

**Representasi Makna Humor Dalam Live Tiktok Tante Lala Versi Hijab Bandung**

**Musthofa Alef Rizqi**

Universitas prof. Dr. Moestopo (beragama), Jakarta, Indonesia

\*Email Korespondensi: [Musthofaalef@gmail.com](mailto:Musthofaalef@gmail.com)

---

**Abstract**

Communication is the process of conveying messages through the media from the communicator to the communicant, communication often occurs in everyday life where the purpose of communication is the success of communication from the communicator to the communicant. Communication plays a very important role in the business world when it comes to promoting a product or service to potential customers. This research is entitled Representation of the Meaning of Humor in Live Tiktok Tante Lala Hijab Version of Bandung. The aim of this research is to construct the meaning of humor in live Tiktok Tante Lala Hijab version of Bandung, using qualitative research methods with Ferdinand De Saussure's semiotic theory which focuses on signifiers, and marker (signified). The conclusion of this study is the Signifier: Aunt Lala is always angry at the owner of the hijab, the audience and herself during the live streaming because she is annoyed that she cannot wear the hijab that is being promoted and there are no viewers to help her wear the hijab properly. Signified (marker): Aunt Lala's anger at live is considered a humor which is included in the type of cynic humor. Cynical humor is humor that demeans other people, where Aunt Lala humiliates people by being scolded. From the results of the interviews, the conclusion obtained is that promotions using the concept of humor in Indonesia are very effective. In accordance with the average Indonesian character who has a high level of sense of humor. Likewise with promoting through social media TikTok.

**Keywords:** live tiktok, meaning of humor, semiotics, aunt lala.

**Abstrak**

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan melalui media dari komunikator kepada komunikan, komunikasi sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari dimana tujuan komunikasi adalah keberhasilan komunikasi dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam dunia bisnis ketika mempromosikan produk atau layanan kepada pelanggan potensial. Penelitian ini berjudul Representasi Makna Humor Dalam Live Tiktok Tante Lala Versi Hijab Bandung, Tujuan dari penelitian ini yaitu mengkonstruksi makna humor didalam live tiktok tante lala versi hijab Bandung, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teori semiotic Ferdinand De Saussure yang menitik beratkan pada petanda (*signifier*) dan penanda (*signified*). Kesimpulan dari penelitian ini adalah Signifier (petanda) : Tante Lala selalu marah – marah kepada owner hijab, penonton dan juga dirinya sepanjang live streaming karena kesal tidak dapat menggunakan hijab yang sedang dipromosikan dan tidak ada penonton yang membantunya menggunakan hijab dengan benar. Signified (penanda) : Kemarahan tante Lala pada saat live dianggap sebuah humor dimana termasuk dalam jenis humor sinisme. Humor sinisme merupakan humor yang merendahkan orang lain, dimana terdapat orang yang direndahkan tante Lala dengan cara dimarahi. Dari hasil wawancara kesimpulan yang didapat adalah promosi yang menggunakan konsep humor di Indonesia sangatlah efektif. Sesuai dengan rata – rata karakter orang Indonesia yang memiliki selera humor dengan tingkat tinggi. Begitupun dengan melakukan promosi melalui media sosial TikTok.

**Kata kunci:** live tiktok, makna humor, semiotik, tante lala.

## PENDAHULUAN

Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih agar pesan yang dimaksud dapat dipahami. Komunikasi juga sangat penting dalam kehidupan bisnis, bagi perusahaan atau organisasi dimana kehadiran konsumen begitu penting. Untuk terhubung dengan konsumen, perusahaan mendistribusikan produk tersebut kepada konsumen dengan cara mengiklankan barang atau jasa tersebut kepada konsumen. Proses promosi produk dapat dilakukan melalui komunikasi pemasaran berupa kampanye atau iklan (Mulachela, 2022). Dizaman modern seperti sekarang kita sudah tidak asing dengan kata *endorsement*. *Endors* atau *endorsement* adalah modernisasi dari kata pemasaran atau promosi dimedia sosial dan praktik *endorses* tersebut dinamakan *endorsement*. Adanya dukungan promosi dari selebriti yang berpengaruh, para *owner* berharap dapat mempengaruhi pada penjualan produk mereka. Pada saat ini penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti sebuah konten live tiktok tante lala yang mengiklankan sebuah produk hijab. Ketertarikan tersebut didasari karena adanya unsur humor dari pembawaan si seleb tiktok tersebut dalam mengiklankan atau mempromosikan produk hijabnya. Tantelalapunya cerita adalah nama akun tiktok si seleb yang telah mempromosikan produk hijab melalui akun tiktoknya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotic untuk deskripsi. Adapun beragam macam/jenis humor, Sudarmo mengatakan dalam bukunya yang berjudul anatomi lelucon di Indonesia yaitu: (1) Satire merupakan humor yang lebih bersifat menyindir dan mengkritik. Apabila seseorang tidak pandai menggunakannya dapat membebani dan tidak mengenakan bagi orang lain. (2) Sinisme merupakan humor yang sangat merendahkan orang lain, tidak bisa memandang kebaikan apapun dari orang lain, orang yang melakukan humor ini

selalu meragukan sifat-sifat baik dari lawannya.

(3) Plesetan adalah humor yang melesetkan segala sesuatu yang sudah mapan atau sudah populer, humor ini sering juga disebut sebagai parodi (Manser, 1989). Semiotika ialah suatu metode analisis yang digunakan untuk menggali makna yang terdapat dalam sebuah tanda. Menurut Susanne Langer “menilai simbol atau tanda merupakan sesuatu yang penting, kehidupan binatang diperantarai melalui perasaan (*feeling*), tetapi perasaan manusia diperantarai oleh sejumlah konsep, simbol, dan bahasa (Morissan, 2013). Teori semiotic Ferdinand de Saussure, Saussure meletakkan tanda dalam konteks komunikasi manusia dalam melakukan pemilahan antara apa yang disebut *Signifier* (penanda) dan *Signified* (pertanda). *Signifier* adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang dituliskan atau apa yang dibaca. *Signified* (penanda) adalah gambaran mental, yakni pemikiran atau konsep aspek metal dari bahasa. Hubungan tentang keberadaan fisik tanda dan konsep mental dinamakan *Signification*. Hubungan antara *Signifier* (penanda) dan *Signified* (pertanda) bersifat arbiter, artinya hubungan anatara wujud formal dan acuanya bersifat “semaunya” berdasarkan kesepakatan sosial. Antara keduanya tidak bersifat identik. Contoh: manusia tidak bisamenjelaskan mengapa hewan berwujud anjing tidak dapat disebut „Anjing“ dalam suatu bahasa bukan „katak“ misalnya, bahwa bunyi ucapan „Anjing“ itu pada hewan tertentu, hal itu terjadi karena masyarakat pemakai (tanda) bahasa menyepakati demikian. Kesepakatan itu dapat saja tidak berlaku dalam masyarakat (bahasa) yang lain yang telah memiliki kesepakatan sendiri (Hamzah, 2019).

## METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma ini melihat realitas kehidupan

sosial bukan sebagai realitas alamiah, melainkan sebagai hasil konstruksi. Paradigma konstruktivisme ini sangat bergantung pada peristiwa atau realitas yang terbentuk. Melalui realitas yang ada di masyarakat untuk mencari perhatian, bukan bagaimana seseorang mengirimkan pesan. Namun kedua komunikator dan komunikan tersebut mengonstruksi dan bertukar makna sehingga menjadi sebuah pesan yang menjadi makna kultural. Bagaimana komunikator menciptakannya dan bagaimana orang sebagai penerima secara aktif menginterpretasikan pesan tersebut. Jika dihubungkan dengan penelitian ini maka representasi makna humor tidak dapat langsung terjadi, representasi makna humor tersebut harus diciptakan dan dibangun. Membangunnya dengan cara membangun ulang dan membentuk konstruksi-konstruksi pada objek yang diteliti, tujuannya untuk memahami dan menafsirkan objek tersebut. Subyek penelitian ini adalah konten promosi live tiktok tante lala versi hijab bandung yang dijelaskan melalui gambar, suara dan setting (deskripsi dan background). Subyek penelitian berupa gambar, dialog, gerak tubuh, setting yang dapat dijadikan sebagai tanda makna humor dalam iklan kemudian dipilih untuk menghasilkan hasil yang dianggap humor. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. fokus penelitian kualitatif adalah proses dan makna dari hasil (Basri, 2014). Pada penelitian kualitatif, penyempurnaan penelitian dilakukan dengan mempelajari dan mengamati objek penelitian yaitu. iklan realtime tiktok tante lala versi hijab bandung. Mekanisme kerja penelitian kualitatif didasarkan pada deskripsi deskriptif yang disusun secara hati-hati dan sistematis dalam kata-kata atau kalimat dari pengumpulan data hingga interpretasi dan pelaporan temuan penelitian (Ibrahim, 2015). Dengan itu peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari metodologi ini adalah untuk menemukan, mengembangkan dan

menerapkan kebenaran yang ada dalam pengetahuan dan kebenaran yang ada dalam praktik implementasi sebagai penjelasan dari metode penelitian yang digunakan dalam penyelidikan masalah penelitian. Kajian ini menggunakan metode semiotika Ferdinand de Saussure, Saussure juga mengungkapkan bahwa bahasa adalah sistem tanda yang mengungkapkan gagasan dengan demikian bisa disandingkan dengan tulisan, abjad orang-orang bisu dan tuli, upacara-upacara simbolik, bentuk sopan santun, tanda-tanda kemiliteran dan lain-lain. Obyek penelitian adalah apa yang diamati dalam penelitian. Subyek penelitian ini adalah penggambaran makna humor. Peneliti kemudian menjelaskan apa yang dimaksud dengan humor dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan Pertunjukan Konten Iklan Live Tiktok Tante Lala Versi Bandung Hijab. Topik ini dianalisis dan digunakan sebagai sumber informasi. Peneliti akan menggunakan Teknik observasi dan Teknik dokumentasi untuk mengumpulkan data.

## HASIL PENELITIAN

Pembahasan ini mendeskripsikan sebuah hasil yang didapatkan dari objek penelitian melalui semiotik Ferdinand de Saussure untuk mendapatkan sebuah representasi makna humor. Pembahasannya sebagai berikut : **Signifier (petanda)** : Pada frame pertama menampilkan visual tante Lala memegang hijab yang digunakan, daster dengan lengan pendek serta bedak yang cemong, terlihat juga tante Lala sedang menggunakan handphone. Pada frame pertama ini tante Lala menelphone owner berbicara dengan logat khasnya yaitu Manado “hey owner, mengapa tante Lala dikirimkan hijab seperti ini ya owner? kalau hijab biasa digunakan di Bandung jangan dibawa-bawa ke Manado ya, lihat nih Tante Lala setengah mati menggunakannya.” **Signified (penanda)** : **Signified** (penanda) frame pertama ini, Tante Lala sedang mempromosikan sebuah

produk hijab dari Bandung di akun TikTiknya dengan cara live streaming, Tante Lala menggunakan bedak yang cemong yaitu sebuah gimmick agar terlihat lucu, tante Lala menggunakan daster menunjukkan kehidupannya yang sederhana sebagai ibu rumah tangga, disini tante Lala sedang menggunakan handphonennya untuk menelphone owner yang mengiriminya sebuah produk hijab dari Bandung, tante Lala memarahi ownernya sebab hijab yang sedang dipromosikan susah untuk tante Lala gunakan. Maksud dari tante Lala memarahi ownernya yaitu sebuah gimmick agar menghibur penontonnya, logat yang digunakan tante Lala yaitu logat Manado yang keras dan cepat yang menandakan bahwa orang Manado yang tegas, lugas dan bijaksana, namun dengan penonton tante Lala yang tidak hanya orang Manado ketika mendengar logat bicara tante Lala para penontonnya merasa lucu. Dalam perkataannya juga tante Lala mempromosikan produk hijab tersebut secara tersirat, bahwa hijab yang dikenakan belum banyak orang Manado yang menggunakan hijab seperti itu.

**Signifier (petanda) :** Pada frame yang kedua didalam visual tante Lala terlihat sedang merapikan hijab yang ia kenakan sambil mengerutkan keningnya, lalu tante Lala mengatakan “mengapa tante Lala seperti habibi & habibah yaa? Sebentar saya maki-maki lagi owner ya”. **Signified (penanda) :** *Signified* (penanda) pada frame kedua, tante Lala mengerutkan kening saat merapikan hijabnya karena kesal tidak dapat menggunakan hijabnya dengan benar. Ia juga mencoba menghibur para penontonnya dengan membanyol mengatakan bahwa dirinya seperti habibi & habibah, habibi dan habibah yang dimaksud oleh tante Lala yaitu menjadikan dia seperti perempuan muslimah yang solehah. Berikutnya tante Lala mengatakan “sebentar saya maki-maki lagi ownernya” menandakan bahwa para penonton tante Lala sangat terhibur dengan tante Lala marah-marrah pada live streaming tersebut.

**Signifier (petanda) :** Terlihat pada frame ke tiga tante Lala sedang membaca komentar dari penonton, lalu tante Lala terkejut ketika mengetahui bahwa hijab yang ia kenakan terbalik, dalam frame ketiga ini tante Lala mengatakan “hah?! Kebalik?” lalu ia terlihat seperti berbicara kepada seseorang diblakang kamera mengatakan “setan kau ya tidak bilang kalau kebalik” setelah itu tante Lala mencopot hijabnya lalu membalikan hijabnya dan berkata kepada penontonnya sambil kebingungan serta menunjukkan hijabnya kekamera “sama jo ya, kalian bilang kebalik ini juga kebalik, saya sudah balik tapi ini juga kebalik, memang orang-orang ini sudah tidak berfaedah.” **Signified (penanda) :** Tante Lala membaca komentar penonton yang memberitahukan bahwa cara pemakaiannya salah, ekspresi keterkejutan tante Lala yang lucu membuat para penontonnya sangat terhibur, setelah itu tante Lalapun marah kepada seseorang yang ada diblakang kamera sebab ia tidak memberi tahu bahwa hijab yang digunakan terbalik. Ketika sudah membalikan hijabnya tante Lala menunjukkan sebuah hijabnya kekamera, ia tetap pada pendiriannya bahwa yang ia kenakan tidak terbalik sebab hijabnya memiliki bentuk yang sama, tetapi yang dimaksud penonton tante Lala bukan hijabnya dibalik tetapi cara pemakaiannya yang dibalik. Lalu maksud dari kalimat terakhir tante Lala adalah para penontonnya tidak berguna karena tidak dapat membantunya menggunakan hijab yang sedang dikenakan. **Signifier (petanda) :** Pada frame terakhir tante Lala terlihat menggunakan hijab dengan cara yang sama pada frame sebelumnya, lalu pada frame ini tante Lala mengatakan “ini bagus sekali untuk kalian pakai ya ibu-ibu, jadi silahkan” tante Lala terlihat kebingungan dengan bagian rambut yang masih tidak tertutup hijab, ia mengatakan “hey kok masih terlihat rambut disini hey? Tidak usah pusing ya sayang dengan rambut diblakang sini, yang penting cara pakainya begini ya sayang ya”. **Signified (penanda)**

: Dari petanda diatas dapat dilihat bahwa tante Lala tetap dengan pendiriannya mengenai penggunaan hijab yang salah, tante Lala mengajak ibu-ibu untuk membeli produk hijab yang sedang dipromosikannya. Tante Lala mengetahui bahwa ia salah dalam menggunakan hijab tersebut, terlihat ketika ia kebingungan pada saat mengetahui bagian rambut blakang yang masih terlihat, tetapi ia memberitahukan kepada penontonnya bahwa cara pemakaiannya seperti yang ia contohkan. **Budaya** : Dari hasil petanda dan penanda terdapat sebuah unsur budaya didalamnya yaitu dimana tante Lala berbicara dengan logatnya yang khas yaitu logat orang Manado, logat merupakan salah satu dari budaya. Orang Manado memiliki logat yang khas, suara yang keras, cepat dan jelas, yang dimaksud keras bukanlah yang kriminal ataupun lainnya, keras dan cepat menandakan bahwa mereka tegas. **Gaya Hidup**

: Didapatkan juga gaya hidup tante Lala yang selalu terlihat marah atau emosian adalah seorang ibu rumah tangga sederhana pada umumnya, dapat dilihat dari pakaiannya yang digunakan tante Lala saat live streaming, tante Lala menggunakan daster seperti ibu rumah tangga lainnya saat berada dirumah. Mengapa ibu rumah tangga menggunakan daster sebab nyaman ketika digunakan para ibu saat beraktivitas dirumah seperti masak, mencuci, membersihkan rumah serta mengurus anak. Rutinitas tersebut juga yang membuat mereka jenuh sehingga mereka emosional. Dari hasil *signifier* (petanda) dan *signifier* (penanda) serta budaya dan gaya hidup, tante Lala didalam video memarahi seorang *owner* hijab karena mengirim produk hijab yang sulit dalam pemakaiannya, tante Lala juga memarahi penonton yang tidak dapat membantunya menggunakan hijab. Peneliti mengaitkan dengan jenis humor sinisme yang mana sinisme merupakan humor yang sangat merendahkan orang lain, tidak bisa memandang kebaikan apapun dari orang lain, orang yang melakukan humor

ini selalu meragukan sifat-sifat baik dari lawannya. Humor seperti ini sering dilakukan pada situasi konfrontatif dan dapat membuat lawannya menjadi mati kutu bahkan namanya akan tercemar. Dan hasil wawancara kepada seorang ahli iklan, terdapat jawaban yang berhubungan dengan budaya, gaya hidup dan iklan humor. Narasumber mengatakan bahwa terdapat unsur budaya dalam video live TikTok tante Lala versi hijab Bandung, logat bahasa yang digunakan tante Lala sangat khas untuk menunjukkan bahwa beliau orang Manado. Selain itu narasumber juga mengatakan gaya hidup tante Lala sebagai ibu rumah tangga dapat dilihat dari pakaian yang digunakan bahwa tante Lala seperti layaknya ibu rumah tangga sederhana yang sering menggunakan daster. Narasumber mengatakan bahwa konten tersebut menarik sebab dilihat dari komen penonton tante Lala merasa terhibur. Menurutnya iklan humor sangat efektif digunakan di Indonesia sebab orang Indonesia senang dengan kelucuan.

## SIMPULAN

Melalui pembahasan dari bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil dari penelitian ini yaitu representasi makna humor dalam live TikTok tante Lala versi hijab Bandung : (1) *Signifier* (petanda) : Tante Lala selalu marah – marah kepada *owner* hijab, penonton dan juga dirinya sepanjang *live streaming* karena kesal tidak dapat menggunakan hijab yang sedang dipromosikan dan tidak ada penonton yang membantunya menggunakan hijab dengan benar. (2) *Signified* (penanda) : Kemarahan tante Lala pada saat live dianggap sebuah humor dimana termasuk dalam jenis humor sinisme. Humor sinisme merupakan humor yang merendahkan orang lain, dimana terdapat orang yang direndahkan tante Lala dengan cara dimarahi. Humor tersebut digunakan tante Lala agar menghibur penontonnya dan menarik perhatian agar banyak penonton yang join

live TikTiknya. (3) Dari hasil wawancara kesimpulan yang didapat adalah promosi yang menggunakan konsep humor di Indonesia sangatlah efektif. Sesuai dengan rata – rata karakter orang Indonesia yang memiliki selera humor dengan tingkat tinggi. Begitupun dengan melakukan promosi melalui media sosial TikTok, media sosial tersebut saat ini sedang marak digunakan mulai dari anak – anak hingga orang dewasa.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Basri, H. (2014). Using qualitative research in accounting and management. *Journal ofUS-China Public Administration*.

Hamzah, A. A. (2019). Makna Puisi Wiji Thukul dalam Film “Istirahatlah Kata-Kata” dengan Pendekatan Semiotika Ferdinand De Saussure. *Jurnal Dakwah Dan Sosial*.

Ibrahim. (2015). Penelitian Kualitatif. *Equilibrium*, 1–8.

Manser, J. (1989). Dictionary of Humor. In *LosAngeles : Diego and Blanco Publisher Inc*.

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Masa* (p. 135). kencana preadamedia group.

Mulachela, H. (2022, January 12). Komunikasi adalah : Definisi, Unsur dan Tujuannya. *Katadata.Co.Id*.