

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan humor di Inggris terjadi pada abad ke-16, salah satu bukti berkembangnya humor di Inggris ialah seorang komedian yang terkenal yaitu Ben Johnson, dengan satu karyanya yang berjudul *Man Out of His*. Hendarto (1990) menjelaskan seiring perkembangannya muncul juga seorang komedian terkenal yaitu Charlie Chaplin, yang banyak memberi inspirasi besar melalui humor di dunia modern yang ia ciptakan. Humor Charlie Chaplin ini telah masuk di era baru pada awal abad ke-20, pada saat itu humor sangat dominan dalam teater komedi dan film (Rahmanadji, 2007, hal. 214-215)

Kelucuan atau “humor” berlaku bagi manusia normal, untuk menghibur karena “hiburan” merupakan kebutuhan mutlak bagi manusia untuk ketahanan diri dalam proses pertahanan hidupnya. Dengan demikian, keberadaan humor sebagai sarana hiburan sangat penting, sehingga tidak hanya di Inggris, namun di berbagai negara pun terjadi perkembangan-perkembangan humor, salah satunya di Indonesia. Menurut Widjaja (1993) di Indonesia, secara informal, humor juga sudah menjadi bagian dari kesenian rakyat, seperti ludruk, ketoprak, lenong, wayang kulit, wayang golek, dan sebagainya (Rahmanadji, 2007, hal. 215). Kemudian dari wayang-wayang tersebut, tercatat berbagai jenis yang bisa saja kemudian diklaim sebagai cikal bakal budaya menghidupkan boneka atau benda mati menjadi hidup sekaligus memiliki jiwa yang kokoh (animated) (Prakosa, 2010, hal. 4).

Unsur humor di dalam kelompok kesenian menjadi unsur penunjang, bahkan menjadi unsur penentu daya tarik. Humor yang dalam istilah lainnya sering disebut dengan lawak, banyol, dagelan, dan sebagainya, menjadi lebih terlembaga setelah Indonesia merdeka, seperti munculnya grup-grup lawak Atmonadi Cs, Kwartet Jaya, Loka Ria, Srimulat, Surya Grup, dan lain-lain. Kemudian Kusmartiny (1993) menambahkan bahwa perkembangan lain terjadi pada media massa cetak, baik majalah maupun surat kabar. Tahun 60-an terbit beberapa majalah humor, namun tidak bertahan lama. Di antaranya adalah majalah STOP. Surat kabar membuka rubrik khusus untuk humor. Cerita-cerita lucu, anekdot, karikatur, dan kartun sering dijumpai pada media massa cetak (Rahmanadji, 2007, hal. 214-215).

Perkembangan humor di Indonesia tidak hanya berhenti begitu saja, dilanjutkan dengan tahun-tahun berikutnya, humor menjadi sebuah *trand* dan berkembang semakin pesat. Humor berbentuk visual seperti meme, kemudian kata-kata yang diplesetkan yang juga sempat menjadi *trand*, kemudian adanya *stand up comedy* yang ikut hadir dan memeriahkan dunia humor Indonesia, di tahun 20 an *stand up comedy* mulai berkembang dan memiliki banyak komunitas, dijadikan perlombaan dan audisi di media massa televisi. Tidak hanya itu, semakin banyak film-film yang mengandung humor dihadirkan serta masih banyak lagi humor-humor yang berkembang di Indonesia.

Jika dilacak asal-usulnya, menurut Manser (1989) humor berasal dari kata Latin *umor* yang berarti cairan . Sejak 400 SM, orang Yunani Kuno beranggapan bahwa suasana hati manusia ditentukan oleh empat macam cairan di dalam tubuh, yaitu: darah (*sanguis*), lendir (*phlegm*), empedu kuning (*choler*), dan empedu hitam (*melancholy*). Darah menentukan suasana gembira (*sanguine*), lendir menentukan suasana tenang atau dingin (*phlegmatic*), empedu kuning menentukan suasana marah (*choleric*), dan empedu hitam untuk suasana sedih (*melancholic*). Kemudian dalam perkembangan selanjutnya, Setiawan mengatakan selama berabad-abad, lahirlah segala macam teori yang berupaya untuk mendefinisikan humor, yang mengacu pada artian humor seperti yang sekarang lazim dimaksudkan, yang ada hubungannya dengan segala sesuatu yang membuat orang menjadi tertawa gembira (Rahmanadji, 2007, hal. 214).

Sumarthana (1983) juga turut memberikan pendapatnya mengenai definisi humor. Dia berpendapat bahwa Mereka yang dapat mencari kegembiraan, biasanya tidak berminat untuk mencari definisi tentang sesuatu yang disebut lucu. Agaknya, bagian yang tersulit untuk dirumuskan adalah hal-hal yang menyangkut perbedaan-perbedaan pengalaman pribadi tentang sesuatu yang menyebabkan seseorang tertawa atau tersenyum. Pengalaman tentang kelucuan pada dasarnya merupakan pengalaman personal (Rahmanadji, 2007, hal. 313). Kelucuan juga selalu kena-mengena dengan hal-hal yang tidak wajar atau umum. Yang wajar dan umum, tidak memerlukan perbaikan atau tidak lagi menyediakan wadah untuk menjadi lucu. Hal-hal

yang aneh dan nyeleneh dapat menjadikan humor (Setiawan, 1990, hal. 34). Parmono (1983) menambahkan dengan demikian, keberadaan humor sebagai sarana hiburan sangat penting. Humor dapat tampil mantap sebagai penyegar pikiran dan sekaligus sebagai penyejuk batin, dan penyalur *uneg-uneg*. Menurut Gauter humor dapat juga memberikan suatu wawasan yang arif sambil tampil menghibur. Humor dapat pula menyampaikan siratan menyindir atau suatu kritikan yang bernuansa tawa. Humor juga dapat sebagai sarana persuasi untuk mempermudah masuknya informasi atau pesan yang ingin disampaikan sebagai sesuatu yang serius dan formal (Rahmanadji, 2007, hal. 214)

Dengan demikian dapat disimpulkan humor bisa saja dari berbagai aspek yang ada di kehidupan, dari berbagai kreatifitas anak bangsa, kreasi visual yang bernuansa humor bermunculan, Salah satu karya visual yang terus berkembang hingga sekarang yaitu animasi.

Melihat dari berbagai sumber data tentang studi animasi di dunia, dari buku karya John Halas hingga Walt Disney, saat manusia menafsir tentang gerak kehidupan, atau tentang ‘hidup’ yang diindikasikan dengan gerak dan memiliki makna serta jiwa, sesuai dengan arti *anima* (Yunani) atau *animate* (Inggris), asal kata animasi, bahwa manusia sejak dulu kala sudah berusaha membuat sesuatu tanda dan peninggalan tentang usahanya yang menggambarkan dinamika kehidupan mereka (Prakosa, 2010, hal. 1).

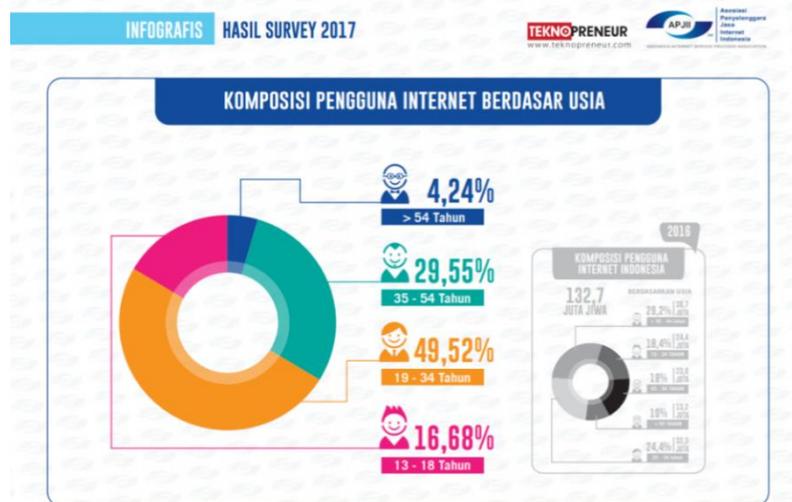
Berawal dari budaya animisme, kemudian dilanjutkan oleh relief yang ada di candi, dan menjadi cerita wayang, hingga saat indonesia merdeka,

muncul berbagai jenis wayang dalam berbagai basis dan mulai dihadirkan dalam bentuk film cerita dan jenis menjadi cikal bakal berkembangnya animasi. Kata animasi menjadi sebuah pengertian yang tidak terbatas hanya untuk suatu jenis film saja tetapi juga bisa dalam bentuk berbagai hal karya seni kinetik (*kinetik art*) atau karya seni yang terkesan bergerak atau bahkan karya terapan yang berbentuk seperti *neon-sign*, atau lampu *sroboscopis* dan *traffilight*.

Kreatifitas anak bangsa semakin berkembang melalui salah satu jenis karya animasi ini dan kemudian tersebar diberbagai media sosial. Meningkatnya jumlah pengguna internet dan semakin pesatnya perkembangan Internet di Indonesia akan membuat segala hal menjadi mudah untuk di akses oleh orang banyak. Humor menjadi salah satu sarana hiburan yang akan dengan mudah di sebar luaskan melalui jaringan internet dan berbagai macam akun media sosial.

Pengguna internet di indonesia hingga tahun 2017 telah mencapai 143 jiwa dan akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini membuat segala informasi akan semakin cepat tersebar luas. teknologi ini juga menyebabkan semakin berkembang pula berbagai media sosial. Lewat berbagai macam media sosial inilah informasi bergerak cepat tanpa kenal ruang dan waktu. Hampir semua kalangan dapat menjelajahi media. Instagram menjadi salah satu media platform yang berkembang pesat dan “digandrungi” oleh banyak remaja yang biasa kita sebut dengan generasi milenial. Kemudian Sebuah budaya yang akan memasuki dunia hiburan maka budaya itu umumnya

menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya (Burhan, 2014, hal. 100).



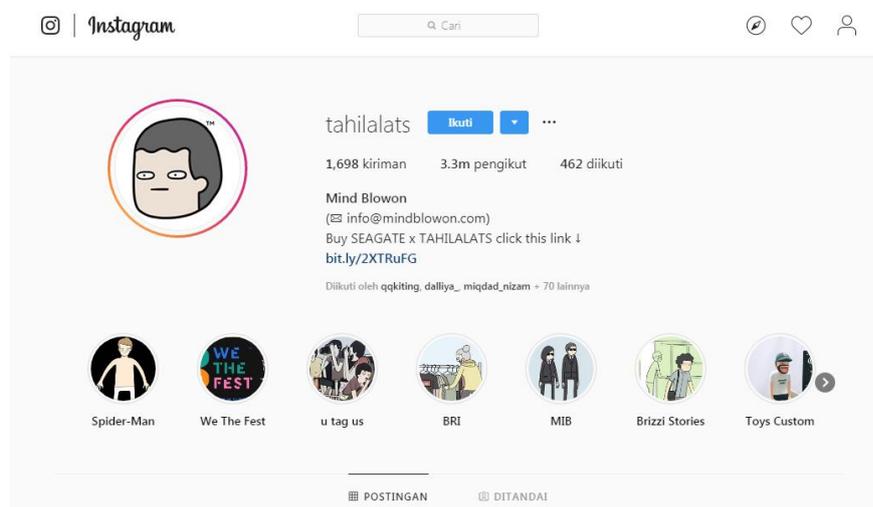
gambar 1. Hasil survey 2017 mengenai komposisi pengguna Internet berdasar usia, diambil dari data APJII

APJII melakukan survey mengenai pada kisaran umur berapa sajakan para pengguna internet yang paling aktif ini. Dan hasil surveynya pada tahun 2017 juga menjelaskan bahwa tentu saja hampir separuh persentase pengguna internet di Indonesia adalah para generasi milenial atau remaja hingga dewasa pada umur 19 hingga 34 tahun.

Generasi milenial sendiri didefinisikan sebagai generasi dari anak-anak muda yang ditandai dengan penggunaan dan adaptasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Generasi milenial ini lahir pada tahun 1980 sampai 2000 (Lee & Kotler dalam Moreno, 2017, hal. 153), dimana pada tahun 2018 ini generasi milenial adalah kelompok orang yang berumur 18 hingga 38 tahun. Hal serupa disampaikan oleh Yoris Sebastian(2016:4) dalam bukunya yang berjudul ‘Generasi Langgas Millennials Insonesia’, ia menuliskan bahwa generasi milenial adalah orang-orang yang lahir pada tahun 1980 sampai 2000.

Generasi milenial adalah hasil dari peristiwa dunia, perubahan sosial-ekonomi, serta integrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari, karena itu budaya dan pengalaman hidup bersama telah membawa generasi ini terhadap pengembangan sikap dan keyakinan yang serupa (Moreno, 2017, hal. 154). Generasi milenial merupakan digital *native* yang tidak dapat lepas dari teknologi dan internet.

Banyak sekali animasi yang tersebar di berbagai media sosial. Namun peneliti akan menyajikan beberapa dari animasi tersebut yang benar-benar menyindir kehidupan dan budaya yang telah banyak terjadi pada generasi milenial saat ini. Kemunculan fenomena animasi-animasi ini menarik di teliti karena banyak dari animasi tersebut memiliki representasi dalam mengungkapkan pendapat mengenai kehidupan masa kini.



gambar 2. Akun animasi milenial, diambil dari Instagram.com.

Salah satu akun instagram yang bernama tahilalats memberikan banyak sekali humor-humor milenial. Budaya atau pun kebiasaan yang telah menjadi budaya dari yang biasa disebut oleh generasi milenial adalah “negara

+62” di hadirkan dalam bentuk animasi yang sederhana namun lucu. Satu dua dari animasinya mengandung makna sindiran mengenai zaman milenial sendiri. Karya-karya tahlalats ini banyak pula *diposting* ulang oleh akun lain. Penulis akan membahas salah satu dari animasi karya tahlalats ini dalam penelitiannya, yaitu bagaimana animasi tahlalats merepresentasikan budaya milenial dalam gaya humor.



gambar 3. Akun komik.zero diambil dari instagram.com

Selain akun tahlalats, ada juga akun lain yang menghadirkan ragam visual animasi mengenai humor maupun budaya milenial. Berbeda dengan tahlalats yang memiliki satu konsep bentuk karya animasi yang sama, akun intagram komik.zero ini memiliki kiriman yang berisi animasi dari berbagai akun yang kemudian *dipost* kembali.



gambar 4. Salah satu animasi dalam akun komik.zero, diambil dari instagram.com.

Gambar diatas adalah salah satu dari koleksi dalam akun komik.zero. akun ini juga memiliki koleksi yang bukan berisikan animasi, namun menyangkut tema yang sama yaitu budaya milenial di Negara Indonesia. Akun ini juga me *repost* salah satu karya dari tahlalats yang tentunya memiliki tema yang seragam dengan konsep komik.zero. dengan dua akun ini penulis ingin meneliti tentang representasi yang mereka lakukan dengan gaya khas humor generasi milenial serta cara penyampaiannya yang berbeda dari generasi sebelumnya.

Penelitian mengenai humor juga diangkat pada beberapa pembahasan didalam jurnal, salah satunya yaitu karya yang ditulis oleh Firmansyah dan Rokhmawan (2016) yang berjudul “Representasi Bahasa Humor dalam Acara Stand Up Comedy di Metro TV”. Seperti judulnya, jurnal ini membahas mengenai bagaimana cara merepresentasikan sebuah bahas humor dalam salah satu jenis humor yang berkembang di Indonesia, yaitu Stand Up Komedi. Salah satu komedi cerdas yang banyak disukai oleh generasi milenial ini membutuhkan pemahaman agar dapat mengerti apa yang ingin di sampaikan oleh pembicara. Pada jurnal ini peneliti menggunakan bahasa atau tindak tutur

kata yang di gunakan oleh Raditya Dika dalam Stand Up Comedy di Metro TV sebagai Objek penelitian jurnal. Bagaimana Raditya Dika mempresentasikan apa yang ingin dia sampaikan dengan bahasa humor Tindak tutur lokusi, ilokusi dan perlokusi.

Kemudian pembahasan humor dengan mengambil objek karikatur diteliti dalam jurnal yang ditulis oleh Resticka (2017) dari Universitas Jendral Soedirman. Kesimpulannya karikatur adalah gambar yang mempunyai fungsi sebagai media untuk menyampaikan pendapat, hiburan atau humor. Untuk mendukung kesatuan makna, aspek kebahasaan yang dimanfaatkan di dalam karikatur adalah jenis tindak tutur komisif, direktif, asertif, dan performatif. Jurnal ini mengambil objek dari beberapa karikatur dan di teliti Berdasarkan cara penyampaiannya data, ada jenis tindak tutur langsung tidak literal, tindak tutur langsung literal dan tindak tutur tidak langsung literal.

Pembahasan mengenai humor juga dimuat dalam Jurnal LITERA, berjudul “Wacana Humor dalam Meme di Media Online Sebagai Potret Kehidupan Sebagian Masyarakat Indonesia”, yang ditulis oleh Listiyorini (2017). Peneliti mengambil objek dari 70 buah meme diempat situs meme media *online*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah di Indonesia ditemukan 4 buah tema dengan berbagai topik di dalamnya. Keempat tema tersebut berturut-turut, yaitu tema sosial, politik, hukum, dan agama. Dari 4 tema tersebut, tema sosial paling banyak ditemukan. Topik-topik dalam tema sosial ini meliputi cinta, sekolah, persahabatan, hubungan dengan orang lain, dan kehidupan sosial lainnya, ini dikarenakan netizen yang membuat ataupun yang mengelola

sendiri adalah anak muda atau generasi milenial, sehingga yang mereka ciptakan dari sebuah meme adalah bagaimana identitas mereka sendiri yang tercermin dalam kehidupan sosial mereka sehari-hari. dari penelitian memedi media daring yang telah dilakukan, ditemukan tiga implikatur, yaitu menyindir, menyarankan, dan gabungan antara menyindir dan menyarankan. Yang terakhir, terdapat dua aspek kebahasaan yang mendukung implikatur dan menimbulkan kelucuan dalam meme, yaitu aspek fonologis dan aspek semantis.

Dalam ketiga penelitian jurnal tersebut membahas bagaimana humor mempengaruhi dan dipresentasikan dalam kehidupan yang sangat dekat dengan aktifitas sehari-hari. Melalui bahasa maupun visual, dan bagaimana humor direpresentasikan menjadi hal yang menarik untuk terus diteliti terkhusus humor-humor milenial yang terus dihadirkan dan sebagai sebuah kreatifitas generasi milenial. Berisikan berbagai makna yang ingin disampaikan oleh pembuatnya. Kemudian gaya humor ini juga menjadi salah satu cara menciptakan konsep diri dari remaja yang tentu saja remaja milenial, bagaimana cara mereka merepresentasikan dan menyuarakan keinginan mereka lewat kreatifitas humor.

Hal mendasar mengenai perbedaan penelitian tiga jurnal tersebut dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah objek dan subjek penelitian tentunya. Dalam penelitian yang penulis lakukan objeknya adalah kreasi gambar komik animasi yang tersebar di internet, khususnya di media sosial instagram kemudian dengan objek tersebut penulis akan mencoba mengidentifikasi

identitas generasi milenial seperti apa yang terkandung di dalamnya, sedangkan tiga jurnal di atas lebih banyak mencari tahu mengenai fungsi humor dan representasinya. Secara khusus penelitian yang penulis lakukan akan mendalami bagaimana humor direpresentasikan melalui perspektif komunikasi visual sekaligus dengan gaya humor milenial yang masih sangat jarang ditemui terutama penelitian pada Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis merasa dan menemukan bahwa karya-karya dari animasi ini tidaklah hanya untuk hiburan, namun dengan gambar-gambar animasi ini penulis mendapatkan sebuah pemikiran bahwa animasi ini dapat merepresentasikan identitas maupun realitas kehidupan generasi milenial, mengandung makna yang kemudian disampaikan menggunakan animasi. Bagaimana humor dapat merepresentasikan identitas milenial yang semakin berkembang dalam bentuk visual, unik, dan berbeda dari komunikasi generasi sebelumnya juga merupakan sebab dari mengapa penelitian ini penting untuk dilakukan. Selain itu penelitian ini juga dapat memberikan pengetahuan yang lebih kepada mahasiswa dan masyarakat mengenai fenomena humor.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini yaitu : “Bagaimana identitas generasi milenial direpresentasikan melalui humor dalam bentuk animasi di media sosial? “

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, yaitu bagi kajian mengenai identitas generasi milenial, dan bagaimana humor dalam sebuah karya berbentuk animasi menjadi media dalam penyampaian pendapat. Kemudian kedepannya penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan penelitian di Indonesia dan dapat dimanfaatkan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lainnya.

2. Manfaat Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa menganalisis bentuk-bentuk komunikasi bergaya humor dalam karya animasi. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi ciri atau definisi dari generasi milenial itu sendiri. Meningkatkan keingian dan menciptakan ruang diskusi mengenai fenomena humor dan budaya populer dengan mahasiswa.

D. Kerangka Teori

1. Representasi Media

Teori representasi Stuart Hall memperlihatkan suatu proses di mana arti (*meaning*) diproduksi dengan menggunakan bahasa (*language*) dan dipertukarkan oleh antar anggota kelompok dalam sebuah kebudayaan

(*culture*). Representasi menghubungkan antara konsep (*concept*) dalam benak kita dengan menggunakan bahasa yang memungkinkan kita untuk mengartikan benda, orang, kejadian yang nyata (*real*), dan dunia imajinasi dari objek, orang, benda, dan kejadian yang tidak nyata (*fictional*) (Hall, 2003, hal. 17).

Di dalam teori semiotika, proses perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik disebut sebagai representasi. Secara lebih tepat ini didefinisikan sebagai penggunaan tanda-tanda (gambar, suara, dan sebagainya) untuk menampilkan ulang sesuatu yang diserap, diindra, dibayangkan atau dirasakan dalam bentuk fisik (Danesi, 2010, hal. 3). Berpikir dan merasa juga merupakan sistem representasi, sebagai sistem representasi berarti berpikir dan merasa juga berfungsi untuk memaknai sesuatu. Untuk dapat melakukan hal tersebut, diperlukan latar belakang pemahaman yang sama terhadap konsep, gambar, dan ide (*cultural codes*) (Burton, 2012, hal. 56).

Menurut Stuart Hall (2003), ada tiga pendekatan representasi :

- a. Pendekatan Reflektif, bahwa makna diproduksi oleh manusia melalui ide, media objek dan pengalaman-pengalaman di dalam masyarakat secara nyata.
- b. Pendekatan Intensional, bahwa penutur bahasa baik lisan maupun tulisan yang memberikan makna unik pada setiap hasil karyanya. Bahasa adalah media yang digunakan oleh penutur dalam

mengkomunikasikan makna dalam setiap hal-hal yang berlaku khusus yang disebut unik.

- c. Pendekatan Konstruksionis, bahwa pembicara dan penulis, memilih dan menetapkan makna dalam pesan atau karya (benda-benda) yang dibuatnya. Tetapi, bukan dunia material (benda-benda) hasil karya seni dan sebagainya yang meninggalkan makna tetapi manusialah yang meletakkan makna.

Makna muncul dari hubungan khusus antara kata (sebagai simbol verbal) dan manusia. Makna tidak melekat pada kata-kata, namun kata-kata membangkitkan makna dalam pikiran orang. Jadi, tidak ada hubungan langsung antara suatu objek dan simbol yang digunakan untuk merepresentasikannya (Mulyana, 2010, hal. 281).

Sebagai suatu alat untuk menyampaikan berita, penilaian, atau gambaran umum tentang banyak hal, ia mempunyai kemampuan untuk berperan sebagai institusi yang dapat membentuk opini publik, antara lain, karena media juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang ia representasikan untuk diletakkan dalam konteks kehidupan yang lebih empiris (Sobur, 2015, hal. 31). Isi media pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitisme dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja sebagai alat merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut. Akibatnya, media massa mempunyai

peluang yang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksikannya (Sobur, 2015, hal. 88).

Intinya, makna adalah hasil produksi dari tanda-tanda, yang mana makna tersebut dikonstruksi dan dibentuk oleh media berdasarkan latar belakang sosiokultural dan ideologi yang dianut untuk kemudian digambarkan kembali kepada khalayak dengan caranya masing-masing (Danesi, 2010, hal. 280).

Konsep representasi penting digunakan untuk menggambarkan hubungan antara teks media dengan realitas, dengan kata lain pemaknaan teks dalam realitas sosial menjadi kuat ketika bersumber dari sebuah representasi. Realitas tentunya akan bergantung pada kebudayaan atau kebiasaan yang dianut oleh sebuah kelompok, dimana representasi itu diciptakan dan ditampilkan apakah sudah sesuai sebagaimana mestinya menurut kelompok tersebut.

2. Humor dan Budaya Populer

Dewasa ini, pengertian humor yang paling awam, ialah sesuatu yang lucu, yang menimbulkan kegelian atau tawa. Humor identik dengan segala sesuatu yang lucu, yang membuat orang tertawa. Pengertian awam tersebut tidaklah keliru. Dalam *Ensiklopedia Indonesia* (1982), seperti yang dinyatakan oleh Setiawan (1990), “Humor itu kualitas untuk menghimbau rasa geli atau lucu, karena keganjilannya atau ketidakpantasannya yang menggelikan; paduan antara rasa kelucuan yang

halus di dalam diri manusia dan kesadaran hidup yang iba dengan sikap simpatik.” (Rahmanadji, 2007, hal. 215)

McGhee mendefinisikan humor sebagai “*a form of intellectual play*”(Raskin, 2008, hal. 65). Secara fundamental, humor merupakan aktivitas komunikasi. Dimana sebuah pesan yang secara sengaja maupun tidak disengaja, disadari dan diinterpretasikan sehingga mengakibatkan seseorang lainnya tertawa (Lynch, 2002, hal. 430).

Demikian juga humor merupakan sebuah aktivitas komunikasi, tidak sepenuhnya mampu dijelaskan melalui teori-teori komunikasi lainnya. Humor merupakan sebuah peristiwa yang kompleks dan rumit. Secara umum, humor dan lelucon dapat menunjukkan siapa kita dan bagaimana kita berfikir tentang sesuatu, serta pada akhirnya bagaimana kita berinteraksi dengan orang lain dengan menggunakan humor atau lelucon tersebut (Lynch, 2002, hal. 423).

Lebih lanjut, teori humor dibagi dalam tiga kelompok menurut Manser (dalam Rahmanadji, 2007, hal. 215), meliputi:

- a. teori superioritas dan meremehkan, yaitu jika yang menertawakan berada pada posisi super; sedangkan objek yang ditertawakan berada pada posisi degradasi (diremehkan atau dihina). Lelucon yang menimbulkan ketertawaan, juga mengandung banyak kebencian. Lelucon selalu timbul dari kesalahan/ kekhilafan yang menggoda dan kemarahan;
- b. Teori mengenai ketidakseimbangan, putus harapan, dan bisosiasi.

- c. Teori mengenai pembebasan ketegangan atau pembebasan dari tekanan. Humor dapat muncul dari sesuatu kebohongan dan tipuan muslihat; dapat muncul berupa rasa simpati dan pengertian; dapat menjadi simbol pembebasan ketegangan dan tekanan; dapat berupa ungkapan awam atau elite; dapat pula serius seperti satire dan murahan seperti humor jalanan. Humor tidak mengganggu kebenaran.

Arthur Asa Berger memaparkan 4 kategori dasar teknik humor, yakni *language* (humor yang diciptakan melalui perkataan, cara bicara, makna kata, atau akibat dari kata-kata), *logic* (humor yang tercipta melalui hasil pemikiran, misalnya menjadikan seseorang sebagai bahan ejekan atau olok-olok), *identity* (humor yang diciptakan melalui identitas diri pemain, seperti karakter yang diperankan dan penampilannya), dan *action* (humor yang diciptakan melalui tindakan fisik atau komunikasi non verbal) (Berger, 2012, hal. 17). Berikut ini adalah teknik humor Berger (2012):

- a. *Language Humor*, diciptakan melalui kata-kata, cara berbicara, makna kata, ataupun akibat dari kata-kata (*Allusion, Bombast, Definition, Exaggeration, Facetiousness, Insults, Infantilism, Irony, Misunderstanding, Over Literalness, Puns, Repartee, Ridicule, Sarcasm, dan Satire*)
- b. *Logic Humor*, diciptakan melalui hasil pemikiran, seperti menjadikan seseorang sebagai objek humor dengan mengolok-olok

atau adanya perubahan konsep cerita. Humor tidak sekadar memberi hiburan, tetapi juga menjadi ajakan berpikir untuk seseorang dapat merenungkan isi humor (*Absurdity, Accident, Analogy, Catalogue, Coincidence, Disappointment, Ignorance, Mistakes, Repetition, Reversal, Rigidity, dan Theme/Variation*).

- c. *Identity Humour* diciptakan melalui identitas diri pemain, seperti karakter yang digunakan atau penampilan yang digunakan (*Before/After, Burlisque, Caricature, Eccentricity, Embarrassment, Exposure, Grotesque, Imitation, Impersonation, Mimicry, Parody, Scale, Stereotype, dan Unmasking*).
- d. *Action Humour* yang diciptakan melalui tindakan fisik atau komunikasi nonverbal (*Chase, Slapstick, Speed, dan Time*).

Humor merupakan aktivitas kehidupan yang sering dilakukan oleh masyarakat dan menjadi bagian hidup masyarakat. Dengan humor seseorang dapat mengungkapkan ide/gagasan dan pikiran, baik dengan kata-kata (verbal) atau dengan jalan lain yang melukiskan suatu ajakan yang menimbulkan simpati dan hiburan (Listiyorini, 2017, hal. 66), dengan demikian secara langsung humor telah menjadi budaya dan kebiasaan dari kehidupan manusia. Semakin lama semakin berkembang dan dicari bahkan diciptakan dengan kreativitas. Selain itu setiap praktik komunikasi pada dasarnya adalah suatu representasi budaya, atau tepatnya peta atas suatu realitas (budaya) yang sangat rumit.

Kemudian Sebuah budaya yang akan memasuki dunia hiburan maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya (Burhan, 2014, hal. 100).

Signifikasi sosial budaya populer di zaman modern dapat dipetakan berdasarkan bagaimana budaya populer itu diidentifikasi melalui gagasan budaya massa. Lahirnya media massa maupun semakin meningkatnya komersialisasi budaya dan hiburan telah menimbulkan berbagai permasalahan, kepentingan, sekaligus perdebatan yang masih ada hingga sekarang. Perkembangan gagasan budaya massa, terutama sejak dasawarsa 1920-an dan 1930-an, bisa dipandang sebagai salah satu sumber historis dari tema-tema maupun perspektif-perspektif yang berkenaan dengan budaya populer (Strinati, 2003, hal. 2)

Williams menyatakan bahwa budaya pun bisa merujuk pada “karya dan praktik-praktik intelektual, terutama aktivitas artistik.” Dengan kata lain, teks-teks dan praktik-praktik itu diandaikan memiliki fungsi utama untuk menunjukkan, menandakan (to signify, memproduksi, atau kadang menjadi peristiwa yang menciptakan makna tertentu. Dengan menggunakan definisi ini, kita mungkin bisa memikirkan beberapa contoh budaya pop. Sebut saja misalnya, puisi, novel, balet, opera, dan lukisan. Makna ini juga memungkinkan kita membahas tentang opera sabun, musik pop dan komik sebagai contoh budaya pop (Storey, 2003, hal. 3).

Menurut Mahzab Frankfurt, budaya populer adalah budaya massa, yang dihasilkan oleh industri budaya, yang mengamankan stabilitas maupun kesinambungan kapitalisme (Strinati, 2003, hal. xx).

3. Perkembangan Teknologi Komunikasi dan *New Media*

Setelah revolusi telekomunikasi bertumbuh pesat yang mendorong dan mengubah peran teknologi media, maka studi komunikasi manusia juga mengalami revolusi yang sangat cepat dan peran media dianggap penting untuk dimasukkan dalam model proses komunikasi manusia. Peran media, dengan dukungan teknologi telekomunikasi, ternyata sangat membantu, memudahkan, mempercepat, memperluas peluang bagi sumber yang mengirimkan dan mempertukarkan informasi kepada/dengan audiens/massa yang sekaligus seolah mengabaikan ruang dan waktu fisik di muka bumi(Liliweri, 2011, hal. 873).

Kemajuan teknologi yang telah dan akan terjadi berpengaruh besar terhadap pola-pola komunikasi, di antaranya adalah, pertama, sumber hiburan dan informasi bagi masyarakat akan jauh lebih banyak dan beragam. Kedua, jenis-jenis media buku, koran, majalah, radio, film, televisi, kini tidak lagi berdiri sendiri. Media satu kini saling berkaitan dan menyerupai dengan media lainnya, tentu saja digunakan untuk memperkaya dan mengembakan media itu sendiri. Ketiga, komunikasi kini tidak hanya berlangsung orang ke orang atau orang-ke-media, namun juga bisa mesin-ke-mesin. Keempat, khalayak kini terfragmentasi. Tidak ada lagi

orang yang hanya menjadi khalayak bagi satu jenis media saja (William L. Riversm, 2004, hal. 348).

Perkembangan teknologi mengantarkan Indonesia mengenal media internet. Media sosial melalui internet mengalami perkembangan pesat. Media sosial menjadi instrumen dalam berpolitik. Peran masyarakat semakin terbuka lebar dalam mengeluarkan pendapatnya pada media ini. Aliran komunikasipun tidak lagi linier, tetapi sepenuhnya di tangan pengguna (Wahyuni, 2013, hal. 71-72).

Pembahasan komunikasi dan media selalu merujuk pada apa yang diungkapkan oleh Marshall McLuhan tentang “*global village*”. Media komunikasi modern memungkinkan berjuta-juta orang seluruh dunia untuk menghubungi hampir setiap pelosok dunia. Kemudian yang menjadi perhatian sentral studi komunikasi massa mana pun adalah media (Hasrullah, 2013, hal. 43-44).

Kajian-kajian berbagai aspek tentang teknologi telematika menjadi sangat *urgent* terutama yang berhubungan dengan perkembangan media baru (*new media*), karena tidak saja menyangkut basis-basis ekonomi yang perlu disiapkan, akan tetapi yang terpenting adalah bagaimana konstruksi sosial media masa memberi kontribusi terhadap kehidupan manusia secara keseluruhan. Hal ini nantinya berhubungan dengan persoalan persoalan divisi inovasi dan adopsi yang dilakukan oleh masyarakat dan bagaimana pula media baru mendukung pergerakan pembangunan masyarakat sebagai subjek perubahan di masyarakat itu sendiri (Bungin, 2006, hal. 374-375).

Terdapat beberapa pengertian mengenai media baru salah satunya seperti yang telah dijelaskan oleh Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (1987 : 16-17). Ia menamakan media baru sebagai media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula.

Perangkat media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi, sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi. Dan juga sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur, dan sistem pengendalian (oleh komputer).

Lev Manovich, dalam *The New Media Reader*, mendefinisikan media baru dengan menggunakan 8 (delapan) proposisi, yaitu :

- Media baru vs *Cyberculture*. *Cyberculture* adalah berbagai macam fenomena sosial yang diasosiasikan dengan internet dan jaringan komunikasi. Sementara itu, media baru menekankan pada objek budaya dan paradigma.
- Media baru adalah teknologi komputer yang dipakai untuk sebuah platform distribusi.
- Media baru adalah data digital yang dikendalikan oleh perangkat lunak tertentu.
- Media baru adalah penyatuan antara konvensi budaya yang telah ada dengan konvensi perangkat lunak.

- Media baru adalah estetika yang telah ada sejak awal tahapan di setiap media baru modern dan teknologi komunikasi.
- Media baru mampu mengeksekusi algoritma lebih cepat dibandingkan dengan sebelumnya yang dilakukan secara manual atau melalui teknologi lain.
- Media baru adalah sebagai metamedia.
- Media baru sebagai artikulasi paralel gagasan serupa dalam seni dan komputasi modern Pasca-Perang Dunia II.

4. Identitas

Identitas secara etimologis, berasal dari kata *identity*, yang berarti; (1) kondisi atau keyataan tentang sesuatu yang sama, suatu keadaan yang mirip satu sama lain; (2) kondisi atau fakta tentang sesuatu yang sama diantara dua orang atau benda; (3) kondisi atau fakta yang menggambarkan sesuatu yang sama diantara dua orang (*individualitas*) atau dua kelompok atau benda; (4) pada tataran teknis, pengertian etimologis diatas sekedar menunjuk suatu kebiasaan untuk memahami identitas dengan kata “identik” misalnya menyatakan bahwa “sesuatu” mirip satu dengan yang lain (Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*, 2003, p. 70).

Gudykunst (2002 : 225) menjelaskan bahwa konsep identitas juga bisa dilihat dari aspek budaya. Gudykunst (2002 : 259) identitas merupakan suatu hal yang diproduksi dalam kategori sosial. Kategori tersebut bisa etnisitas, jender, afiliasi politik dan seterusnya. Maka individu bisa dikatakan sebagai bagian dari kategori sosial (*masyarakat*) tersebut.

Hubungan tersebut akan mempengaruhi kepercayaan, perilaku, pengetahuan dan lainnya, terhadap kelompok sosial lainnya.

Setiap individu memiliki suatu selera atau gaya hidup yang berbeda-beda. Identitas merupakan salah satu yang menjadi ciri khas seseorang, ataupun sebuah kelompok tertentu. Identitas yang diciptakan tersebut merupakan salah satu usaha mereka dalam menunjukkan kepada orang lain, hal ini terjadi karena manusia butuh pengenalan diri. Identitas tersebut kemudian diekspresikan melalui berbagai bentuk representasi. Tujuan dari representasi tersebut adalah untuk menunjukkannya kepada orang lain sehingga mereka dapat dikenal. Identitas tidak hanya tercipta pada setiap individu namun juga dapat tercipta dalam suatu kelompok sosial, hal ini menyebabkan munculnya kelompok-kelompok sosial yang sengaja maupun tidak telah menciptakan identitas mereka.

Identitas sosial menurut Padilla & Perez (2003) menyatakan bahwa individu berfikir, merasa dan berperilaku sebagaimana yang dilakukan oleh anggota kelompok yang diikuti. Identitas sosial memiliki arti penting terhadap individu dalam mengidentifikasi diri dengan kelompok yang diikuti (Cruwys, 2014). Menurut Cruwys dalam penelitiannya, memaparkan bahwa identitas sosial berpengaruh terhadap depresi melalui hubungan sosial individu. Hal ini mengingatkan tentang dasar nilai-nilai yang digunakan menjadi sumber motivasi bagi individu. Individu yang rasa memilikinya rendah, kurang interaktif bersosialisasi, makna dan tujuan

hidup yang rendah, serta kurangnya dukungan sosial akan menyebabkan individu rentan merasakan depresi.

Generasi milenial adalah sekelompok orang yang lahir setelah Generasi X, yaitu orang yang lahir di kisaran tahun 1980-an hingga tahun 2000-an. Artinya, *millennials* adalah generasi muda yang berumur 19-39 pada tahun ini. Generasi milenial ini sendiri dianggap spesial, karena generasi ini sangat berbeda dengan generasi sebelumnya, yakni terutama dalam hal teknologi, inilah yang membuat generasi milenial memiliki identitasnya sendiri.

Sejatinya, generasi milenial bukanlah generasi yang lahir bersama teknologi, tapi generasi yang tumbuh bersama teknologi. Generasi ini masih sempat merasakan teknologi analog, kemudian beralih menuju teknologi yang serba digital. Hal ini dilalui oleh generasi milenial, karena perkembangan teknologi mulai berkembang pesat di tahun 2000-an, sehingga generasi ini pun mulai merasakan manfaat dan kecanggihan teknologi tatkala sudah mulai beranjak remaja atau dewasa. Pada intinya identitas adalah mengenai kesamaan dan perbedaan, tentang aspek personal dan sosial tentang kesamaan dan apa yang membedakan anda dari orang lain (Barker, 2005, p. 172)

E. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Terdapat tiga paradigma utama yang digunakan dalam ilmu komunikasi, tiga paradigma itu adalah paradigma positivistik, interpretif dan kritis. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan paradigma interpretif. Paradigma ini menurut Sarantakos (1995) merupakan paradigma yang berupaya memahami perilaku manusia. Secara ringkas ciri paradigma interpretif adalah: (1) Realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang bersifat subyektif, diciptakan, ditafsirkan, (2) hakikat manusia adalah pencipta dunianya, memberikan makna pada dunia, tidak terikat kepada hukum eksternal, dan menciptakan sistem makna, (3) ilmu pengetahuan pada paradigma ini hanya '*commonsense*', induktif, ideographic (lokal), menemukan pada makna, menggantungkan diri pada interpretasi, dan tidak bebas nilai, (4) tujuan penelitian pada paradigma ini bermaksud untuk menafsirkan dunia, memahami kehidupan sosial, menekankan makna dan pemahaman (Manzilati, 2017, hal. 4).

Interpretif melihat beberapa teori yang berbasis pada teori budaya dan fenomenologi dan bukan lagi teori teori yang berbasis pada transmisi pesan (Suciati, 2017, hal. 163). Fiske (2012, hal. 3) mengatakan paradigma ini termasuk dalam mazhab kedua yang melihat komunikasi sebagai produksi dan pertukaran makna. Kelompok ini menggunakan istilah seperti signifikansi (pemaknaan), dan tidak menganggap kesalahpahaman sebagai bukti penting dari kegagalan komunikasi-kesalahpahaman tersebut

mungkin merupakan hasil dari perbedaan-perbedaan budaya antar pengirim dan penerima.

Penulis akan membahas mengenai identitas generasi milenial yang direpresentasikan dengan karya animasi yang tidak hanya sebuah hiburan namun memiliki makna, mengambil budaya ataupun yang biasa kita sebut realitas yang diciptakan oleh generasi milenial sebagai subyektifitas dan ditafsirkan. Budaya dari subyek merupakan kunci dari hasil penelitiannya. Penelitian ini bergantung pada budaya dari subyek dan cara merepresentasikannya. Kemudian tentu saja akan ada unsur pemaknaan didalamnya, dimana pemaknaan muncul dari tanda-tanda dan kode-kode yang dihasilkan dari visual animasi yang akan diteliti oleh penulis. Berdasarkan dari poin-poin pembahasan diatas maka penelitian ini menggunakan paradigma Interpretif sebagai acuan dari metode penelitian yang akan digunakan. Penulis mengambil teori semiotika berdasarkan pendapat dari Roland Barthes.

Dalam hal ini kita mengartikan bahwa komunikasi bukan lah hanya sebuah proses namun komunikasi sebagai penghasil makna, atau lebih jelasnya bahwa komunikasi adalah sebuah pesan yang memiliki makna tertentu; dengan kata lain, fokus pada apa yang membuat coretan-coretan di kertas atau suara di udara menjadi sebuah pesan. Pusat dari konsentrasi ini adalah tanda. Kajian mengenai tanda dan cara tanda-tanda tersebut bekerja disebut semiotik atau semiologi (Fiske, 2012, hal. 66).

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis teks. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2006, hal. 45).

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah visual animasi mengenai identitas tentang generasi milenial yang tersebar di internet dan media sosial, khususnya instagram. Semiotika digunakan untuk menganalisis dan merepresentasikan teks, tanda dan simbol yang ada dalam animasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Penelitian ini mengambil data dokumentasi dari sumber [instagram.com](https://www.instagram.com) yang kemudian diidentifikasi bagaimana gaya humor milenial di representasikan dalam beberapa visual animasi yang telah dipilih.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka diambil dari beberapa sumber ilmiah dan data-data tertentu yang menjadi acuan dalam penelitian, termasuk juga berbagai literatur, buku, artikel, jurnal, skripsi maupun tulisan-tulisan

dan lain sebagainya adalah bagian dari studi pustaka yang digunakan untuk mengumpulkan data.

5. Teknik Analisis data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis teori semiotika dari Barthes. Semiologi adalah instrumen pembuka rahasia teks dan penanda (Kurniawan, 2001, hal. 114). Semiotik atau penyelidikan simbol simbol, membentuk tradisi pemikiran yang penting dalam teori komunikasi. Tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan, dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri (Litteljohn, 2014, hal. 52).

Seassure memperkenalkan pembagian antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Tanda ini merupakan salah satu fungsi dari *language* (Strinati, 2003, hal. 101). Pokok pada teori Seassure adalah prinsipnya yang mengatakan bahwa bahasa itu adalah suatu sistem tanda , dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian yakni *signifire* dan *signifed*. Bahasa itu merupakan suatu sistem tanda (*sign*). Kemudian suara yang muncul dari sebuah kata yang diucapkan merupakan penanda, sedangkan konsepnya adalah petanda.

Roland Barthes adalah salah satu pemikir strukturalis yang banyak mempraktikan dan menyempurnakan metode semiologi Seassure. Namun hal yang perlu digarisbawahi dan mendapat perhatian adalah semiologi merupakan sebuah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Gagasan ini

dimaksud untuk mempertahankan saran awal dari Seassure. Kemudian Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja:

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. denotative sign (tanda denotative)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)

Tabel 1. Peta Tanda Roland Barthes, diambil dari Alex Sobur. 2018.

Sistem ini oleh Barthes disebut dengan konotatif. Dari peta Barthes di atas, tanda denotative terdiri atas penanda dan petanda. Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotative yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiology Seassure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif (Sobur, Semiotika Komunikasi, 2018, p. 69).

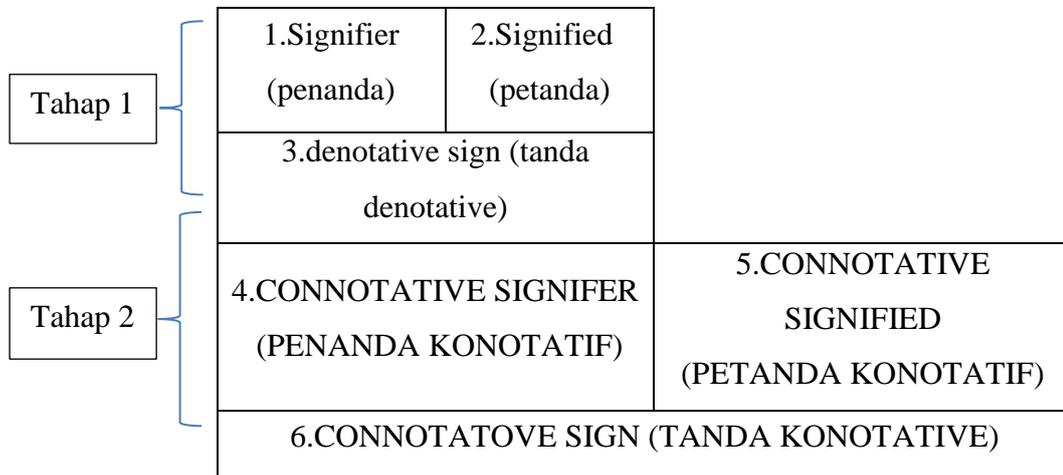
Dalam pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang “sesungguhnya,” bahkan kadang kala juga dirancukan dengan referensi atau acuan. Kemudian dalam budiman (2004. Hal 258) Konsep konotasi ini tentunya didasari tidak hanya oleh paham kognisi, tetapi juga oleh paham pragmatik (yakni pemakaian tanda dan situasi pemahamannya). Menjelaskan konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut sebagai ‘mitos’ dan berfungsi untuk mengungkapkan

dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.

Dalam teori komunikasi Littlejohn dan Karen A. Foss (2014, hal. 55-56) menjelaskan bahwa semiotik selalu dibagi ke dalam tiga wilayah kajian, yaitu,

- a. *Semantik* berbicara tentang bagaimana tanda-tanda berhubungan dengan yang ditunjuknya atau apa yang ditunjukkan oleh tanda-tanda.
- b. *Sintaktik* atau kajian hubungan di antara tanda-tanda. Sintaktik mengacu pada aturan-aturan yang dengannya orang mengobinasikan tanda-tanda ke dalam sistem makna yang kompleks.
- c. *Pragmatik*, memperlihatkan bagaimana tanda-tanda membuat perbedaan dalam kehidupan manusia atau pengguna praktis serta berbagai akibat dan pengaruh tanda pada kehidupan sosial. Dari prespektif semiotika, kita harus memiliki pemahaman bersama bukan hanya pada kata-kata, tetapi juga pada struktur bahasa, masyarakat, dan budaya agar komunikasi dapat mengambil perannya.

Berikut adalah skema dan penjelasan teknis analisis data yang akan penulis lakukan menggunakan peta tanda Rolan Barthes.



Tabel 2. skema Teknik analisis pembahasan dengan peta tanda Roland Barthes

- a. Tahap pertama, yaitu apa yang di tunjukkan oleh tanda, menjelaskan *signifier* kedalam *signified*, dalam tahap ini penulis akan mulai menelaah dalam bahasa dan menguraikan isi dalam animasi berupa gambar, prosa atau kalimat dan simbol dari beberapa potongan gambar yang dipilih. *language* tanda direpresentasikan dengan makna sebenarnya atau makna denotasi. Setelah menguraikan dalam bahasa kemudia dalam tahap ini peneliti akan menjelaskan bagaimana makna denotasi (makna sesungguhnya) itu muncul.
- b. Tahap kedua, yaitu tanda bekerja melalui mitos (*myth*). Tahap ini menjelaskan tentang adanya interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan aspek perasaan atau emosi dari pengguna dan nilai-nilai kebudayaan mereka. Barthes menyebutnya dengan istilah konotasi, konsep konotasi ini juga didasari oleh paham pragmatik. Sehingga, peneliti akan membahas satu persatu bagaimana makna lapis kedua ini

muncul dengan analisis bentuk, gesture, warna dan dialog yang terdapat di dalam visual animasi, dan bagaimana gaya pada struktur budaya dan identitas generasi milenial yang khas di representasikan dalam animasi.

- c. Tahap ketiga, kemudian penulis akan menganalisis bagaimana gaya humor dapat merepresentasikan identitas generasi milenial melalui gambar animasi.

F. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini akan menggunakan sistematika penulisan yang terdiri dari 4 bab, yaitu pada bab pertama ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Kemudian dilanjutkan dengan bab kedua akan berisi uraian mengenai gambaran umum objek penelitian yang penulis ambil, yaitu visual animasi akun tahilalats dan komik.zero di media sosial instagram.

Pada bab selanjutnya yaitu bab ke III berisikan penyajian data dan pembahasan lebih mendalam mengenai bagaimana gaya humor milenial direpresentasikan dalam komunikasi visual yang terdapat pada animasi di media sosial.

Bab terakhir yaitu bab IV berisi kesimpulan dan saran. Dalam bab ini, penulis akan memberikan kesimpulan tentang hasil dari seluruh pembahasan dan bagaimana gaya humor milenial direpresentasikan dalam animasi yang tersebar melalui media sosial. Kemudian akan dilanjutkan dengan saran yang diharapkan ataupun rekomendasi mengenai penelitian ini.