juga menjadi simbol pergeseran pola konsumsi budaya hiburan di Indonesia. Dalam konteks industri film yang semakin kompetitif, publik tidak lagi menunggu ulasan formal dari kritikus film atau media cetak, melainkan mengandalkan opini yang muncul di kolom komentar, video reaction, atau thread viral di media sosial. Sosok Indra yang dikenal sebagai "humble", "real", dan dekat dengan budaya rakyat, membuat film-film yang ia bintangi lebih cepat mendapatkan tempat di hati public (Slameto et al., 2023). Masyarakat melihat kehadiran Indra sebagai indikator bahwa film tersebut akan menyenangkan dan menghibur. Hal ini membentuk mitos bahwa "jika Indra Jegel ada di dalamnya, maka film tersebut layak ditonton." Di sinilah titik penting pembentukan citra kesuksesan: bahwa nilai perseptual dari film lebih kuat dipengaruhi oleh keberadaan figur dan narasi di sekitar produksi, bukan semata dari kualitas film itu sendiri.

Kolaborasi antara media tradisional dan media digital turut memperkuat pencitraan ini. Wawancara Indra di televisi dikemas ulang menjadi konten pendek untuk TikTok, highlight acara talkshow diunggah ke YouTube, dan berbagai momen lucu dipotong menjadi meme yang viral di Instagram. Ini semua menciptakan efek ekosistem yang saling mendukung dalam membentuk realitas digital tentang siapa Indra Jegel dan bagaimana film yang dibintanginya harus dipahami public (Purwanto et al., 2022). Masyarakat menjadi bagian dari proses ini melalui likes, komentar, repost, dan diskusi online sehingga narasi kesuksesan tidak lagi bersifat top-down dari produsen film kepada penonton, tetapi merupakan hasil konstruksi sosial yang kompleks, dinamis, dan terus berkembang.

Menariknya, dalam dinamika ini, mitos kesuksesan tidak hanya berhenti pada film, tetapi juga merambah ke citra pribadi Indra Jegel. Banyak orang melihatnya sebagai “kisah inspiratif” dari anak muda biasa yang berhasil menembus industri hiburan nasional tanpa mengubah jati diri. Nilai-nilai ini resonan dengan audiens milenial dan Gen Z yang menghargai keaslian (authenticity) di tengah maraknya kepalsuan di dunia selebritas. Menurut (Damayanti, 2022) setiap film yang melibatkan Indra Jegel bukan hanya dilihat sebagai proyek sinema, tetapi juga bagian dari narasi sukses yang ingin diikuti dan dirayakan oleh publik. Ini memperlihatkan bagaimana citra kesuksesan film di era digital tidak lagi berdiri sendiri, tetapi melekat erat pada figur sentral yang merepresentasikannya.

Dinamika media sosial dan budaya digital telah membentuk ruang baru bagi konstruksi dan reproduksi mitos populer dalam industri film. Sosok seperti Indra Jegel menjadi simbol kontemporer dari keberhasilan film, di mana popularitas, persona, dan partisipasi digital membentuk persepsi publik secara luas. Media sosial tidak hanya berperan sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai ruang naratif yang menciptakan makna baru tentang apa itu “sukses” dalam industri hiburan (Puspitasari, 2022). Figur seperti Indra Jegel, melalui kehadirannya yang konsisten, interaktif, dan relatable, memperkuat persepsi tersebut dan menjadi titik sentral dalam lanskap sinema digital Indonesia masa kini. Maka dari itu, memahami peran media sosial dan budaya digital dalam membentuk citra kesuksesan film tidak bisa dilepaskan dari analisis terhadap bagaimana figur seperti Indra Jegel diposisikan dan diresepsi dalam imajinasi kolektif publik digital.

D. Penutup

Dinamika media sosial dan budaya digital telah menjadi kekuatan utama dalam membentuk persepsi publik terhadap kesuksesan film di era kontemporer, di mana figur publik seperti Indra Jegel memainkan peran sentral dalam proses konstruksi tersebut. Sosok Indra Jegel tidak hanya dikenal sebagai aktor atau komedian, tetapi telah menjelma menjadi simbol naratif yang mencerminkan keberhasilan, keautentikan, dan keterhubungan dengan publik. Melalui interaksi yang intens di platform digital seperti

TikTok, Instagram, YouTube, dan X (Twitter), citra dirinya terbentuk secara organik dan partisipatif. Masyarakat tidak lagi menilai film hanya dari aspek estetika atau teknis, tetapi dari sejauh mana film itu dikaitkan dengan figur yang mereka rasa "dekat", seperti Indra.

Konstruksi mitos populer seputar Indra Jegel tumbuh subur karena dukungan algoritma media sosial yang memperkuat konten viral, serta keterlibatan aktif pengguna dalam menyebarkan narasi sukses. Hal ini menciptakan pemahaman baru bahwa keberhasilan film tidak hanya ditentukan oleh isi naratif atau strategi promosi konvensional, melainkan oleh kekuatan simbolik dari individu yang mengisi ruang digital. Indra Jegel menjadi contoh nyata bagaimana kehadiran figur yang dianggap autentik dan inspiratif dapat mengubah wajah pemasaran film dan persepsi publik terhadap industri hiburan secara keseluruhan.

REFERENSI

- Afnan, D. (2022). Mitos Larangan Menikah Antara Orang Jawa Dengan Orang Sunda Dalam Perspektif Masyarakat Modern. *Arif: Jurnal Sastra Dan Kearifan Lokal*, 2(1). <https://doi.org/10.21009/Arif.021.10>
- Antika, T. R., Ningsih, N., & Sastika, I. (2020). Analisis Makna Denotasi, Konotasi, Mitos Pada Lagu "Lathi" Karya Weird Genius. *Asas: Jurnal Sastra*, 9(2). <https://doi.org/10.24114/Ajs.V9i2.20582>
- Damayanti, I. K. (2022). Makna Terhadap Mitos Dalam Lirik Lagu "Takut" Karya Idris: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Deiksis: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(1). <https://doi.org/10.33603/Deiksis.V9i1.6150>
- Hidayatullah, D. (2021). Mitos Dan Banjir. *Undas: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa Dan Sastra*, 17(2). <https://doi.org/10.26499/Und.V17i2.4074>
- Masni, N., Astari, S., Satria Antoni, R., Desyandri, & Muhammadi. (2024). Mitos-Mitos Dalam Kepercayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(1).
- Purwanto, A., Imran, I., & Ramadhan, I. (2022). Analisis Rasionalisasi Nilai-Nilai Mitos Kemponan Pada Masyarakat Etnis Melayu. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(1). <https://doi.org/10.32884/Ideas.V8i1.642>

- Puspitasari, I. (2022). Sastra Lisan: Pengaruh Mitos Di Desa Tanggung Kramat. *Kode : Jurnal Bahasa*, 11(1). <https://doi.org/10.24114/Kjb.V11i1.33503>
- Rajiyem, R., & Setianto, W. A. (2022). Praktik Sosiokultural Dalam Wacana Legenda Dan Mitos “Tanah Mangir” Desa Mangir Bantul. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(3). <https://doi.org/10.31315/Jik.V20i3.6954>
- Salamah, U., & Sumarsilah, S. (2018). Pembelajaran Dongeng Lokal Kreatif Dengan Heutagogi: Penguatan Pendidikan Karakter Generasi Melenial. *Prosiding Senasbasa: Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra*, 2(1).
- Shofiani, A. K. A., Harpriyanti, H., & Diastuti, I. M. (2022). Struktur Mitos Pada Cerita Sendang Senjaya Di Kabupaten Semarang (Struktur Levi-Strauss). *Jurnal Bastra*, 7(2).
- Slameto, Dheni Purnasari, P., Damas Sadewo, Y., Owen, M. F., & Victor Didik Saputro, T. (2023). Membongkar Mitos Ketangguhan Melalui Refleksi. *Journal Of Educational Learning And Innovation (Elia)*, 3(1). <https://doi.org/10.46229/Elia.V3i1.654>
- Sokowati, M. E. (2022). The Economic Impact Of The Film Industry On The Music Industry And The Challenges Of The Digital Era. *Jurnal Film Economy*, 1(September-December).
- Suryaningputri, D. A., Azahra, D. N., Nurjanah, S. P., & Darmadi, D. (2022). Mitos - Mitos Kehidupan Sebagai Ciri Khas Pada Masyarakat Jawa Khususnya Berada Di Desa Manisrejo, Kecamatan Taman, Kota Madiun. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 5(2). <https://doi.org/10.31004/Jrpp.V5i2.10157>
- Triani, S. N., Lestari, A., Yanti, L., Susanto, H., & Wirawan, G. (2023). Struktur, Fungsi Dan Makna Mitos Masyarakat Melayu Sambas. *Jp-Bsi (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 8(1). <https://doi.org/10.26737/Jp-Bsi.V8i1.4149>
- Ulum, M. S., & Khasanah, U. C. (2023). Mitos Larangan Menikah Etan-Kulon Kali Brantas Kediri: Tinjauan Strukturalisme Lévi-Strauss. *Realita : Jurnal Penelitian Dan Kebudayaan Islam*, 20(2). <https://doi.org/10.30762/Realita.V20i2.130>
- Uyun, N. (2023). Membaca Mitos Dan Tradisi Dalam Konflik Perkawinan Beda Etnis. *Populika*, 11(1). <https://doi.org/10.37631/Populika.V11i1.700>
- Warsiti, W., Rosida, L., & Sari, D. F. (2020). Faktor Mitos Dan Budaya Terhadap

- Keberhasilan Asi Eksklusif Pada Suku Jawa. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Stikes Hang Tuah Surabaya*, 15(1). <https://doi.org/10.30643/jiksht.V15i1.79>
- Yunita, G. F. R., & Sugiarti. (2019). Kajian Mitos Dalam Novel Aroma Karsa Karya Dewi Lestari Perspektif Ekologi Budaya. *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, Dan Budaya*, 9(2).
- Yusanti, E. (2019). Fungsi Mitos Dalam Kehidupan Masyarakat Pulau Temiang Jambi. *Totobuang*, 7(1).
- Zifamina, I. F. (2022). Yang Sakral, Mitos, Dan Kosmos: Analisis Kritis Atas Fenomenologi Agama Mircea Eliade. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 6(1).
- Afnan, D. (2022). Mitos Larangan Menikah Antara Orang Jawa Dengan Orang Sunda Dalam Perspektif Masyarakat Modern. *Arif: Jurnal Sastra Dan Kearifan Lokal*, 2(1). <https://doi.org/10.21009/Arif.021.10>
- Antika, T. R., Ningsih, N., & Sastika, I. (2020). Analisis Makna Denotasi, Konotasi, Mitos Pada Lagu "Lathi" Karya Weird Genius. *Asas: Jurnal Sastra*, 9(2). <https://doi.org/10.24114/Ajs.V9i2.20582>
- Damayanti, I. K. (2022). Makna Terhadap Mitos Dalam Lirik Lagu "Takut" Karya Idgitaf: Kajian Semiotika Roland Barthes. *Deiksis: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 9(1). <https://doi.org/10.33603/Deiksis.V9i1.6150>
- Hidayatullah, D. (2021). Mitos Dan Banjir. *Undas: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa Dan Sastra*, 17(2). <https://doi.org/10.26499/Und.V17i2.4074>
- Masni, N., Astari, S., Satria Antoni, R., Desyandri, & Muhammadi. (2024). Mitos-Mitos Dalam Kepercayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(1).
- Purwanto, A., Imran, I., & Ramadhan, I. (2022). Analisis Rasionalisasi Nilai-Nilai Mitos Kemponan Pada Masyarakat Etnis Melayu. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(1). <https://doi.org/10.32884/Ideas.V8i1.642>
- Puspitasari, I. (2022). Sastra Lisan: Pengaruh Mitos Di Desa Tanggung Kramat. *Kode : Jurnal Bahasa*, 11(1). <https://doi.org/10.24114/Kjb.V11i1.33503>
- Rajiyem, R., & Setianto, W. A. (2022). Praktik Sosiokultural Dalam Wacana Legenda Dan Mitos "Tanah Mangir" Desa Mangir Bantul. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(3). <https://doi.org/10.31315/Jik.V20i3.6954>

- Salamah, U., & Sumarsilah, S. (2018). Pembelajaran Dongeng Lokal Kreatif Dengan Heutagogi: Penguatan Pendidikan Karakter Generasi Melenial. *Prosiding Senasbasa: Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra*, 2(1).
- Shofiani, A. K. A., Harpriyanti, H., & Diastuti, I. M. (2022). Struktur Mitos Pada Cerita Sendang Senjaya Di Kabupaten Semarang (Struktur Levi-Strauss). *Jurnal Bastra*, 7(2).
- Slameto, Dheni Purnasari, P., Damas Sadewo, Y., Owen, M. F., & Victor Didik Saputro, T. (2023). Membongkar Mitos Ketangguhan Melalui Refleksi. *Journal Of Educational Learning And Innovation (Elia)*, 3(1). <https://doi.org/10.46229/Elia.V3i1.654>
- Sokowati, M. E. (2022). The Economic Impact Of The Film Industry On The Music Industry And The Challenges Of The Digital Era. *Jurnal Film Economy*, 1(September-December).
- Suryaningputri, D. A., Azahra, D. N., Nurjanah, S. P., & Darmadi, D. (2022). Mitos - Mitos Kehidupan Sebagai Ciri Khas Pada Masyarakat Jawa Khususnya Berada Di Desa Manisrejo, Kecamatan Taman, Kota Madiun. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 5(2). <https://doi.org/10.31004/jrpp.V5i2.10157>
- Triani, S. N., Lestari, A., Yanti, L., Susanto, H., & Wirawan, G. (2023). Struktur, Fungsi Dan Makna Mitos Masyarakat Melayu Sambas. *Jp-Bsi (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 8(1). <https://doi.org/10.26737/jp-Bsi.V8i1.4149>
- Ulum, M. S., & Khasanah, U. C. (2023). Mitos Larangan Menikah Etan-Kulon Kali Brantas Kediri: Tinjauan Strukturalisme Lévi-Strauss. *Realita : Jurnal Penelitian Dan Kebudayaan Islam*, 20(2). <https://doi.org/10.30762/Realita.V20i2.130>
- Uyun, N. (2023). Membaca Mitos Dan Tradisi Dalam Konflik Perkawinan Beda Etnis. *Populika*, 11(1). <https://doi.org/10.37631/Populika.V11i1.700>
- Warsiti, W., Rosida, L., & Sari, D. F. (2020). Faktor Mitos Dan Budaya Terhadap Keberhasilan Asi Eksklusif Pada Suku Jawa. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Stikes Hang Tuah Surabaya*, 15(1). <https://doi.org/10.30643/jiksht.V15i1.79>
- Yunita, G. F. R., & Sugiarti. (2019). Kajian Mitos Dalam Novel Aroma Karsa Karya Dewi Lestari Perspektif Ekologi Budaya. *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, Dan Budaya*, 9(2).

- Yusanti, E. (2019). Fungsi Mitos Dalam Kehidupan Masyarakat Pulau Temiang Jambi. *Totobuang*, 7(1).
- Zifamina, I. F. (2022). Yang Sakral, Mitos, Dan Kosmos: Analisis Kritis Atas Fenomenologi Agama Mircea Eliade. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 6(1).