

## Eksplorasi Kepergian Laura Edelenyi: Kajian Semiotika Sosial Dalam Deddy Corbuzier Podcast

### *The Exploitation of Laura Edelenyi's Departure: A Study of Social Semiotics in the Deddy Corbuzier Podcast*

Oleh:

Patricia Robin<sup>1\*\*</sup>, Tesalonika Hasugian<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia

Email: [probin@bundamulia.ac.id](mailto:probin@bundamulia.ac.id)<sup>1\*\*</sup>, [s1419088@student.ubm.ac.id](mailto:s1419088@student.ubm.ac.id)<sup>2</sup>

#### **Abstract**

*The diversity of media trends appears on podcast channels channeled through YouTube. Podcasts have been considered a development form of digital radio. One of the famous YouTubers in Indonesia is Deddy Corbuzier, the owner of the YouTube channel "Corbuzier Podcast: Close The Door". Her video podcast titled "GOODBYE LAURA... NETIZEN, DENGAR SAYA KALI INI !!" caught the audience's attention when creating and uploading the video with all the emotional attributes. The research discussion uses the study of social semiotics goals to describe the signs of the semiotic resources presented and the interaction of images with the audience. This research method will focus on the qualitative description. The data collection used a literature study. The Research Team saw that the content presented contained an element of exploitation for the departure of Laura Edelenyi was immediately deliberately displayed by Deddy Corbuzier, a sign owner with a specific motivation behind it. The results showed Deddy and Laura's personal relationship had created a deep meaning of loss. However, the insertion of advertising in no way corresponds to the signs symbolized by the communicator.*

**Keywords:** social semiotics, exploitation, language, verbal and non-verbal

#### **Abstrak**

Keberagaman tren media muncul pada saluran *podcast* yang tersalur melalui YouTube. *Podcast* dinilai sebagai perkembangan wujud dari radio digital. Salah satu YouTuber terkenal di Indonesia ialah Deddy Corbuzier, pemilik kanal YouTube "Corbuzier Podcast: Close The Door". Video *podcast*-nya berjudul "GOODBYE LAURA... NETIZEN, DENGAR SAYA KALI INI!!" menari perhatian audiens ketika membuat dan mengunggah video tersebut dengan segala atribut emosional. Pembahasan penelitian menggunakan kajian semiotika sosial yang bertujuan mendeskripsikan tanda dari *semiotic resources* yang disajikan serta interaksi gambar dengan khalayak. Metode penelitian ini akan berfokus pada deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang akan digunakan adalah studi pustaka. Tim Peneliti melihat bahwa konten yang disajikan mengandung unsur eksploitasi atas kepergian Laura Edelenyi yang serta merta sengaja dipertontonkan oleh Deddy Corbuzier, seorang pemilik tanda dengan motivasi khusus di belakangnya. Hasil penelitian menunjukkan hubungan personal Deddy dan Laura telah menciptakan makna kehilangan cukup mendalam. Namun, penyisipan iklan sama sekali tidak sesuai dengan tanda-tanda yang disimbolkan komunikator.

**Kata Kunci:** Semiotika Sosial, Eksploitasi, Bahasa, Verbal dan Non-Verbal

## 1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktivitas yang mutlak digunakan oleh manusia. Keterikatan pesan antara komunikator dengan komunikan sangat penting demi membangun persepsi satu sama lain, Setiap manusia didorong untuk mencapai suatu efek komunikasi melalui media menjadi bahan pembicaraan terhadap lawan bicara.

Riset yang ditemukan oleh peneliti Universitas Oxford dan diulas The Guardian menyatakan aktivitas menonton tayangan mengandung unsur kesedihan akan meningkatkan toleransi bersama terhadap rasa sakit. Film bernuansa traumatis mengakibatkan efek candu terhadap suasana hati penonton. Seolah-olah media mampu menarik perhatian audiens untuk menonton kembali program tayangan bernuansa traumatis.

Fenomena popularitas tayangan juga pernah terjadi pada video “Keong Racun” Sinta dan Jojo. Kepopuleran ini berawal dari mereka yang mengunggah video lagu dangdut dengan liriknya yang menggelitik dan ditonton oleh masyarakat. Peristiwa ini menyatakan bahwa tontonan orang Indonesia melekat pada tayangan hiburan yang berada di kanal YouTube.

Keberagaman tren media saat ini terlihat pada saluran *podcast* yang tersalur melalui YouTube. *Podcast* dinilai sebagai perkembangan wujud dari radio. Setiap

orang dapat mengekspresikan pesan melalui siniar. *Podcast* berasal dari kata “*pod*” dan “*broadcasting*”, berarti sebuah media yang telah teruji selama beberapa tahun dan sekarang sedang bergerak menuju periode kredibilitas, stabilitas, dan kematangan (Berry, 2016).

Salah satu YouTuber terkenal di Indonesia ialah Deddy Corbuzier. Pemilik kanal YouTube “Corbuzier Podcast: Close The Door” telah memiliki 17,7 M subscribers pada data per Februari 2022. Tidak hanya melirik angka subscribers yang meninggi, konten hiburan yang dimuatnya pun semakin beragam. Deddy sering terlibat dalam isu-isu viral yang dihadiri tokoh-tokoh publik (Mulyadi, A. 2020:8).

Video Deddy yang viral di kalangan umum ialah “GOODBYE LAURA... NETIZEN, DENGAR SAYA KALI INI !!” Podcast yang diunggah tanggal 15 Desember 2021 ini telah ditonton sebanyak 13 juta orang dengan total 36 ribu buah komentar.

Konten *podcast* dengan eksploitasi emosional di media YouTube tidak ada yang bebas kepentingan, melainkan selalu ada hal yang disembunyikan yang ingin dibagikan. Pembahasan ini akan dilihat dengan kacamata semiotika sosial dengan pembuat tanda menggunakan sumber semiotika yang tersedia untuk menyampaikan sesuatu.

Penelitian ini berfokus pada deskripsi tanda dari *semiotical resources* yang disajikan dalam bentuk Bahasa verbal dan non-verbal yang terdapat pada video *podcast* Deddy Corbuzier. Deskripsi interaksi gambar dengan khalayak yang tergambarkan dalam tingkat kontak, jarak sosial, dan sikap.

Melalui penelitian dengan pendekatan analisis semiotika sosial ini, tim peneliti menjelaskan urgensi mengenai sumber semiotika yang menyajikan tanda kepada orang lain dalam konteks media *online*. Media sosial menghalalkan penyajian informasi privat hingga menjadi milik publik. Penyebaran informasi secara massif dianggap akan menyelaraskan perasaan dan pikiran semua audiens dengan pembuat pesan. Konteks fenomena ini dapat terlihat dari bahasa komunikator media sosial (Deddy Corbuzier) yang mendominasi. Bumbu emosional menjadi penyedap yang meningkatkan antusiasme penonton.

Media sosial menarik emosi audiens agar memiliki simpati tidak lepas dari kemampuan mengelola bahasa verbal dan nonverbal. Keberagaman makna dari audiens akan muncul dan memperkaya perspektif dalam penciptaan sebuah realitas baru atas simbol tertentu.

## 2. TINJAUAN TEORITIS

### 2.1 Semiotika Sosial

Semiotika sosial memiliki pemahaman yang berbeda dengan semiotika. Perbedaan yang paling mendasar adalah sisi kata kunci yang digunakan, yaitu semiotika menggunakan kata kunci kode (seperangkat aturan yang menghubungkan tanda dengan makna); sementara semiotika sosial menggunakan kata kunci sumber semiotika (hal yang digunakan oleh pengguna Bahasa untuk menyampaikan makna kepada orang lain). Dalam praktik semiotika sosial, pengguna Bahasa secara aktif memilih dan membuat tanda untuk menekankan makna kepada orang lain. Di sini, pemakai tanda juga mengonstruksi tanda dengan memilih dan menggabungkan tanda dengan yang lain hingga mewakili ekspresi yang ingin disampaikan (Eriyanto, 2019:5, 14).

Metode semiotika sosial melihat bagaimana pembuat tanda menggunakan sumber semiotika yang tersedia untuk menyampaikan sesuatu. Pengguna tanda memiliki kebebasan dalam memilih sumber semiotika yang ada. Bila pada semiotika disajikan penanda (*signifier*) yang lebih dulu ketimbang petanda (*signified*); hal ini dinyatakan sebaliknya oleh semiotika sosial. Seseorang ingin mengatakan “A” dan atas dasar tersebut, ia akan memilih *signifier* dalam bentuk kata

atau gambar atau lainnya (Eriyanto, 2019:7).

Hubungan penanda dan petanda ini bukan lagi arbitrer atau manasuka, melainkan didasarkan pada kepentingan atau *interest* dan motivasi dari pengguna tanda dengan tujuan tertentu hingga maksudnya tercapai. Pemakai tanda biasanya akan menggunakan konsep analogi dalam menekankan hubungan petanda dan penanda (Eriyanto, 2019:8).

Van Leeuwen (2005:3) menjabarkan sumber semiotika (bukan hanya mengenai studi kebahasaan) sebagai Tindakan dan artefak yang digunakan dalam mengkomunikasikan sesuatu. Baik yang diproduksi secara psikologis (raut wajah, intonasi suara, *gesture*) atau teknologi (pensil, kertas, mesin, dll) (Eriyanto, 2019:12).

Bahasa visual menjadi bahasan menarik dalam semiotika sosial yang fokus pada tata bahasa gambar visual. Potensi makna beragam bahkan tidak terbatas akan muncul dari penggabungan gambar ini. Meski adanya kebebasan dalam penggunaan dan penggabungan, aturan tertentu tetap ada agar susunan tanda mempunyai arti dan dipahami oleh penerima tanda. Tata aturan ini biasanya berkuat dalam hal fotografi seperti penggunaan cahaya, lensa, *framing*, *angle*, dan lainnya. Gambar tidak hanya dilihat sebagai sign, tetapi mempunyai tata

Bahasa sama halnya dengan teks tertulis (Eriyanto, 2019:17).

Gambar tidak hanya menampilkan gagasan atau ide kepada khalayak, melainkan juga membangun interaksi sekaligus medium komunikasi. Gambar adalah wakil gagasan yang dibuat dengan menempatkan lawan bicara pada posisi tertentu. Dalam Bahasa gambar terdapat dua partisipan, yaitu *represented participants* (Yang disajikan dalam gambar, bisa berupa orang/ benda/ barang) & *active participants* (produsen pembuat gambar dan khalayak yang melihat). Atas hal ini, setidaknya terjalin empat relasi dalam sebuah gambar, antara lain (Eriyanto, 2019:152):

1. Relasi antar partisipan dalam gambar
2. Relasi antara pembuat gambar dengan yang ditampilkan dalam gambar
3. Relasi antara pembuat gambar dengan khalayak
4. Relasi antara khalayak dengan partisipan yang ditampilkan dalam gambar

Bentuk interaksi dibagi ke dalam tiga aspek, antara lain:

1. Kontak  
Bagaimana interaksi antara pembuat gambar dengan khalayak

## 2. Jarak sosial

Jarak sosial antara partisipan yang ada di dalam gambar dengan khalayak dan pembuat gambar.

## 3. Sikap

Bagaimana pembuat gambar menempatkan partisipan yang ada di dalam gambar.



Gambar 1.1. Pembuat Gambar Penempatan Partisipan

## 2.2 YouTube

Manusia dan internet berjaring memungkinkan koneksi tiada henti tanpa takut terpisah jarak dan geografis. Salah satu kekuatan pendukungnya adalah kehadiran *smartphone* yang membuat khalayak mudah menggunakan internet tanpa terbatas dengan *real time* terhadap lawan bicara yang berada di belahan bumi lain.

Van Dijk (2013) dalam Nasrullah (2016:11) menjelaskan bahwa media sosial merupakan sebuah platform media yang fokus pada eksistensi pengguna yang interaktif serta mampu memfasilitasi para pengguna untuk bertukar informasi dan

berkolaborasi. Benar adanya bila media sosial digunakan sebagai medium atau fasilitator online yang menguatkan hubungan antar khalayak hingga terjalin ikatan sosial.

Youtube menjadi salah satu bentuk media sosial yang mampu menyajikan informasi sekaligus memungkinkan komunikasi antara satu orang atau pihak dengan pihak lain dalam jumlah besar dalam saat yang bersamaan. Hal yang ada di dalam Youtube juga beragam, mulai dari hiburan seperti *music cover*, *comedy*, *travelling*; Edukasi seperti tutorial baik itu *make up*, *gaming* dan atau hubungan dengan alat dan rumah tangga, hingga informasi dalam ranah publik atau sangat pribadi.

Kehadiran Youtube seakan membangun sebuah budaya baru dengan objek yang lebih umum, variatif dan kompleks. Sajian Youtube juga menunjukkan tindakan komunikasi dalam wilayah modernitas yang instan dalam jaringan. Youtube tidak menampilkan realitas yang sesungguhnya melainkan rekayasa atau buatan semata.

## 2.3 Konsep Eksploitasi

Eksploitasi menjadi kata yang umum digunakan dalam keseharian karena bersinggungan dengan sisi sosial, ekonomi, politik, keamanan hingga budaya. Definisi eksploitasi adalah

pemanfaatan sewenang-wenang atau terlalu berlebihan terhadap subyek tertentu untuk kepentingan ekonomi, tanpa mempertimbangan rasa kepatutan, keadilan, serta kompensasi kesejahteraan.

Media menganggap audiens sebagai objek eksploitasi dalam menangkap target pasar. Audiens didorong untuk mengonsumsi tayangan-tayangan yang bersifat traumatis; mengandung unsur kesedihan dan berujung pada simpati maupun empati seseorang. Namun, audiens tidak selamanya merasa dieksploitasi karena penyajian informasi yang disampaikan bisa diterima dalam konteks kewajaran. Masyarakat menerima pesan media apabila informasi dapat diterima secara akal sehat walaupun hal itu merupakan bagian dari ideologi kapitalisme.

Eksploitasi audiens merupakan pendayagunaan dan pemanfaatan audiens untuk kepentingan dan keuntungan pemilik media tertentu. Pemakaian waktu dan emosi yang dikerahkan audiens merupakan objek utama media dalam meningkatkan pemberdayaan iklan media.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan berfokus pada video yang tayang dalam sebuah platform media Youtube dengan sajian audio dan visual mumpuni. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, tim

peneliti akan menguraikan detail aspek verbal dan nonverbal yang dipertontonkan sarat akan eksploitasi mengenai kepergian Laura Edelenyi. Dalam pemahaman kerangka semiotika sosial dan utamanya dalam kerangka visual, setiap elemen lekat dengan interpretasi terhadap objek yang dituju. Pemaknaan yang diterima bisa berbeda-beda karena memiliki perbedaan latar belakang, maka interpretasi makna menjadi sebuah simbol bersifat subjektif yang tidak bisa disamaratakan (Littlejohn, 2014:408).

Semiotika sosial mempelajari penggunaan tanda dan bagaimana tanda digunakan dalam keseharian. Dalam studi Bahasa, semiotika sosial mempelajari Bahasa sebagai tanda yang digunakan, bukan semata Bahasa baku dalam kamus. Tanda tidak mungkin dilepaskan dari konteks sosial dimana tanda tersebut berada. Adapun pembagian yang dilihat adalah dari sisi konteks situasi dan konteks kultural. Manusia adalah pemakai tanda yang mengkonstruksi dan menggunakan tanda dalam konteks situasi yang berbeda-beda. Penjelasan konteks situasi merujuk pada situasi tertentu dari penggunaan tanda dimana individu akan menggunakan cara yang berbeda dan memaknai tanda (contoh: Bahasa yang digunakan di tempat kerja akan berbeda dengan Bahasa yang digunakan di rumah, dan lainnya) (Eriyanto, 2019:18).

Konteks kedua yang dibahas adalah konteks kultural yang merujuk pada norma dan nilai yang diyakini oleh masyarakat, meliputi hal yang dipercaya benar atau salah, baik atau buruk yang mana di dalamnya terdapat ideologi menyangkut keteraturan masyarakat (Eriyanto, 2019:18).

Kajian bahasa gambar yang disajikan dan kata yang diucapkan maupun komunikasi non-verbal oleh Deddy Corbuzier di YouTube dijadikan instrumen analisis penelitian. Tanda-tanda emosi Deddy Corbuzier, latar dan tempat yang digunakan, properti yang ada di layar, dan faktor gambar lainnya akan dianalisis lengkap. Hal ini dikaitkan dengan tema atau judul utama yang disajikan, yaitu mengenai peristiwa kehilangan yang ditujukan kepada audiens dalam pembentukan realitas di media sosial.

Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder dengan menggunakan studi Pustaka. Ketiadaan data primer karena penelitian ini mengacu pada makna dalam bahasa verbal dan nonverbal yang terdapat pada video *podcast* Deddy Corbuzier.

Analisis data menggunakan analisis semiotika sosial Halliday yang menekankan bagaimana Bahasa tidak lepas dari konteks dan merupakan simbol yang merealisasikan realitas sosial. Bahasa dilihat sebagai fungsional dan dianalisis

secara sistemik sesuai fungsi Bahasa oleh penggunaannya dalam konteks sosial tertentu (Eriyanto, 2019:20).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

Makna komunikasi non-verbal yang pada gambar di atas menunjukkan simpati Deddy Corbuzier terhadap kepergian Laura Edelenyi yang dibaluti pajangan promosi. Dalam adegan terlihat pencitraan Deddy tampak kasihan atas kejadian yang tidak terduga. Ia berusaha menginterpretasikan makna kehilangan akan sesuatu, tapi timbulnya media promosi di sekeliling *podcaster* seakan-akan menghilangkan makna kehilangan itu sendiri.

Secara sadar, Deddy (pemilik tanda) melakukan gestur untuk menunjukkan simpatinya. Yang terlihat jelas adalah dengan katupan tangan, tundukan kepala, hingga nada bicara yang diperlambat dan penuh lirih karena sedih. Hal ini seakan bertentangan dengan gemerlap yang ada di dalam layar.

Dalam percakapan monolog, ia meyakini audiens bahwa kontennya bukan semata-mata untuk meraih keuntungan komersial. Deddy melabeli dirinya sebagai tipe yang senang membantu orang lain tanpa harus dikontenkan. Salah satu pernyataan yang dikatakan oleh Deddy Corbuzier (2021):

“Saya bantu orang ga perlu saya kontenin. Saya bantu orang ga perlu dikontenin. Kenapa ini saya buat? Karena Laura udah gak ada sekarang, oke? Lauranya udah gak ada.”

Pernyataan tersebut diunggah melalui akun YouTube Deddy Corbuzier pada tanggal 15 Desember 2021. Terlihat jelas bahwa ada dua makna tersirat yang hendak disampaikan.

Pertama, hubungan Deddy dengan Laura Edelenyi. Ia tidak begitu kenal dengan Laura hingga akhir hayatnya. Ketika mereka berjumpa untuk pertama kalinya pada unggahan video YouTube “SAYA DI HANCURKAN DIA FISIK DAN MENTAL!! □ Edelenyi Laura - Deddy Corbuzier Podcast”, ia menyebut Laura sebagai sosok wanita yang sangat luar biasa. Meskipun Deddy tidak begitu tahu akan kondisi masa lalu Laura, di satu sisi ia memberikan hormatnya dengan cara membantu tanpa perlu diberitahu kepada seluruh netizen.

Kedua, respons penonton terhadap Deddy setelah mengundang Laura Edelenyi. Unggahan video YouTube “SAYA DI HANCURKAN DIA FISIK DAN MENTAL!! □ Edelenyi Laura - Deddy Corbuzier Podcast” sempat meraih *top trending video*. Netizen bersikap pro menyukai keterbukaan Laura akan masalah yang menimpa, tetapi ada juga yang berkomentar sinis untuk menyumbangkan pendapatan komersial

video demi membantu kelangsungan biaya perawatan Laura Edelenyi.

Deddy tegas untuk menolak semua omongan tersebut. Sebelumnya, ia pernah melakukan kerja sama sepihak bersama Yayasan Indonesia Pasti Bisa untuk membuka galangan dana kesembuhan Laura. Ketika dana tersebut sudah dikumpulkan dan telah diberikan secara lapang dada, Laura menolaknya. Rasa penolakan di sana meyakini persepsi Deddy bahwa mereka ingin dipandang sebagai keluarga yang berkecukupan.

Menyikapi kepergian Laura Edelenyi, alih-alih Deddy Corbuzier mencuri perhatian penonton dengan cara membuat konten. Lalu kesempatan tersebut dialihgunakan sebagai meraih keuntungan komersial dari berbagai merek ternama seperti StockBit, Tokopedia, Teh Botol, dan Si Cepat. Unsur kehilangan tidak sepenuhnya ditanamkan dalam sikap pembuat video. Ia justru lebih menekankan arti pemberian tanpa dikontenkan dibandingkan belasungkawa terhadap keluarga Laura.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Kontak

Keterhubungan interaksi antara pembuat video dengan khalayak pada dasarnya terkoneksi satu sama lain. Kontak percakapan secara tak langsung ini terjadi melalui perantara video. Pembuat video



menyasar kontak dua mata khalayak dan tidak bersentuhan fisik. Penyampaian kontak yang diamati Peneliti ialah Deddy meminta secara tegas untuk tidak menghalalkan seluruh perbuatan baik hati demi konten dan komersilnya.

#### 4.2.2 Jarak Sosial

Pembuatan video di kanal YouTube memiliki tujuan untuk menghibur hati audiens. Tampak sekilas pada video Deddy Corbuzier, konten video memuat hubungan personal yang disiarkan kepada publik. Hubungan mengenai kejadian yang menimpa Laura hingga kedekatan antara pembuat video dengannya. Adanya hubungan interpersonal yang membangun menyebabkan penciptaan suasana justru lebih intim dengan bumbu-bumbu emosional.

#### 4.2.3 Sikap

Fokus karakter sikap Deddy bersifat subjektif. Pertama, pencipta konten mengundang simpati penonton untuk turut menaruh perhatian akan kehilangan seseorang. Audiens diajak menonton lewat akun YouTube, menyimak respons Laura saat menerima sumbangan dana, serta memahami pernyataan yang belum pernah terungkap. Tindakan yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menyikapi afirmasi positif yang telah diterima. Deddy sama sekali tidak

menyebutkan kalimat yang berisikan promosi atau menawarkan sesuatu sepanjang produksi konten berlangsung.

### 5. PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Peneliti menyimpulkan bahwa pembuat video berusaha menyampaikan pesan dengan konsep video yang disesuaikan dengan selera penonton mengenai dunia artis hiburan. Manakala interaksi yang ditimbulkan mengandung makna kehilangan diperkuat dengan objek iklan. Deddy justru mencuri kesempatan komersial di balik konten subjektif yang berhubungan dengan nilai kemanusiaan. Padahal, tanda nonverbal yang ditunjukkan sama sekali tidak ada hubungannya dengan apa yang tengah dikomunikasikan terhadap penonton.

Melalui teori semiotika sosial, peneliti dapat lebih memahami makna tutur kata dan sikap tersymbol dalam dialog media *online*. Sikap bijaksana yang ditunjukkan Deddy mampu menarik perhatian penonton cukup besar. Penyampaian informasi dikemas dengan bumbu-bumbu emosional memuat hubungan interpersonal intim antara Deddy dengan Laura. Sehingga banyak fakta kebenaran yang terungkap setelah peristiwa Laura meninggal.

## 5.2 Saran

Penyampaian pesan kehilangan akan seseorang telah disampaikan dengan cermat. Hanya saja iklan yang termuat pada konten Deddy Corbuzier sama sekali tidak relevan. Alangkah lebih baiknya pencipta konten YouTube tidak membuat konten personal yang disisipi dengan objek komersial. Nilai kemanusiaan dalam pengemasan video akan lebih netral jika tidak menyertakan iklan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Book

Eriyanto. (2019). *Metode Komunikasi Visual*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

### Journal

Adriesty Salma Lailika, A. P. (2020). Analisis Tindak Tutur Representatif Dalam Podcast Deddy Corbuzier Dengan Nadiem Makarim-Kuliah Tidak Penting? *Jurnal Bahtera Indonesia*, vol. 5 no. 2.

Alna Hanana. Annisa Anindya, N. E. (2020). Transformasi Media YouTube dan Televisi (Analisis Fungsi dan Konsumsi Media YouTube dan Televisi Kota Padang). *Jurnal Ranah Komunikasi*, vol. 4 no. 2. Diakses pada Mei, 2022 dari <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/view/83/52>

Amna, A. (2018, November). WhatsApp dan Konsep Jarak Sosial Baru Di Masyarakat. *Jurnal Ilmu*

*Komunikasi*, vol. 1 no. 2. Diakses pada Mei, 2022 dari <http://e-journal.president.ac.id/presunivojs/index.php/EXPOSE/article/view/445>

Suryani, A. (2013, Januari). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video YouTube 'Keong Racun' Sinta dan Jojo. *Jurnal The Messenger*, Vol. V no. 1. Diakses pada Februari 22, 2022 dari <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/142>

### Video

Corbuzier, D. (2021, Desember 15). Dalam <https://www.youtube.com/watch?v=4AfatZbZbho>