

WACANA HUMOR DALAM SPANDUK COVID-19 (KAJIAN PRAGMATIK)

Aria Bayu Setiaji¹, Enggal Mursalin²
^{1,2}Institut Agama Islam Negeri Ambon, Indonesia

Surel: ariabayu@iainambon.ac.id¹, enggal.mursalin@iainambon.ac.id²

Abstrak	
<p>Kata Kunci: Wacana Humor; Prinsip Kerja Sama; Spanduk Covid-19</p>	<p>Topik yang dikaji dalam artikel ini tentang wacana humor dalam spanduk bertema <i>Corona Virus Disease 2019</i> (Covid-19). Kajian ini dilatarbelakangi maraknya penggunaan spanduk bernuansa humor sebagai media untuk mensosialisasikan, mengimbau, dan menginstruksikan seluruh masyarakat Indonesia terkait penerapan protokol kesehatan dalam pencegahan dan pengendalian Covid-19. Kajian ini membahas dua permasalahan yaitu topik dan teknik penciptaan humor pada spanduk Covid-19. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni pendekatan pragmatik Grice. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif-deskriptif. Data kajian ini berupa wacana spanduk Covid-19 yang bernuansa humor. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak, dan catat beranotasi. Anotasi digunakan pada wacana spanduk Covid-19 yang berupa foto, ukuran huruf, dan tata letak yang bukan berupa teks. Teknik simak dilakukan secara daring melalui beberapa situs <i>website</i> yang mengunggah foto atau dokumentasi spanduk Covid-19. Berdasarkan hasil analisis, terdapat empat topik yang menjadi imbauan terkait Covid-19 yang mengandung unsur humor yaitu imbauan memakai masker, jaga jarak, <i>Stay at Home</i>, dan jangan mudik. Teknik penciptaan humor dimunculkan melalui pelanggaran prinsip kerjasama yang meliputi maksim kuantitas, maksim relevansi, maksim kualitas, dan maksim cara. Pelanggaran maksim cara berkenaan dengan submaksim ketakburan, ketakambiguan, dan submaksim kelangsungan.</p>
Abstract	
<p>Keywords: <i>Humor Discourse, Cooperation Principle, Covid-19 Banner</i></p>	<p><i>This article examines the discourse of humor in the Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) themed banner. This study was motivated by the widespread use of humorous banners as a medium to socialize, appeal to, and instruct all Indonesian people regarding the implementation of health protocols in the prevention and control of Covid-19. This study discusses two problems, namely topics and techniques for creating humor on the Covid-19 banner. The approach used in this research is Grice's pragmatic approach. While this type of research is qualitative-descriptive research. The data is in the form of a Covid-19 banner discourse with a humorous nuance. The data was collected by using the listening technique and annotated notes. Annotations are used on the Covid-19 banner discourse in the form of photos, font sizes, and layouts that are not in the form of text. The listening technique is carried out online through several websites that upload photos or documentation of Covid-19 banners. Conclusion of the results of the analysis that there were four topics that became appeals related to Covid-19 which contained elements of humor, namely appeals to wear masks, keep your distance, Stay at Home, and do not go home. The technique of creating humor is raised through violation of the cooperative principle which includes maxim of quantity, maxim of relevance, maxim of quality, and maxim of manner. The violation of the maxim of manner is related to the submaxim of ambiguity, unambiguous, and continuity submaxims.</i></p>
<p>Diterima/direview /publikasi</p>	<p>24 September 2021/ 05 Oktober 2021/ 31 Desember 2021</p>

PENDAHULUAN

Spanduk merupakan salah satu media yang efektif untuk menyampaikan suatu pesan, informasi, promosi, atau imbauan kepada khalayak umum (Afriyani & Purawinangun, 2019; Fatonah,

Samingin, & Ekawati, 2018). Penggunaan bahasa pada spanduk sering ditulis menggunakan diksi yang menarik, unik dan kreatif dengan tujuan menarik pembaca (Sudrajat, 2015; Fatonah et al., 2018). Berdasarkan fungsinya, spanduk banyak dimanfaatkan oleh pemerintah daerah, instansi, maupun lembaga sebagai media dalam menyampaikan instruksi, (Setiyawan & Yakub Nasucha, 2018) sebagai media dalam promosi (Sudrajat, 2015), untuk menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat (Dewi, 2021), sebagai media untuk kampanye (Hartati, 2017).

Spanduk pada umumnya dipasang di tempat-tempat umum yang mudah dijangkau oleh pembaca (Ahmad, 2020). Namun dengan adanya perkembangan teknologi dan sistem informasi banyak spanduk diposting di internet maupun *website* dengan tujuan memudahkan dan memperluas akses pembaca. Pesan yang disampaikan dalam spanduk dikemas dengan bahasa yang direpresentasikan dalam bentuk tanda, simbol, yang diwakili oleh teks visual dan tulisan (Dewi, 2021). Selain itu, penggunaan bahasa spanduk juga memiliki gaya penyampaian dan penggunaan bahasa yang unik, bervariasi, bahkan beberapa dijumpai spanduk dengan nuansa humor dengan tujuan menarik perhatian pembaca. Misalnya spanduk Covid-19 berikut ini.



Gambar Contoh (1) Imbauan Memakai Masker



Gambar Contoh (2) Imbauan Jangan Mudik

Pada Gambar contoh (1), pesan informasi yang disampaikan dalam spanduk tersebut yakni imbauan untuk memakai masker. Hal tersebut dilihat pada penggunaan kalimat *lebih baik pakai masker*. Pesan tersebut menginstruksikan kepada masyarakat atau pembaca betapa pentingnya memakai masker, selanjutnya ditegaskan dengan menambahkan kalimat penjelas yang bersifat humor *daripada kain kafan yang kamu pakai*. Informasi tersebut memunculkan humor karena tidak ada relevansi antara memakai masker dan memakai kain kafan. Fenomena kebahasaan contoh (1) dan (2) tersebut merupakan pelanggaran prinsip-prinsip pragmatik atau prinsip kerjasama.

Penggunaan bahasa spanduk yang unik, kreatif, dan lucu tersebut marak ditemukan ketika pemerintah maupun instansi mengampanyekan imbauan protokol kesehatan terkait munculnya wabah *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. Melalui Surat INPRES No. 6 Tahun 2020 peningkatan disiplin dan penegakan hukum protokol kesehatan dalam pencegahan dan pengendalian *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*. Presiden menginstruksikan para gubernur, bupati, dan walikota untuk meningkatkan sosialisasi secara masif terkait penerapan protokol kesehatan dalam pencegahan dan pengendalian Covid-19. Selain itu, penyampaian pesan yang dikemas dalam bentuk humor memiliki banyak fungsi, seperti yang diungkapkan oleh Suhadi (1989) bahwa humor memiliki fungsi antara lain melaksanakan segala keinginan, tujuan gagasan dan pesan, memengaruhi dan menyadarkan orang lain, mengajarkan orang lain, melihat fenomena dari sudut pandang yang lain, sebagai hiburan, dan mencerahkan pemikiran.

Melihat fenomena tersebut, penggunaan bahasa pada spanduk Covid-19 layak untuk diteliti karena memiliki keunikan dalam penyampaian pesan. Selain itu, pesan yang disampaikan dalam spanduk Covid-19 beranekaragam seperti mengimbau, menginstruksikan, memberikan semangat bahkan adapula dalam bentuk ancaman seperti contoh (3) berikut ini.



Gambar Contoh (3) Imbauan Wajib Laport

Untuk dapat memahami pesan-pesan dalam sebuah humor, tidak cukup dikaji dari segi struktur tekstual saja, diperlukan pemahaman lingis melalui fungsi tekstual atau kajian pragmatik (Ulam, Emzir, & Nuruddin, 2018). Kemunculan humor dalam penyampaian pesan komunikasi, seperti pesan pada spanduk dikreasikan melalui pelanggaran prinsip kerjasama atau penyimpangan maksim (Amelia, 2015; Setiyanto, 2018; Ustari, 2019). Prinsip kerjasama tersebut oleh (Grice, 1975) dijabarkan menjadi beberapa maksim, yaitu maksim kuantitas, maksim kualitas, maksim relevansi, dan maksim cara. Ketika seseorang menyampaikan suatu pesan dalam komunikasi lazimnya terjadi kerjasama atau menganut maksim-maksim tersebut. Penyampaian pesan dalam humor terjadi ketika melanggar salah satu maksim tersebut untuk memperoleh maksud lain atau disebut dengan implikatur percakapan (Grice, 1975). Pelanggaran maksim dalam humor bersifat sengaja dengan memainkan kata-kata untuk menciptakan kelucuan (Mooney, 2004; Dynel, 2008; Ross, 2005). Dengan kata lain, pelanggaran maksim digunakan sebagai strategi dalam menciptakan humor.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka menarik untuk mengkaji penggunaan bahasa pada spanduk Covid-19 dari segi aspek prinsip-prinsip pragmatiknya. Dari sisi lain, sepengetahuan penulis belum ada peneliti yang mengkaji wacana humor dalam spanduk Covid-19. Penelitian serupa yang ditemukan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Indah Ita Utami (2018) judul “Strategi Humor Pada Acara *Stand Up Comedy*”, Edi Setianto (2018) judul “Humor dalam Rambu Lalu Lintas”, Listiorini (2017) judul “Wacana Humor dalam *Meme* di Media *Online* Sebagai Potret Kehidupan Sebagian Masyarakat Indonesia”. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Tiani (2017) judul “*Strategi Pragmatik dalam Penciptaan Humor di Televisi*”. Menurut Utami (2018) strategi penciptaan humor pada acara *Stand Up Comedy* komika anak paling banyak memanfaatkan aspek pragmatik praanggapan, pelanggaran maksim dan implikatur. Sedangkan menurut Setiyanto (2018) humor dalam rambu lalu lintas tercipta karena terjadinya perubahan bentuk struktur bagian wacana rambu lalu lintas khususnya pada bagian isi. Humor terbentuk karena preposisi yang tidak lazim atau hubungan antara semantis dan tema yang tidak sesuai dan melanggar prinsip pragmatik. Selanjutnya penelitian Listiorini (2017) menyatakan bahwa penciptaan humor di media *Online* diciptakan dengan tujuan menyindir atau menyarankan sesuatu hal. Berbeda halnya dengan penelitian Tiani (2017), penciptaan humor dalam acara Waktu Indonesia Bercanda (WIB) di televisi tercipta melalui ejekan, kecoh-an atau permainan bunyi.

Berdasarkan uraian penelitian-penelitian terdahulu tersebut, belum ada penelitian yang mengkaji humor dalam spanduk Covid-19. Oleh karena itu, perlu kiranya dilakukan penelitian dengan mengkaji permasalahan tersebut. Dalam kajian ini, penulis membahas dua permasalahan yakni topik wacana pada spanduk Covid-19 yang mengandung nuansa humor dan teknik penciptaan humor dalam spanduk Covid-19. Permasalahan pertama berkaitan dengan Keppres No. 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) yang meliputi mencuci tangan, memakai masker, menjaga jarak, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan

Larangan Mudik Lebaran. Permasalahan kedua berkenaan dengan strategi penciptaan humor karena adanya pelanggaran maksim dalam prinsip kerjasama pragmatik.

Sejalan dengan rumusan masalah yang diangkat dalam kajian ini, untuk menentukan topik atau tema pada wacana humor spanduk Covid-19 menggunakan pendekatan struktural. Luxemburg (dalam Masrukhi, 2016) menyatakan bahwa wacana pada spanduk dipahami sebagai struktur wacana yang memiliki tiga unsur yakni pembuka, isi dan penutup atau pelengkap. Bagian pembuka berisi tentang informasi terkait identitas pembuat spanduk, bagian isi memuat tema atau topik pesan yang disampaikan dalam spanduk, sedangkan bagian penutup berisi kalimat penjelas. Diperkuat menurut Kridalaksana (2008) bahwa, wacana dapat direalisasikan dalam bentuk kata, kalimat, paragraf, atau karangan yang utuh. Humor dalam wacana spanduk Covid-19 dapat terjadi pada bagian isi maupun bagian penjelas. Humor yang dimaksud dalam tulisan ini yaitu ungkapan kebahasaan yang memicu adanya gelak tawa atau kelucuan bagi pembaca (Wijana, 2003).

Selanjutnya, kajian mengenai strategi penciptaan humor dalam spanduk Covid-19 dikaji menggunakan pendekatan pragmatik Grice. Menurut Grice (dalam Leech, 2015) di dalam Prinsip kerjasama (PKS), penutur harus mematuhi empat maksim yaitu maksim kualitas, maksim kuantitas, maksim hubungan, dan maksim cara. Maksim kuantitas menghendaki penutur atau pengguna bahasa membuat percakapan yang informatif sesuai yang dibutuhkan. Maksim kualitas menghendaki penutur menyampaikan sesuatu yang benar, jika informasi yang disampaikan tidak memiliki bukti yang memadai maka tuturan tersebut melanggar maksim kualitas. Maksim relevansi menghendaki penutur menyampaikan informasi yang relevan terkait sesuatu yang sedang dituturkan. Maksim cara menghendaki tuturan yang jelas singkat, urut dan teratur.

METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan desain penelitian deskriptif-kualitatif. Disebut deskriptif karena kajian ini hanya mendeskripsikan objek seperti apa adanya tanpa menilai. Disebut kualitatif karena data bukan berupa angka-angka melainkan kata-kata (Sugiyono, 2016). Data dalam penelitian ini berupa wacana pada spanduk Covid-19 yang mengandung humor. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik simak, teknik unduh, dilanjutkan dengan salin dan catat (Sudaryanto, 2015). Metode simak dilakukan secara daring dengan mengunjungi situs-situs *website* yang mengunggah foto-foto spanduk Covid-19 yang bernuansa humor. Teknik unduh dilakukan untuk mengumpulkan data-data di internet. Teknik catat dilakukan untuk menyalin atau mencatat data-data.

Dalam penelitian kualitatif, instrumen utama dalam pengumpulan data adalah peneliti sendiri atau disebut *human instrument* (Sugiyono, 2016). Peneliti melakukan analisis, menafsirkan, mensortir dan mengklasifikasikan data sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang dijaring adalah wacana dalam spanduk Covid-19 yang bernuansa humor. Karakteristik humor yang dimaksud adalah wacana yang secara spontan menimbulkan efek lucu (Ustari, 2019), mengandung kesan menggelitik (Ratnawati, 2019) membuat orang tersenyum atau tertawa (Ardiansyah, 2014), dan membuat orang senang melalui sindiran atau ejekan (Anis, 2013).

Adapun situs-situs yang menjadi sumber data antar lain (1)

1. <https://www.99.co/blog/indonesia/gambar-spanduk-unik-lockdown-corona/>.
2. <https://www.brilio.net/ngakak/15-spanduk-unik-peringatkan-bahaya-corona-kocak-tapi-mengena-2004090.html>.
3. <https://news.okezone.com/read/2020/04/13/512/2198667/cara-unik-warga-ingatkan-pandemi-corona-lewat-spanduk-kalimat-lucu>.

Setelah data spanduk Covid-19 dikumpulkan, kemudian dilakukan penyalinan. Perbedaan warna tulisan, ukuran tulisan dan penggunaan bahasa daerah dalam penekanan pesan pada spanduk diwujudkan dalam catatan transkrip. Berdasarkan penelusuran melalui *online* ditemukan 42 buah spanduk Covid-19 yang mengandung unsur humor. Namun setelah diseleksi, beberapa gugur karena

tulisan spanduk yang tidak jelas diakibatkan kualitas foto atau gambar yang kurang baik, sehingga data yang dimanfaatkan berjumlah 32 buah.

Teknik analisis data dalam kajian ini menggunakan metode baca markah, dan metode padan. Metode baca markah dilakukan dengan membaca dan mencermati penggunaan bahasa atau pemarkah yang bersangkutan pada suatu bentuk bahasa yang menandai suatu fenomena (Sudaryanto, 2015). Misalnya pemarkah *lebih baik pakai maskermu* menandai bentuk saran atau ajakan memakai masker. Metode ini digunakan untuk menganalisis topik atau tema. Sedangkan metode padan, yaitu padan pragmatik digunakan untuk mengkaji teknik penciptaan humor yang terdapat pada spanduk Covid-19. Dalam penerapannya, peneliti menganalisis data dengan mempertimbangkan aspek-aspek pragmatik atau prinsip kerjasama. Kemudian data diklasifikasikan berdasarkan bentuk pelanggaran prinsip kerja sama yang meliputi (1) maksim kualitas, (2) maksim relevansi, (3) maksim kuantitas, dan (4) maksim cara. Selanjutnya untuk pengecekan kesahihan data, peneliti meningkatkan ketekunan serta memperkuat analisis dengan membaca berbagai referensi seperti buku atau artikel hasil penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa data yang ditemukan sesuai dan tidak terjadi kesalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Topik Wacana Humor dalam Spanduk Imbauan Covid-19

Topik wacana humor dalam spanduk Covid-19 diklasifikasikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan Covid-19 dan Surat Keputusan Kementerian Kesehatan No. HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang protokol kesehatan bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian Covid-19. Pengklasifikasian dibedakan berdasarkan Topik yaitu (a) memakai masker, (b) mencuci tangan, (c) menjaga jarak (*physical distancing*), (d) perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS), (e) *Stay At Home*, dan (f) Jangan Mudik (COVID, 19AD).

Topik Imbauan Memakai Masker

Wacana humor dalam spanduk Covid-19 dengan topik menggunakan masker adalah anjuran pemerintah untuk melindungi kesehatan individu dengan menggunakan alat pelindung diri berupa masker yang menutupi hidung dan mulut pada saat keluar rumah atau berinteraksi dengan orang lain. Spanduk Covid-19 yang mengandung humor dengan topik memakai masker dapat dilihat pada contoh berikut.



Gambar Data (1)

Gambar Data (1) diklasifikasikan sebagai wacana humor Covid-19 dengan topik Imbauan kepada masyarakat untuk selalu memakai masker ketika keluar rumah atau berinteraksi. Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan frasa pada isi wacana *wajib pakai masker!!!* Kemudian wacana tersebut disertai kalimat pelengkap *lebih baik agak susah nafas daripada hilang nafas*. Kalimat pelengkap tersebut merupakan bentuk saran untuk memberikan topik wacana yaitu *wajib pakai masker*. Data lain spanduk humor yang bertopik memakai masker pada data berikut.

Gambar Data (2) dan (3) diklasifikasikan sebagai wacana humor Covid-19 dengan topik



Gambar Data (2)



Gambar Data (3)

memakai masker. Hal tersebut dapat dilihat dari penggunaan frasa pada (2) *lebih baik pakai maskermu*, dan pada (3) *ra maskeran di Jotosi (tidak bermasker dipukuli)*. Tuturan *lebih baik pakai maskermu* secara semantis bermakna saran. Hal tersebut dipertegas dengan kalimat penjelas *daripada kafan yang kamu pakai* merupakan implikatur bahwa memakai masker dapat menyelamatkan nyawa. Sedangkan pada frasa (3) *ra maskeran di jotosi (Tidak bermasker dipukuli)* merupakan bentuk ancaman bagi yang tidak memakai masker, secara tidak langsung wacana (3) tersebut menginstruksikan untuk wajib memakai masker.

Topik Imbauan Jaga Jarak

Spanduk Covid-19 dengan topik *Jaga Jarak* merupakan imbauan seluruh masyarakat untuk melakukan protokol kesehatan yang dikeluarkan oleh Kemenkes melalui surat edaran No. HK.01.07/MENKES/382/2020 yang menyatakan bahwa prinsip umum protokol kesehatan dalam pencegahan dan pengendalian Covid-19 salah satunya dengan menjaga jarak minimal 1 meter dengan orang lain untuk menghindari terkena *droplet* dari orang yang berbicara, batuk dan bersin (COVID, 19AD). Adapun bentuk wacana humor pada spanduk Covid-19 dengan topik menjaga jarak dapat dilihat pada contoh berikut.



Gambar Data (4)

Gambar Data (4) pada wacana di atas dikategorikan sebagai imbauan dengan topik *jaga jarak*. Hal tersebut dilihat pada isi wacana *fisik harus jaga jarak*. Bentuk ungkapan *Fisik harus jaga jarak* secara jelas menyatakan imbauan untuk melakukan protokol kesehatan dalam mencegah penularan Covid-19 karena terdapat pemarkah *Lawan Corona* yang merupakan unsur pelengkap wacana. Data lain spanduk humor dengan topik jaga jarak dapat dilihat pada data berikut.

Gambar Data (5) dan (6) pada wacana di atas dikategorikan sebagai spanduk Covid-19 topik



Gambar Data (5)



Gambar Data (6)

jaga jarak. Hal tersebut dilihat penggunaan kata maupun frasa pada (5) *Physical Distancing* dan (6) *LDR*. Pada ungkapan *Physical Distancing* merupakan ungkapan dalam bahasa Inggris yang artinya *menjaga jarak*. Sedangkan kata *LDR* merupakan singkatan dari *Long Distance Relationship* yang artinya hubungan jarak jauh yang dapat dimaknai tidak saling bertemu atau saling terpisah. Kedua bentuk ungkapan tersebut dipahami sebagai pemarkah untuk menjaga jarak fisik.

Topik Imbauan di Rumah Saja (*Stay At Home*)

Spanduk Covid-19 dengan tema *di Rumah Saja* merupakan bentuk anjuran pemerintah untuk melakukan pembatasan sosial berskala besar di berbagai wilayah yang diduga terdampak Covid-19. Hal tersebut mulai disosialisasikan semenjak dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020 tentang pembatasan sosial berskala besar dalam rangka percepatan penanganan Covid-19 (Indonesia, 2020). Pembatasan sosial berskala besar paling sedikit meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan dan pembatasan kegiatan di tempat umum. Setelah dikeluarkannya surat tersebut, mulai banyak dikampanyekan untuk *di rumah saja*, *bekerja di rumah*, dan *ibadah di rumah* yang kemudian dibuat dalam spanduk yang bernuansa humor. Contoh wacana humor pada spanduk Covid-19 dengan topik *di rumah saja* dapat dilihat pada contoh berikut.



Gambar Data (7)



Gambar Data (8)



Gambar Data (9)

Wacana humor dalam spanduk Covid-19 pada data (7), (8) dan (9) dikategorikan sebagai imbauan untuk tetap di rumah saja. Pengklasifikasian tersebut ditinjau dari topik yang terdapat dalam wacana. Pada data (7) *Lebih baik di rumah saja*, (8) *Neng Omah wae (di rumah saja)* dan (9) *Di*

rumah Wae (saja). Pada penggunaan frasa *di rumah saja* dan *lebih baik di rumah saja*, pada wacana (7) sampai (9) merupakan bagian inti wacana yang memrepresentasikan dampak ketika *tidak tinggal di rumah* dapat berakibat *masuk rumah sakit, masuk kuburan, dan masuk IGD*. Jadi secara tidak langsung ketiga wacana tersebut merupakan bentuk imbauan untuk di rumah saja.

Topik Imbauan Jangan Mudik

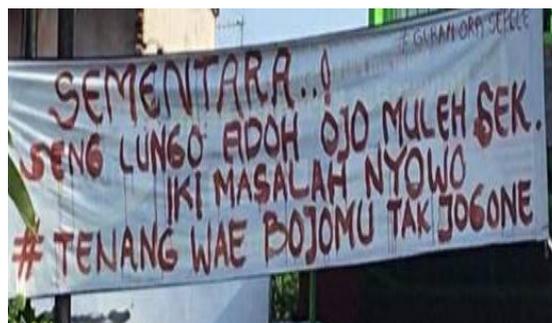
Spanduk Covid-19 dengan topik *jangan mudik* merupakan bentuk imbauan kepada seluruh masyarakat agar menunda mudik pada libur Hari Raya Idul Fitri. Hal tersebut dilakukan sebagai upaya pengendalian penyebaran Covid-19 yang mungkin saja bisa ditularkan pemudik kepada orang kampung halaman atau pada saat melakukan perjalanan menggunakan moda transportasi umum. Bentuk imbauan Covid-19 dengan topik *jangan mudik* yang mengandung humor dapat dilihat pada contoh berikut.



Gambar Data (10)



Gambar Data (11)



Gambar Data (12)

Wacana humor pada spanduk Covid-19 pada data (10) sampai (12) dikategorikan sebagai imbauan dengan topik *Jangan Mudik*. Penentuan tersebut sesuai dengan digunakannya ungkapan *jangan mudik!!* pada data (10), *Mudik membawa corona sengsara keluarga* pada data (11) dan ungkapan *ojo muleh sek (jangan pulang dulu)* pada data (12). Data (10) secara jelas menyatakan ungkapan seruan *jangan mudik!!*, sedangkan pada data (11) ungkapan *mudik membawa Corona sengsara keluarga* merupakan bentuk ungkapan keresahan yang ditujukan bagi perantau yang ada di kota, apabila mudik dapat berdampak menularkan virus bagi keluarga yang ada di kampung halaman. Selanjutnya pada data (12) ungkapan *ojo muleh disek* merupakan bentuk ungkapan bahasa Jawa yang artinya *jangan pulang dulu*. Ketiga ungkapan tersebut merupakan bentuk imbauan agar tidak pulang kampung agar tidak menularkan virus Corona ke kampung halaman.

Teknik Penciptaan Humor pada Spanduk Covid-19

Teknik penciptaan humor dalam sebuah wacana cukup beragam, salah satunya dengan memanfaatkan unsur pragmatik. Adanya pelanggaran prinsip kerja sama, dalam pragmatik dapat

menimbulkan efek kelucuan pada suatu bahasa, misalnya. Menurut Grice (1975) dalam Wijana, 2003) terdapat empat prinsip kerjasama dalam pragmatik yaitu maksim kuantitas, maksim kualitas, maksim relevansi dan maksim cara. Pada bagian ini dibahas pemanfaatan pelanggaran prinsip kerja sama dalam spanduk Covid-19 untuk membangun efek humor.

Pelanggaran Maksim Kualitas

Maksim kualitas menuntut pengguna bahasa dapat memberikan informasi atau menyatakan suatu hal yang sebenarnya dan berdasarkan bukti-bukti yang memadai. Apabila pengguna bahasa menyatakan atau membuat informasi yang tidak mengandung kebenaran atau diyakini tidak benar dinyatakan melanggar maksim kualitas. Humor dalam spanduk Covid-19 yang diciptakan dengan teknik pelanggaran maksim kalitas sebagai berikut.

Data (11) *Tidak menerima oleh-oleh Covid-19 dari kota
Mudik membawa corona sengsara keluarga*

Data (11) merupakan isi spanduk Covid-19 dengan tema jangan mudik. Letak humor data tersebut terdapat pada ungkapan *tidak menerima oleh-oleh Covid-19 dari kota*. Kemudian kalimat tersebut dipertegas dengan tuturan *mudik membawa corona sengsara keluarga*. Berdasarkan maksim kualitas, *oleh-oleh* secara harfiah dimaknai pemberian yang diwujudkan dalam bentuk barang atau benda seperti makanan atau kerajinan khas daerah setempat yang dibawakan seseorang ketika pulang berpergian. Oleh-oleh umumnya berwujud fisik sehingga dapat dilihat, dirasa, dipegang atau disimpan. Ungkapan yang menggambarkan *oleh-oleh* dalam bentuk Covid-19 melanggar maksim kualitas karena Covid-19 merupakan virus yang tidak nampak secara fisik dan justru dihindari agar tidak berdampak virus tersebut. Pelanggaran maksim tersebut yakni diciptakan secara sengaja untuk menciptakan humor sekaligus memberikan pesan bagi orang yang berpergian atau di kota untuk tidak mudik karena berpotensi membawa virus ke kampung halaman.

Contoh lain spanduk Covid-19 yang mengandung humor karena adanya pelanggaran maksim kualitas dapat dilihat pada data berikut

Data (6) *Cinta aja bisa LDR masa ke corona nggak bisa, putus hubungan aja deh dengan Corona.*

Data (13) *Jaman sekarang hanya ada 3 pilihan:*

1. *Berdiam diri di rumah mengikuti anjuran pemerintah*
2. *Masuk ke IGD*
3. *Foto kamu nempel pada (buku) Yasin*

Pada data (6) pelanggaran maksim kualitas terdapat pada tuturan *putus hubungan aja deh dengan corona*, tuturan tersebut mengandung nilai humor karena dengan sengaja pengguna bahasa membuat pernyataan yang tidak benar. Secara fakta tidak ada orang yang menjalin hubungan dengan Corona. Penggunaan kata hubungan biasanya digunakan untuk menyatakan ikatan seperti hubungan pertemanan, hubungan saudara atau hubungan suami istri dan seterusnya. Secara struktural ungkapan tersebut benar tapi secara semantik tidak tepat dan melanggar maksim kualitas. Selanjutnya pada data (13) pelanggaran maksim kualitas terjadi pada tuturan *jaman sekarang hanya ada 3 pilihan, berdiam diri di rumah mengikuti anjuran pemerintah, masuk IGD, foto kamu nempel pada yasin*. Tuturan tersebut menjadi humor karena tidak ada kebenaran bahwa jaman sekarang hanya ada tiga pilihan itu saja. Selain itu terdapat implikatur pada ungkapan *foto kamu nempel pada yasin* yang maksudnya meninggal dunia. Implikatur tersebut juga memicu adanya humor, namun adakalanya, penggunaan bahasa yang mengandung implikatur dapat menyulitkan pembaca atau pendengar dalam memahami makna (Ahsanurrijal & Setiaji, 2019).

Pelanggaran Maksim Relevansi atau Hubungan

Maksim relevansi atau hubungan menuntut pengguna bahasa dapat memberikan informasi atau pernyataan yang relevan dengan topik atau permasalahan. Jika informasi atau pernyataan tidak memiliki relevansi atau hubungan dengan topik pembahasan, maka melanggar maksim relevansi. Contoh humor dalam spanduk Covid-19 yang memanfaatkan pelanggaran maksim relevansi sebagai berikut.

Data (1) Lebih baik pakai maskermu
Daripada kafan yang kamu pakai

Data (1) terdapat dua tuturan yang merupakan isi dari wacana pada spanduk Covid-19 yaitu (a) *Lebih baik pakai maskermu*, (b) *daripada kafan yang kamu pakai*. Kedua tuturan tersebut secara eksplisit menekankan akan pentingnya menggunakan masker, hal tersebut dilihat pada pemarkah *lebih baik pakai masker*. Pada data (1) humor terjadi karena adanya pelanggaran maksim relevansi. Pelanggaran itu terjadi pada tuturan *daripada kafan yang kamu pakai*. Tuturan tersebut melanggar maksim relevansi karena tidak ada koherensi antara dua entitas untuk menentukan pilihan antara *memakai masker* atau *memakai kain kafan*. Kedua tuturan dalam wacana tersebut akan koheren apabila tuturan penjelas diganti dengan tuturan yang lazim, misalnya *daripada meninggal dunia terjangkau virus*. Dengan diubahnya tuturan penjelas maka menjadi rangkaian wacana yang koheren yaitu *Lebih baik pakai maskermu, daripada meninggal dunia terjangkau virus*. Namun, wacana tersebut hilang nilai humornya.

Data lain yang menunjukkan adanya pelanggaran maksim relevansi dalam menciptakan humor Covid-19 dapat dilihat pada data berikut.

Data (7) Daripada di rumah sakit
Apalagi di rumah duka
Lebih baik di rumah saja
Data (14) Tukang kredit dan tukang tagih hutang dilarang masuk
Kami ingin sehat badan dan pikiran

Pada data (7) terdapat tiga ungkapan yang merupakan isi wacana spanduk Covid-19 dengan tema *di rumah saja*. Isi wacana tersebut melanggar maksim relevansi yaitu pada ungkapan *daripada di rumah sakit, apalagi di rumah duka, lebih baik di rumah saja*. Ungkapan tersebut secara fungsi merupakan bentuk suatu ungkapan yang berupa saran untuk tinggal di rumah saja, namun efek saran yang ditampilkan ungkapan tersebut tidak ada relevansinya yaitu *daripada di rumah sakit atau di rumah duka*. Ungkapan tersebut menjadi relevan apabila diganti dengan ungkapan *daripada sakit tertular virus, apalagi meninggal dunia tertular virus lebih baik di rumah saja*. Namun jika ungkapan tersebut diganti seperti demikain akan kehilangan nilai humornya. Selanjutnya pada data (14) ungkapan larangan menagih hutang tidak ada relevansinya dengan badan sehat, sehingga tuturan tersebut melanggar maksim relevansi.

Pelanggaran Maksim Kuantitas

Prinsip maksim kuantitas yaitu penutur atau pengguna bahasa diharapkan membuat informasi atau pernyataan yang cukup, relatif memadai dan seinformatif mungkin. Informasi atau pernyataan yang dibuat oleh penutur tidak boleh melebihi informasi yang dibutuhkan mitra tutur. Jika informasi yang diberikan melebihi yang dibutuhkan maka melanggar maksim kuantitas. Hal yang harus dipenuhi dalam maksim kuantitas yaitu (1) buatlah tuturan yang informatif sesuai yang dibutuhkan (2) jangan membuat percakapan lebih informatif dari yang dibutuhkan. Berikut data yang menunjukkan pelanggaran maksim kuantitas.

Data (4) #JAGAJARAKFISIK
Fisik harus **jaga jarak**

Hubungan kita jangan dong Lawan corona

Data (4) pelanggaran maksim kuantitas terletak pada isi wacana spanduk Covid-19, isi wacana tersebut yaitu *Fisik harus jaga jarak. Hubungan kita jangan dong*. Tuturan tersebut melanggar maksim kuantitas, karena informasi yang dinyatakan berlebihan. Dalam maksim kuantitas informasi yang diperlukan pada data tersebut yaitu *fisik harus jaga jarak*, namun dengan adanya tuturan tambahan *hubungan kita jangan dong* menjadikan wacana tersebut melanggar maksim kuantitas dan berefek memunculkan humor. Jika tuturan *hubungan kita jangan dong* dihilangkan maka tidak akan mengurangi makna dari isi wacana tersebut, yaitu mengimbau agar jaga jarak, namun wacana tersebut kehilangan nilai humornya.

Data lain yang menunjukkan adanya pelanggaran maksim kuantitas pada spanduk Covid-19 sebagai berikut.

Data (10) STOP!!!

Warga Bintang agar tidak berpergian dulu,
Terlebih daerah endemic Covid-19
JANGAN MUDIK!!

Nikmat Membawa Sengsara

Data (1) Patuhi perda No. 2 tahun 2020

WAJIB PAKAI MASKER!!!

Lebih baik agak susah nafas dari pada hilang nafas

Data (10) merupakan wacana dengan topik jangan mudik. Pelanggaran maksim kuantitas terletak pada tuturan *nikmat membawa sengsara*. Pengguna bahasa ingin menciptakan efek lucu dengan menganalogikan bahwa *mudik* dianalogikan dengan suatu hal yang *nikmat* dan pada frasa *membawa sengsara* digambarkan dengan membawa virus yang dapat menyengsarakan orang di kampung halaman. Tanpa adanya ungkapan *nikmat membawa sengsara* pun informasi yang disajikan sudah cukup jelas bahwa *dilarang mudik atau berpergian terlebih daerah Covid-19*. Namun ungkapan *nikmat membawa sengsara* dimunculkan karena untuk menciptakan efek lucu.

Selanjutnya pada data (1) pelanggaran maksim kuantitas terdapat pada ungkapan *lebih baik agak susah nafas dari pada hilang nafas*. Ungkapan tersebut secara singkat menegaskan bahwa lebih baik agak susah nafas karena menggunakan masker daripada kehilangan nafas (meninggal dunia) terkena virus. Ungkapan tersebut terlalu informatif sehingga melanggar maksim kuantitas. Wacana (1) hanya menekankan informasi untuk *patuhi perda No 2 tahun 2020 yaitu wajib pakai masker*.

Pelanggaran Maksim Cara

Pelanggaran maksim cara terjadi apabila pengguna bahasa menyatakan informasi atau pernyataan yang tidak jelas, ambigu, berlebih-lebihan dan tidak teratur. Penciptaan humor dalam spanduk Covid-19 dengan memanfaatkan maksim cara dapat dilihat pada data berikut.

Data (15) Mari bersama-sama hindari Corona dengan Corona

Data (15) merupakan isi wacana dalam spanduk Covid-19 yang melanggar maksim Cara. Humor dalam wacana tersebut terletak pada topik atau tema yaitu *mari sama-sama hindari Corona dengan Corona*. Minghindari Corona dengan Corona yang dimaksud dalam data (15) adalah singkatan "C, O, R, O, N & A yang memiliki kepanjangannya *Cuci tangan..., Olah makanan bergizi..., Rehat di rumah..., Olah raga dan istirahat teratur, Nafas sesak dan batuk segera di obati, APD masker wajib dipakai jika anda batuk dan bersin*. Apabila pembaca tidak memperhatikan detail kalimat penjelas pada wacana tersebut maka tidak akan mengerti maksud dari wacana tersebut. Wacana pada data (15) tersebut melanggar *submaksim ketakkaburan*. Data lain yang menunjukan pelanggaran maksim cara pada data berikut.

- Data (16) Hindari Corona
Tetaplah hidup walau tak berguna
- Data (17) Corona itu takut sabun, Bro!
Ayo rajin mencuci tangan

Data (16) merupakan isi wacana yang terdiri dari topik dan penjelas. Topik berupa tuturan *hindari corona* dan penjelas *tetaplah hidup walau tak berguna*. Humor dalam wacana tersebut terletak pada tuturan penjelas yang menyatakan *tetaplah hidup walau tak berguna*. Pernyataan tersebut memunculkan implikatur bahwa sekalipun hidup sudah tidak ada gunanya jangan mati karena corona. Ungkapan tersebut bersifat ambigu, sehingga melanggar **submaksim keambiguan**. Selanjutnya data (17) letak humor terdapat pada kata *Bro!* Kata *Bro* merupakan bahasa gaul yang berasal dari singkatan *brother*, yaitu sebutan akrab kepada laki-laki. Sebagai bentuk bahasa gaul kata *Bro* kemungkinan tidak langsung dipahami kelompok sosial tertentu (Chaer & Agustina, 2004). Penggunaan bahasa gaul mencerminkan penggunaan bahasa yang bersifat tidak langsung dapat berefek humor. Nilai humor tersebut akan hilang apabila bentuk bahasa gaul *Bro* diganti dengan bahasa langsung seperti *teman-teman* atau *bapak-bapak*, sehingga menjadi tuturan *Corona itu takut sabun, teman-teman!* Berdasarkan hal tersebut maka pada data (17) terjadi pelanggaran **submaksim kelangsungan**.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan empat topik atau tema wacana humor pada spanduk Covid-19 yaitu (1) imbauan memakai masker, (2) jaga jarak, (3) *Stay at Home*, dan (4) jangan mudik. Jika merujuk pada imbauan pemerintah Keppres No. 7 Tahun 2020, terdapat satu tema atau topik yang tidak ditemukan pada spanduk humor Covid-19 yaitu tema mencuci tangan. Meskipun banyak spanduk yang membahas tentang mencuci tangan tapi tidak ditemukan wacana yang mengandung nuansa humor. Hal tersebut dapat diduga karena imbauan mencuci tangan tidak terlalu diabaikan oleh sebagian besar masyarakat. Beda halnya dengan imbauan memakai masker, jaga jarak, *Stay at Home*, dan larangan mudik yang merupakan imbauan yang sering dilanggar oleh sebagian masyarakat. Dengan kata lain, hal tersebut yang menjadi penyebab munculnya spanduk-spanduk Covid-19 yang bertujuan mengajak atau menghimbau dengan menyisipkan humor yang sifatnya menyindir, mengajak, dan mengancam.

Humor dalam spanduk Covid-19 terjadi karena adanya pelanggaran maksim prinsip kerjasama terutama pada bagian isi wacana. Pelanggaran maksim meliputi (1) maksim kualitas, (2) maksim relevansi, (3) maksim kuantitas dan (4) maksim cara. Pengguna bahasa dengan sengaja melanggar maksim prinsip kerjasama bukan semata ingin menciptakan efek lucu, namun karena ingin memunculkan maksud lain seperti menyindir, menyarankan maupun mengancam. Dengan kata lain, humor pada spanduk Covid-19 bertujuan untuk mengimbau dengan menyisipkan implikatur atau maksud lain seperti sindiran, saran atau ancaman. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Listiorini (2017) penciptaan humor di media online bertujuan untuk menyindir atau menyarankan suatu hal. Beda halnya dengan humor dalam acara di televisi tercipta dengan tujuan untuk mengejek, mengecoh, dan menghibur (Tiani, 2017).

Wacana humor pada spanduk Covid-19 sebagai media untuk mensosialisasikan, mengintruksi atau mengimbau masyarakat cukup efektif dari segi keterbacaannya, karena dapat menarik perhatian bagi pembaca. Namun secara fungsional kurang efektif karena masih banyak masyarakat yang tidak mengindahkan instruksi atau imbauan pemerintah melalui media spanduk yang bernuansa humor. Hal tersebut dilihat dari banyaknya masyarakat yang tetap nekad untuk mudik, tidak menghindari kerumunan atau jaga jarak. Imbauan spanduk Covid-19 yakni dapat memberi efek langsung bagi masyarakat apabila disertai sanksi yang dapat menjerat, bukan sekadar sindiran atau ancaman dalam bentuk humor.

PENUTUP

Wacana humor pada spanduk Covid-19 terbagi menjadi empat topik, yakni imbauan memakai masker, jaga jarak, *Stay at Home*, dan jangan mudik. Topik mencuci tangan tidak ditemukan dalam wacana humor spanduk Covid-19. Hal tersebut diindikasikan karena imbauan mencuci tangan tidak terlalu dilanggar oleh sebagian masyarakat. Beda halnya dengan imbauan yang lain seperti *jaga jarak*, *larangan mudik*, *Stay at Home*, dan *memakai masker* merupakan imbauan yang sering dilalaikan sebagian besar masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu, melalui strategi penyampaian pesan dengan nuansa humor dapat menarik perhatian pembaca dalam memengaruhi, menyadarkan, mencerahkan serta mengajak. Berdasarkan data, teknik penciptaan humor pada Spanduk Covid-19 terjadi karena adanya pelanggaran prinsip kerja sama (PKS) yang meliputi maksim kualitas, maksim relevansi, maksim kuantitas dan maksim cara. Pelanggaran maksim cara berkenaan dengan submaksim ketakkaburan, ketakambiguan, dan submaksim kelangsungan. Humor pada spanduk Covid-19 sebagai media dalam mengimbau, menginstruksi, mengajak dan menyampaikan pesan efektif digunakan untuk memancing perhatian masyarakat. Strategi penyampaian pesan dengan menyisipkan humor yang bersifat mengancam atau menyindir dapat menciptakan efek lucu sehingga dapat memengaruhi, menyadarkan, mencerahkan pembacanya. Kajian ini belum membahas permasalahan secara mendalam tentang bentuk karakteristik dari keempat pelanggaran maksim pada humor spanduk Covid-19. Hal lain yang juga perlu ditindaklanjuti yakni bentuk-bentuk implikatur terhadap penyimpangan prinsip kerjasama pada spanduk Covid-19. Saran ini tidak lepas dari keterbatasan analisis dari segi maksud atau tujuan penciptaan humor pada spanduk Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyani, I., & Purawinangun, I. A. (2019). Analisis Kesalahan Fonem pada Spanduk di Jalan Daan Mogot Jakarta Barat-Tangerang. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(2), 41–49.
- Ahmad, I. (2020). Spanduk dan Stiker sebagai Media Komunikasi untuk Melaporkan Peristiwa Kependudukan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 28–39.
- Ahsanurrijal, A., & Setiaji, A. B. (2019). Implikatur dan Prinsip Kesantunan dalam Acara Talk Show Mata Najwa Trans 7 (Tinjauan Pragmatik). *Lingue: Jurnal Bahasa, Budaya, dan Sastra*, 1(2), 149–156.
- Amelia, D. (2015). *Implikatur Percakapan dalam Wacana Humor*. Universitas Muhammadiyah Jember, Jember.
- Anis, M. Y. (2013). Humor dan Komedi dalam Sebuah Kilas Balik Sejarah. *Jurnal CMES*, 6(2), 199–209.
- Ardiansyah, R. (2014). Implikatur Percakapan dan Pelanggaran Prinsip Kerja Sama dalam Dialog Humor. *Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(2), 125–132.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2004). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Penerbit PT Rineka Cipta.
- Dewi, G. P. S. A. (2021). Bahasa Propaganda Baliho Partai Politik Nasionalis Pemilu 2019: Analisis Semiotika Sosial. *Jurnal KIBASP (Kajian Bahasa, Sastra Dan Pengajaran)*, 4(2), 212–228.
- Dynel, M. (2008). Introduction to Special Issue on Humour: A Modest Attempt at Presenting Contemporary Linguistic Approaches to Humour Studies. *Lodz Papers in Pragmatics*, 4(1), 1–12.
- Fatonah, I., Samingin, F. X., & Ekawati, M. (2018). Tindak Tutur Ilokusi pada Spanduk di Magelang. *Repetisi: Riset Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(1), 56–67.
- Grice, H. P. (1975). *Logic and conversation*. In *Speech Acts*. Brill.
- Hartati, O. (2017). Propaganda dalam Mars Perindo (Sebuah Kajian Semiotika Iklan Politik). *Promedia (Public Relation dan Media Komunikasi)*, 3(1), 54–67.
- Indonesia, P. (2020). Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019 (COVID-19). *Jakarta: Republik Indonesia*.



- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Leech, G. (2015). *Prinsip-Prinsip Pragmatik. The Principles of Pragmatics*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Listiorini, A. (2017). Wacana Humor dalam Meme di Media Online sebagai Potret Kehidupan sebagian Masyarakat Indonesia. *Litera*, 16(1), 15–27.
- Masrukhi, M. (2016). Iklan Komersial Media Cetak: Tinjauan Teks dan Konteks. *Jurnal CMES*, 9(2), 125–136.
- Mooney, A. (2004). Co-operation, Violations and Making Sense. *Journal of Pragmatics*, 36(5), 899–920.
- Ratnawati, H. D. (2019). Karakteristik Tuturan Humor. *Belajar Bahasa: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(2), 187–194.
- Ross, A. (2005). *The Language of Humour*. Routledge.
- Setiyanto, E. (2018). Humor dalam Rambu Lalu Lintas. *Widyaparwa*, 46(2), 99–111.
- Setiawan, C. A., & Yakub Nasucha, M. (2018). *Analisis Diksi dalam Bahasa Spanduk Himbauan Satlantas Jawa Tengah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sudaryanto, D. P. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa (Method and Technique of Language Study)*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sudrajat, H. A. (2015). Analisis Kesalahan Bahasa dan Makna Bahasa pada Spanduk di Sepanjang Jalan Siliwangi Kabupaten Kuningan Periode Februari 2015. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 7(2), 67–80.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, dan Penelitian Evaluasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhadi, M. A. (1989). *Humor itu Serius: Pengantar ke "Ilmu Humor"*. Pustakakarya Grafikatama.
- Tiani, R. (2017). Strategi Pragmatik dalam Penciptaan Humor di Televisi. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 12(2), 42–51.
- Ulam, A., Emzir, E., & Nuruddin, N. (2018). Analisis Linguistik Prinsip Kerja Sama dalam Tuturan Cerita Humor Nawâdir Juhâ Li Al-Athfâl. *Arabi: Journal of Arabic Studies*, 3(2), 157–166.
- Ustari, P. (2019). *Pelanggaran Prinsip Kerja Sama dan Implikatur Percakapan dalam Acara "Waktu Indonesia Bercanda" di NET TV*. Unnes.
- Utami, I. I. (2018). Strategi Humor pada Acara Stand Up Comedy. *Adabiyât: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 2(2), 219–245.
- Wijana, I. D. P. (2003). *Kartun: Studi tentang Permainan Bahasa*. Yogyakarta: Ombak.

DAFTAR SUMBER DATA

- <https://www.99.co/blog/indonesia/gambar-spanduk-unik-lockdown-corona/>. (Diunduh, Rabu, 02 Desember 2020; Pukul 11.30)
- <https://www.brilio.net/ngakak/15-spanduk-unik-peringatkan-bahaya-corona-kocak-tapi-mengena-2004090.html>. (Diunduh, Rabu, 02 Desember 2020; Pukul 13.50)
- <https://news.okezone.com/read/2020/04/13/512/2198667/cara-unik-warga-ingatkan-pandemi-corona-lawat-spanduk-kalimat-lucu>. (Diunduh, Rabu, 02 Desember 2020; Pukul 22.00)