



## ANALISIS SEMIOTIKA TENTANG PENCEGAHAN COVID 19 MELALUI KOMIK DIGITAL (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @MICECARTOON.CO.ID)

I Gede Titah Pratyaksa<sup>1</sup>, Niluh Wiwik Eka Putri<sup>2</sup>  
STAHN Mpu Kurutan Singaraja

### Abstract

*The socialization of Covid 19 Prevention by the government has still not been able to touch the basic layers of Indonesian society. This encourages efforts to spread awareness about 3M implementation, one of which is through persuasive communication through digital comics. The purpose of this study was to determine persuasive communication about the socialization of Covid 19 prevention through digital comics. This research uses a qualitative approach with a case study method on the Instagram @micecartoon.co.id account. Data collection techniques using interviews, observation, and literature study. This research uses the concept of persuasive communication, socialization of Covid 19 prevention, and digital comics. The results of the study consisted of three things, namely the implementation of persuasive communication about the socialization of prevention of COvid 19 through digital comics which had an affective, cognitive, or conative objective. The strategy used is the strategy of composing messages, channel selection, and feedback. In addition, persuasive communication about the prevention of Covid 19 is also influenced by the visualization of comics as a medium through character depiction and color selection.*

### Keywords

*Analisis Semiotika, Covid 19 Prevention, Digital Comics*

### PENDAHULUAN

Sosialisasi yang telah dilakukan pemerintah tentang pencegahan Covid 19 bisa dibilang belum maksimal. Lonjakan pasien positif terus bertambah setiap harinya merupakan sebuah pekerjaan rumah

(PR) yang besar yang harus dikendalikan oleh pemerintah. Dikutip dari rri.com, Presiden Joko Widodo mengakui bahwa sosialisasi terkait vaksinasi Covid-19 masih belum maksimal di tengah masyarakat. Jokowi tidak ingin masyarakat ikut vaksinasi karena

<sup>1</sup> titahpratyaksa@gmail.com

<sup>2</sup> wiwikekaputri@gmail.com

ditakut-takuti, melainkan masyarakat ikut vaksinasi karena kesadaran sendiri.

Komunikasi persuasif berasal dari kata bahasa Inggris *persuasion*. Sedangkan istilah *persuasion* sendiri merupakan turunan dari bahasa Latin *persuasio* yang kata kerjanya *persuade*. Komunikasi persuasif merupakan upaya mengubah atau memperkuat sikap atau kepercayaan khalayak atau pada upaya mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu (De Vito, 2011).

Seseorang akan berusaha dalam berbagai situasi untuk mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain memahami apa yang diucapkan. Proses mempengaruhi sikap disebut “membujuk” atau *persuasi* (Tubbs dan Moss, 2008). Komunikasi persuasif merupakan kajian komunikasi yang dapat digunakan untuk mempengaruhi sikap seseorang terhadap suatu isu, salah satunya isu tentang pencegahan Covid 19.

Berdasarkan permasalahan di atas, perlu dilakukan inovasi terkait sosialisasi pencegahan Covid 19. *Feedback* dari masyarakat diperlukan untuk mengetahui berhasil atau tidaknya strategi yang telah dilakukan. Salah satunya adalah dengan sosialisasi melalui komik digital.

Analisis semiotika yang digunakan untuk menganalisis komik digital adalah agar mengetahui pesan-pesan yang disampaikan oleh komikus. Salah satu komik digital yang ikut berpartisipasi dalam pencegahan Covid 19 adalah Instagram Mice Cartoon. Selama masa pandemic Covid 19, Mice Cartoon sudah membuat puluhan komik digital seputar Covid 19. *Feedback* dari masyarakat terhadap pesan di komik pun mencapai ribuan *love*, ratusan komentar, serta followernya mencapai ribuan.

Secara ringkas semiotika adalah ilmu tanda. Bagaimana menafsirkan dan

bagaimana meneliti bekerjanya suatu tanda dalam membentuk suatu kesatuan arti atau suatu makna baru saat ia digunakan. Semiotik merupakan suatu metode analisa isi media atau suatu teks, di mana analisa tersebut mengadaptasi model analisa linguistic dari Ferdinand De Saussure (1960). Saussure memberikan pengertian semiotika sebagai: sebuah ilmu yang mempelajari tentang bekerjanya tanda-tanda sehingga dapat dipahami dalam masyarakat. Dengan semiotika akan dapat ditampilkan apa saja yang membentuk tanda-tanda dan bagaimana bekerjanya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan metode penelitian studi kasus. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan tingkah laku orang lain yang diamati (Ghony & Almanshur, 2012). Penelitian kualitatif ditujukan untuk mencapai pemahaman mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus, ketimbang mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar sebuah populasi (Gunawan, 2014). Studi kasus merupakan metode penelitian yang memusatkan diri pada satu objek tertentu dan mempelajarinya sebagai suatu kasus.

Peneliti melakukan studi kasus pada sebuah akun Instagram @micecartoon.co.id, yaitu sebuah akun yang membuat dan membagikan konten seputar isu-isu yang berkembang di Indonesia, salah satunya tentang Covid 19. Akun @micecartoon.co.id merupakan salah satu akun Instagram di Indonesia yang membuat dan mengunggah konten berbentuk komik digital yang salah satunya membahas tentang Covid 19.

Subjek dalam penelitian ini adalah Instagram @micecartoon.co.id. serta

beberapa followers akun @micecartoon.co.id. Adapun objek dalam penelitian ini adalah Analisis Semiotika Tentang Pencegahan Covid 19 Melalui Komik Digital.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi terhadap akun Instagram @micecartoon.co.id dan observasi non partisipan dimana penulis mengamati analisis semiotika dalam akun Instagram @micecartoon.co.id dari Bulan Februari 2020 –Agustus 2020, seperti pesan dalam komik, keterangan (caption), dan umpan balik dari para followers. Peneliti juga melakukan studi pustaka untuk melengkapi data lebih lanjut.

Teknik pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini terdiri dari tiga proses, yaitu proses reduksi data untuk memilih dan menyederhanakan data yang diperlukan atau tidak diperlukan dan mengembangkan sistem kode, lalu proses penyajian data dalam bentuk narasi dan gambar, dan terakhir proses menarik kesimpulan.

Data yang diperoleh peneliti harus diperiksa keabsahannya dan teknik keabsahan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah suatu teknik membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang didapatkan melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Ghony & Almanshur, 2012).

## PEMBAHASAN

### Semiotika Komik Digital

Menurut Umberto Eco (2010) yang dikutip oleh Berger mengatakan semiotika berkaitan dengan segala hal yang dimaknai tanda-tanda. Suatu tanda adalah segala sesuatu yang dapat dilekati (dimaknai)

sebagai penggantian yang signifikan untuk sesuatu lainnya. Semiotik atau semiologi merupakan terminologi yang merujuk pada ilmu yang sama.

Istilah semiologi lebih banyak digunakan di Eropa sedangkan semiotik lazim dipakai oleh ilmuwan Amerika. Semiologi dikenal sebagai studi sistematis tentang tanda-tanda. Arti harfiahnya ialah “kata-kata mengenai tanda-tanda”. Istilah yang berasal dari kata Yunani semeion yang berarti ‘tanda’ atau ‘sign’ dalam bahasa Inggris itu adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda. Dalam perkembangan selanjutnya, istilah semiotika lebih populer dari pada semiologi.

Menurut Jafar Lantowa dkk (2017:3) dalam bukunya ‘Semiotika Teori, Metode dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra’, mengatakan berkaitan dengan tanda, Pierce membagi tiga komponen dalam definisi tanda, yaitu representamen, interpretan, dan objek. Bagi Pierce, tanda “*is something which stands to somebody for something in some respect or capacity*”. Artinya sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi disebut *ground* oleh Pierce.

Penggunaan kata-kata mengenai tanda-tanda bisa dijumpai dalam komik digital. Selain tampilan yang kekinian dan menarik, informasi yang diberikan pun aktual. Apalagi selama masa Pandemi Covid 19, *micecartoon* selalu memberikan informasi ataupun kritikan terhadap apapun tentang Pandemi Covid 19. Komik digital mampu menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Komik merupakan cerita yang bertekanan pada gerak dan tindakan yang ditampilkan lewat urutan gambar yang dibuat secara khas dengan paduan kata-kata (Franz & Meter, 1994:55).

Semiotika digunakan sebagai pendekatan untuk menganalisis media

dengan asumsi bahwa media itu sendiri dikomunikasikan melalui seperangkat tanda. Teks media tersusun atas seperangkat tanda itu tidak pernah membawa makna tunggal. Kenyataannya teks media memiliki ideologi atau kepentingan tertentu, memiliki ideologi dominan yang terbentuk melalui tanda tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa teks media membawa kepentingan-kepentingan tertentu dan juga kesalahan-kesalahan tertentu yang lebih luas dan kompleks. (Wibowo, 2013:9-11)

M.S. Gumelar (2011: 7) juga menjelaskan bahwa komik adalah urutan-urutan gambar yang ditata sesuai tujuan dan filosofi pembuatnya hingga pesan cerita tersampaikan, komik cenderung diberi lettering yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan. Komik didefinisikan sebagai bentuk kartun yang mengungkapkan karakter dan menerapkan suatu cerita dalam urutan yang erat hubungannya dengan

gambar dan dirancang untuk memberikan hiburan kepada para pembaca (Daryanto, 2011: 127).

Sedangkan, Maharsi (2010: 7) komik merupakan gambar membuat cerita mudah diserap atau dipahami, sementara itu teks membuat komik menjadi mudah dimengerti dan alur cerita membuat pesan atau informasi yang ingin disampaikan akan mudah untuk diikuti dan diingat.

Komik bisa dijadikan alternatif komunikasi bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Manusia sebagai makhluk sosial sangat memerlukan interaksi antar manusia. Oleh karena itu, diperlukan komunikasi secara visual, audio maupun audio visual. Komunikasi tersebut dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan berbagai ragam sarana komunikasi.

### **Sosialisasi Cegah Covid 19 dalam Micecartoon**



Gambar 1. Mice Cartoon "Amannn"

Gambar meme di atas berjudul "Amannn" menampilkan keluarga Mice (Istri dan anak-anaknya) lengkap dengan dialog antara Bapak, Ibu dan anak terkait pencegahan Covid-19.

### **Hasil Kualifikasi Berdasarkan Sign**

#### **1. Qualisign**

*Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda. Kata keras menunjukkan suatu tanda. Misalnya, suaranya keras yang menandakan orang itu marah atau ada sesuatu yang diinginkan (C.S. Pierce: Pateda, 2001:44). *Qualisign* yang ada pada meme ini

terlihat dari *background* berwarna putih dan hitam. Warna putih sering dikaitkan dengan kemurnian, kebersihan, dan kebajikan. Hitam adalah warna netral terkuat. Di sisi positif, ini biasanya dikaitkan dengan kekuasaan, keunggulan, dan formalitas (detik.com). Dari kedua warna *background* meme ini yaitu putih dan hitam, menandakan jika Mice sebagai seorang kepala keluarga yang bijak memiliki kekuasaan untuk mengambil keputusan. Mice menolak ajakan istrinya untuk bepergian ke Mall karena Covid 19 sudah mulai ke Indonesia. Di satu sisi Mice berhasil melindungi keluarganya dari Covid 19 dengan makan di rumah aja. Di sisi lain, Mice berhasil menyelamatkan keuangan keluarga.

## 2. *Sinsign*

*Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda. (C.S. Pierce: Pateda, 2001:44). Tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilan dalam kenyataan. Semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan dapat merupakan *sinsign*. Misal jerit kesakitan, heran, atau ketawa riang. Kita dapat mengenal orang dan cara jalan, ketawanya, nada suara yang semuanya itu merupakan *sinsign*. *Sinsign* yang ada pada meme ini terlihat dari pernyataan dan ekspresi ketakutan Mice terhadap Covid 19. “Waduuuh....Jangan ke Mall dulu deeehh...Waspada! Jaga2 tertular virus corona....” menandakan ketakutan Mice terhadap Covid 19.

## 3. *Legisign*

*Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda. Tanda-tanda lalu lintas merupakan bentuk *Legisign*. Hal itu juga dapat dikaitkan dari gerakan isyarat tradisional, seperti mengangguk yang berarti

“ya”, mengerutkan alis, dan cara berjabat tangan (C.S. Pierce: Pateda, 2001:44).

*Legisign* pada meme ini adalah penggunaan masker dan ekspresi ketakutan dan tersenyum sumringah oleh tokoh Mice. Ekspresi Mice yang ketakutan dengan memakai masker dan kemudian menunjukkan gigi dan mata terbuka sembari tersenyum mengangkat alisnya. Hal ini menandakan ketakutan Mice untuk bepergian ke Mall karena dia tidak mau keluarganya tertular Covid 19. Dengan memakai masker, ia mencoba mengajak keluarganya untuk tetap berdiam diri di rumah. Ketika Mice membuka masker dan mengangkat alis menandakan bahwa selain berhasil menyelamatkan keluarga, ia juga berhasil menyelamatkan uang keluarga.

## Hasil Analisis Berdasarkan Klasifikasi *Object*

### 1. Ikon

Ikon adalah adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan; misalnya potret dan peta (C.S. Pierce: Pateda, 2001:44). Ikon pada meme ini dilihat dari tokoh Mice dan keluarganya yang *stay at home* (berdiam diri di rumah). Aktivitas Mice dan keluarganya tersebut mewakili seluruh rakyat Indonesia yang ini selalu waspada terhadap penyebaran virus Covid 19. Mice mencoba mengajak masyarakat untuk berdiam diri di rumah agar tidak tertular Covid 19.

### 2. Indeks

*Indeks* adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab-akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada

kenyataan. Contoh yang paling jelas adalah asap sebagai tanda adanya api (C.S. Pierce: Pateda, 2001:44). Indeks pada meme ini terlihat dalam percakapan yang mereka lakukan seperti:

1. Ibu: "Nanti makan malem di mall yuk Pah?!"; Anak: "Yeeaach! Horeee...ke mall! Udah lama gak ke mall, Papaah...Pliiiiss...";
2. Mice: "Waduuuh....Jangan ke Mall dulu deeehh...Waspada! Jaga2 tertular virus corona....; (Penyebab).
3. Ibu: "Iya Dek...Dengerin kata Papa...makan di rumah aja yah...". (Akibat)

Pernyataan sebab-akibat ini menandakan jika selama musim pandemic Covid 19, Mice dan istrinya sepakat untuk berdiam diri di rumah sekaligus memberikan contoh kepada masyarakat bahwa pentingnya menjaga diri, waspada dan tidak bepergian ke tempat yang ramai demi kesehatan dan keselamatan bersama.

### 3.Simbol

Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau aturan. (C.S. Pierce: Pateda, 2001:44). Simbol yang ada pada meme ini terlihat dari ekspresi Mice yang ketakutan dengan memakai masker. Ekspresi ini sekaligus mewakili ketakutan masyarakat terhadap besarnya resiko penularan virus Covid 19.

### C. Interpretasi Penulis

Pada gambar meme diatas berjudul "Amannn" yang diupload oleh Mice Cartoon pada tanggal 16 Februari 2020 dengan jumlah 4.064 *like*. Dari pemaparan berdasarkan klasifikasi *sign*, *objek*, dan *interpretan* maka penulis

menginterpretasikan bahwa meme ini merupakan bentuk keresahan dari masyarakat Indonesia terhadap virus Covid 19. Hal ini terlihat dari ekspresi wajah dan juga beberapa diskusi antara Mice dan keluarganya terkait berdiam diri di rumah atau yang lebih dikenal Physical Distancing. *Physical distancing* adalah masyarakat diminta untuk menghindari hadir di pertemuan besar atau kerumunan orang. Jika berada di antara orang, jaga jarak dengan orang lain sekitar 6 kaki atau setara dengan 2 meter. Umumnya, kerumunan orang adalah pusat perbelanjaan, bioskop atau stadion. Walaupun mungkin mengecewakan mendengar bahwa begitu banyak acara olahraga, festival, dan pertemuan lainnya dibatalkan, ada alasan kesehatan masyarakat untuk tindakan ini. Pembatalan ini membantu menghentikan atau memperlambat penyebaran penyakit yang memungkinkan sistem perawatan kesehatan untuk lebih siap merawat pasien dari waktu ke waktu.

Membatalkan acara yang cenderung menarik perhatian banyak orang adalah contoh *Physical distancing*. *Physical distancing* sengaja meningkatkan ruang fisik antara orang-orang untuk menghindari penyebaran penyakit. Beberapa tokoh penting, artis, serta seluruh lapisan masyarakat di dunia umumnya, Indonesia khususnya, berlomba-lomba mengkampanyekan gerakan *physical distancing*. Mereka menyarankan agar menghindari kerumunan yang lebih besar atau ruang ramai. Beberapa diantaranya seperti bekerja dari rumah, belajar online bagi para mahasiswa, bertemu orang lain dengan telepon atau *video call*, membatalkan atau menunda konferensi dan rapat besar, dan lain sebagainya.

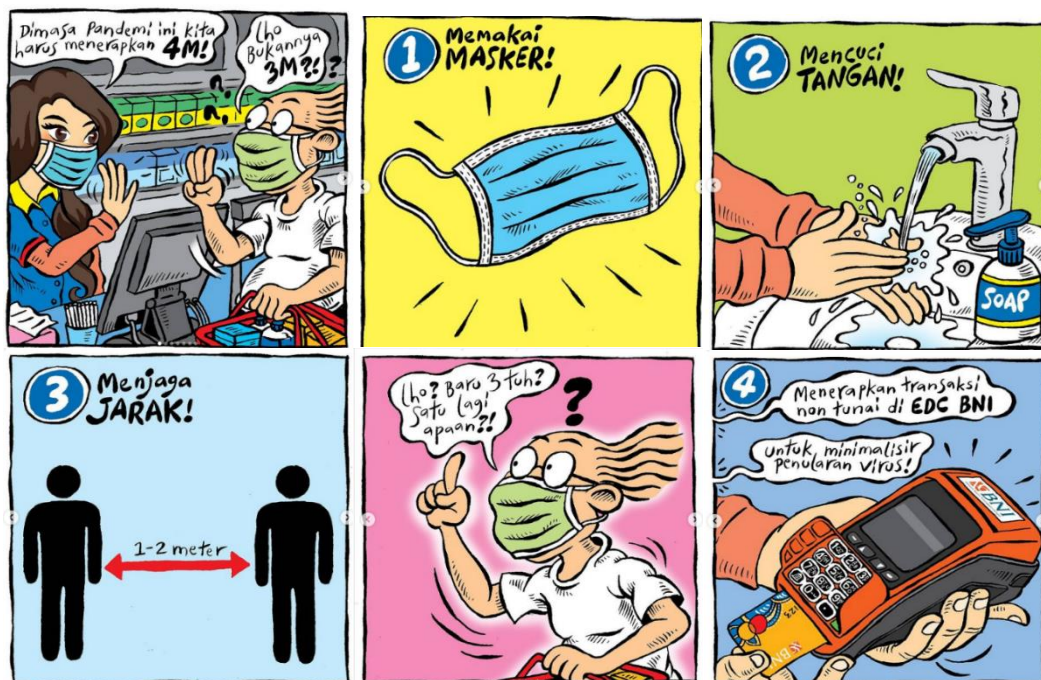


Pernyataan Mice tersebut didukung oleh netizen yang turut berkomentar. Seperti yang dilontarkan oleh akun @dhimas\_aditya\_aditama: “Patut dicoba nih Om Mice.. Sapa tau mempan juga. Wkwkwk”; @marrymeyy: “Yaahh om mice..suamiku baca deh..ditiru deh”. Dua pernyataan netizen tersebut menandakan bahwa kartun Mice berjudul “Amannn” sukses diterapkan oleh masyarakat di keluarga mereka masing-masing. Hal tersebut senada dengan ajakan pemerintah untuk menggunakan media sosial dalam mengkampanyekan physical distancing. Kehadiran media sosial seakan menjadi jawaban terhadap dahaga publik untuk terhubung satu sama lain. Keterhubungan

itu berimplikasi pada penumpukan pesan hasil karya publik di media sosial.

Pemerintah Indonesia menggunakan *new media* dalam mensosialisasikan *physical distancing*. Dalam berbagai media online, Presiden Joko Widodo mengimbau masyarakat untuk mengurangi aktivitas di luar rumah demi menekan penyebaran virus corona COVID-19 di Indonesia. Jokowi mengimbau agar kegiatan seperti belajar, bekerja dan beribadah baiknya dilakukan di rumah. Selama melakukan *physical distancing*, alangkah baiknya jika seluruh masyarakat harus tetap mengikuti arahan dari kementerian kesehatan atau lembaga berwenang. Upayakan agar tetap mendapat informasi dari sumber yang terpercaya terkait virus corona.

#### Mice Cartoon “4M”



Gambar 2. Mice Cartoon “4M”

Gambar meme di atas berjudul “4M” menampilkan dialog Mice dan pegawai swalayan terkait pencegahan Covid-19.

## Hasil Kualifikasi Berdasarkan *Sign*

### 1. *Qualisign*

*Qualisign* yang ada pada meme ini terlihat dari *background* berwarna abu-abu, kuning, hijau, merah muda, biru. Warna abu-abu adalah warna netral, umumnya dianggap sebagai spektrum warna yang paling dingin. Warna kuning sering dianggap sebagai warna hangat yang paling cerah dan paling memberi energi. Hal ini terkait dengan kebahagiaan dan sinar matahari. Warna hijau adalah warna yang sangat membumi. Hal itu bisa mewakili awal dan pertumbuhan baru. Bisa juga menandakan pembaruan dan kelimpahan.

Warna merah muda adalah rona merah terang dan biasanya dikaitkan dengan cinta dan romansa. Warna biru digambarkan sebagai warna favorit banyak orang dan merupakan warna yang paling disukai oleh pria. Karena biru disukai oleh banyak orang, itu sering kali dipandang sebagai warna yang tidak mengancam yang terkesan konservatif dan tradisional (detik.com). Dari beragam warna *background* meme tersebut, menandakan jika Mice mengetahui bahwa protokol kesehatan adalah 3 M (Mencuci Tangan, Memakai Masker, Menjaga Jarak). Ditambah dengan menggunakan transaksi non tunai menggunakan EDC BNI oleh kasir swalayan.

### 2. *Sinsign*

*Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda. (C.S. Pierce: Pateda, 2001:44). Tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilan dalam kenyataan. Semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan dapat merupakan *sinsign*. Misal jerit kesakitan, heran, atau ketawa riang. Kita dapat mengenal orang dan cara jalan, ketawanya, nada suara yang semuanya itu merupakan *sinsign*. *Sinsign*

yang ada pada meme ini terlihat dari pernyataan dan ekspresi heran Mice terhadap pernyataan kasir swalayan. “Lho bukannya 3M?!” “Lho? Baru 3 Tuh? satu lagi apaan?!” menandakan keheranan Mice terhadap pernyataan kasir swalayan. Dikutip dari laman resmi Pemerintah Indonesia terkait penanganan Covid 19, perilaku disiplin 3M yang termasuk dalam kampanye #ingatpesanibu demi terus menekan penyebaran virus COVID-19 hendaknya diterapkan dan dibiasakan dalam kehidupan sehari-hari, terlebih di tengah situasi pandemic. Lantas, apa itu 3M? Penerapan 3M dapat dilakukan dengan menjalankan setidaknya 3 (tiga) perilaku disiplin yaitu: Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak dan menghindari kerumunan (<https://tirto.id>).

### 3. *Legisign*

*Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda. Tanda-tanda lalu lintas merupakan bentuk *Legisign*. Hal itu juga dapat dikaitkan dari gerakan isyarat tradisional, seperti mengangguk yang berarti “ya”, mengerutkan alis, dan cara berjabat tangan (C.S. Pierce: Pateda, 2001:44).

*Legisign* pada meme ini kerutan alis oleh tokoh Mice. Ekspresi Mice yang keheranan dengan memakai masker dan kemudian menunjukkan mata terbuka lebar, alis mata terangkat sembari mengangkat tangan dan telunjuk. Hal ini menandakan keheranan Mice untuk menanyakan makna M yang keempat yang ternyata bermakna ‘Menerapkan transaksi non tunai di EDC BNI’ untuk minimalisir penularan virus.

## Hasil Analisis Berdasarkan Klasifikasi *Object*

### 1. Ikon

Ikon adalah adalah tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya



bersifat bersamaan bentuk alamiah. Atau dengan kata lain, ikon adalah antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan; misalnya potret dan peta (C.S. Pierce: Pateda, 2001:44). Ikon pada meme ini dilihat dari tokoh Mice dan kasir swalayan. Wanita sebagai kasir swalayan menegaskan kepada Mice agar menerapkan 3M plus 1M. Mice sebagai pembeli mempertanyakan 1M yang disebutkan oleh kasir. 4M yang dijelaskan dalam kartun di atas menandakan bahwa masyarakat harus meningkatkan kewaspadaan dalam menghadapi virus Covid 19.

## 2. Indeks

*Indeks* adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab-akibat. Indeks pada meme ini tampak pada percakapan yang mereka lakukan seperti:

- a. Kasir: "Di masa pandemi ini kita harus menerapkan 4M!"
- b. Mice: "Lho bukannya 3M?!"
- c. Kasir: "1. Menjaga jarak, 2. Mencuci tangan, 3. Menjaga Jarak"
- d. Mice: "Lho? Baru 3 tuh? Satu lagi apaan?"
- e. Kasir: "Menerapkan transaksi non tunai di EDC BNI untuk minimalisir penularan virus!"

Pernyataan ini menandakan bahwa dengan adanya Pandemi Covid 19, maka kasir mengingatkan Mice untuk selalu menerapkan 4M di manapun berada. Dengan menerapkan 4M, maka bisa meminimalisir penyebaran virus di masyarakat.

## 3. Simbol

Makna dari suatu simbol ditentukan oleh suatu persetujuan bersama, atau

diterima oleh umum sebagai suatu kebenaran tanda. Simbol yang ada pada meme ini terlihat dari empat jari kasir swalayan yang menandakan 4M, yang berarti Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak, dan Menerapkan transaksi non tunai.

## Interpretasi Penulis

Pada gambar meme diatas berjudul "4M" yang diupload oleh Mice Cartoon pada **tanggal 6 November 2020** dengan jumlah 5.934 *like*. Dari pemaparan berdasarkan klasifikasi *sign*, *objek*, dan *interpretan* maka penulis menginterpretasikan bahwa meme ini merupakan bentuk kewaspadaan dan pencegahan terhadap virus Covid 19. Hal ini terlihat dari ekspresi wajah dan juga beberapa diskusi antara Mice dan kasir swalayan terkait penerapan 4M, yakni Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak dan menghindari kerumunan, dan Menerapkan transaksi non tunai.

Kartun '4M' juga berisikan keterangan sebagai berikut:

"Di masa new normal begini kalau belanja jangan pakai uang cash. Cukup bawa kartu dan lihat ada tanda BNI atau mesin orange mesin EDC BNI beres dah bayar belanjaan.

Kartu apapun bisa diproses pakai mesin EDC BNI. Mesin EDC BNI tersedia di tempat-tempat belanja dari Hypermarket, Supermarket, Minimarket, POM Bensin, pokoknya tinggal lihat tanda BNI atau tanya aja ada mesin EDC BNI, beres urusan bayar-bayar. Bahkan di Agen46 dekat rumah juga sudah ada loh.

Ada yang penting juga harus dilakukan selama masa new normal ini. Pertama jangan lupa pakai masker, cuci tangan menggunakan sabun, jaga jarak, dan selalu menjaga kesehatan. Pastinya transaksi

belanjanya secara non tunai di mesin EDC BNI yaaaa!

#BNI46

#EDCBNI

#SahabatTerbaikBisnisAnda

@bni46 x miccartoon

Selain 3M, penerapan menggunakan transaksi non tunai juga di sosialisasikan. Senada dengan pernyataan Mice yang tertera di kartun. Pernyataan tersebut didukung oleh netizen yang turut berkomentar. Seperti yang dilontarkan oleh akun @joan\_wibisono21: "Disini tinggal "tap" doang, hamper gk ada yg memegang uang cash"; @umair\_syaikhaninah: "Setelah kebiasaan transaksi masyarakat berubah barulah pandemic dinyatakan berakhir". Dua pernyataan netizen tersebut menandakan bahwa kartun Mice berjudul "4M" sukses diterapkan dalam masyarakat.

Hal tersebut dapat dilihat dari data yang dihipunkan oleh Bank Indonesia (BI). BI mencatat, nilai transaksi dengan uang elektronik mencapai Rp 22,8 triliun pada April 2021, naik 30,2% dibandingkan bulan yang sama tahun lalu. Nilai tersebut sekaligus menjadi yang tertinggi dalam satu tahun terakhir. Uang elektronik semakin banyak digunakan masyarakat sejak pandemi virus corona Covid-19, terutama memasuki paruh kedua 2020. Hal tersebut membuat nilai transaksi uang elektronik terus meningkat, tidak seperti kartu debit dan kartu kredit yang sempat mengalami penurunan (<https://databoks.katadata.co.id>).

## PENUTUP

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kartun "Amannn" dan "4M" dalam Instagram @miccartoon meliputi klasifikasi sign, objek, dan interpretan maka penulis

menginterpretasikan bahwa kartun ini merupakan bentuk keresahan dari masyarakat Indonesia terhadap virus Covid 19. Hal ini terlihat dari ekspresi wajah dan juga beberapa diskusi antara Mice dan keluarganya (Kartun Amannn) terkait berdiam diri di rumah atau yang lebih dikenal Physical Distancing. Sedangkan dalam kartun "4M" berdasarkan klasifikasi *sign*, *objek*, dan *interpretan* maka penulis menginterpretasikan bahwa meme ini merupakan bentuk kewaspadaan dan pencegahan terhadap virus Covid 19. Hal ini terlihat dari ekspresi wajah dan juga beberapa diskusi antara Mice dan kasir swalayan terkait penerapan 4M, yakni Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak dan menghindari kerumunan, dan Menerapkan transaksi non tunai. Hal tersebut didukung dengan data dari BI, yakni pada April 2021 nilai transaksi dengan uang elektronik mencapai Rp 22,8 triliun, naik 30,2% dibandingkan bulan yang sama tahun lalu. Nilai tersebut sekaligus menjadi yang tertinggi dalam satu tahun terakhir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. 2011. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Lantowa, Jafar dkk. 2017. *Semiotika Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Penelitian Sastra*. Yogyakarta. Deepublish.
- McQuail, D. 2005. *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Mulyana, D. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Press.
- Postman, N. 1993. *Technopoly*. New York: VintageBooks

- Pratyaksa, I.G.T., (2019) *Strategi Komunikasi Persuasif oleh Opinion Leader dalam Implementasi Penggunaan Aksara Sastra dan Busana Adat Bali*. Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi 1 (2), 40-48. <https://journal.uc.ac.id/index.php/calathu/article/view/1016>
- Pratyaksa, I.G.T., Putri, NLWE. (2020) *Peranan New Media Dalam Transformasi Fungsi Komunikator Dan Fungsi Konstruksi (Dramaturgy Akun Instagram Walikota Denpasar Rai Mantra Tahun 2019)*. Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora 2 (2-3), 92-103. <http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/391/380>
- Pratyaksa, I.G.T. (2020). *Peranan Perempuan Hindu Milenial Sebagai Opinion Leader Kesetaraan Gender di Era 4.0*. COMMUNICARE 1 (1). 64-73. <https://stahnmpukuturan.ac.id/jurnal/index.php/communicare/article/view/759>
- Pratyaksa, I.G.T. (2020). *Komik Online Sebagai Media Penyuluhan Agama Hindu Bagi Generasi Milenial*. Maha Widya Duta 3 (2), 21-29. <https://stahnmpukuturan.ac.id/jurnal/index.php/duta/article/view/737>
- Pratyaksa, I.G.T. (2020). *New Media Sebagai Sarana Penyuluhan Agama Hindu Oleh Digital Native*. Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi 1 (1), 82-94. <https://jurnal.ekadanta.org/index.php/danapati/article/view/36>
- Pratyaksa, I.G.T. (2020). *New Media Sebagai Strategi Komunikasi Online Pariwisata Untuk Mempromosikan Potensi Lokal Desa Wisata Sudaji*. CULTOURE: Culture Tourism and Religion 1 (2), 198-208. <http://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/cultoure/article/view/834>
- Pratyaksa, I.G.T. (2020). *Bahasa Ibu Zaman Now Dalam Budaya Komunikasi Antarpribadi*. Maha Widya Duta 2 (1), 36-41. <http://www.jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/duta/article/view/46>
- Pratyaksa, I.G.T. (2019). *Strategi Komunikasi Persuasif oleh Opinion Leader dalam Implementasi Penggunaan Aksara Sastra dan Busana Adat Bali*. Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi 1 (2), 40-48. <https://journal.uc.ac.id/index.php/calathu/article/view/1016>
- Pratyaksa, I.G.T. (2019). *Inter Culture Communication In The Life Of The Hindu In Mojokerto*. Proceeding International Seminar (ICHECY) 1 (1). 99-103. <https://stahnmpukuturan.ac.id/jurnal/index.php/ichecy/article/download/123/116>
- Pratyaksa, I.G.T., Putri, N.W.E (2020). *Aplikasi Spoon Radio sebagai Alternatif Industri Kreatif*. Jurnal Paradigma Madani 7 (2). 19-30. <http://ejurnal.uji.ac.id/index.php/PAR/article/view/925>
- Pratyaksa, I. G. T., & Putri, N. L. W. E. (2021). *Strategi Komunikasi Pemerintah Provinsi Bali Dalam Mengatasi Pandemi Covid 19*. COMMUNICARE, 2(2). 172-183. <https://stahnmpukuturan.ac.id/jurnal/index.php/communicare/article/view/1825/1387>
- Pratyaksa, I. G. T., & Putri, N. W. E. (2021). *Komunikasi Massa Pada Khalayak (Penggunaan New Media Dalam Membentuk Perilaku Physical Distancing)*. Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata

- Budaya, dan Ilmu Komunikasi, 5(2), 110-119.  
<https://stahnmpukuturan.ac.id/jurnal/index.php/duta/article/view/1695/1293>
- Pratyaksa, I. G. T., & Putri, N. L. W. E. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH PROVINSI BALI DALAM MENGATASI PANDEMI COVID 19. COMMUNICARE, 2(2). 172-183.  
<https://stahnmpukuturan.ac.id/jurnal/index.php/communicare/article/view/1825/1387>
- Putri, N. W. E., & Pratyaksa, I. G. T. (2019). *Education Communication Based on Blended Learning in Forming Independent Learning*. 76-90.  
[https://ihdnpress.ihdn.ac.id/wp-content/uploads/2021/11/NATIONAL-SEMINAR-PROCEEDING-ON-TRENDS-AND-ISSUES-IN-LANGUAGE-LITERATURE-AND-EDUCATION-BOOK-2019\\_online.pdf#page=85](https://ihdnpress.ihdn.ac.id/wp-content/uploads/2021/11/NATIONAL-SEMINAR-PROCEEDING-ON-TRENDS-AND-ISSUES-IN-LANGUAGE-LITERATURE-AND-EDUCATION-BOOK-2019_online.pdf#page=85)
- Putri, N.W.E. (2020) *Komunikasi Sosial Dalam Mensosialisasikan Penetapan Kebijakan Gubernur Bali Tentang Pembatasan Timbulan Sampah Plastik Sekali Pakai*. Jurnal Nomosleca 5 (1). <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/view/2783/1755>
- Putri, N.W.E. (2020) *Peran Psikologi Komunikasi dalam Mengatasi Permasalahan Peserta Didik: Studi Kasus Proses Bimbingan Konseling di SMK Kesehatan Widya Dharma Bali*. Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi 1 (1), 52-67.  
<https://journal.uc.ac.id/index.php/calathu/article/view/776>
- Putri, N.W.E. (2020). *Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Aplikasi Tiktok*. Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya 14 (1), 11-19.  
<http://ejournal.ihdn.ac.id/index.php/VidyaDuta/article/view/1039>
- Putri, N.W.E. (2020). *Perempuan Hindu Dalam Kajian Komunikasi Politik Dan Gender*. COMMUNICARE 1 (1), 30-39.  
<http://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/communicare/article/view/756>
- Putri, N.W.E. (2020). *Semiotika Pierce Pada Film Dokumenter 'Sexy Killers'*. Maha Widya Duta 3 (2), 89-100.  
<http://www.jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/duta/article/view/745>
- Putri, N.W.E. (2020). *Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Pada Organisasi Siswa Veda Sastra*. Maha Widya Duta 2 (2), 79-86.  
<http://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/duta/article/view/666>
- Putri, N.W.E. (2020). *Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Di Buleleng*. Jurnal Komunikasi Profesional 3 (1). <https://61.8.70.50/index.php/jkp/article/viewFile/1705/825>
- Putri, N.W.E. (2019). *Non Verbal Communication Means Of Providing Hindu's People (Case Study: Harassment Of Hindu Cultural Symbols By Young Hindu Generations Through Falling Stars Challenge)*. Proceeding International Seminar (ICHECY) 1 (1).  
<https://stahnmpukuturan.ac.id/jurnal/index.php/ichecy/article/viewFile/126/119>
- Putri, N.W.E. (2020). *Komunikasi Persuasif Pemerintah Kabupaten Buleleng Dalam Menanggulangi Pandemi Covid-19*. Communicare 1 (2) 124-133.

<http://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/communicare/article/view/939/pdf>

Wibowo, Indiawan Seto Wahyu. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi, Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.

#### DAFTAR INTERNET

<http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya/article/view/391/380>  
<https://kawalcovid19.id/>  
<https://instagram.com/kawalcovid19.id>  
<https://twitter.com/KawalCOVID19>  
<https://www.facebook.com/KawalCOVID19>  
<https://www.tribunnews.com/nasional/2020/04/01/pengertian-physical-distancing-menurut-who-ini-esensi-perbedaanya-dengan-social-distancing>  
<https://www.covid19.go.id/situasi-virus-corona/>  
<https://www.worldometers.info/coronavirus/>  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/20/transaksi-uang-elektronik-capai-nilai-tertinggi-dalam-setahun-terakhir>