

PENGGUNAAN JOKES RECEH SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DI ERA MILENIALS PADA FANSPAGE FACEBOOK TIRTO.ID

(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Penggunaan Humor Pada Situs Berita Tirto.Id)

Yopi Muhammad

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut

Email : Yopimuhamad33@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul penggunaan jokes rekeh sebagai media komunikasi di era milenials pada facebook fanspage tirto.id, Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Penggunaan Humor Pada Situs Berita Tirto.Id.

Penelitian ini dilatarbelakangi melihat fenomena meme atau jokes rekeh di media sosial, lalu tirto.id mengambil meme dan jokes rekeh yang dikemas dengan infografis yang menarik sebagai media komunikasi dengan audiensnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana penggunaan jokes rekeh sebagai media komunikasi pada facebook fanspage tirto.id.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan teori yang digunakan yaitu teori interaksi simbolik Herbert untuk menganalisis penggunaan jokes rekeh sebagai media komunikasi di era milenials pada facebook fanspage tirto.id

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, studi dokumentasi dan internet, adapun subjek pada penelitian ini adalah tirto.id serta pengambilan informan menggunakan purposive sampling dengan lima informan dan satu narasumber.

Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa makna dari penggunaan jokes rekeh bagi mereka yaitu sebagai sarana hiburan dan pelepas penat serta bacaan menjadi tidak membosankan. Bahasa dan simbol dalam penggunaan jokes rekeh biasanya menggunakan bahasa yang tidak baku dan kekinian, simbol yang digunakan berkesan absurd ditambahkan teks untuk mudah dipahami. Kemudian, interaksi yang terjadi berupa like, reaction, komentar, tetapi komentar yang diberikan biasanya jokes lagi, yang berupa gambar ataupun tulisan, dari interaksi inilah menimbulkan makna bagi setiap individu.

Kata Kunci: Interaksi Simbolik, Jokes Rekeh, Media Komunikasi, Tirto.Id

ABSTRACT

This Research is about the use of cheesy jokes as a communication media in the millennial era on facebook fanpage tirto.id, a Qualitative Descriptive Study of the Use of Humor on the Tirto.id News Site.

This research is motivated by the phenomenon of memes or cheesy jokes on social media, then tirto.id took memes and cheesy jokes and build it into interesting infographics as a medium of communication with their audience, The purpose of this study is to describe how the use of cheesy jokes as a medium of communication on facebook fanpage tirto.id.

The method used in this research is qualitative descriptive and the theory used is Herbert's symbolic interaction theory to analyze the use of cheesy jokes as a medium of communication in the millennial era on facebook fanspage tirto.id

Data collection techniques in this study is interviews, observation, documentation and internet studies, while the subjects in this study is tirto.id and the taking of informants using purposive sampling with six informants.

The results of this study is the meaning of the use of cheesy jokes for them as part of entertainment and reading becomes not boring again. Language and symbols in the use of cheesy jokes usually use non-standard and "Kekinian" language, symbols that are used in an absurd way are add the text to be easily understood. Then, the interaction that is people give likes, reactions, comments, but the comments given are usually jokes again, it can be of images or text, from this interaction gives rise to meaning for each individual.

Keyword: *Communication Media, Cheesy Jokes, Symbolic Interaction Theory, Tirto.Id,*

PENDAHULUAN

Pada zaman revolusi ini, media komunikasi sudah berkembang pesat, terutama media sosial, bukan hanya untuk pribadi saja, bahkan perusahaan pun menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dengan khalayaknya. Pengguna media sosial yang sangat banyak pada masa ini ialah, kaum milenial. Salah satu konten yang sangat populer yaitu, meme, atau konten yang diselipi humor. Hal ini dapat dilihat tersebar nya meme yang cukup populer bahkan digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk menjangkau target milenials.

Salah satunya Tirto.id, sebuah situs berita asal Indonesia yang menyediakan informasi dalam bentuk infografis. Tirto.id mengemas berita dengan format yang menarik dan menambahkan humor yang menggelitik. Humor tersebut diselipkan diantara pesan - pesan yang disampaikan, pesan tersebut dapat merupakan

pengetahuan umum, berita dan promosi. Tirto.id memberikan kesan bahwa suatu informasi dapat dibaca dengan ringan bila ditambahkan dengan humor - humor yang menggelitik.

Nama Tirto.id diambil dari pahlawan nasional yaitu bapak pers Tirto Adhi Seorjo yang pada masanya mendirikan surat kabar Seonda Berita, Mendan Prijaji, dan Poetri Hindia juga membantu Serikat Dagang Islam. Situs berita Tirto.id didirikan oleh Atmaji Sapto Anggoro yang sekaligus menjabat sebagai Pimpinan Redaksi dan CEO. Sajian tulisan Tirto.id meliputi rubrik *Mild*

Report, Indepth, Hardnews, Current Issue, dan Tirto Visual Report (TVR). Tirto id merupakan suatu wajah dari media baru, yang dapat menyajikan berita dengan ringan dan dapat mengundang para pembaca milenials. (Tirto.id 2016)

Widjaja mengatakan Keberhasilan seorang komunikator dalam berkomunikasi

adalah, jika pesan yang disampaikan dapat diterima oleh komunikan sesuai dengan pesan yang di sampaikan komunikator. Keberhasilan seorang pelaku humor ketika pesan humor yang disampaikan diterima oleh penerima humor sebagaimana yang diinginkan oleh pelaku humor tersebut. Pesan humor adalah kelucuan yang mengundang senyum atau tawa sebagai efek dari penerima humor (Sugiarto, JURNAL E KOMUNIKASI 2016, 4)

Seiring berkembangnya media, humor dapat disajikan dalam beberapa bentuk salah satunya *Jokes* Receh, *jokes* yang disampaikan terkadang tidak lucu, dan ketidak lucuannya itu membuat seseorang tertawa, *jokes* tersebut dapat disampaikan melalui meme, foto, video, atau pun tulisan yang dapat mengundang tawa khalayak, secara keseluruhan hal tersebut dapat disebut meme.

Peneliti melihat potensi pada *jokes* receh untuk di jadikan sebagai media komunikasi suatu perusahaan dengan khalayaknya, karena meninjau dari situasi atau fenomena yang terjadi dimedia sosial Facebook, banyak institusi swasta maupun negeri yang memanfaatkan *jokes* receh sebagai alat engagement, dengan menyatukan berbagai foto yang sudah ada di internet dan menambahkan beberapa tulisan pada foto tersebut sehingga terbentuknya suatu meme. (Ratio 2017)

Sejumlah orang dari institusi ternama pun menaikkan kelas *jokes* receh ke tingkat yang lebih serius. Konten receh naik kelas menjadi alat marketing dan alat komunikasi perusahaan dengan khalayaknya. Salah satunya Tirto.id yang mengemas suatu informasi dengan infografis yang menarik dan diselipi humor yang “receh”, sehingga konten yang dibuat oleh Tirto.id sangat “memeable”.

Meme sendiri sudah menjadi populer dikalangan masyarakat milenial saat ini, karena konten tersebut mengundang tawa dan komentar masyarakat, sehingga menimbulkan interaksi di dalamnya. Meme bisa disebut sebagai bentuk ekspresi seseorang yang ditumpahkan melalui gambar gambar. Menurut Bauckhage, meme biasanya berkembang melalui komentar, imitasi, parodi, atau bahkan hasil pemberitaan di media.

Bukan hanya sebagai media untuk hiburan meme digunakan untuk menyampaikan pesan dengan nuansa komedik atau humor. Berger mengatakan humor dapat menghibur dan mengundang perhatian, serta menimbulkan ketertarikan bagi seseorang khususnya pengguna media sosial, dengan adanya respon dari audien, yakni tertawa. Media yang populer dalam penyebaran suatu pesan berbentuk meme, salah satunya adalah Facebook. (Hartono 2015, 1)

Widjajanto menyatakan bahwa media sosial adalah media yang dibuat untuk menyebarkan pesan melalui komunikasi interpersonal dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar. Karakteristik media sosial yang bersifat maya sering menghasilkan fenomena-fenomena yang viral baik di kalangan pengguna media sosial itu sendiri maupun khalayak luas. (Aditya Nugraha 2015, 238)

Tirto.id melihat peluang ini untuk menjangkau target milenials dan muncul dengan *tagline* “Baca yuk” dengan simbol Pak Tirto sebagai maskot dari Tirto.id, dengan konten yang bermanfaat namun diselipi dengan humor yang receh, menjadikannya bukti bahwa Tirto.id menjadikan kaum milenial sebagai pembaca utama.

Penggunaan jokes receh yang dikemas dengan infografis yang menarik, menjadikan daya tarik milenials untuk

membaca informasi, pengetahuan, atau berita, sehingga memberikan kesan “ringan”, hal itu yang menjadikan tujuan tirto.id dalam meningkatkan minat baca milenials, serta tujuan dari penelitian ini sendiri mengenai penggunaan jokes receh yang diselipkan diantara informasi, pengetahuan dan berita, dapat menjangkau audiens milenials, serta menarik pembaca lainnya, yang mana ini merupakan strategi yang baik dalam menghadapi revolusi industri 4.0. Jokes receh sebagai “bumbu” yang dimasukkan kedalam informasi, pengetahuan dan berita, dapat menimbulkan interaksi didalamnya, dengan adanya humor audiens milenial menjadi tertarik untuk berkomentar dan share informasi yang diberikan tirto.id.

Hal tersebut menarik peneliti untuk melakukan penelitian mengenai *jokes* receh yang di kemas oleh Tirto.id sebagai media komunikasi pada era milenials, pemilihan media sosial sebagai penyebaran informasi

merupakan pilihan yang tepat, dimana sosial media sudah menjadi pilihan utama bagi masyarakat saat ini.

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian komunikasi yang berjudul : Penggunaan *Jokes* Receh Sebagai Media Komunikasi di Era Milenials pada Fanspage Facebook Fanspage Tirto.id (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Penggunaan Humor Pada Situs Berita Tirto.Id)

Fokus Penelitian

Pada pemaparan yang telah dijelaskan dalam latar belakang penelitian, maka fokus penelitian ini adalah Bagaimana penggunaan *jokes* receh sebagai media komunikasi di era milenials pada *fanspage* Facebook Tirto.id

Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian diantaranya

1. Bagaimana makna jokes receh sebagai media komunikasi pada era milenials?

2. Bagaimana bahasa atau simbol dalam penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi pada era milenials?
3. Bagaimana interaksi dalam penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi era milenials ?

Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penggunaan *jokes* receh sebagai media komunikasi di era milenials pada *fanspage* Facebook Tirto.id

Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan makna jokes receh sebagai media komunikasi pada era milenials
2. Untuk mendeskripsikan bahasa atau simbol dalam penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi pada era milenials
3. Untuk mendeskripsikan interaksi dalam penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi era milenials

TINJAUAN PUSTAKA

Interaksi Simbolik

George Herbert Mead (1969). Orang bergerak untuk bertindak berdasarkan makna yang diberikan pada orang, benda dan peristiwa. Makna-makna itu diciptakan dalam bahasa yang digunakan orang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri, atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainnya dalam sebuah komunitas. (Nurhadi, Teori Komunikasi Kontemporer 2017, 66)

Mead menjelaskan bahwa :
“kemampuan manusia untuk dapat merespons simbol-simbol diantara mereka ketika berinteraksi. Secara social seseorang dapat melakukan tindakan kepada dirinya sendiri, seperti juga kepada orang lain. Dia dapat memuji dirinya, menyalahkan dirinya atau mendorong dirinya sendiri, dia berbagi dirinya dengan dirinya sendiri, menghukumi

diri oleh dirinya sendiri dan seterusnya. Dengan kata lain, seseorang dapat menjadikan dirinya sebagai objek tindakannya sendiri. Diri (the self) terbentuk dengan cara yang sama sebagai objek, melalui “definisi” yang dibuat bersama orang lain.

Teori interaksi simbolik Mead (dalam Mulyana, 2010:73-77) menunjukkan bahwa arti manusia harus dipahami berdasarkan apa yang mereka lakukan. Konsep mendasar adalah tindakan social (social act), yang juga mempertimbangkan aspek tersembunyi perilaku manusia. Mead memulai telaahnya dengan tindakan individu yang dapat diamati. Pandangannya konseptualisasi perilaku lebih luas, termasuk aktivitas tersembunyi (cover activity). Dengan simbol-simbol itu, manusia merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berinteraksi dengan sesamanya, dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol

ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial. (Nurhadi, Teori - Teori Komunikasi 2015, 43)

Asumsi Dasar Interaksi Simbolik

Ada beberapa asumsi dasar dan proposisi teori interaksi simbolik (Garna, 1996:3), yaitu sebagai berikut :

1. Manusia hidup dalam lingkungan simbol, yang memberikan tanggapan terhadap simbol itu sebagaimana memberi tanggapan terhadap rangsang yang bersifat fisik.
2. Manusia melalui simbol-simbol itu memiliki kemampuan untuk merangsang orang lain dengan cara yang mungkin berbeda dari rangsangan yang diterima orang lain.
3. Melalui relasi dan interaksi, tanda dan simbol itu dapat dipelajari akan arti serta nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, karena itu cara tindakan orang lain dapat dipelajari.

4. Simbol, tanda dan makna serta nilai-nilai yang terkait dengannya bukan bagian – bagian yang terpisah satu sama lainnya, tetapi dari makna satuan dapat menjadi makna keseluruhan.

Dalam teori tentang interaksi simbolik oleh Blummer (dalam Poloma, 1996:269) mengemukakan tiga premis berikut.

Pertama, manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada suatu itu bagi mereka. Kedua, makna tersebut berasal dari interaksi sosial seseorang dengan sesamanya atau orang lain. Ketiga, makna-makna tersebut disempurnakan disaat proses interaksi sosial berlangsung.

Dengan demikian interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepsi seseorang selalu diterjemahkan dalam symbol-simbol. Sebuah makna dipelajari melalui interaksi

antara orang-orang, dan makna tersebut muncul karena adanya pertukaran symbol-simbol dalam kelompok sosial diciptakan oleh adanya interaksi di antara orang-orang, selain itu tingkah laku seseorang tidak mutlak ditentukan oleh kejadian-kejadian pada masa lampau saja, melainkan juga dilakukan dengan sengaja. (Kuswarno 2009, 114)

Bagi Blummer (1969), yang terjadi pada suatu interaksi dalam masyarakat adalah bahwa proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan bahkan menghancurkan aturan – aturan dan bukan sebaliknya, bahwa aturan – aturanlah yang menciptakan dan menghancurkan kehidupan kelompok. Menurut teori interaksi simbolik, dalam kehidupan sehari-hari yang terjadi adalah tindakan bersama. Masyarakat dianggap produk dari interaksi simbolik. Interaksi manusia dalam masyarakat ditandai oleh penggunaan simbol-simbol,

penafsiran dan kepastian makna dari tindakan orang lain.

Interaksi manusia dijumpai oleh penggunaan simbol-simbol, oleh penafsiran makna dari tindakan orang lain. Ia tidak mendesakkan prioritas dominasi kelompok atau struktur, tetapi melihat tindakan kelompok sebagai kumpulan tindakan individu. Katanya, masyarakat harus dilihat sebagai terdiri atas tindakan orang-orang dan kehidupan masyarakat terdiri atas tindakan orang lain. Blumer mengatakan yang menjadi dasar dalam interaksi simbolik adalah dua karakteristik yang sangat penting yaitu “ perilaku manusia berbeda antara yang satu dan yang lainnya, bersifat sosial dan terdiri atas tindakan-tindakan”. Oleh karena itu, secara inheren, manusia adalah “ organisme yang aktif secara sosial”. Proses penafsirannya, yakni kemampuan simboliknya membuat manusia sebagai makhluk yang unik. Dengan demikian, semua penjelasan tentang teori interaksi

simbolik yang sudah dipaparkan, cukup relevan untuk dijadikan tuntunan dan pegangan dalam rangka memahami interaksi masyarakat. (Nurhadi, Teori - Teori Komunikasi 2015, 45)

METODE PENELITIAN

Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigm Konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme yaitu pemikiran yang memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan rinci terhadap pelaku sosial dalam setting keseharian yang alamiah, agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana para pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka. (Nurhadi 2012, 58)

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).

Metode Penelitian

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila

peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam. (Sugiyono 2018, 231)

2. Observasi Nonpartisipan

Observasi nonpartisipan adalah jenis metode observasi, di mana seorang peneliti hanya berperan sebagai”penonton” saja tidak terju sebagai “pemain” seperti dalam observasi partisipan. Jadi, ketika mengamati kelompok yang menjadi subjek penelitian, peneliti seolah menjaga jarak, tidak terjun langsung berbaur dengan kelompok penelitiannya.(Ardianto 2014, 180)

3. Dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bias berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

4. Internet

Internet merupakan sumber ilmu pengetahuan yang lengkap dan selalu baru. Banyak fasilitas yang disediakan oleh web untuk keperluan riset. Diantaranya ada istilah *e-library*, *e-journal*, *e-book*, *e-news*, *e-dictionary*, *e-laboratory*, dan masih banyak lagi fasilitas lainnya. (Ardial 2014, 362)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Makna Penggunaan Jokes Receh Sebagai Media Komunikasi Pada Situs Berita Tirto.Id

Sebuah makna dipelajari melalui interaksi antara orang-orang, dan makna tersebut muncul karena adanya pertukaran symbol-simbol dalam kelompok sosial diciptakan oleh adanya interaksi di antara

orang-orang, selain itu tingkah laku seseorang tidak mutlak ditentukan oleh kejadian-kejadian pada masa lampau saja, melainkan juga dilakukan dengan sengaja.

Secara garis besar, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa informan memiliki makna tersendiri mengenai penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi yaitu jokes receh merupakan sarana hiburan yang informatif, jokes diambil dari pengalaman seseorang dan dikemas sedemikian rupa yang dapat membuat orang lain senang, bahagia, penggunaan jokes receh dan ilustrasi yang menarik merupakan kombinasi yang pas, hal itu membuat pembaca mudah memahami isi dari informasi atau berita yang dibagikan, selain itu dapat mengundang orang untuk membagikan postingan tersebut. kemudian jokes yang diambil oleh tirto.id merupakan jokes yang berdasarkan fenomena populer atau kejadian-kejadian yang sedang viral.

Hasil penelitian pada salah satu jurnal yang ada pada penelitian terdahulu yang berjudul Humor, Comedy and Consumer Behaviour, menunjukkan bahwa apresiasi humor dan produksi suatu komedi tidak menguntungkan konsumen secara sepihak, tetapi ketika menggunakan humor dengan baik dapat membuat pengalaman konsumsi lebih efektif. Mengalami situasi humor pada umumnya memfasilitasi tujuan hedonis, dengan meningkatkan emosi positif dan membantu konsumen mengatasi stress dan kecemasan, serta membuat pencapaian utilitarian menjadi lebih menyenangkan, meningkatkan aspek kesehatan mental, dan membantu meningkatkan serta memperkuat suatu hubungan.

Berdasarkan hal tersebut dan hasil analisis peneliti menunjukkan hal yang selaras penggunaan jokes yang tepat dapat membuat seseorang terhibur dan sekaligus melepas rasa penat. Menggunakan momen yang sedang viral untuk referensi jokesnya adalah

hal yang tepat, mengingat sesuatu yang viral didunia maya sangat cepat tersebar kepada masyarakat, sehingga pembaca tirto.id bisa sama referensi dengan jokesnya dan memahami isi dari informasinya.

Analisis Bahasa Dan Simbol Dalam Penggunaan Jokes Receh Sebagai Media Komunikasi Pada Situs Berita Tirto.Id

Bahasa dan simbol digunakan manusia untuk merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berinteraksi dengan sesamanya, dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial. Salah satu asumsi dasar pada interaksi simbolik menyebutkan simbol, tanda dan makna serta nilai-nilai yang terkait dengannya bukan bagian-bagian yang terpisah satu sama lainnya, tetapi dari makna satuan dapat menjadi makna keseluruhan.

Salah satu informan dari penelitian ini mengatakan bahwa bahasa dan simbol

dapat dipahami bila kita memahami konteks dari jokes atau simbol terlebih dahulu, konteks dan referensi diambil dari fenomena yang sedang viral di media sosial, sehingga pengguna media sosial lebih cepat memahami jokes yang dikeluarkan tirto.id pada infografisnya. Bahasa yang digunakan biasanya bahasa indonesia yang tidak baku dan kalimat-kalimat yang digunakan biasanya mereferensikan kepada fenomena sesuatu.

Pada hasil wawancara dengan informan pada penelitian ini menunjukkan bahwa bahasa dan simbol dalam penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi pada situs berita tirto.id mudah dipahami dan menghibur, tetapi harus tau referensi pada jokesnya terlebih dahulu, meskipun tidak, biasanya sudah dijelaskan pada deskripsi postingan yang dikeluarkan tirto.id. Beberapa informan mengatakan penggunaan jokes disini merupakan hal yang fresh dan baru, serta tidak membuat pembaca bosan,

pembaca menjadi lebih mudah memahami isi berita, hal tersebut menunjukkan bahwa jokes receh adalah penyampaian pesan dalam bentuk baru dengan menggabungkan bahasa verbal dalam bentuk dengan komunikasi nonverbal yaitu penggunaan simbol simbol absurd. Adapun beberapa syarat dalam penggunaan jokes receh ini yang mana kita perlu memahami konteks atau menyesuaikan referensi terlebih dahulu untuk memahami suatu simbol atau bahasa supaya dipahami oleh pembaca.

Analisis Interaksi Dalam Penggunaan Jokes Receh Sebagai Media Komunikasi Pada Situs Berita Tirto.Id

Secara garis besar, menurut hasil wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa interaksi yang dilakukan oleh pembaca yaitu membagikan postingannya serta memberikan like dan reaction, terkadang memberikan pendapat pribadi mengenai postingan tersebut. Interaksi yang dilakukan pembaca biasanya menimbulkan

interaksi kembali, pada penelitian ini yaitu mengenai jokes, bila tirto.id mengeluarkan postingan infografis dengan jokes seperti biasa, terkadang ada yang berinteraksi dengan memberikan komentar berupa gambar yang menyimbolkan kepada jokes tersebut.

interaksi pada penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi pada fanspage facebook tirto.id dapat berupa komentar yang berisikan gambar tetapi gambar tersebut harus sesuai dengan konteks dari postingan yang dikeluarkan oleh tirto.id, selain itu interaksi yang dilakukan informan secara garis besar ialah, share, like, reaction, dan comment, dengan melakukan share biasanya informan juga mengeluarkan pendapat pribadinya di halaman facebook miliknya.

Analisis pada hasil pembahasan dikaitkan pada teori interaksi simbolik Blummer membuktikan bahwa pernyataan informan yang telah dipaparkan oleh peneliti

sesuai, interaksi manusia dijumpai oleh penggunaan simbol-simbol, oleh penafsiran makna dari tindakan orang lain. Informan pada penelitian ini membagikan postingan tirto.id yang merupakan bentuk interaksi seseorang terhadap sesuatu, selain itu, memberikan komentar yang dapat berupa tulisan atau gambar yang berkaitan dengan postingannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, berupa data-data yang diambil dari hasil observasi, wawancara serta studi dokumen yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik suatu kesimpulan mengenai “Penggunaan Jokes receh sebagai media komunikasi pada fanspage facebook tirto.id” sebagai berikut :

1. Makna Jokes Receh Sebagai Media Komunikasi

Para informan memiliki makna tersendiri pada penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi, yaitu merupakan sebuah sarana hiburan dan pelepas penat, penggunaan jokes receh mempermudah pembaca memahami isi berita dan tidak membosankan, jokes yang di ambil oleh tirto.id pada infografisnya bersumber pada fenomena yang sedang viral sehingga para pembaca merasa mudah memahaminya.

2. Bahasa Dan Simbol Dalam Penggunaan Jokes Receh Sebagai Media Komunikasi

Bahasa yang digunakan dalam penggunaan jokes receh merupakan bahasa yang tidak baku dan berkesan “kekinian” begitu pula simbol-simbol yang digunakan berkesan absurd, hal itu terbantu dengan adanya tambahan teks. Simbol-simbolnya mudah dipahami karena biasanya simbol tersebut diambil pada suatu fenomena di media sosial.

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi merupakan metode yang baru dalam menyampaikan pesan dan pesan tersebut dapat dinikmati oleh para pembaca karena menghibur dan membuat pembaca tersenyum.

3. Interaksi Dalam Penggunaan Jokes Receh Sebagai Media Komunikasi

Interaksi yang terjadi dalam penggunaan jokes receh yaitu memberi like, reaction atau komentar, komentar-komentar yang diberikan dapat berupa jokes atau konteks yang sesuai dengan yang dibagikan, bisa berupa gambar, tulisan, atau animasi. Gambar yang dimasukan dalam komentar menyimbolkan pada jokes atau isi materi yang disampaikan, fenomena tersebut dapat dijadikan jokes kembali oleh orang-orang yang melihatnya, sehingga interaksi pada penggunaan jokes receh dapat menimbulkan makna

tersendiri bagi setiap individu, hal ini terjadi karena orang-orang paham akan konteks dari materi yang dibagikan, selain itu banyak perusahaan-perusahaan menggunakan jokes sebagai alat marketingnya untuk meningkatkan engagement serta menjadi cara untuk tetap dekat dengan konsumennya.

Saran

Hasil pemaparan mengenai “penggunaan jokes receh sebagai media komunikasi di era milenial pada facebook fanspage tirta.id (studi deskriptif kualitatif penggunaan humor pada situs berita tirta.id) peneliti memberikan saran sebagai berikut :

Saran Teoritis

Adapun saran secara teoritis pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian mengenai penggunaa jokes dapat mengembangkannya kembali dengan menggunakan teori lainnya dan diaplikasikan pada hal lain untuk

mengetahui penggunaan jokes pada bidang lainnya khususnya pada bidang ilmu komunikasi.

2. Peneliti menyarankan untuk membaca referensi buku yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan penelitian serta jurnal internasional yang dapat membantu penelitian selanjutnya lebih baik lagi dan juga memperbanyak informasi terkait penggunaan jokes lainnya.

Saran Praktis

1. Peneliti mengharapkan untuk memperbanyak rujukan tentang penggunaan humor atau jokes bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti fenomena dengan tema yang serupa.
2. Bagi masyarakat semoga lebih bijak lagi dalam penggunaan jokes untuk memilah kata – kata supaya terhindar dari ketersinggungan.

Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti mengharapkan saran dan kritik dari pembaca, sebagai bahan evaluasi bagi peneliti maupun dijadikan sebagai referensi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian serupa, sehingga dapat menemukan sudut pandang baru dalam penelitiannya mengenai penggunaan jokes receh.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ardial. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Cahaya Prima Sentosa, 2014.
- Ardianto, Elvinaro. *metododologi penelitian untuk public relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014.
- Atmowiloto, Aswendo. "*Mati ketawa cara dewa dengan huruf N.*" *KETAWA NGAKAK Di Senayan*, Baharudin Aritonang, ix. Jakarta: Pustaka Pergaulan, 2003.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2017.

- Cresswell. *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Kuswarno. *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2009.
- Moleong, Lexy J. *Metododologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung, 2014.
- Morissan. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Nurhadi, Din. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. *Teori - Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- . *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: PT Balebat Dedikasi Prima, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- ### JURNAL
- Aditya Nugraha, Ratih Hasanah Sudrajat, Berlian Primadani Satria Putri. "*Fenomena Meme Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting*

- Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram."* *Jurnal Siosioteknologi* , 2015: 237-245.
- Asmaya, Fela. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Prososial Remaja Di Kenagarian Koto Bangun ." *Jom FISIP Volume 2 No. 2* , 2015: 1-15.
- Hartono, Lisa Amelia Anggelina. "Teknik Humor dalam Film Warkop DKI ." *JURNAL E-KOMUNIKASI*, 2015: 1-10.
- Nida, Fatma Laili Khoirun. "Persuasi dalam Media Komunikasi Massa." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2014: 77-95.
- Sugiarto, Vania Dewi. "Teknik Humor dalam Film Komedi yang Dibintangi oleh Stand Up Comedian." *JURNAL E-KOMUNIKASI* , 2016: 1-12.
- Wahyuni, Ririen Putri. "Penggunaan Gambar Meme Terhadap Kepuasan Khalayak ." *Jurnal Komunikasi*, 2015: 1-9.
- Warren Barsky and Mcgraw. "HUMOR, COMEDY AND CONSUMER BEHAVIOR", *Jurnal of Consumer Research*, 2018
- SKRIPSI**
- Dion Augusto Pancadasa. 2018. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi POLRES Garut". Universitas Garut
- INTERNET**
- Berbagi Ilmu*. n.d. <http://pekembangan-ipitek.blogspot.com/2012/06/apa-itu-fan-page-facebook.html> (Diakses 24 mei 2019).
- BERITAGAR.ID. *Beritagar.id*. maret 4, 2018. www.beritagar.id (Diakses 7 april 2018).
- Know Your Meme Indonesia. *Know Your Meme Indonesia*. march 18, 2019. <https://www.facebook.com/knowyourmemeID/photos/p.2138257199560661/2138257199560661/?type=1> (Diakses september 3, 2019).
- Ratio, Bima. *Duniaku.net*. Desember 8, 2017. <https://www.duniaku.net/2017/12/08/konten-receh-direkrut-perusahaan-besar/> (Diakses april 20, 2019).
- Tirto.id. *Tirto.id*. may 12, 2016. <https://tirto.id/insider/tentang-kami> (Diakses 24 august, 2019)