

Analisis Iklan Animasi Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* pada Masa Pandemi dengan Pendekatan Semiotika Charles Sanders Peirce

Analysis of Khong Guan's Animated Advertisement of *Seboeah Kenangan Manis* During Pandemic Period with Charles Sanders Peirce's Semiotic Approach

Rohma Ajeng Arianti, Pranti Sayekti*, Dhara Alim Cendekia

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: pranti.sayekti.fs@um.ac.id

Paper received: 03-05-2023; revised: 22-05-2023; accepted: 07-06-2023

Abstrak

Iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* merupakan iklan berbasis animasi dua dimensi dengan cara penyampaian bergaya anime. Iklan ini pertama kali ditayangkan pada saat pandemi COVID-19 di tahun 2020. Iklan ini sempat menjadi topik yang banyak dibicarakan oleh warganet Indonesia mengenai penggunaan visual bergaya anime yang menggambarkan kondisi masyarakat Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan makna dari cerita dalam iklan Khong Guan. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil temuan dari penelitian ini adalah adanya pergeseran budaya silaturahmi antar masyarakat Indonesia pada saat hari raya Idulfitri di tahun 2020. Pergeseran yang dimaksud berupa perubahan metode atau cara silaturahmi menggunakan media digital. Pergeseran tersebut disebabkan oleh aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dimana peraturan tersebut memicu masyarakat untuk tidak melakukan kontak langsung dalam rangka mengurangi penyebaran penyakit akibat pandemi COVID-19. Kemajuan teknologi memungkinkan terjadinya komunikasi tanpa harus melakukan kontak atau bertemu langsung. Selain itu, untuk mendukung suasana hari raya Idulfitri biskuit kaleng merah Khong Guan ditemukan juga mempunyai peran sebagai solusi kesedihan, saksi momen berharga, dan sebagai penghubung antar keluarga.

Keywords: iklan animasi; Khong Guan; semiotika Charles Sanders Peirce

Abstract

Khong Guan advertisement version of *Seboeah Kenangan Manis* is an advertisement based on two-dimensional animation with an anime-style presentation. This advertisement was first aired during the COVID-19 pandemic in 2020. This advertisement had become a topic that was widely discussed by Indonesian netizens regarding the use of anime-style visuals that depicted the condition of Indonesian society. The purpose of this study is to reveal the meaning of the story in this Khong Guan advertisement. This study uses a descriptive qualitative method with Charles Sanders Peirce's semiotic analysis approach. According to the conclusions of this study, there was a shift in the culture of silaturahmi among Indonesian people during the Eid al-Fitr celebration in 2020. The shift in question is in the form of a change in the method or method of silaturahmi using digital media. The Large-Scale Social Restrictions rules were responsible for this transformation. Where these restrictions require people to avoid direct touch in order to reduce the spread of disease due to the COVID-19 Pandemic. Advances in technology enable communication without the need for physical touch or meeting in person. In addition, to promote the Eid Al-Fitr atmosphere, Khong Guan red canned biscuits were discovered to play a function as a solution to sadness, witnessing priceless moments, and as a liaison between families.

Kata kunci: animation advertisement; Khong Guan; Charles Sanders Peirce's Semiotic

1. Pendahuluan

Adanya penyebaran virus COVID-19 dan berlakunya PSBB pada awal tahun 2020 telah mengakibatkan kemunduran dalam berbagai bidang industri termasuk diantaranya ialah industri periklanan (Santoso, 2022; Sitinjak & Ginting, 2022). Nugroho Nurarifin dalam seminar-nya mengatakan bahwa perusahaan dapat tetap beriklan dalam masa pandemi dengan menggunakan media digital atau media yang telah familiar serta tetap berkomunikasi dengan cara yang segar dan solutif untuk menarik minat audiens (Megawati, 2021). Di masa pandemi tersebut setiap perusahaan berupaya untuk menyalurkan ide kreatifnya dalam mempromosikan produk atau jasanya melalui periklanan dengan tetap mematuhi peraturan yang berlaku.

Iklan merupakan suatu bentuk komunikasi pesan untuk memperkenalkan suatu produk tertentu kepada masyarakat dengan tujuan agar produk tersebut dapat dibeli atau dikonsumsi oleh masyarakat (Juraman, 2018). Dari pengertian tersebut diketahui bahwa iklan memiliki tujuan persuasif atau mengajak para audiensnya melakukan sesuatu sesuai pesan yang ada dalam iklan. Meskipun begitu, iklan memiliki jenis dan tujuan yang beragam. Bentuk dan cara penyampaian iklan memiliki beberapa tujuan seperti komunikatif, informatif, dan persuasif.

Salah satu produk yang mempublikasikan iklan pada masa pandemi ialah produk Khong Guan. Di bulan Mei tahun 2020, bersamaan dengan perayaan hari jadi ke-50, Khong Guan Indonesia mempublikasikan serangkaian program, diantaranya adalah promosi melalui periklanan untuk produk-produknya. Salah satu yang cukup populer adalah iklan produk Khong Guan untuk perayaan hari raya dengan judul *Memories* versi *Seboeah Kenangan Manis*. Iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* merupakan iklan dengan visual bergaya anime yang dibuat oleh Solar Studio yang berpusat di Kota Surabaya. Kemunculan iklan Khong Guan dengan gaya anime ini merupakan sesuatu yang tidak biasa karena hal tersebut belum pernah dilakukan oleh produk Khong Guan sebelumnya. Iklan ini berhasil meraih perhatian audiens yang ditunjukkan ketika awal diluncurkannya nama Khong Guan sempat menjadi *trending topic* nomor tiga di Twitter dengan 22.000 cuitan (Gunadha & Nabilla, 2020). Iklan ini juga dimuat di berbagai artikel berita lainnya seperti *Kompas.com* dan *Insert Live*. Dalam artikel-artikel tersebut disebutkan bahwa keunikan iklan tersebut dalam penggunaan teknik animasi bergaya anime dengan visual yang indah dan penggambaran kondisi masyarakat pada masa pandemi menjadi sorotan utama yang menarik minat para warganet.

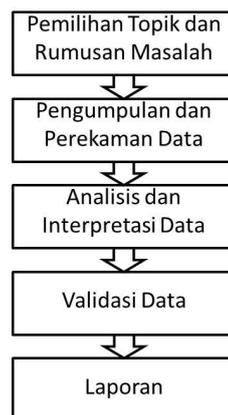
Animasi dalam bahasa Indonesia berasal dari kata “Animation” (Wijaya et al., 2023). Animasi merupakan salah satu media yang mampu membawa dan menyebarkan kebudayaan yang dimiliki oleh kreator. Secara umum, kreator animasi lokal Indonesia banyak terinspirasi oleh gaya animasi Jepang dan Amerika. Hal ini mengakibatkan animasi karya anak bangsa sering dikaitkan dengan animasi luar negeri. Animasi dapat memuat unsur kebudayaan dari animatornya maka ketika animasi tersebut ditonton memungkinkan terjadinya pertukaran makna kebudayaan dari animator ke penonton (Wikayanto, 2019). Iklan dapat menjadi sebuah representasi yang dinamis dan sensual dari nilai-nilai kebudayaan bergantung pada cara konsumen atau audiens dalam menafsirkan pesan dalam iklan dengan mencerminkan nilai-nilai kebudayaan dari konsumen itu sendiri (Hackley, 2005). Hal ini diasumsikan bahwa dalam iklan animasi Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* terdapat nilai-nilai kebudayaan yang mencerminkan kondisi masyarakat Indonesia. Dari pernyataan tersebut, muncul suatu pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu dengan penyampaian visual bergaya *anime*, bagaimana pesan dan makna serta nilai kebudayaan masyarakat Indonesia digambarkan dalam iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* ini?

Untuk mengetahui hal tersebut, peneliti melakukan sebuah analisis menggunakan pendekatan semiotika Peirce. Pendekatan semiotika Peirce digunakan untuk mengetahui bagaimana pesan dan makna yang ingin disampaikan kreator ditangkap dan dipahami oleh audiens. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah *Analisis Iklan Animasi Khong Guan Versi Seboeah Kenangan Manis pada Masa Pandemi dengan Pendekatan Semiotika Charles Sander Peirce*. Diharapkan penelitian ini dapat mengungkapkan makna dan pesan yang ada dalam iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis*.

2. Metode

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlandaskan paradigma interpretif dan konstruktif yang melihat realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan bersifat interaktif (Sugiyono, 2014). Hasil dari penelitian kualitatif cenderung menitikberatkan pada makna sehingga sejajar dengan pendekatan semiotika. Pendekatan semiotika Peirce diterapkan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menafsirkan tanda yang ditunjukkan dalam iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis*. Metode semiotika Peirce menekankan pada logika dan filosofi dari tanda yang ada di masyarakat dan sering disebut sebagai *grand theory* dalam semiotika. Pierce memandang semiotika layaknya proses bernalar manusia melalui tanda-tanda, memungkinkan teori Peirce dapat digunakan untuk memaknai berbagai macam tanda budaya (Mudjiyanto & Nur, 2013).

Proses penelitian ini mengadaptasi tahapan penelitian Creswell yang meliputi tahapan pemilihan topik dan rumusan masalah, pengumpulan dan perekaman data, analisis dan interpretasi data, validasi data, dan laporan (Creswell, 2014). Pada tahap pengumpulan dan perekaman data terdapat dua jenis data yaitu data primer yang didapat melalui studi dokumen video iklan animasi Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis*. Data sekunder sebagai pendukung data primer terdiri dari data wawancara dan studi pustaka. Dari data yang didapat dari proses pengumpulan data, dilakukan analisis dan interpretasi sekaligus validasi data yang kemudian menghasilkan kesimpulan. Tahap terakhir merupakan tahap penulisan laporan.



Gambar 1. Tahapan penelitian Creswell

Dari proses studi dokumen pada video iklan animasi Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* menghasilkan pembagian video dalam bentuk *shot* dan *scene* dalam tiga *sequence* utama dan dua *scene* transisi berdasarkan inti cerita iklan. Pembagian ini nantinya digunakan dalam tahap analisis. Data sekunder dari studi pustaka diperoleh dari buku, jurnal, dan artikel berita yang relevan dengan topik penelitian untuk mendukung tahapan analisis data.

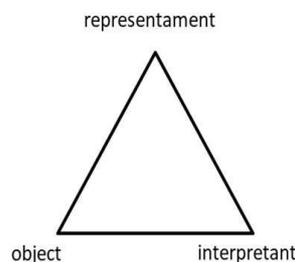
Pada tahap validasi dilakukan dengan cara triangulasi data. Jenis triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber dari data wawancara. Proses wawancara dilakukan secara semi terstruktur dengan tiga narasumber dari bidang yang berbeda yaitu, bidang semiotika, bidang sinematografi, dan bidang animasi. Narasumber yang dipilih untuk mewakili tiga bidang tersebut meliputi, (1) ahli di bidang semiotika dan ilmu komunikasi; (2) ahli di bidang sinematografi; dan (3) ahli di bidang animasi.

Data studi dokumen yang berupa tangkapan gambar selanjutnya memasuki tahap analisis menggunakan pendekatan semiotika Peirce untuk menjalani proses pemaknaan. Sebelum memasuki tahap analisis, dilakukan identifikasi tanda yang menjadi fokus utama pada setiap tangkapan gambar.



Gambar 2. Alur analisis

Semiotika Charles Sanders Peirce merupakan pendekatan semiotika dengan menggunakan sistem trikotomi yaitu pemaknaan tanda melalui tiga tahapan meliputi *representamen*, *object* dan *interpretant*. *Representamen* atau *ground* merupakan tanda yang diterima langsung oleh panca indera. *Representamen* dikategorikan menjadi tiga yaitu *Sinsign*, *Legisign*, dan *Qualisign*. *Object* merupakan materi atau imajiner yang ditangkap sebagai sesuatu yang mewakili *representamen*. *Object* terbagi menjadi yaitu Ikon, Indeks, dan Simbol. *Interpretant* merupakan bentuk pemaknaan dari hubungan *representamen* dan *object*. *Interpretant* dikategorikan menjadi tiga yaitu *Rheme*, *Decisign*, dan *Argument* (Vera, 2022).



Gambar 3 Semiotika Peirce

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Iklan Animasi Khong Guan

Iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* merupakan iklan animasi dua dimensi. Iklan ini dipublikasikan pada masa awal tingginya kasus pandemi COVID-19 di bulan Mei tahun 2020. Iklan ini bertujuan sebagai bentuk promosi produk biskuit kaleng merah sekaligus ucapan hari raya Idulfitri 1441 Hijriyah. Iklan ini juga termasuk dalam serangkaian program untuk perayaan ulang tahun perusahaan Khong Guan Indonesia yang ke-50 tahun. Iklan ini dipublikasikan dalam berbagai media di antaranya televisi dan media sosial seperti Instagram dan YouTube. Pada YouTube, iklan ini pertama kali dipublikasikan pada tanggal 19 Mei 2020 dengan durasi video sepanjang 81 detik dan telah disaksikan sebanyak 1,182,684 kali.



Gambar 3. Thumbnails Iklan Khong Guan

Iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* menggambarkan kondisi sepasang kakek dan nenek dalam merayakan hari raya Idulfitri pada saat maraknya pandemi COVID-19. Iklan ini bercerita tentang tokoh Kakek yang mengenang momen hari raya Idulfitri di masa mudanya. Iklan ini menceritakan kontrasnya momen lebaran tokoh kakek saat pada tahun 2020 dengan momen lebaran pada masa lalu. Yos Tanto, *Co-Founder* dari Solar Studio yang membuat iklan animasi Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis*, menyebutkan bahwa iklan ini menunjukkan kontrasnya momen lebaran pada masa pandemi dan di masa lalu serta menonjolkan peran Khong Guan sebagai bagian dari kisah sebuah keluarga yang dapat menghubungkan dua masa (Fadli, 2021).

3.2. Analisis Iklan

Dalam penelitian ini membagi video iklan menjadi tiga *sequence*. *Sequence* pertama menunjukkan adegan hujan, *sequence* kedua menggambarkan adegan masa lalu, dan *sequence* ketiga menunjukkan adegan tokoh bersama keluarganya.

3.2.1. Analisis Sequence 1

Tabel 1. Analisis visualisasi hujan

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Suasana hujan di jalanan.</p>	<p>Indeks</p> <p>Pengambilan gambar <i>close up</i> yang menampilkan rintik-rintik air di jalanan dengan nuansa gelap didominasi warna kebiruan.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Adegan menggambarkan suasana hujan di sebuah jalanan.ss</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Adegan menggambarkan suasana hujan di sebuah jalanan.</p>	<p>Simbol</p> <p>Penampakan hujan dengan nuansa kebiruan diketahui berkontribusi pada perasaan melankolis, sunyi, sedih, dan depresi (Darmaprawira, 2002)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Visualisasi suasana jalanan yang terlihat sunyi dan melankolis pada saat cuaca hujan.</p>

Tabel 1. Analisis visualisasi hujan (Lanjutan)

lv	Trichotomy		
	Representamen	Representamen	Representamen
3	<p><i>Qualisign</i></p> <p>Visualisasi suasana jalanan yang terlihat sunyi dan melankolis pada saat cuaca hujan.</p>	<p>Indeks</p> <p>Cuaca hujan dapat membangkitkan memori emosional dalam manusia dan menyebabkan munculnya perasaan nostalgia untuk menahan tekanan akibat cuaca buruk (Fadli, 2021)</p>	<p><i>Argument</i></p> <p>Suasana hujan yang sunyi dan melankolis dapat membangkitkan perasaan nostalgia.</p>

Tabel 2. Analisis judul

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Teks judul "<i>MEMORIES</i>" "<i>Seboeah Kenangan Manis</i>"</p>	<p>Ikon</p> <p>Judul iklan terdiri dari penggunaan dua bahasa Indonesia dan Inggris, serta menggunakan "oe" untuk penulisan huruf "u" seperti penulisan Indonesia di masa lalu.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Iklan berjudul "<i>MEMORIES</i>" "<i>Seboeah Kenangan Manis</i>" menggunakan dua bahasa dan penulisan zaman dulu.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Iklan berjudul "<i>MEMORIES</i>" "<i>Seboeah Kenangan Manis</i>" menggunakan dua bahasa dan penulisan zaman dulu.</p>	<p>Indeks</p> <p>Kata memories memiliki arti memori atau ingatan. Memori merupakan fungsi kognitif seseorang dalam menyimpan, mempertahankan dan mengingat kembali informasi atau peristiwa yang terjadi di masa lalu (Zlotnik & Vansintjan, 2019)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Judul iklan memiliki arti memori atau ingatan yang merujuk pada sesuatu yang terjadi di zaman dulu.</p>
3	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Judul iklan memiliki arti memori atau ingatan yang merujuk pada sesuatu yang terjadi di zaman dulu.</p>	<p>Indeks</p> <p>Kata "manis" dalam judul merujuk pada cerita yang membahagiakan dalam iklan.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Berdasarkan judulnya, jalan cerita iklan menyinggung tentang pengalaman masa lalu yang membahagiakan.</p>

Tabel 3. Analisis teks keterangan dan logo

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Tulisan "Versi 50 Tahun Khong Guan menemani" dan logo.</p>	<p>Ikon</p> <p>Penempatan logo, judul, dan keterangan pelengkap dari arah kanan ke kiri dengan arah tulisan vertikal seperti penulisan negara asia timur merujuk pada tempat asal pendiri Khong Guan.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Tipografi dalam iklan berkaitan dengan asal Khong Guan.</p>

Tabel 3. Analisis teks keterangan dan logo

lv	Trichotomy		
	Representamen	Representamen	Representamen
2	<i>Sinsign</i> Tipografi dalam iklan berkaitan dengan asal Khong Guan.	Indeks Logo terbentuk dari tipografi angka 50 menunjukkan usia Khong Guan Indonesia.	<i>Rheme</i> Iklan Khong Guan versi <i>Seboeah Kenangan Manis</i> dibuat untuk memperingati ulang tahun Khong Guan yang ke 50 tahun.
3	<i>Sinsign</i> Iklan Khong Guan versi <i>Seboeah Kenangan Manis</i> dibuat untuk memperingati ulang tahun Khong Guan yang ke 50 tahun.	Indeks Usia 50 tahun menandakan Khong Guan merupakan produk yang sudah tua dan telah memiliki banyak kenangan di hati masyarakat Indonesia.	<i>Rheme</i> Khong Guan telah memiliki banyak kenangan di hati masyarakat Indonesia.
4	<i>Sinsign</i> Khong Guan telah memiliki banyak kenangan di hati masyarakat Indonesia.	Indeks Kata “menemani” merujuk pada peran Khong Guan kepada konsumen.	<i>Rheme</i> Iklan bercerita tentang peran Khong Guan sebagai produk yang telah menemani konsumen Indonesia selama 50 tahun dengan penuh kenangan.

Tabel 4. Analisis visualisasi permukiman

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<i>Sinsign</i>  Visual permukiman	Ikron Penampakan <i>long shot</i> sebuah jalanan di depan jajaran rumah-rumah tanpa adanya manusia.	<i>Rheme</i> Penampakan jalanan permukiman yang sepi akibat hujan.
2	<i>Qualisign</i> Penampakan jalanan permukiman yang sepi akibat hujan.	Indeks Jalanan sepi menandakan orang sedang tidak beraktifitas di luar.	<i>Rheme</i> Penampakan jalanan yang sepi karena orang memilih untuk tetap tinggal di dalam rumah saat cuaca hujan.
3	<i>Sinsign</i> Penampakan jalanan yang sepi karena orang memilih untuk tetap tinggal di dalam rumah saat cuaca hujan.	Indeks Pada tahun 2020 tengah terjadi pandemi COVID-19 (Jaya, 2021)	<i>Rheme</i> Perilaku penduduk yang tetap berada di dalam rumah saat hujan mencerminkan anjuran tetap berada di rumah untuk menghindari penyebaran COVID-19.
4	<i>Sinsign</i> Perilaku penduduk yang tetap berada di dalam rumah saat hujan mencerminkan anjuran tetap berada di rumah untuk menghindari penyebaran COVID-19.	Indeks Hujan dan pandemi menjadikan orang untuk tidak keluar rumah.	<i>Rheme</i> Hujan dianalogikan sama dengan pandemi COVID-19.

Tabel 5. Analisis penampakan rumah

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visualisasi rumah</p>	<p>Ikon</p> <p>Gambar <i>long shot</i> yang menampilkan bentuk depan rumah dilengkapi sebuah mobil yang terparkir di depan halaman yang diguyur hujan.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Visual sebuah rumah dan mobil yang terparkir di halaman.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Visual sebuah rumah dan mobil yang terparkir di halaman.</p>	<p>Indeks</p> <p>Mobil terparkir di halaman menandakan keberadaan manusia di rumah.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Pemilik rumah sedang berada di dalam rumah.</p>

Tabel 6. Analisis visual kaleng Khong Guan

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visualisasi kaleng Khong Guan</p>	<p>Ikon</p> <p>Gambar <i>close up</i> sebuah tangan tengah meletakkan biskuit kaleng Khong Guan yang berilustrasi keluarga dan kumpulan biskuit di atas piring sebuah meja</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Sebuah tangan meletakkan kaleng biskuit Khong Guan di atas meja.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Sebuah tangan meletakkan kaleng biskuit Khong Guan di atas meja.</p>	<p>Indeks</p> <p>Penampakan makanan ringan yang ditaruh di meja merupakan makanan yang siap dihidangkan (Firmansyah & Pramono, 2022)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Biskuit kaleng Khong Guan merupakan hidangan utama di meja.</p>
3	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Biskuit kaleng Khong Guan merupakan hidangan utama di meja.</p>	<p>Simbol</p> <p>Biskuit kaleng Khong Guan biasa dihidangkan saat perayaan hari raya (Putri, 2015)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Biskuit kaleng Khong Guan dihidangkan sebagai camilan perayaan hari raya.</p>

Tabel 7. Analisis visualisasi tokoh

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visualisasi tokoh</p>	<p>Ikon</p> <p>Penampakan pakaian kakek yang berupa baju koko putih dan kopiah serta pakaian nenek yang berupa sebuah gamis berwarna putih dan hijab yang menyerupai pakaian yang sering dipakai orang Islam di Indonesia.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek dan nenek adalah orang beragama islam.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Kakek dan nenek adalah orang beragama islam.</p>	<p>Simbol</p> <p>Kakek dan Nenek menggunakan pakaian berwarna putih yang dalam islam memiliki arti bersih, suci, dan murni yang sering digunakan pada saat beribadah dan hari raya (Darmaprawira, 2002)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Sepasang kakek dan nenek sedang merayakan hari raya Idulfitri.</p>

Tabel 8. Analisis visualisasi ruangan

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visualisasi warna biru dan pencahayaan redup pada ruangan yang ditempati kakek dan nenek.</p>	<p>Ikon</p> <p>Pengambilan gambar <i>long shot</i> yang menampilkan bentuk ruang tamu yang gelap dan didominasi warna biru dengan perabotan rumah berupa meja persegi panjang pendek dan sofa yang ditempati oleh sepasang kakek nenek.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Ruang tamu rumah kakek nenek terlihat gelap dan berwarna biru.</p>
2	<p><i>Qualisign</i></p> <p>Ruang tamu rumah kakek nenek terlihat gelap dan berwarna biru.</p>	<p>Indeks</p> <p>Pencahayaan <i>low key light</i> dengan warna biru dingin dalam ruangan menggambarkan suasana sepi, sedih, dan melankolis (Katatikarn & Tanzillo, 2017)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek dan nenek merasa kesepian di ruang tamu.</p>
3	<p><i>Qualisign</i></p> <p>Kakek dan nenek merasa kesepian di ruang tamu.</p>	<p>Simbol</p> <p>Ruang tamu merupakan ruangan di sebuah rumah yang dikhususkan untuk menerima sebuah tamu atau sebagai tempat keluarga berkumpul.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek dan nenek merasa sedih dan kesepian saat merayakan Idulfitri tanpa berkumpul bersama keluarga.</p>

Tabel 9. Analisis visualisasi cahaya

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Cahaya dari luar jendela.</p>	<p>Ikon</p> <p>Penampakan sorotan cahaya dari atas yang menyinari sebagian kecil dari ruang tamu yang luas.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Adanya cahaya dari langit yang menerangi sebagian kecil ruangan tempat kakek dan nenek.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Adanya cahaya dari luar jendela yang menerangi sebagian kecil ruangan tempat kakek dan nenek.</p>	<p>Indeks</p> <p>Cahaya dari luar layar menggambarkan rasa optimis dan harapan (Katatikarn & Tanzillo, 2017)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Cahaya merupakan penggambaran harapan kecil dan sikap positif kakek dan nenek.</p>

Tabel 10. Analisis narasi

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>yang sedang menemaniku,</p>	<p>Ikon</p> <p>“Salamku pada waktu”, “yang sedang menemaniku”, “dan, yang telah berlalu” pada adegan yang menunjukkan tokoh kakek.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Narasi tersebut merupakan sebuah pesan yang disampaikan tokoh kakek.</p>

Tabel 10. Analisis narasi (Lanjutan)

lv	Trichotomy		
	Representamen	Representamen	Representamen
	 <p>Narasi</p>		
2	<p><i>Sinsign</i> Narasi tersebut merupakan sebuah pesan dari tokoh kakek kepada waktu.</p>	<p>Indeks Waktu merujuk pada waktu atau momen lebaran dalam kehidupan tokoh kakek.</p>	<p><i>Rheme</i> Kakek telah melalui banyak momen lebaran semasa hidupnya.</p>

Deskripsi Makna Sequence Satu

Sequence satu menggambarkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia selama merayakan hari raya Idulfitri saat pandemi melanda di tahun 2020. Adegan banyak menampilkan gambar *long shot* untuk menunjukkan kondisi lingkungan yang sepi. Penggunaan *tone* warna biru dan adegan hujan menambah kesan sedih. Adegan ini merupakan penggambaran perasaan masyarakat saat lebaran pada masa pandemi tanpa melaksanakan tradisi-tradisi yang biasa dilakukan sebelumnya.

3.2.2. Analisis Transisi 1

Tabel 11. Analisis pergantian adegan

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	 <p>Adegan transisi</p>	<p>Ikon Adegan tokoh kakek memasukkan tangan ke kaleng Khong Guan berganti ke adegan tokoh mengambil dan memakan biskuit dari kaleng Khong Guan melalui transisi <i>match dissolve</i>.</p>	<p><i>Rheme</i> Kakek yang berubah menjadi tokoh lain saat mengambil biskuit Khong Guan.</p>
2	<p><i>Sinsign</i> Kakek yang berubah menjadi tokoh lain saat mengambil biskuit Khong Guan.</p>	<p>Indeks Transisi <i>match dissolve</i> digunakan untuk menunjukkan perubahan waktu dan adegan surealis, flashback melalui bentuk gambar yang serupa (MasterClass, 2021)</p>	<p><i>Rheme</i> Melalui kaleng Khong Guan adegan berganti ke masa lalu yang menampilkan kakek saat masih muda.</p>

Deskripsi Makna Transisi 1

Adegan transisi menggambarkan perubahan waktu dari masa kini ke masa lalu. Adegan *flashback* melalui adegan pengambilan biskuit Khong Guan mengisyaratkan peran Khong Guan yang dapat membawa kembali ke kenangan masa lalu.

3.2.3. Analisis Sequence 2

Tabel 12. Analisis visualisasi rumah

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visual tokoh kakek muda duduk di kursi tengah di teras sebuah rumah.</p>	<p>Ikon</p> <p>Visual rumah digambarkan menyerupai rumah tradisional Betawi dengan ciri motif gigi balang pada atap, warna hijau pada bagian rumah berbahan kayu, lantai berwarna kuning kecoklatan, pintu utama di bagian tengah, jendela yang banyak dan teras depan yang luas sebagai ruang tamu (Website, 2022)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Tokoh kakek muda sedang duduk di ruang tamu sebuah rumah tradisional Betawi dengan bagian rumah yang terbuat dari kayu berwarna hijau dan lantai berwarna kuning kecoklatan.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Tokoh kakek muda sedang duduk di ruang tamu sebuah rumah tradisional Betawi dengan bagian rumah yang terbuat dari kayu berwarna hijau dan lantai berwarna kuning kecoklatan.</p>	<p>Indeks</p> <p>Rumah tradisional menunjukkan identitas suku.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek muda merupakan orang Betawi yang tinggal di sebuah rumah tradisional Betawi dengan bagian rumah yang terbuat dari kayu berwarna hijau dan lantai berwarna kuning kecoklatan.</p>
3	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Kakek muda merupakan orang Betawi yang tinggal di sebuah rumah tradisional Betawi dengan bagian rumah yang terbuat dari kayu berwarna hijau dan lantai berwarna kuning kecoklatan.</p>	<p>Simbol</p> <p>Warna hijau dalam budaya Betawi bermakna harmoni dan kuning melambangkan kehangatan (News, 2017)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek muda tinggal di sebuah rumah tradisional Betawi yang harmonis dan penuh kehangatan.</p>

Tabel 13. Analisis tokoh

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visual tokoh makan biskuit Khong Guan.</p>	<p>Ikon</p> <p>Gambar <i>medium close up</i> tokoh Kakek digambarkan layaknya laki-laki muda tanpa keriput dengan rambut hitam sedang, berbahu lebar, berdada rata serta mengenakan kemeja putih yang dimasukan ke dalam celana yang panjang tengah duduk sambil memakan biskuit Khong Guan.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Tokoh kakek mengkonsumsi biskuit Khong Guan saat muda.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Tokoh kakek mengkonsumsi biskuit Khong Guan saat muda.</p>	<p>Ikon</p> <p>Visual tokoh kakek muda mengunyah biskuit Khong Guan dengan cepat.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek muda memakan biskuit Khong Guan dengan lahap.</p>

Tabel 13. Analisis tokoh (Lanjutan)

lv	Trichotomy		
	Representamen	Representamen	Representamen
3	<i>Qualisign</i> Kakek muda memakan biskuit Khong Guan dengan lahap.	Indeks Makan secara lahap menandakan ketertarikan dan kesukaan pada menu makanan.	<i>Rheme</i> Kakek suka makan biskuit Khong Guan sejak masih muda.
4	<i>Sinsign</i> Kakek suka makan biskuit Khong Guan sejak masih muda	Indeks Orang menyukai makanan karena rasanya enak	<i>Argument</i> Kakek makan biskuit Khong Guan dengan lahap karena rasanya enak

Tabel 14. Analisis visualisasi langit

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<i>Sinsign</i>  Visual langit.	Ikon Gambar <i>low angle</i> menampilkan tokoh Kakek melihat sebuah pesawat yang melintasi langit.	<i>Rheme</i> Visualisasi pesawat yang sedang melintasi langit.
2	<i>Sinsign</i> Visualisasi pesawat yang sedang melintasi langit.	Indeks Pesawat merupakan alat transportasi yang digunakan untuk perjalanan jarak jauh.	<i>Rheme</i> Adanya orang yang melakukan perjalanan jarak jauh dengan pesawat.
3	<i>Sinsign</i> Adanya orang yang melakukan perjalanan jarak jauh dengan pesawat.	Indeks Cerita mengambil latar waktu pada hari raya Idulfitri.	<i>Rheme</i> Pada hari raya Idulfitri terdapat budaya mudik yaitu kegiatan perjalanan jarak jauh untuk pulang ke kampung halaman dan bertemu sanak saudara.

Tabel 15. Analisis narasi

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<i>Sinsign</i>  Narasi	Ikon Teks 'Juga kepada rasa,' 'yang mengawalku melintasi masa' pada adegan tokoh sedang makan biskuit Khong Guan.	<i>Argument</i> Rasa biskuit Khong Guan tidak berubah.
2	<i>Sinsign</i> Rasa biskuit Khong Guan tidak berubah.	Indeks Kata "mengawalku melintasi masa" merujuk pada keberadaan Khong Guan secara konsisten ada dalam kehidupan tokoh.	<i>Rheme</i> Rasa biskuit Khong Guan tidak berubah dan selalu ada di momen lebaran kakek.

Tabel 16. Analisis visualisasi tokoh

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visual tokoh pria tua berjalan ke arah tokoh kakek muda.</p>	<p>Ikon</p> <p>Gambar <i>long shot</i> menampilkan tokoh pria tua berjalan membelakangi kamera mengarah ke tempat tokoh kakek muda berada.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Pria tua berjalan ke rumah untuk bertemu kakek muda.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Pria tua berjalan ke rumah untuk bertemu kakek muda.</p>	<p>Indeks</p> <p>Rumah merupakan tempat untuk berpulang.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Pria tua pulang ke rumah untuk bertemu dengan kakek muda.</p>
3	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Pria tua pulang ke rumah untuk bertemu dengan kakek muda.</p>	<p>Indeks</p> <p>Bertemu dan berkomunikasi merupakan salah satu bentuk silaturahmi.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Pria tua pulang ke rumah untuk bersilaturahmi secara langsung dengan kakek muda.</p>

Tabel 17. Analisis visualisasi peran tokoh

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visual tokoh pria tua duduk di samping tokoh kakek muda.</p>	<p>Ikon</p> <p>Gambar <i>medium shot</i> menampilkan pria tua yang datang sambil membuat kontak mata dan tersenyum yang kemudian duduk di samping tokoh kakek muda sambil merangkul bahu tokoh kakek muda.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Interaksi pria tua dan kakek muda yang terlihat dekat satu sama lain.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Interaksi pria tua dan kakek muda yang terlihat dekat dengan satu sama lain.</p>	<p>Ikon</p> <p>Tokoh pria tua digambarkan mempunyai wajah yang keriput, berkumis tebal, berambut setengah putih, mengenakan kaos putih berlempang pendek dan memakai sarung sedang duduk di samping tokoh kakek muda.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Pria tua merupakan orang yang jauh lebih tua dari kakek muda.</p>
3	<p><i>Qualisign</i></p> <p>Pria tua merupakan orang yang jauh lebih tua dari kakek muda.</p>	<p>Indeks</p> <p>Jarak kurang dari 6 inchi tokoh pria yang lebih tua merangkul tokoh kakek muda menunjukkan kedekatan kekeluargaan dari kedua tokoh (Alberts et al., 2021; Cohen, 2015)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Pria tua merupakan ayah dari kakek muda.</p>

Tabel 18. Analisis visualisasi kamera

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visualisasi kamera.</p>	<p>Ikon</p> <p>Penampakan kamera secara <i>extreme close up</i> dengan refleksi gambar tokoh pria tua dan Kekek muda pada lensa.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek muda dan pria tua sedang berfoto bersama.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Kakek muda dan pria tua sedang berfoto Bersama.</p>	<p>Indeks</p> <p>Foto biasa digunakan untuk mengabadikan suatu peristiwa berharga agar dapat dilihat kembali di masa depan.</p>	<p><i>Argument</i></p> <p>Kakek muda dan pria tua mengabadikan momen berharga mereka bersama sebagai kenangan untuk dilihat kembali di masa depan.</p>

Deskripsi Makna Sequence 2

Sequence dua merupakan penggambaran kenangan menyenangkan dan pelaksanaan tradisi lebaran yang terjadi di masa lalu yang juga menghadirkan produk Khong Guan di masa itu. *Sequence* ini divisualisasikan dengan tone warna kuning dan pengadaan properti tradisional yang mengisyaratkan adegan terjadi di masa lampau. Kegiatan mudik dan kumpul keluarga merupakan bentuk tradisi lebaran yang sering dilakukan pada masa sebelum adanya pandemi.

3.2.4. Analisis Transisi 2

Tabel 19. Analisis visualisasi transisi

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Transisi</p>	<p>Ikon</p> <p>Visualisasi refleksi tokoh pada lensa kamera menjadi layar putih karena transisi <i>wash</i> dan beralih ke foto kedua tokoh yang terpasang di dinding.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Transisi <i>wash</i> menghubungkan adegan berfoto dan foto di dinding.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Transisi <i>wash</i> menghubungkan adegan berfoto dan foto di dinding.</p>	<p>Indeks</p> <p>Transisi <i>fade/wash</i> mengubah latar cerita merupakan salah satu model transisi <i>dissolve</i> yang digunakan untuk menunjukkan perubahan waktu yang signifikan antara dua adegan (Heckmann, 2022)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Transisi <i>wash</i> menunjukkan pergantian waktu dari masa lalu ke masa kini.</p>

Tabel 20. Analisis narasi

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Narasi berfoto dan adegan foto yang terpajang di dinding.</p>	<p>Indeks</p> <p>Teks 'Puluhan tahun bersamanya,' 'Rasa itu, tetap sama' pada adegan di masa lalu dan masa kini.</p>	<p>Argument</p> <p>Tokoh telah menikmati biskuit Khong Guan selama puluhan tahun sehingga mengetahui bahwa rasanya tetap sama.</p>
2	<p><i>Qualisign</i></p> <p>Tokoh telah menikmati biskuit Khong Guan selama puluhan tahun sehingga mengetahui bahwa rasanya tetap sama.</p>	<p>Indeks</p> <p>Rasa dan kualitas Khong Guan tidak berubah.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Rasa dan kualitas Khong Guan tidak berubah selama puluhan tahun.</p>

Deskripsi Makna Transisi 2

Transisi *flash* kamera menunjukkan kembalinya *setting* waktu untuk kembali ke realita masa kini (waktu iklan). Dalam transisi, ditunjukkan perubahan waktu yang cepat dan kontras akan pelaksanaan tradisi lebaran antara masa kini dan masa lalu. Ditunjukkan bahwa dari masa ke masa produk biskuit kaleng Khong Guan memiliki rasa dan kualitas yang sama.

3.2.5. Analisis Sequence 3

Tabel 21. Analisis narasi

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Narasi "berganti peran, iya" pada adegan tokoh kakek yang memperhatikan foto keluarga di dinding.</p>	<p>Ikon</p> <p>Penampakan foto ayah dan anak yang kemudian dilakukan <i>zoom out</i> dan memperlihatkan tokoh kakek sedang melihat foto keluarga barunya (istri dan anak perempuan) dibarengi narasi "berganti peran, iya".</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek tengah melihat fotonya bersama ayahnya yang diambil saat masih muda dan beralih ke fotonya bersama istri dan anak perempuannya.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Kakek tengah melihat fotonya bersama ayahnya yang diambil saat masih muda dan beralih ke fotonya bersama istri dan anak perempuannya.</p>	<p>Indeks</p> <p>Narasi merujuk pada peran kakek dalam keluarga.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek telah berganti peran dari seorang anak menjadi seorang ayah.</p>

Tabel 22. Analisis perilaku kakek

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Kakek mendongak.</p>	<p>Ikon</p> <p>Penampakan <i>medium close up</i> tokoh Kakek tengah mendongak dengan mata mengarah ke kanan atas setelah gerakan zoom out yang menampilkan foto anak perempuan di atas foto dirinya bersama ayahnya.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek mendongak menatap ke arah kanan atas untuk memperhatikan foto dirinya bersama ayahnya dan beralih fokus ke foto anak perempuannya.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Kakek mendongak menatap ke arah kanan atas untuk memperhatikan foto dirinya bersama ayahnya dan beralih fokus ke foto anak perempuannya.</p>	<p>Simbol</p> <p>Arah mata ke kanan atas menandakan seseorang tengah mencoba berimajinasi membayangkan sesuatu</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek tengah membayangkan kembali peristiwa dan perannya dalam keluarga saat melihat foto ayah dan anak perempuannya.</p>
3	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Kakek tengah membayangkan kembali peristiwa dan perannya dalam keluarga saat melihat foto ayah dan anak perempuannya.</p>	<p>Indeks</p> <p>Membayangkan peristiwa di masa lalu mengidentifikasi kerinduan akan masa tersebut.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek tengah merindukan momen bersama keluarganya terutama bersama anak perempuannya.</p>

Tabel 23. Analisis visualisasi pencahayaan

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Cahaya.</p>	<p>Ikon</p> <p>Visualisasi cahaya matahari dari arah luar yang perlahan menyinari wajah kakek dan ruangan yang ditempatinya.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Cahaya matahari menyinari wajah kakek dan ruangan.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Cahaya matahari menyinari wajah kakek dan ruangan.</p>	<p>Indeks</p> <p>Cahaya matahari menandakan bahwa cuaca sedang cerah.</p>	<p><i>Decisign</i></p> <p>Cuaca hujan di luar ruangan telah berganti menjadi cuaca cerah.</p>
3	<p><i>Qualisign</i></p> <p>Cuaca hujan di luar ruangan telah berganti menjadi cuaca cerah.</p>	<p>Indeks</p> <p>Cahaya dari luar layar menggambarkan rasa optimis dan harapan (Katatikarn & Tanzillo, 2017)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Harapan dan rasa optimis kakek meningkat seiring berubahnya suasana karena masuknya cahaya dalam ruangan.</p>

Tabel 24. Analisis panggilan telepon

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Kakek memegang <i>smartphone</i>,</p>	<p>Ikon</p> <p>Penampakan tokoh kakek yang tersenyum saat menerima panggilan telepon dari seorang perempuan berhijab bernama Putri.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek merasa senang menerima panggilan dari tokoh bernama Putri.</p>
2	<p><i>Qualisign</i></p> <p>Kakek merasa senang menerima panggilan dari tokoh bernama Putri,</p>	<p>Indeks</p> <p><i>Smartphone</i> kakek yang menunjukkan adanya panggilan telepon digunakan untuk komunikasi jarak jauh.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek merasa senang saat tokoh bernama Putri menelponnya.</p>
3	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Kakek merasa senang saat tokoh bernama Putri menelponnya.</p>	<p>Simbol</p> <p>Putri merupakan nama yang berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti anak perempuan.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Tokoh kakek merasa senang mendapat panggilan telepon dari anak perempuannya.</p>

Tabel 25. Analisis layar handphone

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<p><i>Sinsign</i>-eksistensi</p>  <p>Layar <i>smartphone</i> tokoh Kakek.</p>	<p>Ikon</p> <p>Penampakan <i>medium close up</i> tiga orang dalam layar <i>handphone</i> yang terdiri dari sepasang laki-laki dan perempuan dewasa dan satu anak kecil perempuan serta penampakan tokoh kakek dalam kotak yang lebih kecil yang sedang melambaikan tangan.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Tampilan panggilan video dari <i>smartphone</i> tokoh kakek yang menampilkan tokoh Putri dan keluarga sedang melambaikan tangan.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Tampilan panggilan video dari <i>smartphone</i> tokoh kakek yang menampilkan tokoh Putri dan keluarga sedang melambaikan tangan.</p>	<p>Simbol</p> <p>Lambaian tangan merupakan <i>gesture</i> untuk sapaan seperti halo atau selamat tinggal (Khoeriah, 2016)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Putri dan keluarganya berkomunikasi dengan menyapa kakek melalui media <i>smartphone</i>.</p>
3	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Putri dan keluarganya menyapa kakek melalui media <i>smartphone</i>.</p>	<p>Indeks</p> <p>Komunikasi jarak jauh antar keluarga merupakan wujud silaturahmi.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Putri dan keluarganya sedang <i>bersilaturahmi</i> dengan kakek secara tidak langsung menggunakan panggilan video.</p>

Table 26. Analisis narasi

lv	<i>Representamen</i>	<i>Trichotomy</i> <i>Object</i>	<i>Interpretant</i>
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Narasi</p>	<p>Indeks</p> <p>"berganti cara pun, tak apa" pada adegan kakek melakukan telepon dengan Putri yang merujuk pada cara silaturahmi.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Adanya perubahan cara silaturahmi yang dilakukan oleh Putri dan kakek.</p>
2	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Adanya perubahan cara silaturahmi yang dilakukan oleh Putri dan kakek.</p>	<p>Simbol</p> <p>Silaturahmi pada hari raya Idulfitri biasa dilakukan dengan saling bertemu langsung.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Adanya perubahan cara silaturahmi yang dilakukan secara tidak langsung menggunakan panggilan video.</p>
3	<p><i>Sinsign</i></p> <p>Adanya perubahan cara silaturahmi yang dilakukan secara tidak langsung menggunakan panggilan video.</p>	<p>Indeks</p> <p>Kata "tak apa" merujuk pada tidak ada masalah dalam perubahan cara silaturahmi.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Perubahan cara secara digital tidak merubah makna silaturahmi.</p>

Tabel 27. Analisis visualisasi tokoh

lv	<i>Representamen</i>	<i>Trichotomy</i> <i>Object</i>	<i>Interpretant</i>
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visual cahaya terang dalam ruangan saat tokoh sedang bertelepon.</p>	<p>Ikon</p> <p>Visualisasi pencahayaan yang terang saat tokoh kakek menghadap dan memperlihatkan layar <i>smartphone</i> ke arah tokoh nenek.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Visual pencahayaan terang saat kakek memanggil nenek untuk bergabung dengan di panggilan video bersama Putri.</p>
2	<p><i>Qualisign</i></p> <p>Visual pencahayaan terang saat kakek memanggil nenek untuk bergabung dengan di panggilan video bersama Putri.</p>	<p>Indeks</p> <p><i>High key lighting</i> digunakan untuk menciptakan tampilan cerah dan bahagia serta nada optimis dan penuh harapan (Perdana, 2015)</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek dan nenek merasa bahagia dapat tetap berkomunikasi bersama anaknya di masa pandemic.</p>

Tabel 28. Analisis jarak tokoh

lv	<i>Representamen</i>	<i>Trichotomy</i> <i>Object</i>	<i>Interpretant</i>
1	<p><i>Sinsign</i></p>  <p>Visual Kakek dan Nenek.</p>	<p>Ikon</p> <p>Penampakan tokoh kakek dan nenek duduk bersama sambil melihat layar <i>smartphone</i>.</p>	<p><i>Rheme</i></p> <p>Kakek dan nenek duduk berdekatan untuk melakukan panggilan video dengan tokoh Putri</p>

Tabel 28. Analisis jarak tokoh (Lanjutan)

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
2	<i>Qualisign</i> Kakek dan nenek duduk berdekatan untuk melakukan panggilan video dengan tokoh Putri.	Indeks Jarak intim dilakukan kepada orang terdekat seperti pasangan, keluarga, dan teman dekat (Arwan, 2018)	<i>Rheme</i> Keluarga kakek dan nenek memiliki hubungan yang harmonis.
3	<i>Qualisign</i> Keluarga kakek dan nenek memiliki hubungan yang harmonis.	Indeks Penampakan tokoh kakek dan nenek menggunakan <i>smartphone</i> untuk berkomunikasi dengan Putri saat lebaran di masa pandemi.	<i>Argument</i> Silaturahmi pada saat pandemi dapat berjalan karena hubungan keluarga yang harmonis dan adanya bantuan berkomunikasi melalui media <i>smartphone</i> yang sekaligus dapat menjaga keselamatan dan kesehatan keluarga

Tabel 29. Analisis narasi

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<i>Sinsign</i>  Narasi.	Simbol Teks “doa untuk kita semua, agar tetap baik-baik saja” pada adegan kakek dan nenek yang sedang melakukan panggilan video dengan Putri.	<i>Rheme</i> Narasi merupakan ucapan permohonan kepada Tuhan agar semuanya selalu dalam keadaan baik-baik saja.
2	<i>Qualisign</i> Narasi merupakan ucapan permohonan kepada Tuhan agar semuanya selalu dalam keadaan baik-baik saja.	Indeks Kata “kita” merujuk pada pihak Khong Guan dan juga penonton iklan, terutama pada orang tersayang.	<i>Rheme</i> Narasi merupakan permohonan kepada Tuhan untuk menjaga semua orang yang tersayang agar selalu dalam keadaan baik-baik saja.
3	<i>Qualisign</i> Narasi merupakan permohonan kepada Tuhan untuk menjaga semua orang yang tersayang agar selalu dalam keadaan baik-baik saja.	Indeks Kata “tetap baik-baik saja” merujuk pada kondisi tahun 2020 dimana terdapat penyebaran penyakit oleh virus Corona.	<i>Rheme</i> Narasi merupakan sebuah permohonan kepada Tuhan agar semua orang yang disayangi terhindar dari penyebaran penyakit oleh virus Corona

Tabel 30. Analisis ruangan

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<i>Sinsign</i> 	Ikon Penampakan <i>long shot</i> keluarga Putri dan kakek nenek saling menatap layar handphone dengan kaleng biskuit Khong Guan di meja ruang tamu rumah masing-masing yang kemudian dua shot rumah digabungkan dengan kaleng Biskuit Khong Guan berada diantara kedua keluarga.	<i>Rheme</i> Adanya Biskuit Khong Guan di masing-masing ruang tamu Keluarga Putri dan kakek nenek saat keduanya sedang berkomunikasi.

Tabel 30. Analisis ruangan (Lanjutan)

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
			
	Visual keluarga Putri dan kakek di ruang tamu.		
2	<i>Sinsign</i> Adanya Biskuit Khong Guan di masing-masing ruang tamu Keluarga Putri dan kakek nenek saat keduanya sedang berkomunikasi.	Ikons Dua kaleng Khong Guan di masing-masing rumah <i>merger</i> menjadi satu dengan kaleng yang terletak diantara kedua keluarga yang tersenyum lebar ke arah <i>smartphone</i> .	<i>Rheme</i> Biskuit Khong Guan menghubungkan Putri sekeluarga dengan kakek nenek pada saat hari raya di masa pandemi.

Tabel 31. Analisis narasi

lv	Trichotomy		
	Representamen	Object	Interpretant
1	<i>Sinsign</i>  Narasi.	Indeks Teks "silaturahmi itu pasti" dan "tetap Khong Guan sampai nanti" pada adegan panggilan video di kedua rumah.	<i>Rheme</i> Narasi menunjukkan hubungan silaturahmi sebuah keluarga dengan Khong Guan.
2	<i>Sinsign</i> Narasi menunjukkan hubungan silaturahmi sebuah keluarga dan Khong Guan.	Indeks Kata 'silaturahmi itu pasti' merujuk pada keyakinan akan kegiatan <i>silaturahmi</i> adalah kegiatan yang penting.	<i>Rheme</i> Narasi "silaturahmi itu pasti" bermakna bahwa kegiatan silaturahmi adalah kegiatan yang wajib dilakukan pada saat hari raya Idulfitri.
3	<i>Legisign</i> Narasi <i>silaturahmi itu pasti</i> bermakna bahwa kegiatan silaturahmi adalah kegiatan yang wajib dilakukan pada saat hari raya Idulfitri	Indeks Kata ' <i>tetap Khong Guan sampai nanti</i> ' merujuk pada keyakinan akan konsistensi pengonsumsi biskuit Khong Guan saat hari raya	<i>Rheme</i> Narasi ' <i>tetap Khong Guan sampai nanti</i> ' bermakna bahwa biskuit Khong Guan akan tetap ada di masa depan
4	<i>Sinsign</i> Narasi ' <i>tetap Khong Guan sampai nanti</i> ' bermakna bahwa biskuit Khong Guan akan tetap ada di masa depan.	Simbol Kalimat tersebut disusun selayaknya pantun dengan akhiran -I, yang keduanya memiliki maksud dan tujuan yang sama.	<i>Rheme</i> Narasi bermakna bahwa kegiatan <i>silaturahmi</i> adalah kegiatan yang wajib dilakukan pada saat hari raya begitu pula dengan biskuit Khong Guan yang juga wajib untuk tetap ada di setiap kegiatan hari raya.

Deskripsi Makna Sequence 3

Sequence ketiga menampakan adanya pemecahan masalah dari suasana sedih dan kesepian saat lebaran akibat pandemi dengan memanfaatkan teknologi panggilan video untuk melakukan komunikasi sebagai alternatif pelaksanaan silaturahmi. Adegan menunjukkan perubahan suasana melankolis menjadi positif. Khong Guan ditampilkan di akhir berada di

tengah-tengah mengisyaratkan posisinya yang penting pada momen lebaran dan sekaligus penghubung antar keluarga.

3.3. Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan dengan narasumber dari tiga bidang yang berbeda yaitu bidang semiotika, sinematografi, dan animasi. Wawancara dilakukan untuk mengetahui sudut pandang ahli mengenai iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis*. Wawancara pertama dilakukan dengan seorang dosen dan ahli dalam bidang ilmu komunikasi. Menurutnya, iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* berfokus pada penggambaran keluarga yang memanfaatkan teknologi *video call* untuk bersilaturahmi saat lebaran di masa pandemi. Penyampaian pesan ditonjolkan melalui gerakan kamera, warna, properti, dan kegiatan yang ditampilkan oleh tokoh. Visualisasi iklan ini bergaya anime hanya sebatas karena tren dan tidak berpengaruh pada pesan. Beliau menambahkan, dalam memaknai sesuatu (tanda) perlu memperhatikan konvensi, konteks, dan leksikal nya. Iklan ini ditujukan untuk audiens Indonesia dan menggambarkan suasana yang umum diketahui di Indonesia. Suasana yang dimaksud ialah perayaan dan tradisi lebaran seperti mudik, kumpul keluarga, dan silaturahmi. Namun akibat adanya pandemi, tradisi itu tidak dilakukan sehingga digambarkan dengan suasana kelam yang berganti positif saat ada adegan *video call* sebagai pengganti silaturahmi. Peran Khong Guan disini digambarkan sebagai sesuatu yang selalu ada dalam suatu momen di masa kini maupun masa lalu atau pada setiap kenangan sebuah keluarga.

Wawancara kedua dengan seorang dosen dan ahli dalam bidang sinematografi. Menurutnya, keseluruhan iklan ditampilkan dengan efek *soft* yang dramatis untuk menyesuaikan dengan topik iklan yang menceritakan kondisi sebuah keluarga yang merayakan hari raya pada saat pandemi. *Sequence* pertama menggambarkan suasana lebaran tanpa rasa bahagia dan kemenangan dengan menampilkan warna biru dan efek yang lebih kelam. *Sequence* kedua menggambarkan adegan di masa lalu yang divisualisasikan dengan dominasi warna kuning dan *sequence* ketiga merupakan babak solusi dengan visualisasi lebih cerah dari sebelumnya untuk menunjukkan adegan *video call* sebagai media silaturahmi. Beliau berpendapat bahwa penggunaan gaya anime dalam iklan ini merupakan efek dari tren. Anime masuk ke Indonesia pada tahun 1970-an dan cukup populer di tahun 1990 hingga 2000-an awal (Tim CNN, 2020). Akibat hal tersebut, penggunaan gaya anime sudah tidak asing bagi masyarakat Indonesia sehingga pesan yang disampaikan tidak terganggu karena gaya tersebut. Dalam iklan ini, penyampaian pesan visual tersebut dibarengi dengan konsep yang menunjukkan relasi terhadap target. Iklan ini juga menampilkan elemen-elemen budaya dalam properti yang ditonjolkan sebagai properti lebaran.

Wawancara ketiga dengan seorang ahli yang berprofesi sebagai animator. Menurutnya, penyampaian pesan dalam iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* cenderung menyerupai animasi karya animator Jepang Makoto Shinkai yang mengutamakan penceritaan melalui *ambience background* sebagai dasar konsep cerita yang menggambarkan tradisi masyarakat Indonesia saat merayakan lebaran. Secara keseluruhan, iklan ini merepresentasikan kondisi COVID di Indonesia yang menghalangi tradisi perayaan lebaran seperti mudik dan kumpul keluarga. *Sequence* pertama menggambarkan suasana rumah yang sepi pada hari raya Idulfitri yang didominasi *tone* warna biru dan hujan yang menggambarkan perasaan sedih akibat tidak adanya kegiatan kumpul bersama keluarga. *Sequence* kedua menggambarkan adegan di masa lalu yang didominasi *tone* warna hangat kuning. Pada *sequence* tersebut menunjukkan pesan tersirat bahwa Khong Guan dapat mengembalikan ingatan lebaran di

masa lalu yang mempunyai tradisi mudik dan *silaturahmi*. Sequence ketiga merupakan adegan penyelesaian yang ditunjukkan dengan tone warna putih dan efek *dreamy* cahaya yang merepresentasikan adanya harapan. Lilo berpendapat bahwa konklusi dalam iklan ini menyatakan bahwa *silaturahmi* yang hanya dapat dilakukan dengan berkomunikasi lewat telepon dapat tetap terasa rasa *silaturahmi*nya karena adanya Khong Guan yang senantiasa hadir sebagai pelipur rasa rindu akan kehangatan lebaran di masa lalu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga narasumber dapat disimpulkan bahwa penggunaan animasi pada iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* hanya sebagai tren yang menginspirasi dalam penyampaian pesan secara visual. Visual anime yang tidak asing dan penggambaran suasana lebaran yang umum diketahui di Indonesia berupa adanya kaleng biskuit Khong Guan pada tradisi lebaran menjadikan pesan dalam iklan ini mudah untuk dicerna oleh masyarakat Indonesia. Iklan ini berfokus pada penggambaran masalah utama masyarakat Indonesia yaitu saat lebaran pada masa pandemi yang digambarkan dengan suasana sepi, sedih, dan tidak menyenangkan karena tidak dapat menjalankan tradisi-tradisi lebaran seperti sebelumnya (*sequence* satu) berbanding terbalik dengan lebaran di masa lalu dengan suasana tradisi mudik, kumpul keluarga, dan *silaturahmi* yang hangat dan menyenangkan (*sequence* dua). Iklan ini juga menyampaikan pemecahan masalah berupa alternatif dalam menjalankan salah satu tradisi lebaran berupa *silaturahmi* melalui *video call* dan menyajikan biskuit Khong Guan yang biasa disajikan pada lebaran. Ketiga narasumber berpendapat bahwa Khong Guan berperan sebagai solusi pelepas rasa rindu akan momen lebaran karena kehadiran produk Khong Guan yang selalu ada dalam momen dan kenangan lebaran.

4. Simpulan

Berdasarkan penelitian didapati bahwa animasi gaya Jepang atau anime merupakan suatu hal yang sudah tidak asing bagi masyarakat Indonesia dan banyak animator lokal yang terinspirasi dari gaya animasi tersebut. Tidak asingnya gaya anime oleh khalayak lokal menjadikan penggunaannya dalam iklan ini tidak mengganggu proses penyampaian pesan pada khalayak. Iklan ini mengadaptasi gaya anime secara visual dengan memasukan tema budaya modern Indonesia pada konsepnya. Konsep iklan ini mengambil pada latar era modern dengan menampilkan esensi dan filosofi melalui sikap, perilaku, dan tradisi bermasyarakat di Indonesia yang melibatkan budaya tradisional sebagai pelengkap identitas. Ditemukan bahwa iklan Khong Guan versi *Seboeah Kenangan Manis* merepresentasikan masalah masyarakat Indonesia dalam merayakan hari raya Idulfitri pada masa pandemi. Munculnya pandemi memicu hilangnya beberapa tradisi dalam perayaan lebaran oleh masyarakat Indonesia. Hilangnya tradisi mudik dan kumpul keluarga selama pandemi mendorong adanya perubahan dalam pelaksanaan tradisi lebaran yaitu *silaturahmi*. Selama masa pandemi *silaturahmi* hanya dapat dilakukan dengan komunikasi jarak jauh dengan bantuan kemajuan teknologi salah satunya *video call*. Meski adanya sebuah perubahan tradisi dan budaya secara aktivitas atau praktiknya, gagasan akan makna *silaturahmi* sendiri tidak mengalami perubahan, yaitu tetap menjalin tali persaudaraan. Selain temuan di atas, ditemukan pula peran Khong Guan dalam masalah ini. Peran tersebut yaitu, sebagai solusi untuk mengatasi perasaan sedih dan kesepian akibat hilangnya tradisi mudik dan kumpul keluarga. Solusi yang dimaksudkan ialah dengan mengingat kembali kenangan menyenangkan di masa lalu melalui rasa biskuit Khong Guan. Peran kedua ialah Biskuit kaleng Khong Guan digambarkan sebagai sebuah saksi pada momen berharga di setiap masa. Peran ketiga adalah sebagai ikatan yang menghubungkan keluarga melalui kebiasaan untuk menghadirkan biskuit Khong Guan saat lebaran dalam sebuah keluarga yang turun menurun.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada ketiga narasumber yaitu Indiwani Seto Wahjuwibowo, Gunawan Susilo, dan Lilo Cahyo yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.

Daftar Rujukan

- Alberts, J., Nakayama, T. K., & Martin, J. N. (2021). *Human Communication in Society* (6th ed.). Pearson.
- Arwan. (2018). Efektivitas komunikasi interpersonal dalam mewujudkan keharmonisan keluarga di masyarakat nelayan Meskom Bengkalis. *Jurnal RISALAH*, 29(1), 32–47. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/risalah/article/download/5887/3388>
- Cohen, D. (2015). *Body Language: Overcome Common Problems*. Jaico Publishing House.
- Creswell, J. W. (2014). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. In *Nucl. Phys.* (4th ed.). Sage Publication.
- Darmaprawira, S. (2002). *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya -2/E*. Penerbit ITB.
- Fadli, R. (2021). *Ini Alasan Hujan Membangkitkan Ingatan Emosional*. Halodoc. <https://www.halodoc.com/artikel/ini-alasan-hujan-membangkitkan-ingatan-emosional>
- Firmansyah, D. C., & Pramono, A. (2022). Perancangan Animasi Stop - Motion Iklan CV Tan Chocolate untuk Branding Sosial Media. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 2(2), 191–204. <https://doi.org/10.17977/um064v2i12022p191-204>
- Gunadha, R., & Nabilla, F. (2020). *Heboh Iklan Anime Khong Guan, Ala Jepang Tapi Indonesia Banget*. Suara.Com. <https://www.suara.com/news/2020/05/20/180053/heboh-iklan-anime-khong-guan-ala-jepang-tapi-indonesia-banget?page=all>
- Hackley, C. (2005). *Advertising & Promotion: Communicating Brands*. Sage Publication. http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/ADVERTISING Advertising and Promotion Communicating Brands.pdf
- Heckmann, C. (2022). *What is a Dissolve in Film — Editing Transitions Explained*. Studiobinder. <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-a-dissolve-in-film-definition/>
- Jaya, I. (2021). *Penguatan Sistem Kesehatan dalam Pengendalian COVID-19*. <http://P2p.Kemkes.Go.Id/>. <http://p2p.kemkes.go.id/penguatan-sistem-kesehatan-dalam-pengendalian-covid-19>
- Juraman, S. R. (2018). Budaya Jawa dan Islam Sebagai Identitas Indonesia dalam Iklan Djarum 76 Edisi Nikah. *Jurnal Kajian Media*. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/article/view/978>
- Katatikarn, J., & Tanzillo, M. (2017). *Lighting for Animation: The Art of Visual Storytelling*. CRC Press, Taylor & Francis Group, A Focal Press Book. <https://books.google.co.id/books?id=a7nysgEACAAJ>
- Khoeriah, D. (2016). Modul Guru Pembelajar Tunagrahita. In Z. Alimin (Ed.), *PEDAGOGIK*. Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Taman Kanak-Kanak dan Pendidikan Luar Biasa, Direktorat Guru dan Tenaga Kependidikan. https://repositori.kemdikbud.go.id/9512/1/TUNAGRAHITA_G_edit_wiwin%2C_16_April_2016.pdf
- MasterClass. (2021). *What Is a Dissolve in Filmmaking? How to Know When to Use a Dissolve Transition*. MasterClass. <https://www.masterclass.com/articles/what-is-a-dissolve-in-filmmaking-how-to-know-when-to-use-a-dissolve-transition>
- Megawati, S. (2021). *Advertising in the Pandemic Era*. <https://www.uc.ac.id/vcd/advertising-in-the-pandemic-era/>
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotika dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Pekommas*, 16(1), 73–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.30818/jpkm.2013.1160108>
- News, K. (2017). *Makna Gigi Balang di Jalan Tendea: Kejujuran Hingga Kesabaran*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/kumparannews/makna-gigi-balang-di-jalan-tendea-kejujuran-hingga-kesabaran>
- Perdana, G. P. (2015). *Makna pesan pada video iklan politik: Versi “Pesan Ramadhan Jokowi-JK untuk Keluarga Indonesia.”* Universitas Sebelas Maret.

- Putri, A. W. (2015). *Rahasia Khong Guan Merajai Bisnis Biskuit*. SWA Online. <https://swa.co.id/swa/profile/profile-entrepreneur/rahasia-khong-guan-merajai-bisnis-biskuit>
- Santoso, A. (2022). *Pandemi Covid-19 Memberikan Dampak Besar pada Dunia Periklanan*. MPR UNAS. <https://www.unas.ac.id/berita/anggoro-santoso-pandemi-covid-19-memberikan-dampak-besar-pada-dunia-periklanan/>
- Sitinjak, Y., & Ginting, K. (2022). *Dampak Covid-19, Bisnis Periklanan Terpukul hingga 35%*. Iconomics. <https://www.theiconomics.com/change-management/dampak-covid-19-bisnis-periklanan-terpukul-hingga-35/>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Tim CNN. (2020). *Sejarah Anime: Sejak 1907 hingga Mewabah ke Indonesia*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20200719125155-225-526357/sejarah-anime-sejak-1907-hingga-mewabah-ke-indonesia>
- Vera, N. (2022). *Simiotika dalam Riset Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Website, A. (2022). *Mengenal Rumah Adat Betawi: Jenis, Ciri Khas, dan Filosofi*. Sampoerna Academy. <https://www.sampoernaacademy.sch.id/id/rumah-adat-betawi>
- Wijaya, R., Iriaji, & Prasetyo, A. R. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran Animasi Proses Pembuatan Topeng Malang untuk Meningkatkan Pemahaman Siswa Kelas X SMK. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 3(3), 338–352. <https://doi.org/10.17977/um064v3i32023p338-352>
- Wikayanto, A. (2019). *Unsur-unsur budaya lokal dalam karya animasi indonesia periode tahun 2014-2018*. 15(2), 83–97.
- Zlotnik, G., & Vansintjan, A. (2019). *Memory: An Extended Definition*. 10(November), 1–5. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02523>