

Humor dan Covid-19: Makna Pesan dalam Akun Instagram @t_faturohman

Santi Susanti^{1*}, Tine Silvana Rahmawati¹

¹Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 21, Sumedang, Jawa Barat
E-mail: ¹santi.susanti@unpad.ac.id, ¹tine.silvana@unpad.ac.id)

Received: Januari 2021; Accepted: April 2021; Published: Juni 2021

Abstract

Humor can be used to convey messages, one of which is about COVID-19. Using humor in conveying messages of COVID-19 is done by one of the humor writers in Bandung, Taufik Faturohman, through his Instagram account @t_faturohman. Messages posted on the account are written in Sundanese. The choice of Sundanese language and humor in conveying messages is conducted to make messages easier to receive, and the receivers feel entertained. In addition, the use of Sundanese language remains sustainable. This study analyses messages related to COVID-19 on the @t_faturohman Instagram account, using Roland Barthes' semiotic analysis. The method used is qualitative with data collection techniques through text observation and library source enrichment. The object of his research is posts related to COVID-19. Data analysis used the Miles and Huberman analysis techniques. The results show that behind the humorous style conveyed there is an informative and educational meaning in the messages on the @t_faturohman account related to COVID-19.

Keywords: humor; educative values; entertainment value; Instagram.

Abstrak

Humor dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk menyampaikan pesan, salah satunya mengenai COVID-19. Hal ini dilakukan oleh salah seorang penulis humor di Kota Bandung, Taufik Faturohman, melalui akun Instagram @t_faturohman. Pesan-pesan yang dikirim dalam akun tersebut sebagian besar menggunakan Bahasa Sunda. Pemilihan bahasa Sunda serta gaya penyampaian humor dilakukan agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima, dan yang menerima pesan pun merasa terhibur. Selain itu, penggunaan Bahasa Sunda tetap lestari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan yang berkaitan dengan COVID-19 di akun @t_faturohman, menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui pengamatan teks serta pengayaan sumber kepustakaan. Obyek penelitiannya adalah postingan yang berkaitan dengan COVID-19. Analisis data menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dibalik gaya humor yang disampaikan terdapat makna yang bersifat informatif dan edukatif dalam pesan-pesan di akun @t_faturohman yang berkaitan dengan COVID-19.

Kata Kunci: humor; nilai edukatif; nilai hiburan; Instagram.

PENDAHULUAN

Sejak Maret 2020, pemerintah memberlakukan pembatasan sosial pada aktifitas warga negara Indonesia untuk mencegah penyebaran virus Corona atau COVID-19, yang telah merenggut ribuan nyawa manusia di berbagai penjuru dunia. Pembatasan yang dilakukan antara lain, mengalihkan sekolah dan perkuliahan tatap muka menjadi *online* atau dalam jaringan (*daring*), mengalihkan aktifitas bekerja dari kantor ke rumah, melarang kerumunan orang banyak, memakai masker, menjaga jarak interaksi antarorang minimal 1,5 m, menghindari transaksi secara langsung, dan dianjurkan *online*, serta masih banyak lagi pembatasan lainnya, yang tujuannya menjaga agar penyebaran COVID 19 tidak menyebar.

Komunikasi pun dianjurkan untuk dilakukan secara *daring*. Mengutip data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di situs kominfo.go.id, pengguna internet tahun 2020, meningkat sebesar 25,5 juta atau 8,9% dibandingkan tahun 2019 (Yusuf, 2020).

doi: <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1785>

© 2021 Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi. This is an open access article under the CC BY-SA license

Website: <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/>

<http://e-journal.sari-mutiara.ac.id>

Peningkatan penggunaan Internet tersebut, berbanding lurus dengan data transaksi ekonomi digital yang juga meningkat pesat pada masa pandemi, sebesar 400 persen dan diprediksi meningkat pada masa *new normal* atau adaptasi kebiasaan baru. Selain *marketplace*, *retailer* besar hingga minimarket pun membuka layanan *online* hingga *delivery* (Gusti, 2020).

Komunikasi dalam jaringan (daring) dilakukan menggunakan media sosial. Beragam media sosial digunakan untuk berkomunikasi atau menyampaikan pesan selama masa pandemi COVID-19, antara lain *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Instagram sebagai salah satu media sosial, memiliki kelebihan dalam menyampaikan pesan, yakni bisa menggunakan teks, gambar, video, bahkan dapat merupakan penggabungan gambar dengan teks, maupun video dengan teks.

Kemampuan Instagram dalam menyampaikan pesan berupa teks, foto, dan video, membuatnya menjadi pilihan bagi warga net untuk menyampaikan pesan. Pengguna Instagram mencapai 400 juta, melampaui pengguna Twitter sebanyak 316 juta (Rahman, 2015). Jumlah pengguna Instagram terus meningkat setiap tahunnya. Sebanyak 75% pengguna Instagram berada di luar Amerika Serikat. Lebih dari 100 juta pengguna baru Instagram tinggal di Eropa dan Asia. Indonesia termasuk pengguna Instagram terbesar ketiga di dunia, setelah Brazil dan Jepang (Noor, 2015). Lebih dari 80 juta foto maupun video yang diunggah pengguna melalui Instagram dalam sehari dan jumlah menyukai (*like*) foto maupun video sekitar 3,5 milyar per hari (Kurniawati, Wulan, & Pamungkas, 2017). Pemilik akun bisa mengatasnamakan pribadi, institusi, maupun komunitas.



Gambar 1. Akun Instagram t_faturohman

Taufik Faturohman, yang dikenal di Jawa Barat sebagai penulis Sunda spesialis humor, komika dan pesulap, memanfaatkan Instagram sebagai media penyaluran kemampuannya mengolah kata bernuansa humor berbahasa Sunda dalam sebagian besar postingannya di Instagram @t_faturohman, termasuk dalam postingan yang berkaitan dengan COVID-19, sejak Maret 2020.

Humor merupakan salah satu cara untuk menyampaikan gagasan dan pikiran seseorang, juga untuk mengungkapkan ajakan yang dapat menghibur dan menimbulkan simpati. Humor merupakan kegiatan yang identik dengan lelucon untuk merangsang seseorang agar tertawa (Krissandi & Setiawan, 2018). Humor tidak memutuskan benar atau salah karena humor tidak memerlukan pembuktian. Hal terpenting dalam humor adalah lucu dan tidak lucu (Sudarmo, 2014). Humor yang telah menyebar di masyarakat mempunyai berbagai bentuk dan fungsi. Fungsi humor antara lain sebagai sarana hiburan, pendidikan, dan protes sosial. Humor dianggap berhasil jika pembaca dapat menertawakan cerita yang disajikan (Colletta, 2009).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan penggunaan humor sebagai sarana penyampaian pesan yang berkaitan dengan COVID-19 dalam media sosial Instagram, dan menganalisisnya menggunakan semiotika Roland Barthes.

TINJAUAN LITERATUR

Media sosial adalah sebuah media online. Kehadirannya menunjukkan telah terjadinya pergeseran arah penggunaan media komunikasi, yang semula bersifat klasik (media elektronik dan cetak) menjadi media baru (*new media*) berbasis internet yang menjadi saluran akses dalam berbagai bidang.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "Suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*" (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial dikenal juga sebagai situs jejaring sosial, yang mengizinkan penggunaanya saling terhubung untuk berbagi dan berpartisipasi informasi berupa foto, tulisan maupun video. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Ardianto, 2011: 165)

Dalam media sosial, setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial atau *social networking* (jejaring sosial) yang umum diketahui dan digunakan antara lain *Blog, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Youtube, Pinterest* dan sebagainya. Demikian pula dengan akun Instagram @t_faturohman, sebagian besar postingannya merupakan informasi yang bersifat pribadi, yang dikemas secara humor.

Semiotika mengacu pada pemahaman akan tanda dan cara tanda tersebut dipergunakan. Kajian semiotika dimaknai sebagai upaya pemahaman akan tanda yang merujuk pada objek. Semiotika mempelajari tentang bentuk komunikasi yang disampaikan melalui tanda-tanda yang berisi informasi dan bersifat komunikatif, baik tanda secara individu, maupun kelompok, sebagai suatu sistem tanda yang merujuk kepada suatu hal (Putra & Annissa, 2019). Saat kita bertingkah laku, maknanya turut melengkapi pencitraan pesan yang telah dilakukan (Sobur, 2003:15).

Analisis semiotika (*semiotical analysis*) merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang terdapat suatu paket lambang-lambang pesan atau teks. Teks yang dimaksud dalam hubungan ini adalah segala bentuk atau sistem lambang (*sign*) (Pawito, 2007: 163). Roland Barthes menggunakan istilah denotasi dan konotasi untuk menunjuk tingkat-tingkat makna, yaitu tingkat denotatif dan konotatif (Sobur, 2013: 46). Denotatif merupakan tingkatan pertama yang biasanya dimaknai secara harfiah. Denotatif terdiri dari penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang merujuk pada realitas, yang menghasilkan makna yang eksplisit, paling jelas dan nyata dari sebuah tanda. Sedangkan konotatif merupakan tingkatan kedua yang menggambarkan proses interaksi yang terbentuk ketika tanda bersatu dengan emosi dan perasaan pembaca beserta nilai budaya yang dianutnya (Wibowo, 2013: 213). Makna konotasi bersifat tidak eksplisit, tidak langsung dan tidak pasti sehingga terbuka terhadap berbagai kemungkinan tafsiran (Piliang, 2004).

Selain itu, Barthes juga menggunakan istilah mitos, rujukan bersifat kultural, untuk menjelaskan budaya atau realitas yang ditunjuk dengan lambang-lambang dan merupakan makna konotatif dari lambang-lambang dengan mengacu pada sejarah (Pawito, 2007). Mitos, dalam pemahaman semiotika Barthes, adalah pengodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya arbitrer atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah (Piliang, 2004).

Penelitian terdahulu tentang humor dalam Instagram dilakukan oleh Annas Fauzi dengan judul Analisis Wacana Humor Media Sosial Instagram dalam akun "Si Sableng". Penelitian ini fokus pada ragam bentuk, makna dan pesan, serta latar belakang terbentuknya wacana humor pada akun Instagram Si Sableng. Menghasilkan temuan berupa ragam bentuk, makna dan pesan,

serta latar belakang terbentuknya wacana humor tersebut, yang terdiri dari wacana humor dengan akronim, wacana humor dengan plesetan, wacana humor dengan sindiran, wacana humor dengan permainan kata, wacana humor dengan pertanyaan, wacana humor dengan tantangan, wacana humor dengan implikatur, wacana humor dengan humor dewasa, wacana humor dengan chatting, wacana humor dengan pernyataan. Bentuk-bentuk wacana humor pada akun Si Sableng dalam instagram sering memunculkan efek humor pada setiap pembacanya.

Penelitian Yuliana Caesaria dan Roro Retno Wulan mengenai “Tema-tema fantasi melalui humor dalam akun Instagram @gita_bhebhita” berfokus pada tema-tema fantasi dalam akun Instagram @gita_bhebhita sebagai bentuk presentasi dirinya sebagai seorang perempuan Batak melalui humor. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa gambaran perempuan Batak yang disampaikan dalam tema-tema fantasi melalui humor- humor dalam akun @gita_bhebhita yaitu: (1) Lemah soal urusan keluarga, (2) Bukan perempuan berhati baja, (3) Cara bicara sama kawan, (4) Perempuan yang tidak malu untuk menjadi diri sendiri, (5) Perempuan yang tegas. Tema-tema fantasi dalam humor-humor tersebut juga menjadi salah satu upaya Gita Bhebhita dalam memperbaiki stereotip pada perempuan Batak dengan menafsirkan interaksi dan menciptakan realitas sosial dengan para pengikut akun Instagramnya sebagai sebuah kelompok yang membentuk pola komunikasi. Tema-tema fantasi tersebut diterima dan diaktualisasikan oleh pengikut akun Instagram @gita_bhebhita sebagai bentuk karakteristik retorik dari pola komunikasi yang sangat terbuka dan bisa diterima (Caesaria & Wulan, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya, secara holistik atau menyeluruh, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa (Moleong, 2011). Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Analisis data penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan, yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga data dianggap jenuh.

Objek penelitian ini adalah teks dan gambar dalam akun @t_faturohman yang berkaitan dengan COVID-19. Terdapat lebih dari 30 postingan yang terkait dengan COVID-19, sejak 19 Maret 2020 hingga 29 Januari 2021. Isinya beragam, dan karena saat masa lockdown ditetapkan berkaitan dengan ibadah shaum Ramadhan, maka beberapa isi postingannya berkaitan dengan Ramadhan dan menjelang Idul Fitri. Namun, tidak seluruhnya dijadikan obyek analisis. Postingan yang dijadikan obyek analisis adalah yang berkaitan dengan pemahaman secara umum tentang COVID dan perilaku yang terjadinya karenanya.

Pada tahap konotatif, digunakan sumber data sekunder dari berbagai pustaka. Analisis dilakukan dengan memilah data yang telah dikategorikan sesuai kriteria yang ditetapkan oleh peneliti, menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk menginterpretasikan data secara denotatif dan konotatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Taufik Faturohman dikenal sebagai seorang penulis Sunda, yang sebagian besar tulisannya adalah humor yang dikemas dalam bentuk yang ringkas. Ia adalah pemilik penerbit buku-buku Sunda, Geger Sunten, yang berlokasi di Kota Bandung. Kemampuan Taufik menyampaikan cerita-cerita humor bermula dari kebiasaannya membaca buku-buku humor sejak

kecil. Ia pun mengoleksi buku-buku humor, yang kemudian memenuhi rak-rak bukunya. Selain menjadi penulis humor, Taufik pun menjadi salah seorang *stand up comedian* lokal, yang sering mengisi acara-acara stand up yang diselenggarakan di Kota Bandung dan sekitarnya.

Lelaki kelahiran Tasikmalaya, 10 Mei 1959 ini menuturkan, bukan tanpa alasan ia menekuni dunia tulis menulis humor dalam Bahasa Sunda. Taufik mengaku, lebih nyaman berkomunikasi maupun menulis dalam Bahasa Sunda daripada Bahasa Indonesia. Hal tersebut memberikan kepuasan batin pada dirinya, yang sulit digambarkan. Menguasai tiga ribu lebih humor dalam Bahasa Sunda membuat Taufik tidak pernah kesulitan untuk memunculkan humor baru, karena ide selalu muncul dengan mudah. Tujuannya menulis humor dalam Bahasa Sunda yaitu selain untuk menghibur, juga untuk memelihara Bahasa Sunda. Ia ingin orang tua, remaja, maupun anak-anak mencintai Bahasa Sunda, yang banyak dikhawatirkan penggunaannya berkurang. Untuk memperkaya materinya, Taufik mengupayakan untuk selalu membaca.

Tulisan yang sudah dibukukan antara lain, kumpulan lelucon *Beregejed*, tahun 1979 dan mendirikan majalah humor Sunda *Cakakak* bersama seniman Sunda lainnya seperti Kang Ibing (alm) dan Asep Sunandar Sunarya, yang keberadaannya masih berlanjut sampai sekarang. Ia pun secara rutin siaran Kilinik Basa Sunda di I Radio Bandung, setiap Rabu pagi.

Analisis Objek Penelitian



Gambar 2. Postingan tentang COVID 19 tanggal 19 Maret 2020

Secara denotatif, teks yang terdapat dalam bait pertama postingan tersebut menggambarkan tentang kesombongan seseorang yang tidak takut dengan keberadaan COVID-19 dengan menyatakan *Naha make sieun ku virus corona, apan sarua ciptaan Alloh?* (Kenapa mesti takut sama virus corona, kan sama-sama ciptaan Alloh?)

Bait kedua berisikan jawaban dari bait pertama dengan menyatakan: *Maung ge sarua ciptaan Alloh. Ari anjeun daék disakandangkeun jeung maung?* (Harimau juga ciptaan Allah. Kamu mau *nggak* satu kandang sama harimau?). Gambar harimau dalam postingan tersebut mempertegas teks pada bait kedua. Gambar latar belakang tulisan, menunjukkan harimau yang sedang menatap dengan mata yang menyatakan siap menerkam mangsanya.

Secara konotasi, teks tersebut merupakan sindiran kepada orang-orang yang tidak percaya dan tidak takut akan keberadaan Covid-19 yang telah merenggut banyak korban di seluruh penjuru dunia. Umumnya, hal ini terjadi karena virus Corona tidak terlihat nyata dan banyak informasi atau pesan yang menyebar di media massa maupun media sosial yang menyebutkan bahwa Covid-19 sebagai suatu konspirasi dan bukan benar-benar sebagai penyakit.

Anggapan konspirasi ini pulalah yang kemudian menjadi suatu perdebatan antara Ari Astina atau JRinx, pemain drum grup *Superman is Dead*, dengan Ikatan Dokter Indonesia Bali, yang akhirnya berujung pada tindakan IDI yang memenjarakan JRinx (Ihsanuddin, 2020).

Teks dalam postingan tersebut secara konotasi dapat dimaknai sebagai imbauan kepada siapapun agar tidak menyepelekan virus C, karena siapapun tidak ada yang mengetahui kapan terinfeksi virus tersebut.



Gambar 3. (24 Maret 2020) & Gambar 4. (28 Maret 2020), tentang Pemakaian Masker

Gambar 3 dan 4 berkaitan dengan pemakaian masker. Secara denotasi, teks yang tertulis pada gambar 3: *Sajero lokdon masker mah kudu tetep dipake, supaya urang teu barangcapek wae.* (Saat *lockdown*, masker harus selalu dipakai, supaya kita tidak terus menerus mengunyah. Selain melalui teks, pemilik akun mencoba untuk mempertegas humor yang terdapat dalam teks dengan mengenakan popok sebagai maskernya.

Pada gambar 4, teks tidak ditulis digambar, melainkan di *caption*: *Akibat moyan, masker teu dibuka* (akibat saat berjemur, masker tidak dibuka). Dengan sedikit editan, wajah pemilik akun dibuat belang menyerupai bekas masker yang menutupi area mulut dan sebagian wajah.

Secara konotasi, kedua gambar merupakan imbauan kepada pembaca untuk mematuhi aturan pemerintah untuk mengenakan masker, agar tidak terpapar COVID-19. Dalam konteks ini, humor dijadikan sebagai sarana edukasi kepada masyarakat agar mematuhi anjuran pemerintah untuk menerapkan protokol kesehatan yang salah satunya adalah memakai masker.



Gambar 5. Postingan 11 April 2020: Jaga Jarak!!

Secara denotatif, gambar tersebut memperlihatkan gorengan yang dibagi dua dan di atasnya ada teri goreng yang dijajarkan berjarak. *Caption* dari gambar tersebut adalah *JAGA JARAK!!*. Secara konotatif, gambar dan *caption* postingan tersebut dapat dimaknai sebagai ajakan menerapkan anjuran pemerintah untuk menjaga jarak demi mencegah penyebaran COVID-19. Dalam aturan yang dianjurkan oleh pemerintah, menjaga jarak sosial antar orang dalam kondisi COVID-19 adalah antara 1,5 hingga 2 meter.



Gambar 6. PSBB
Sumber: @t.faturohman

Secara denotatif, gambar tersebut memperlihatkan empat orang berkostum tim sepakbola dunia, dengan posisi membelakangi pembaca. Mereka bercakap-cakap mengenai arti PSBB. Pertanyaan disampaikan oleh yang berseragam merah dengan dengan menanyakan “*PSBB the klub ti mana?* (PSBB itu klub dari mana?)”. Kemudian dijawab “*teuing* (tidak tahu)” oleh yang berkostum belang, tapi dijawab oleh yang berkostum warna kuning dengan mengatakan, “*Mun teu salah ti Bandung Barat* (kalau tidak salah dari Bandung Barat)”.

Secara konotatif, percakapan tentang arti PSBB yang dilakukan oleh empat orang berkostum tim sepakbola dunia tersebut diartikan sesuai dengan konteks pembicaraannya, yakni para pemain bola. Mereka menganggap bahwa PSBB adalah tim sepakbola. Hal ini berdasarkan dua huruf pertamanya, yaitu P dan S, yang dalam dunia sepakbola biasanya merujuk pada singkatan Persatuan Sepakbola atau klub sepak bola. Sedangkan dua huruf terakhir, merujuk pada asal daerah tim sepak bola. Dapat dimaknai bahwa pemahaman mengenai aturan pemerintah yang terkait dengan COVID-19, tidak selalu tersosialisasi dengan baik.



Gambar 7 & 8. Himbauan untuk tidak mudik

Gambar 7 & 8, secara detotatif, merujuk pada teks yang digunakan, berisi ajakan atau himbauan untuk tidak melaksanakan mudik lebaran 2020, karena pandemi COVID-19 masih merajalela. Untuk makanan dalam kaleng bekas biskuit, bisa diperoleh di kota sehingga tak perlu pulang kampung untuk menikmati makanan tersebut. Selain itu, komunikasi dengan sanak saudara, dapat dilakukan melalui *video call*.

Secara konotatif, teks berisi himbauan untuk tidak mudik lebaran tersebut dapat dimaknai sebagai upaya pemerintah mencegah penyebaran COVID-19. Menunda mudik untuk merayakan Idul Fitri dengan sanak saudara di kampung halaman, dapat mengurangi risiko penularan virus Corona terhadap orang-orang yang ada di lokasi tujuan.

Mudik ke kampung halaman merupakan salah satu tradisi yang dilaksanakan oleh masyarakat muslim Indonesia menjelang idul fitri. Biasanya pada saat itu, beragam makanan sudah dipersiapkan, termasuk di antaranya *saroja* (panganan renyah, berbahan dasar tepung beras yang digoreng berbentuk bunga seroja) dan *opak* (panganan dari ketan yang digoreng seperti kerupuk) yang dimasukkan ke dalam wadah berupa kaleng biskuit aneka rasa.

KESIMPULAN

Humor merupakan salah satu bentuk penyampaian informasi yang dapat digunakan oleh seseorang, termasuk yang terkait dengan COVID-19. Media yang digunakan pun beragam. Salah satunya adalah Instagram, media sosial yang dapat menyampaikan informasi dalam bentuk teks, gambar, maupun video.

Akun @t_faturohman yang dimiliki oleh seorang penulis humor dalam Bahasa Sunda, Taufik Faturohman, menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, salah satunya mengenai COVID-19, dengan gaya penyampaian humor, yang sebagian besar disampaikan dalam Bahasa Sunda. Pemilihan humor sebagai gaya penyampaian ditujukan selain untuk hiburan, juga untuk memudahkan pesan untuk dicerna oleh pembacanya sekaligus mengajak pembacanya untuk tetap melestarikan penggunaan Bahasa Sunda.

Gaya humor yang dipilih tidak menghalangi makna yang terdapat di balik pesan secara konotatif. Selain menghibur, pesan-pesan yang berkaitan dengan COVID-19 bersifat informatif dan edukatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Caesaria, Y., & Wulan, R. R. (2018). Tema-tema Fantasi melalui Humor dalam Akun Instagram @gita _ bhebhita. *Dialektika Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 1–8. Retrieved from <http://journal.unla.ac.id/index.php/dialektika/article/view/28>
- Colletta, L. (2009). Political Satire and Postmodern Irony in the Age of Stephen Colbert and Jon Stewart. *The Journal of Popular Culture*, 42(5), 856–874. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5931.2009.00711.x>
- Gusti. (2020). Transaksi Penjualan Online Naik 400 Persen di Masa Pandemi Covid-19. Retrieved March 13, 2021, from ugm.ac.id website: <https://ugm.ac.id/id/berita/19452-transaksi-penjualan-online-naik-400-persen-di-masa-pandemi-covid-19>
- Ihsanuddin. (2020). Jerinx Ditahan, Ini Pesan Satgas Covid-19 untuk Figur Publik. *Kompas.Com*. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2020/08/13/17234951/jerinx-ditahan-ini-pesan-satgas-covid-19-untuk-figur-publik?page=all>
- Krissandi, A. D. S., & Setiawan, K. A. C. (2018). Kritik Sosial Stand Up Comedy Indonesia dalam Tinjauan Pragmatik. *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 7(2), 46–59. <https://doi.org/10.22437/pena.v7i2.5316>
- Kurniawati, I., Wulan, R. R., & Pamungkas, I. N. A. (2017). Pola Komunikasi Pertemuan Offline Komunitas Insta Nusantara Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 31. <https://doi.org/10.24198/jkk.v5i1.8437>
- Moleong, L. J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Noor, R. (2015). Wow... Pertumbuhan Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia. Retrieved March 12, 2021, from jpnn.com website: <http://www.jpnn.com/news/wow-pertumbuhan-pengguna-instagram-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia>
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Putra, R. W., & Annissa, J. (2019). Visualisasi Makna Politik pada E-Comic melalui Akun

@kostumkomik. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 3(2). Retrieved from <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/article/view/1109>

Rahman, A. (2015). Pengguna Instagram tembus 400 juta, Indonesia terbanyak. Retrieved March 12, 2021, from inet.detik.com website: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3026275/pengguna-instagram-tembus-400-juta-indonesia-terbanyak>

Sudarmo, D. M. (2014). *Anatomi Lelucon di Indonesia*. Jakarta: Kombat Publishers.

Yusuf. (2020). Pandemi Picu Peningkatan Transaksi Online, Kominfo Siapkan Empat Kebijakan Percepat Digitalisasi. Retrieved March 13, 2021, from kominfo.go.id website: https://www.kominfo.go.id/content/detail/31040/pandemi-picu-peningkatan-transaksi-online-kominfo-siapkan-empat-kebijakan-percepat-digitalisasi/0/berita_satker