

Analisis Semiotika Konten *Sebat Cuy* Episode Satu

Nicholas Galih Adhi Bramantyo¹, Nigar Pandrianto^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: nicholasgal69@gmail.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: nigarp@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 10-10-2023, revisi tanggal : 15-11-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 13-01-2024

Abstract

*This research analyzes comedy content or content that contains humor. The comedy content discussed is the content of *Sebat Cuy* episode 1 (one) with the theme “Terlilit Hutang (Indebtedness).” The content contains tragedy. This research focuses on the semiotic analysis of the tragedy that occurred in the “*Sebat Cuy*” episode one content characters, through this tragedy, the symbolic meaning of each element contained therein is sought. Semiotic analysis aims to get messages and morals that are expected to be useful for the community. This analysis can develop over time, but the symbolic meaning contained can still provide useful meaning for the surrounding environment. The theory used in this research is semiotic analysis, according to Roland Barthes, which will share the content of the “*Sebat Cuy*” content into several parts so that the meaning of all the symbols contained in each scene can be found. “*Sebat Cuy's*” content has various symbolic things that can be discussed through the tragedy contained, these aspects can be noticed through the props used as comedy support tools, the colors in the video, the expressions of the cast, and the words released from each cast have meaning both from intonation and also the terms in each word.*

Keywords: *content, humor, semiotic, social media, tragedy*

Abstrak

Penelitian ini menganalisa tentang konten komedi atau konten yang mengandung humor. Konten komedi yang dibahas adalah konten *Sebat Cuy* episode 1 (satu) dengan tema “Terlilit Hutang”. Terkandung tragedi didalam konten tersebut. Penelitian ini berfokus pada analisis semiotika pada tragedi yang terjadi pada tokoh-tokoh konten *Sebat Cuy* episode satu, melalui tragedi ini dicari arti simbolik dari setiap unsur yang terkandung didalamnya. Melalui analisis semiotika bertujuan untuk mendapatkan pesan dan moral yang diharapkan dapat berguna bagi masyarakat. Analisis ini bisa berkembang seiring dengan berjalannya waktu, tetapi arti simbolik yang terkandung tetap dapat memberikan makna yang berguna bagi lingkungan sekitar. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis semiotika menurut Roland Barthes yang akan membagikan kandungan di dalam konten *Sebat Cuy* menjadi beberapa bagian sehingga dapat dicari arti dari semua simbol yang terkandung pada setiap adegannya. Konten *Sebat Cuy* ini memiliki berbagai hal simbolik yang dapat dibahas melalui tragedi yang terkandung, aspek-aspek ini dapat diperhatikan melalui: properti yang digunakan sebagai alat pendukung komedi, warna pada video, ekspresi para pemeran, dan kata-kata yang dikeluarkan dari setiap pemeran memiliki makna baik dari intonasi dan juga istilah pada setiap kata tersebut.

Kata Kunci: humor, konten, media sosial, semiotika, tragedi

1. Pendahuluan

Media sosial sudah digunakan untuk berbagai macam hal, salah satunya media komunikasi pemasaran contohnya adalah memberikan informasi sehingga konsumen dapat lebih interaktif, membangun *brand awareness*, membentuk citra merk pada suatu produk, menimbulkan rangsangan ketertarikan terhadap sebuah produk, dan membentuk loyalitas terhadap konsumen (Untari & Fajariana, 2018). Dengan demikian, media sosial dapat dijadikan sebagai alternatif dalam promosi.

Penelitian ini berfokus pada pemasaran merk rokok Clasmild dengan konten *Sebat Cuy* pada akun Youtube Authenticity. Konten *Sebat Cuy* ini adalah konten sketsa komedi dimana tema pada episode satu yang akan dibahas terkandung tragedi didalamnya. Tragedi adalah kata yang memiliki konotasi negative, yaitu penggambaran akan suatu peristiwa yang tidak diharapkan tapi tetap terjadi juga (Ikhwan, 2020). Tragedi pada konten ini merupakan serangkaian hal yang terjadi kepada Dwik selaku pemeran yang terlilit hutang. Maraknya pinjaman *online* (pinjol) membuat dirinya tidak dapat mengatur keuangan dengan baik. Maraknya fenomena pinjol ini juga diperkuat melalui data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mencatat bahwa terdapat 99 perusahaan pinjol yang sudah terdaftar di OJK dengan 9 juta transaksi (Nugroho, 2022). Melalui permasalahan tersebut penulis menggunakan analisis semiotika untuk menemukan makna simbolik yang terkandung dalam konten *Sebat Cuy* episode satu.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana konten *Sebat Cuy* dapat mengemas tragedi menjadi komedi dan humor yang menghibur serta memberikan pesan moral. Melalui rumusan masalah tersebut dapat ditemukan tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui representasi tragedi sebagai elemen humor dalam konten *Sebat Cuy*. Manfaat dari penelitian ini yakni, dari sisi akademis diharapkan berguna bagi bidang periklanan melalui makna-makna simbolik yang terkandung di dalamnya. Sementara manfaat praktis diharapkan memberikan pesan dan nasihat kepada masyarakat tentang pinjol dan memberikan contoh penerapan makna simbolik.

Peneliti menggunakan empat konsep yakni media sosial, konten, komedi, dan media sosial. Media sosial adalah medium pada internet yang dapat membuat penggunaanya merepresentasikan diri mereka sendiri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi antar pengguna media sosial lainnya (Setiadi, 2016). Menurut (Harahap, 2020). Seperti yang diungkapkan oleh McLuhan pada tahun 1960-an tentang "*global village*" sudah terjadi. Pada era ini manusia terhubung melalui teknologi internet yaitu media sosial yang menjadi bagiannya. Penggunaan media sosial juga dapat menciptakan forum dengan mudah, dimana seorang individu dapat berkomunikasi satu sama lain. Memasuki fungsi media sosial sebagai pemasaran menurut (Untari & Fajariana, 2018) *social media marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media sosial untuk mengiklankan suatu produk atau jasa. Media sosial sudah menjadi kebutuhan pokok untuk manusia, hal ini diperkuat dari kebutuhan informasi, hiburan dan Pendidikan (Rahastine & Wulandari, 2020).

Konten media sosial merupakan informasi and hiburan yang disajikan di beberapa *platform* untuk memungkinkan interaksi lebih langsung dengan penggunaanya sehingga dapat terkena kepada kelompok sasaran. Konten media sosial cenderung terkait dengan privasi, informasi palsu, dan perundungan *online*. Hal ini disebabkan karena mudahnya mengakses tanpa adanya pengawasan yang efektif dari pihak media sosial. Pada penelitian ini ada dua jenis konten dalam Analisa konten *Sebat Cuy* yaitu; Konten Iklan dan Konten Marketing. Konten iklan adalah cara yang

dilaksanakan selaku produsen melalui perencanaan, persiapan, pelaksanaan, dan pemanuan penyampaian pesan iklan tersebut supaya dapat diterima oleh konsumen (Siahaan Y, 2022). Penjelasan tersebut hampir sama dengan konten marketing yang dibuat dan direncanakan untuk memaksimalkan daya Tarik konsumen dan meningkatkan minat beli (Ustadriatul Mukarromah et al., 2022).

Komedi sudah menjadi pilar bagi budaya digital di abad ke-21 sehingga membuat komedi cocok untuk keperluan produksi, distribusi, dan konsumsi media digital. Menurut Lippman dan Dunn humor adalah segala hal yang dapat merangsang dan menghasilkan perasaan senang serta kenyamanan. Humor dan komedi adalah hal yang berbeda tapi berkesinambungan, humo merupakan respon dari tertawa, orang yang membawa humor disebut sebagai humoris. Sementara komedi adalah naskah yang dirancang dengan tujuan membuat orang lain tertawa dan senang. Komedian adalah orang yang dapat menerjemahkan naskah komedi tersebut (Masruroh, 2019). Tragedi sendiri merupakan kesengsaraan yang muncul dari berbagai varian dan intensitas. Tidak ada jawaban yang mutlak untuk mendeskripsikannya (Udang, 2022). Humor satir didefinisikan dari sindiran sebagai praaktik diskusif yang diintegrasikan ke dalam praktik humor sehingga membuat penikmatnya memiliki sudut pandang yang berbeda.

Tragedi adalah rangkaian hal yang tidak diinginkan tapi terjadi juga. Hasil dari tragedi dapat terlihat dari kerusakan dan menghasilkan kekecewaan, kehancuran, dan kematian (Ikhwan, 2020). Sementara itu satire adalah gaya bahasa yang berisikan sindiran terhadap berbagai hal, biasanya digunakan dalam humor dalam kritik sosial (Yulianti, 2019).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika. Semiotika merupakan teori yang menginterpertasikan tanda komunikasi, tanda tersebut dapat saja tanda alam maupun tanda buatan, semiotika dapat muncul dari logika atau subjektivitas penulis (Wijaya & Riau, 2022). Teori semiotika dibedakan dari subjektivitas yang berdasar pada epistemologis, ontologis, aksiologis, dan metodologis. Penggunaan ilmu semiotika dapat mengkaji berbagai simbol pada karya atau konten maka dari itu teori ini sangat efektif dalam menganalisa simbol tersebut (Wulandari & Siregar, 2020).

Analisa semiotika akan menggunakan teori menurut Roland Barthes sehingga akan mencacah bagian dalam konten untuk ditemukan makna simboliknya, alasan utama Konten *Sebat Cuy* harus dicacah setiap bagiannya terdapat pada disertasi yang ditulis oleh (Ajidarma, 2005) yang berjudul “Tiga Panji Tengkorak: Kebudayaan dalam Perbincangan”. Menurut Seno hal yang digali bukanlah makna dari naratif melainkan bagaimana naratif tersebut telah berubah atau bertahan setiap diubah. Pendekatan yang dipakai dalam disertasi ini adalah pendekatan Roland Barthes terhadap *sarrasine* karya Honore de Balzac yang dicacah menjadi satuan teks yang disebut leksia. Leksia adalah satuan tekstual, satuan ini tidak ditentukan dari Panjang atau pendeknya tetapi memiliki arti sekitar tiga sampai empat makna. Menentukan makna tersebut bersifat bebas, tetapi memiliki syarat terhadap sistematika pembacaan tertentu. Sistematika ini bermanfaat untuk menghubungkan penanda dengan penafsiran, maka dari itu leksia tersusun dari penanda yang merupakan faset dari polihedron makna.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Sebat Cuy adalah konten komedi dari Authenticity yang dimiliki dari merk rokok Clasmild. Untuk memproduksi konten *Sebat Cuy* ini Authenticity bekerja sama dengan perusahaan Gridvoice yang berada dibawah naungan Kompas Gramedia. Kerja sama ini terbentuk pada tahun 2020 melalui dari program berkarya dari rumah yang melahirkan kampanye “Ini Asli Gue”. Authenticity sendiri banyak menghasilkan konten-konten yang dipublikasikan melalui platform Youtube yaitu antara lain: Sebat Cuy, Podcast Naik Clas, Luar Clas, Authenticity Distrik, dan beberapa konten mereka tentang keadaan belakang panggung konser musik. Akun Youtube Authenticity pertama kali dibuat pada 31 Maret 2017, sementara itu konten *Sebat Cuy* pertama kali dipublikasikan pada 30 Juni 2023.

Penulisan artikel ini menganalisa konten *Sebat Cuy* episode pertama yang berjudul “Ketagihan Ngutang” (gambar 1). Episode ini diperani oleh Dwik sebagai *social media specialist*, Gerall sebagai *HR Recruitment*, dan Praz Teguh sebagai *Aa Warkop*. Tragedi dari cerita pada konten *Sebat Cuy* episode satu ini adalah Dwik yang kecanduan akan pinjaman *online* sampai akhirnya dia terlilit hutang dari berbagai pihak. Faktor Dwik meminjam banyak uang hanyalah untuk membeli gaya hidup dan barang-barang yang dijual pada *platform* Tiktok Shop. Pada penelitian ini akan dilakukan pembagian sesuai dengan adegan, setiap adegan akan dijelaskan arti simboliknya terlebih dahulu.

Gambar 1. Cuplikan Konten (00:00 – 00:17)



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Teks Percakapan:

Gerall: Bang Awak (1)

Gerall: Abang! (2)

Praz: Lu siapa? (3)

Praz: Kok tiba-tiba gua punya saudara lagi? (4)

Gerall: Abang Awak (5)

Praz: Bukan (6)

Gerall: Abang! (7)

Praz: Bukan! (8)

Gerall: Abang! (9)

Praz: Bukan! (10)

*Adegan berganti

Praz: Gua bisa debu (11)

Dwik: Ayo bang (12)

Tabel 1. Simbol

Benda	Gestur	Warna	Ekspresi
Tong Sampah berlogo Clasmild	Berteriak menaiki	Hitam	Senang
Jendela	tangga	Putih	Tertawa
Rail tangga	Menyedot api dari	Biru	Bingung
Stiker Ini Aseli Gue	korek api	Merah	
Korek api	Berpegangan tangan		
Wig	dan langsung dilepas		
Gelas	Merokok		
Batu nisan			
Rokok			

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Denotasi

Pada cuplikan konten yang terdapat pada konten *Sebat Cuy* episode satu terdapat dua potongan adegan yang sekiranya akan menarik penonton untuk menonton konten ini sampai selesai. Cuplikan pertama dibuka dengan posisi kamera yang menyorot Gerall dan Praz dengan dekat lalu diikuti dengan menjauhkan gambar kamera supaya dapat mengambil gambar lebih luas. Terdapat property pendukung pada adegan ini yaitu; dua tong sampah Clasmild, wig, gelas, batu nisan, dan rokok dari Clasmild. Pada saat adegan berganti di cuplikan kedua dimulai dengan posisi kamera yang menyorot Praz Teguh secara dekat. Pada adegan tersebut memperlihatkan Praz yang sedang menyedot api dari korek api dan memamerkannya kepada Gerall dan Dwik yang sedang merokok diikuti dengan ekspresi mereka yang menertawakan tentang aksi Praz tersebut. Kedua cuplikan ini sama-sama menggunakan latar di tangga darurat sebuah kantor yang terdapat jendela kaca pada sisi kanan dan menggunakan warna latar hitam dan putih (monokrom). Warna pinggiran atau pembatas dari cuplikan ini menggunakan warna biru pada pojok kiri atas dan warna merah pada pojok kanan bawah.

Penggunaan logo Clasmild pada tong sampah dan *campaign* “*ini asli gue*” berfungsi sebagai identitas merk dari Clasmild. Selain dengan menunjukkan penggunaan produk rokok Clasmild didalam konten menunjukkan kedua aspek tersebut yang berfungsi untuk menekankan penggunaan merk rokok tersebut secara tidak langsung (*soft selling*).

Konotasi

Melalui gestur dan gimik yang dikeluarkan oleh para pemeran pada cuplikan *Sebat Cuy* episode satu, dapat ditemukan makna simbolik yang beragam. Makna simbolik pada adegan ini dibuka dengan percakapan antara Gerall dan Praz Teguh (percakapan 1-10) dimana Gerall berteriak memanggil abang Awak kepada Praz Teguh sementara itu Praz menolak akan panggilan tersebut karena merasa tidak kenal. Percakapan ini diikuti dengan gestur Gerall yang menaiki tangga untuk menjauhi Praz Teguh, gestur ini memiliki makna simbolik apabila tidak kenal maka tidak dekat, hal ini diperkuat oleh kata-kata penolakan yang dikeluarkan oleh Praz Teguh. Pada adegan selanjutnya menunjukkan aksi Praz Teguh menyedot api dari korek api yang menyala dan dilanjutkan dengan respon ketawa dari Dwik. Adegan ini memberikan arti simbolik bahwa sepanas apapun yang terjadi didalam hidup pasti akan dimakan oleh orang yang mengalami kejadian tersebut, disaat kita memakan hal yang panas alangkah baiknya kita melewati peristiwa tersebut dengan tertawa.

Setiap properti yang digunakan pada set adegan cuplikan ini memiliki maknanya masing-masing. Tata letak tong sampah lantai bawah yang terletak diantara pemeran memiliki makna setiap orang memiliki hak yang sama untuk melakukan suatu hal, dapat dilihat bahwa tong sampah lantai bawah melambangkan keadilan untuk semua orang. Sementara itu tong sampah pada lantai atas terlihat lebih bagus dan megah dibandingkan dengan tong sampah lantai bawah. Perbedaan kedua tong sampah ini melambangkan semakin tinggi tangga kesuksesan yang dicapai maka akan semakin memuaskan pula hal yang didapat. Pemilihan warna hitam dan putih pada latar memiliki makna bahwa walau kehidupan saat ini masih belum memiliki warna maka kelak kedepannya pasti akan ada hal yang mewarnai hidup ini (setelah adegan cuplikan hitam putih dilanjutkan dengan adegan yang penuh warna sampai konten selesai).

Kedua warna yang terletak pada batas pinggiran sudut konten yaitu merah dan biru memiliki arti bahwa merah melambangkan kegagasan dan keberanian dan biru ketenangan. Apabila kedua makna ini digabung maka akan menghasilkan keseimbangan dalam kehidupan. Warna biru juga terdapat pada stiker yang tertempel pada dinding atas tangga yang bertuliskan "*ini aseli gue*" yang memiliki arti dalam kondisi sesulit apapun itu harus dilakukan dengan tenang.

Humor Bagi Masyarakat

Humor secara umum memiliki arti lucu dan dapat bermanfaat untuk menghibur orang yang mengkonsumsinya. Melalui penjelasan dari narasumber yaitu Bapak Herry Gendut Janarto, apabila mengintip dari buku Jaya Suprana tidak ada definisi yang persis mengenai humor, hasilnya tidak pernah jelas dan memuaskan. Menurut beliau humor itu terlalu luas bagaikan samudra, banyak orang yang mengira humor hanya sebatas memberikan reaksi tertawa saja tetapi sebenarnya humor merupakan lebih dari itu. Humor apabila diartikan sebagai sifat dapat disebut dengan humoris yang dimana dapat menghasilkan tawa. Humor identik dengan lelucon dan dapat disamakan dengan komedi. Walaupun humor tidak selalu mengandung tragika tetapi humor juga dapat merupakan hal tragis yang dapat menimbulkan kegembiraan dan kesukariaan. Menurut Jaya Suprana sendiri humor memiliki sifat yang netral, secara umum dapat disebabkan secara sengaja maupun tidak disengaja intensinya. Humor dapat dimanfaatkan sebagai komoditas dan dipertimbangkan kepentangannya.

Menurut Herry, humor atau komedi sendiri memiliki fungsinya dalam kehidupan sehari-hari. Manfaat humor sendiri adalah sebagai pengendur ketegangan sehingga dapat membuat seseorang rileks melalui reaksi mereka terhadap humor tersebut. Dalam merancang sebuah humor dapat dijadikan sebagai pelatihan yang baik untuk kecerdasan, merangsang kreatifitas melalui menyampaikan suatu informasi dengan cara yang enak diterima, dan juga dapat dijadikan sebagai kritik sosial. Dapat dilihat bahwa humor dapat berfungsi untuk mendewasakan jiwa manusia.

Bentuk Humor

Berbagai cara dapat dilakukan dalam menuangkan ide kreatif komedi. Menurut Herry, humor dapat diekspresikan melalui tulisan, kartun atau gambar, dan berbagai media yang dapat mengandung teks didalamnya. Ekspresi yang diartikan pada pengertian ini bukanlah ekspresi pada wajah saja melainkan hal apa saja yang dituangkan pada karya komedi tersebut. Komedi memerlukan jembatan untuk menyampaikannya kepada khalayak, jembatan tersebut dapat bersifat teks verbal maupun nonverbal. Komedi memerlukan wujud yang dapat dilihat atau didengar. Pada konten *Sebat Cuy* ini, komedi disampaikan melalui pesan video yang mengandung

gambar dan suara, sehingga penonton yang melihat konten ini dapat dengan mudah mendapatkan visual dan pesan komedi yang diberikan oleh para pemeran komedi.

Tragedi sebagai Humor

Mengambil referensi dari teater barat seperti Romeo dan Juliet merupakan tragedi yang dapat menimbulkan air mata. Tragedi tidak selalu hal yang berkaitan dengan pembunuhan ataupun hal yang memiliki darah didalamnya. Melalui sifatnya tragedi merupakan lawan dari komedi dimana tragedi tersebut akan menghasilkan hal yang tidak mengenakkan. Walaupun begitu suatu hal tragedi tetap dapat diberikan bumbu humor didalamnya. Semua kejadian tragis dan gelap pasti tetap ada celah untuk dicari kelucuannya, apabila peristiwa tersebut yang seharusnya terlihat seram apabila dikemas dengan gerakan yang lucu ditambahkan dengan keterangan (diverbalkan) maka akan ditemukan kelucuan dari peristiwa tragis tersebut. Melalui penjelasan tersebut humor atau komedi bukan berarti tidak memiliki Batasan dalam penyampaian, menurut Herry batas dari komedi tersebut adalah sara dan agama. Segala sesuatu yang disampaikan dalam komedi harus disampaikan dengan hati-hati dan tidak boleh eksplisit. Kesalahan yang terjadi pada penyampaian komedi disebut sebagai apologisme dimana awalnya bertujuan untuk menyampaikan komedi tetapi pesan yang disampaikan justru menghasilkan tragedi.

Pesan Moral Konten *Sebat Cuy* Episode Satu

Konten *Sebat Cuy* episode satu yang berjudul “Ketagihan Ngutang” memiliki pesan moral yang berguna walaupun penyampaian dikemas dengan penuh candaan. Pesan moral utama dari konten ini menyampaikan kepada penonton bahwa buruknya dari berhutang. Apabila seseorang kecanduan berhutang tidak akan hanya merugikan dirinya sendiri melainkan berbagai pihak, pada analisis semiotika ini diketahui bahwa pihak lain yang dirugikan adalah Praz Teguh sebagai pemilik warkop yang dihutangi oleh Dwik sehingga mengurangi pendapatan yang dia dapat dan Gerall sebagai teman seperusahaannya diakrenakan aksi hutang yang dilakukan oleh Dwik dapat mencemari nama baik perusahaan tersebut. Melalui konten ini dapat diambil juga pelajaran untuk lebih bijak dalam menggunakan uang. Bahkan barang-barang yang dibeli juga tidak memiliki manfaat sebagai barang primer dalam kehidupan sehari-hari. Pada akhir cerita dapat diambil pesan bahwa setiap masalah dapat diselesaikan dengan cara yang baik dan kepala dingin. Hal ini diperkuat dengan Praz Teguh yang menerima usulan Dwik untuk mencicil dan memberikan barang belanjanya sebagai tebusan awal dari hutangnya. Praz memberikan Dwik kesempatan untuk memperbaiki dirinya dan Dwik pun sudah dapat mulai berubah dan mengakui kesalahannya terhadap Praz Teguh.

4. Simpulan

Dengan analisis semiotika pada Konten *Sebat Cuy* episode satu, menunjukkan bahwa segala masalah tragedi yang terjadi dapat dikemas menjadi hal kreatif yang dapat menghibur orang lain. Dalam konten *Sebat Cuy* episode satu ini, tragedi yang terjadi adalah permasalahan Dwik yang terlilit hutang dari berbagai sumber dan ditagih oleh Praz Teguh. Walaupun yang dilakukan Dwik berkonotasi negatif dan dapat memiliki dampak buruk, tetapi pembawaan cerita konten ini dibawakan dengan lucudan menghibur sambil memberikan pesan-pesan untuk mencegah orang supaya tidak mengikuti Dwik yang sangat senang berhutang.

Teks-teks dan aksi komedi yang dikeluarkan juga bertujuan untuk memberikan himbauan kepada masyarakat untuk menjauhi dari kecanduan pinjaman *online* walaupun pesan-pesan tersebut terlihat tidak serius dan dibawakan dengan kemasan yang lucu. Melalui analisis semiotika diketahui juga bahwa makna simbolik tidak hanya ditemukan pada simbol-simbol tertentu saja. Gestur gerakan, ekspresi, properti, bahkan sampai warna saja dapat memiliki makna simboliknya tersendiri.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Ajidarma, S. G. (2005). *Tiga Panji Tengkorak: Kebudayaan dalam Perbincangan* [Disertasi]. Universitas Indonesia.
- Harahap, M. A. dan A. S. (2020). TREN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SELAMA PANDEMI DI INDONESIA. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2). <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/1273/1055>
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/download/1273/1055/>
- Ikhwan. (2020). Makna Tragedi dalam konteks kebudayaan Suatu Tafsir. *Jurnal Adabiya*.
https://www.researchgate.net/publication/343075662_Makna_Tragedi_dalam_konteks_kebudayaan_Suatu_Tafsiran_Bebas_Terhadap_Pandangan_Friedrich_Nietzsche/link/5f159c894585151299aae15a/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijpb7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19
- Masruroh, D. (2019). *Pengaruh Terapi Humor Dengan Media Film Komedi Terhadap Penurunan Tekanan Darah Pada Lansia Dengan Hipertensi*. <https://repository.unair.ac.id/93503/5/5.%20BAB%20%20TUJUAN%20PUSTAKA.pdf> (2)
- Nugroho, P. D. (2022). TINJAUAN KONSEP PINJAM MEMINJAM BERBASIS ONLINE PRESPEKTIF DALAM ETIKA BISNIS REVIEW OF THE CONCEPT OF ONLINE-BASED LENDING AND BORROWING PERSPECTIVE IN BUSINESS ETHICS. *Smart Law Journal*, 2022(2), 112–121. <http://stikesyahoedsmg.ac.id/ojs/index.php/sljpISSN2830-6430;eISSN2830-683X>
- Rahastine, P., & Wulandari, Y. F. (2020). Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Journal Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Setiadi, A. (2016). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI*.
- Siahaan Y, S. S. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Konten Iklan Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21009/jbmk.0302.10>
- Udang, F. C. (2022). KOMEDI-TRAGEDI: DARK JOKES SEBAGAI SEBUAH PERSPEKTIF PADA LANSKAP PENDERITAAN UMAT. *DA'AT: Jurnal Teologi Kristen*, 3(2). <https://doi.org/10.51667/djtk.v3i2.846>

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73–84. <https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>
- Wijaya, D. E., & Riau, U. I. (2022). Analisis Semiotika Kecanduan Merokok di Film Dokumenter “Darurat! Sekolah Dikepung Iklan Rokok.” *Journal of Discourse and Media Research Juni*, 1, 13–27. <https://scholar.google.com/https://journal.rc-communication.com/index.php/JDMR/article/download/13/17>
- Wulandari, S., & Siregar, E. D. (2020). Titian: Jurnal Ilmu Humaniora KAJIAN SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE: RELASI TRIKOTOMI (IKON, INDEKS DAN SIMBOL) DALAM CERPEN ANAK MERCUSUAR KARYA MASHDAR ZAINAL Charles Sanders Pierce Semiotic Study: Tricotomic Relations (Icons, Index And Symbols) in Anak Mercusuar Short Story by Mashdar Zainal. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 04(1). <https://online-journal.unja.ac.id/index.php/titian>
- Yulianti, N. (2019). *SATIRE SEBAGAI PRAKTIK JURNALISME KOMEDI (ANALISIS SEMIOTIK ARTIKEL BERLABEL #2019GANTIPRESIDEN PADA MOJOK.CO)*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49012/1/NANA%20YULIANTI-FDK>