

## MAKNA HUMORIS DALAM KONTEN VIDEO

### BANG IJAL TV DI INSTAGRAM

Muhammad Reza Khadafie  
[m.reza.khadafie@gmail.com](mailto:m.reza.khadafie@gmail.com)

Shinta Kristanty  
[Shinta.kristanty@budiluhur.ac.id](mailto:Shinta.kristanty@budiluhur.ac.id)

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

#### ABSTRACT

#### THE MEANING OF HUMOROUS IN BANG IJAL TV VIDEO CONTENT ON INSTAGRAM

*(Charles Sanders Peirce Semiotics Analysis)*

*This study aims to determine the meaning of humor in Bang Ijal TV's video content on Instagram by using Charles Sanders Peirce's semiotic analysis. The formulation of the problem posed is how the meaning of humor in Bang Ijal TV's video content on Instagram (Charles Sanders Peirce's Semiotics Analysis). The theory used in this research is the semiotic analysis of Charles Sanders Peirce. This research uses constructivism paradigm. With the semiotic research method of Charles Sanders Peirce. Where in the semiotic analysis of the Charles Sanders Peirce model has three main elements, which are called the triangle theory of meaning, namely; sign (sign), object (object) and the use of (interpretant). From the results of this study, we can find out that in every scene in Bang Ijal TV's video content there are several meanings of elements of humor, namely facial expressions, gestures, dialogue and contain elements of humor production. Humor Production is an ability in a person to do something funny and/or make something around him look funny.*

**Keywords:** *Humorous Meaning, Social Media, Semiotics Charles Sanders Peirce.*

#### PENDAHULUAN

Instagram yang dijadikan bisnis paling mencolok saat ini yaitu Bang Ijal TV (@bangijal\_tv) sebagai konten *creator* dengan konten – konten videonya yang terkenal lucu dan menghibur. Membuat akun Bang Ijal TV mendapatkan *endors* dari berbagai macam produk berkat kecerdikan dan kelucuannya.

Peneliti memilih Konten *creator* karena profesi konten creator yang kini sedang naik daun di era perkembangan dunia digital. Popularitas dan *endors* dari berbagai macam produk membuat setiap orang tertarik menjadi konten *creator*.

Di Indonesia, humor menjadi bagian dari kesenian rakyat. Seperti ludruk, ketoprak, lenong, wayang kulit, wayang golek, dan lainnya. Unsur humor di dalam kelompok kesenian menjadi unsur penunjang. Bahkan sebagai unsur penentu daya tarik. Humor yang dalam istilah lain disebut lawak, banyol, dagelan, dan sebagainya. Setelah Indonesia merdeka, munculnya grup-grup lawak semacam Atmonadi Cs, Kwartet Jaya, Loka Ria, Srimulat, Surya Grup, dan lain-lain. Hingga kini, berkembang secara group atau personal, semacam stand up comedy.

Dalam hal ini peneliti memilih Bang Ijal TV dengan beberapa perbandingan konten creator lainnya sebagai acuan peneliti yaitu akun instagram @mael\_lee, @arifmuhammadd\_, @namakufiki,. Sedikit berbeda dengan @bangijal\_tv konten video @mael\_lee berisi tentang adegan komedi yang berbahaya, @arifmuhammadd\_ berisi tentang karakter tokoh seorang

perempuan bernama mak beti yang manja dan jail, @namakufiki berisi konten tentang lawakan dan pantun.

@ Bang Ijal TV mengupload video – video berisi kesehariannya di dalam kehidupannya sehari-hari yang banyak mengundang gelak tawa penontonnya dengan hal tersebut membuat orang yang melihatnya merasa terhibur akan postingan yang bisa di bilang sangat menghibur.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Makna Humoris dalam Konten Video Bang Ijal TV di Instagram?.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna humoris dalam konten video Bang Ijal TV.

## **KERANGKA TEORI**

### **Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat,2003: 188), yakni:

Komunikasi melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu

### **Fungsi Komunikasi Massa**

Berikut ini, fungsi komunikasi massa menurut Nawiroh Vera dalam bukunya “Pengantar Komunikasi Massa”, mengemukakan fungsi komunikasi massa sebagai berikut :

Komunikasi massa menyediakan informasi tentang peristiwa yang terdapat di dalam masyarakat, baik nasional maupun internasional. Sumber informasi dalam media massa bermacam-macam, seperti politik, ekonomi, kesehatan, dan lain-lain.

### **Media Massa**

Pengertian media massa adalah alat-alat atau perantara yang digunakan oleh massa dalam berhubungannya satu sama lain (Soehadi, 1978:38). Yang termasuk media massa atau sarana komunikasi massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Kelima jenis media massa itu dalam literature lama yang dikenal dengan sebutan The Big Five of Mass Media (Lima Besar Media Massa).

### **Media Online**

Media online merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Karena itu media online tergolong media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media ini terletak pada keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat computer untuk mengakses informasi atau berita (Suryawati, 2011).

## **Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang kedalam suatu bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis internet. Karena perkembangan internet selalu mengalami peningkatan yang pesat, berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia di internet, penggunapun juga mengalami perubahan. Hal ini menjadikan media sosial lebih diminati dibandingkan sebuah referensi khusus terhadap berbagai pengguna atau rancangan (Michael Cross, 2013).

### **Komunikasi Massa Di Era Internet**

Wright (Severin & Tankard, 2008: 4):

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audience yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarakan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

Tetapi internet, *newsgroups*, *mailing list*, perbincangan di radio yang mengundang telepon dari pendengarnya, *World Wide Web*, televisi kabel multisaluran, dan buku-buku yang melampirkan disket-disket komputer, yang tidak dapat dikategorikan dengan mudah apakah mereka termasuk dalam komunikasi massa atau bukan.

### **Internet Sebagai *New Media***

Saverin & Tankard menjelaskan dalam buku Teori Komunikasi (2008: 443) media adalah:

Segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepadapenerima informasi, dan yang dimaksud dengan baru adalah sesuatu yang dapat menciptakan suatu inovasi ataupun perubahan yang dapat melahirkan sesuatu yang sangat diinginkan seseorang. New media atau media baru adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Termasuk dalam new media atau media baru adalah internet, selain internet tidak termasuk ke dalam new media, seperti media cetak, televisi, majalah, Koran, dan lainlain. New media juga bisa diartikan sebagai produk teknologi komunikasi di media massa yang akan datang bersama-sama dengan komputer digital.

### **Pengertian Media Sosial Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram sendiri merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-follow Instagram kita. Semakin populernya, Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi sebuah foto, membuat banyak pengguna yang turun ke bisnis online, dan turut mempromosikan produknya melalui instagram (Nisrina, 2015: 137)

### **Fitur-Fitur Instagram**

Menurut Atmoko (dalam Azlina, 2015: 2232) Instagram memiliki lima menu utama yaitu sebagai berikut:

1. *Home page*, *Home page* adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara untuk melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Instagram hanya akan menampilkan foto-foto terbaru.
2. *Comment*, Instagram menyedi akan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.
3. *Explore* merupakan tampilan dari foto foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Baik foto yang berasal dari pengguna yang diikuti ataupun yang belum diikuti.
4. Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *follower* dan jumlah *following*.
5. *News feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu "*Following*" dan "*News*". Tab "*following*" menampilkan aktivitas terbaru pada *user* yang telah pengguna *follow*, sedangkan tab "*news*" menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

### **Pengertian Makna**

Makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa saja yang kita tuturkan. Pengertian dari makna sangatlah beragam. Ferdinand de Saussure mengungkapkan, sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Chaer, makna sebagai pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik. Terkait dengan hal tersebut, Aminuddin mengemukakan bahwa makna merupakan hubungan antara bahasa dengan dunia luar yang disepakati bersama oleh pemakai bahasa sehingga dapat saling dimengerti.

### **Karakteristik Humoris**

Menurut Irwin, et all (2010):

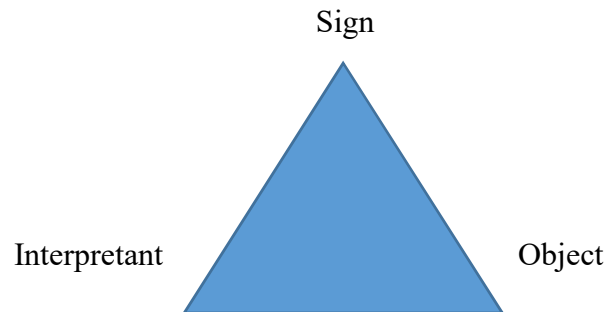
"sense of humor adalah sebuah kemampuan seseorang atau individu untuk melihat suatu sisi yang lebih ringan dan lebih lucu dalam kehidupannya. Menurut Thorson dan Powell (1993), sense of humor memiliki empat dimensi yang terkandung di dalamnya. Berikut ini adalah keempat dimensi tersebut:

1. Humor production merupakan suatu kemampuan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu yang lucu dan/atau membuat sesuatu di sekitarnya menjadi terlihat lucu.
2. Humor Appreciation Suatu perasaan yang ada dalam diri seseorang, dimana seseorang tersebut mau menghargai setiap humor dan/atau kelucuan yang ada di sekitarnya.
3. Coping Humor Kemampuan seseorang untuk meredakan ketegangan dan/atau masalah yang terjadi dalam dirinya dengan menggunakan humor sebagai sarana.
4. Humor Tolerance Dimensi ini merupakan suatu sikap seseorang dalam menyikapi humor yang ada di sekelilingnya.

## Semiotika Charles Sanders Peirce

Menurut pierce “makna sebuah tanda dapat berlaku secara pribadi, social, atau bergantung pada konteks tertentu”. (Vera, 2014: 21)

“Model triadic dari Pierce sering juga disebut sebagai “triangle meaning semiotics” atau dikenal dengan teori segitiga makna, yang dijelaskan secara sederhana” (Vera, 2014: 21)



Menurut Vera (2014: 21) “jika Saussure menawarkan model dyadic, maka Charles Sanders Peirce dikenal dengan model triadic dan konsep trikotominya” yang terdiri atas berikut ini:

1. Representment (sign) : bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda (Saussure menamakannya signifier), Representamen kadang diistilahkan juga menjadi sign.
2. Interpretant : bukan yang merujuk penafsir tanda, tetapi lebih merujuk pada makna dari tanda
3. Object : sesuatu yang merujuk pada tanda, sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan. Object dapat berupa representasi mental (ada dalam pikiran), dapat juga berupa sesuatu yang nyata diluar tanda.

## Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Karena peneliti ingin memaknai makna yang berada dalam Konten Video Bang Ijal TV di Instagram dan penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami kejadian atau peristiwa sosial yang merupakan karakteristik dari paradigma konstruktivisme.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan observasi, dan dokumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dipilih berdasarkan pertimbangan agar mendapatkan data informasi dengan maksimal dalam melakukan penelitian.

Observasi yang dilakukan peneliti yaitu mengamati gambar yang berasal dari konten video Bang Ijal, kemudian memilih konten yang akan di analisa.


Untuk data dokumentasi peneliti memperoleh dari jurnal penelitian, buku - buku yang terkait dengan semiotika, buku - buku tentang komunikasi massa, data dari Instagram Bang Ijal TV


Peneliti menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce karena penulis ingin mengetahui makna dari konten video Bang Ijal TV!.


Semiotika menurut Alex Sobur adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Semiotika menurut Peirce adalah suatu hubungan antara tanda, objek, dan makna. Analisis semiotika Peirce terdiri dari tiga aspek penting sehingga sering disebut dengan segitiga makna atau triangle of meaning


Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dikhususkan kepada pemaknaan Konten Video Bang Ijal TV secara keseluruhan ini mengidentifikasi pesan dalam tampilan video yang terdiri dari ekspresi wajah, gerak tubuh dan dialog serta mengelompokkannya menjadi *Sign*, *object*, *interpretant*. sampai kemudian menentukan makna. Dipaparkan menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Untuk konten video yang akan di analisa peneliti memilih tema Buka Diem – Diem dan Tipe – Tipe Orang Bangunin Sahur, karena mengandung banyak unsur humor


**Hasil dan Pembahasan**


| Sign  | Object  | Interpretant  |
|---|---|---|
| <p><b>Buka Diem - Diem</b></p>  <p><b>Gambar 4.6</b></p> | <p>Seorang pria bernama Okan, tangan kanannya memegang gelas berisi cairan berwarna coklat muda. Sedangkan tangan kirinya mengarah ke mulut, ekspresi wajah terkejut. Suasana tampak siang hari. Terdapat tulisan astagfirullah'adzim</p> | <p>Kelucuan pada gambar tersebut terdapat pada sikap lupa dan menyesal dari Okan karena seharusnya dia berpuasa tetapi dia justru meminum kopi susu sampai setengah gelas. Justru Okan terkesan menikmati situasi tersebut.</p> |

| Sign   | Object   | Interpretant   |
|--|--|--|
|  <p><b>Gambar 4.7</b></p> | <p>Seorang Pria dengan rambut pendek dan berkumis duduk disebelah kanan bernama Bang Ijal tampak sedang bertanya kepada temannya, " lu emang puasa?" sambil menatap temannya yang berbaju putih bernama joker dan ekspresi datar, duduk disebelah kiri berusaha menjawab pertanyaan bang ijal " engga hehehehe..."</p> | <p>Kesan lucu pada gambar di samping bisa dimaknai dari keterbukan joker kepada bang ijal bahwa dia mengakui tidak berpuasa. Sedangkan biasanya seseorang akan berusaha menutupi jika memang tidak berpuasa namun joker dengan polosnya justru menjawab jujur.</p> |

| Sign   | Object   | Interpretant  |
|--|--|---|
|  <p><b>Gambar 4.8</b></p> | <p>Seorang pria bernama Okan, tangan kanannya memegang gelas berisi cairan berwarna coklat muda. Sedangkan tangan kirinya mengarah ke mulut, ekspresi wajah terkejut. Suasana tampak siang hari. Terdapat tulisan astagirullahal'adzim</p> | <p>Kelucuan pada gambar tersebut terdapat pada sikap lupa dan menyesal dari Okan karena seharusnya dia berpuasa tetapi dia justru meminum kopi susu sampai setengah gelas. Justru Okan terkesan menikmati situasi tersebut.</p> |

| Sign  | Object  | Intepretant   |
|---|---|---|
|  <p><b>Gambar 4.9</b></p> | <p>Saat sedang berpuasa Okan mengajak temannya ke warteg pada siang hari, dengan pandangan mata melirik tajam ke temannya. Suasana siang hari</p> | <p>Unsur lucu pada gambar tersebut dapat di maknai bahwa okan berusaha mempengaruhi temannya untuk makan siang di bulan puasa, sedangkan biasanya jika seseorang sedang tidak berpuasa dia akan makan siang sendiri tanpa harus megajak orang lain.</p> |

| Sign   | Object   | Interpretant  |
|--|--|---|
| <p><b>Tipe Tipe Orang Bangunin Sahur</b></p>  <p><b>Gambar 4.10</b></p> | <p>Seorang pria yang bernama Okan dengan ekspresi wajah pandangan mata melihat ke atas dengan tatapan yang tajam, mulutnya yang terbuka lebar dan tangannya memegang microfon. Terdapat tulisan "Bangun Woy"</p> | <p>Kelucuan pada gambar ini dapat dimaknai yaitu cara membangunkan sahur tidak seperti biasanya, justru Okan membuat orang yang sahur menjadi kaget karena Okan membangunkannya dengan cara mengamuk dan berteriak.</p> |

| Sign  | Object   | Interpretant  |
|---|--|---|
|  <p><b>Gambar 4.11</b></p> | <p>Seorang Pria bernama Joker, dengan ekspresi wajahnya yang tersenyum, tangan kiri sedikit maju kedepan, tangan kanan yang memegang microfon dan memakai peci dikepala. Terdapat tulisan “saur saur apa yang bisa dimakan???”</p> | <p>Joker sedang membangunkan sahur, yang bias any orang ketika baru bangun sahur itu lesu atau malas namun ketika Joker membangunkannya sambil melawak membuat orang yang mendengarkan menjadi tertawa, tidak seperti kebanyakan orang yang ketika membangunkan sahur biasa saja.</p> |

#### Gambar 4.6

*Sign* tersebut yaitu pertanyaan yang diucap Joker “Lu Puasa?.” Lalu kemudian Bang Ijal menjawab “Puasa Lah”, kemudian Bang Ijal balik menanyakan kepada Joker “Lu Puasa?” Joker menjawab “Engga hahaha”. Dialog tersebut dapat diartikan bahwa Joker yang bertanya puasa atau tidak kepada Bang Ijal namun Joker sendiri yang tidak berpuasa.

*Object*, yang terdapat dalam adegan ini berupa Seorang Pria menggunakan kemeja warna warni. Terlihat pria tersebut sedang memegang roti di tangan kanannya dan diarahkan ke mulut.

*Interpretant*, dalam adegan tersebut pemain memperagakan ketika dia sedang mengumpat untuk memakan makanan yang ada di tangannya tersebut. Dari adegan tersebut dapat dimaknai seorang pria dewasa yang tidak bisa menahan lapar di bulan suci ramadhan. Karena umumnya yang tidak bisa menahan lapar adalah anak – anak.

#### Gambar 4.7

*Sign* tersebut yaitu pertanyaan yang diucap Joker “Lu Puasa?.” Lalu kemudian Bang Ijal menjawab “Puasa Lah”, kemudian Bang Ijal balik menanyakan kepada Joker “Lu Puasa?” Joker menjawab “Engga hahaha”. Dialog tersebut dapat diartikan bahwa Joker yang bertanya puasa atau tidak kepada Bang Ijal namun Joker sendiri yang tidak berpuasa.

*Object*, yang terdapat dalam adegan ini berupa Joker yang sedang duduk diayunan menggunakan pakaian kaus berwarna putih dan Bang Ijal yang menggunakan kaus biru muda yang duduk disebelah joker. Terlihat Joker yang sedang bertanya kepada Bang Ijal.

*Interpretant* tersebut yaitu ketika seorang Joker sedang bertanya kepada Bang Ijal “Lu Puasa?” namun Joker malah ketahuan bahwa dia sedang tidak berpuasa. Dialog tersebut bisa dimaknai dari keterbukaan joker kepada bang ijal bahwa dia mengakui tidak berpuasa. Sedangkan biasanya seseorang akan berusaha menutupi jika memang tidak berpuasa namun joker dengan polosnya justru menjawab jujur. Adegan ini termasuk kedalam humor production yaitu suatu kemampuan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu yang lucu dan/atau membuat sesuatu di sekitarnya menjadi terlihat lucu.

#### Gambar 4.8

*Sign* tersebut yaitu yang diucapkan Sorang Okan “astagfirullahal’adzim puasa. Kalimat tersebut dapat diartikan bahwa Okan lupa bahwa dia sedang berpuasa.



*Object*, yang terdapat dalam adegan ini berupa Okan yang menggunakan kemeja warna warni dan sedang duduk dibangku kayu di depan teras rumahnya. Terlihat Okan yang sedang memegang gelas berisikan air berwarna coklat.

*Interpretant* tersebut terdapat sifat lupa Okan yang menyesal, karena seharusnya dia berpuasa tetapi dia justru meminum kopi susu sampai setengah gelas. Justru Okan terkesan menikmati situasi tersebut.

#### **Gambar 4.9**

*Sign* tersebut ialah saat Okan mengatakan “Ke warteg yuk” Kalimat tersebut diartikan bahwa Okan mengajak temannya ke warteg.

*Object*, yang terdapat dalam adegan ini berupa Okan yang menggunakan kemeja warna warni dan sedang duduk di pos ronda Terlihat Okan yang sedang merayu temannya untuk ikut kewarteg dengannya.

*Interpretant* tersebut dapat di maknai bahwa okan berusaha mempengaruhi temannya untuk makan siang di bulan puasa, sedangkan biasanya jika seseorang sedang tidak berpuasa dia akan makan siang sendiri tanpa harus megajak orang lain.

#### **Gambar 4.10**

*Sign* tersebut yaitu yang diucapkan Okan “Sahur-sahur, bangun woy !!!, udah jam tiga ini !!!, nanti gak puasa alesan gak ada yang bangunin!, sahur !!!, bangun gak kelen.” Kalimat tersebut dapat diartikan bahwa Okan mencoba untuk membangunkan sahur.

*Object*, yang terdapat dalam episode ini berupa Okan menggunakan pakaian kaus berwarna putih lengan panjang dan memegang microfon. Terlihat Okan yang sedang membangunkan orang sahur dengan nada yang tinggi.

*Interpretant* tersebut dapat dimaknai yaitu ketika seorang Okan sedang membangunkan sahur yaitu dengan cara membangunkan sahur tidak seperti biasanya, justru Okan membuat orang yang sahur menjadi kaget karena Okan membangunkannya dengan cara mengamuk dan berteriak.

#### **Gambar 4.11**

*Sign* tersebut yaitu yang diucapkan Joker “Sahur sahur apa yang bisa dimakan ??? saurrrr.... Mayurrrrr !!! hahahahaha” Kalimat tersebut dapat diartikan bahwa joker mencoba menghibur orang ketika hendak bangun sahur.

*Object*, yang terdapat dalam episode ini berupa Joker menggunakan pakaian kaus berwarna hitam berpaduan dengan warna putih, menggunakan peci dan tangannya menggenggam microfon. Terlihat joker yang sedang membangunkan orang sahur dengan cara melawak.

*Interpretant* tersebut dapat dimaknai Joker sedang membangunkan sahur, yang biasanya orang ketika baru bangun sahur itu lesu atau malas namun ketika Joker membangunkannya sambil melawak membuat orang yang mendengarkan menjadi tertawa, tidak seperti kebanyakan orang yang ketika membangunkan sahur biasa saja.

#### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode *semiotika* Charles Sanders Peirce, serta pengamatan observasi, Dari hasil penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan dalam

dua konten episode yaitu : Buka Diem Diem dan Tipe – Tipe Orang Bangunin Sahur, bahwa di setiap adegan dalam episode tersebut terdapat beberapa makna unsur humor yaitu mimik wajah, gerak tubuh, dialog dan mengandung unsur humor production yaitu merupakan suatu kemampuan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu yang lucu dan/atau membuat sesuatu di sekitarnya menjadi terlihat lucu.

Berdasarkan kegiatan penelitian yang dilakukan, Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini, maka dari itu Peneliti mencoba untuk memberikan saran agar dapat memberikan manfaat untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya oleh Peneliti lain.

## **Daftar Pustaka**

### **Sumber Buku**

- Atmoko, Dwi Bambang. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta Media Kita.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga
- Bungin, Burhan. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Creswell, John W. 2014. *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. YOGYAKARTA : PUSTAKA PELAJAR
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Cross, Michael. (2014). *Social Media Security: Leveraging Social Network While Mitigating Risk*. Massachusetts: Syngress Elsevier.
- Elvinaro, Ardianto dkk, 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Refika Offset.
- Hamidi.2010. *Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Pres.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- M. Romli, Asep Syamsul. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. : Nuansa Cendikia
- Nisrina, 2015. *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis
- Neuman, W. L. (2015). *Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta: PT Indeks
- Rakhmat , Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. Ibrahim, Idi Subandi. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Severin, Warner J. & James W, Tankard, Jr. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode,& Terapan di Dalam Media Massa*. Terjemahan Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana
- Soehadi, Burhan. (1978). *Media Komunikasi Massa dan Peranannya dalam Pembentukan Opini Publik*. Medan : Fakultas Hukum.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra

Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik : Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.

**Website**

<https://www.boombastis.com/fakta-muhammad-rijal-mulyana/191492>