

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Infografis dalam *website* malesbanget.com merupakan media komunikasi visual berbasis data yang bertujuan untuk mengkomunikasikan sebuah informasi terkait dengan sebuah kejadian, peristiwa atau fenomena tertentu dalam masyarakat. Infografis humor malesbanget.com mengangakat data berupa hal-hal kecil yang tidak penting (*remeh-temeh*) dalam masyarakat dan tidak terselesaikan untuk diberikan jawaban atas masalah dalam masyarakat tersebut melalui humor. Ketika informasi berbasis humor tersebut divisualkan melalui infografis dapat memicu permasalahan dalam hal pengkomunikasian pesan. Hal tersebut berkaitan juga dengan penggunaan bahasa dalam sebuah wacana sebagai praktik sosial. Menurut Haryatmoko (2016: 3), wacana menyediakan bahasa untuk membuat pernyataan (merekpresentasikan pengetahuan) tentang topik khusus pada periode sejarah tertentu.

Penelitian ini dilakukan terhadap empat sampel dari seluruh populasi infografis bertema humor dalam *website* malesbanget.com. Penelitian ini dilakukan terhadap sampel infografis berjudul: Pajak Payudara dipublikasi tahun 2011, Pekerjaan Haram dipublikasi tahun 2015, Cara Mencoblos Yang Benar dipublikasi tahun 2014, dan Cewek Idaman Para Cowok dipublikasi tahun 2013. Sampel tersebut dianalisis menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Dalam analisis wacana kritis oleh Norman Fairclough tersebut dibagi dibagi dalam tiga dimensi analisis, yaitu analisi teks, *discourse practice* dan *sociocultural practisce*. Selain itu karena dalam penelitian ini merupakan analisis wacana, maka dalam cara menganalisisnya menggunakan analisis dengan pendekatan bahasa sebagai praktik sosial, seperti bagaimana penggunaan bahasa, jenis bahasa yang digunakan, dan juga cara berbahasa yang digunakan dalam infografis malesbanget.com. Kemudian, infografis yang dipublikasikan melalui media internet (*website*) juga memiliki

hubungan erat dengan praktik sosial masyarakat. Berikut ini kesimpulan tentang hasil penelitian kajian infografis humor malesbanget.com (analisis wacana kritis Norman Fairclough) yang diawali dengan kesimpulan pada level teks, *discourse practice*, kemudian *sociocultural practice*:

Pertama, pada level teks. Dapat diambil kesimpulan bahwa teks infografis, baik teks verbal maupun teks visual secara sengaja didistorsikan, distereotipekan informasinya dan digunakan untuk berbasa-basi agar mencapai kesan humor. Berbagai macam permainan bahasa digunakan untuk mendukung strategi humornya. Secara keseluruhan, bahasa yang digunakan dalam infografis adalah bahasa Indonesia, berjenis *nonstandar* (bahasa pergaulan), ringan, tidak penting (*remeh-temeh*) dan humor. Diketahui terdapat bahasa jargon, bahasa *alusi*, dan tata bahasa proses mental yang mendukung wacana teks infografis Pajak Payudara. Penggunaan permainan bahasa pada infografis Pajak Payudara membawakan makna implisit yang membutuhkan pemahaman dan proses berfikir. Sementara, pada infografis Pekerjaan Haram menggunakan bahasa perbandingan, idiom dan juga tata bahasa yang beragam, seperti proses mental, keadaan, tindakan dan partisipan. Penggunaan tata bahasa yang beragam memungkinkan banyaknya partisipan yang harus diceritakan dalam narasi infografis. Kemudian pada infografis Cara Mencoblos Yang Benar dituturkan menggunakan bahasa direktif, yaitu mengajak melakukan sesuatu. Kemudian pada infografis Cewek Idaman Para Cowok menggunakan bahasa *slang*, plesetan, yang memungkinkan khalayak untuk mencari tau tentang realitas maknanya.

Peran teks visual khususnya ilustrasi hanya sebagai penggambaran secara simbolis atas teks verbal yang dituturkan menggunakan bahasa *nonstandar* (bahasa gaul), tidak penting dan ringan serta yang kaya akan permainan bahasa pendukung humor, baik humor sex, humor olah logika, sindiran dan plesetan. Jenis tipografi yang digunakan memiliki kecenderungan berjenis dekoratif dan sans serif, sehingga memiliki kesan tidak resmi dan hanya sebagai hiburan. Pemakaian gambar ilustrasi yang terkesan asal tempel dan terlalu banyak unsur visual serta verbal yang memenuhi *layout* infografis

juga menjadi masalah dalam estetika sebuah desain, yaitu kurangnya nilai kesederhanaan dan *talking points* dalam presentasi konten infografis. Dari analisis teks ini dapat disimpulkan, bahwa ketika pesan teks verbal menggunakan bahasa gaul, ringan, *remeh-temeh* (tidak penting) atau strategi humor lainnya dikomunikasikan melalui media infografis, maka di sini unsur visual infografis hanya ikut mempresentasikan bahasa yang ringan tersebut. Oleh karena itu penggunaan unsur-unsur desain baik ilustrasi, layout, tipografi, warna, kesederhanaan dan kejelasan dari sebuah desain menjadi kurang eksploratif dan terkesan hanya mengikuti pesan yang remeh-temeh, ringan tersebut.

Kedua, pada level *discourse practice* (praktik kewacanaan). Pada tahap ini diperoleh kesimpulan tentang realitas praktik sosial yang menjadi sebab dan akibat dari munculnya wacana teks infografis humor malesbanget.com. Infografis humor malesbanget.com diproduksi atas respon terhadap kondisi sosial tertentu. Kondisi sosial tersebut berkaitan dengan fenomena di masyarakat yang sedang *booming* (ramai dibicarakan), masalah-masalah dalam masyarakat yang tidak terselesaikan dan fenomena-fenomena sosial yang sudah terjadi ataupun sedang terjadi di masyarakat. Fenomena sosial tersebut diangkat dari peristiwa yang sedang ramai dibicarakan di media dan juga keadaan realitas di lingkungan masyarakat. Produksi infografis atas respon kondisi sosial tersebut selaras dengan motivasi (strategi) dari pihak MBDC, yaitu berupa citra (*image*) yang ingin dibangun melalui infografisnya. Citra tersebut diibaratkan sebagai “kakak sepupu yang tahu segala hal” yang memiliki arti bahwa infografis humor malesbanget.com merupakan media *sharing content* dalam upaya menjawab keresahan masyarakat akan suatu hal. Melalui motivasi tersebut malesbanget.com menjadikan infografisnya sebagai usulan atau jawaban dari sebuah permasalahan dalam masyarakat melalui media internet.

Infografis humor malesbanget.com dipublikasikan dalam *website* dan dapat disebar luaskan melalui media internet oleh khalayak *audience*, sehingga dapat dikonsumsi secara lebih luas. Melalui media *website* atau internet

khalayak *audience* dapat merespon teks infografis melalui kolom komentar. Dari praktik konsumsi teks dapat diketahui bahwa khalayak *audience* merespon teks infografis secara berbeda-beda. Mereka terlihat antusias dan mendiskusikan teks infografis di kolom komentar. Mereka dapat setuju dan tidak setuju dengan teks infografis. Dapat ditemukan kecenderungan khalayak *audience* dalam merespon teks infografis, yaitu: khalayak *audience* ikut terbawa pada bentuk humor baik humor sex, analisa, sindiran, dan ataupun humor plesetan melalui teks infografis yang muncul. Ketika humor yang ditampilkan oleh media disesuaikan dengan pemahaman dan gaya hidup khalayak *audience*, maka minat khalayak *audience* dalam mengonsumsi teks infografis meningkat. Hal tersebut terlihat dari kolom komentar yang selalu ramai dengan berbagai macam respon.

Dari uraian produksi dan konsumsi teks tersebut dapat disimpulkan bahwa yang diwacanakan dalam infografis humor malesbanget.com adalah perilaku-perilaku menyimpang masyarakat yang mencerminkan realitas gaya hidup bebas masyarakat di era globalisasi budaya. Wacana yang berkaitan dengan gaya hidup bebas dalam masyarakat seperti kehidupan percintaan, sex, pornografi, tindakan kriminal, cara berbicara, ataupun perilaku negatif lainnya dalam masyarakat merupakan realitas sosial yang dikonstruksikan dan dibicarakan dalam teks. Wacana tersebut diproduksi oleh MBDC Media untuk mendekatkan pemahaman dengan khalayak *audience* yang disesuaikan melalui gaya hidupnya. Sehingga di sini media dapat menjadi cerminan dari realitas sosial yang ada pada konteks tersebut.

Ketiga, kesimpulan pada dimensi *sociocultural practice*. Pada tahap ini diperoleh pandangan atas teks infografis humor malesbanget.com dari segi sosial dan budaya masyarakat. Di tahap ini diperoleh kesimpulan bahwa infografis humor malesbanget.com diproduksi atas respon dari kondisi sosial dan permasalahan sosial yang tidak terselesaikan dan sedang terjadi atau *booming* masyarakat. MBDC Media berusaha untuk memberikan jawaban permasalahan sosial tersebut melalui infografis humornya. Saat infografis sebagai informasi grafis berbasis *visual learning* digunakan sebagai hiburan

melalui strategi humor yang ada, maka akan timbul permasalahan pada hilangnya nilai kompetensi dan komprehensi dari infografis. Infografis digunakan oleh MBDC Media untuk membuktikan secara logis dari sebuah basa-basi sosial agar terlihat benar dan tidak sekedar basa-basi sosial. Melalui infografis data dapat didistorsikan informasinya sesuai wacana atau kebutuhan yang diinginkan MBDC Media agar informasi dapat dianggap benar dan sesuai realitas. Infografis juga digunakan sebagai basa-basi sosial melalui penyelewengan informasi kedalam bentuk humor sex dan humor lainnya. Kemudian, infografis juga digunakan oleh MBDC Media sebagai alat (media) untuk memperkuat sebuah gagasan melalui stereotipe tertentu, agar sesuai dengan realitas sosial dalam masyarakat. Melalui strategi humor, berbagai cara untuk menghibur *audience* digunakan. Salah satu hal yang paling menonjol adalah penggunaan bahasa sebagai wacana yang syarat akan praktik sosial. Penggunaan bahasa gaul, kata-kata *slang*, jargon, plesetan dan lainnya, sebagai strategi humornya, mengarah pada hal-hal yang tidak penting (*remeh-temeh*). Akan tetapi hal tersebut menjadi terasa penting bagi khalayak *audience* yang ingin mengonsumsi hiburan dan melarikan diri rutinitas kehidupan nyata yang membosankan ke dalam realitas dunia cyber untuk mencari kesenangan.

Infografis humor malesbanget.com cenderung mengarah pada sisi hiburan dari pada nilai komprehensifnya. Secara langsung media infografis humor malesbanget.com membawa perubahan sosial masyarakat dalam berkomunikasi di dunia siber. Melalui basa-basi, pendistorsian informasi, stereotipe dan bentuk humor, MBDC Media mempergunakan infografis sebagai strategi meraih minat khalayak *audience* melalui internet. Secara langsung hal tersebut merupakan strategi ekonomi politik media untuk memberikan ruang bagi masyarakat agar larut dalam budaya siber sebagai gaya hidup baru. Melalui kolom komentar dalam *website*, masyarakat dapat saling berkomunikasi, berdebat, beradu pendapat, sehingga lahir gaya hidup bebas dalam *website* tersebut. Melalui menu *share*, mereka dapat menyebarkan teks infografis tersebut kepada masyarakat luas. Akibatnya, masyarakat menjadi bebas berkomunikasi Melampaui nilai etika berkomunikasi dalam

dunia siber. Mereka bebas mengemukakan pendapat, berkata kotor, mengunggah gambar porno, dan saling caci makipun kadang hadir mewarnai ruang siber. Melalui media internet ataupun *website* khalayak *audience* menjadi serba bebas mengekspresikan pendapatnya atas teks dalam infografis. Hal tersebut menjadi ladang bagi MBDC Media untuk meraih keuntungan. Melalui strategi media, MBDC sengaja membuat infografis tersebut sebagai media yang tidak lain dan tidak bukan adalah untuk meningkatkan popularitas *website* malesbanget.com.

Setelah melakukan analisis terhadap dimensi teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*, dapat disimpulkan bahwa teks infografis secara sengaja didistorsikan, distereotipekan informasinya dan digunakan untuk berbasa-basi agar mencapai kesan humor sesuai kepentingan dan ideologi media. Ketika unsur humor masuk dan lebih menonjol dibandingkan unsur komprehensif dari infografis, maka informasi jauh dari nilai edukatif. Wacana dalam infografis humor malesbanget.com sendiri adalah tentang perilaku menyimpang yang mencerminkan gaya hidup bebas masyarakat. Ketika media menawarkan gaya hidup bebas kepada khalayak *audience*, maka media secara langsung ikut berperan dalam perubahan perilaku, etika dan budaya masyarakat khususnya dalam berkomunikasi dalam dunia siber.

Kesimpulan hasil penelitian di atas merupakan perolehan dari proses penelitian yang cukup panjang. Berbagai masalah dan kendala dihadapi peneliti dalam menghasilkan penelitian tentang infografis humor malesbanget.com yang dianalisis menggunakan analisis wacana kritis oleh Norman Fairclough. Dari proses penelitian yang cukup panjang dapat ditemukan beberapa kesimpulan bahwa dari sebuah objek desain komunikasi visual dapat diketahui mengenai strategi media dan juga dampak dari media yang mempengaruhi kehidupan sosiokultural masyarakat. Agar dapat mengetahuinya dibutuhkan teori dari bidang lain seperti analisis wacana kritis yang sebenarnya merupakan teori yang sering digunakan pada ilmu bahasa, komunikasi dan sosiologi. Teori analisis wacana kritis termasuk teori baru untuk mengkaji sebuah desain.

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan jauh dari kesempurnaan karena berbagai kendala yang dihadapi saat proses penelitian. Kendala tersebut di antaranya adalah faktor teori yang masih baru diterapkan pada bidang desain akhir-akhir ini. Di dalam masa perkuliahan di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, tempat peneliti menuntut ilmu, analisis wacana kritis bukan merupakan mata kuliah yang secara khusus diajarkan. Peneliti sendiri mengetahui analisis wacana kritis dalam mata kuliah pilihan yaitu kajian media. Dalam mata kuliah kajian media itupun analisis wacana kritis hanya sedikit disinggung dan tidak diajarkan secara menyeluruh, sehingga peneliti dituntut untuk belajar dan memahami analisis wacana kritis tersebut secara mandiri. Hal tersebutlah yang menjadi salah satu kendala yang menyebabkan peneliti cukup kesulitan dalam melakukan analisis, sehingga proses penelitian memakan waktu cukup panjang.

B. Saran

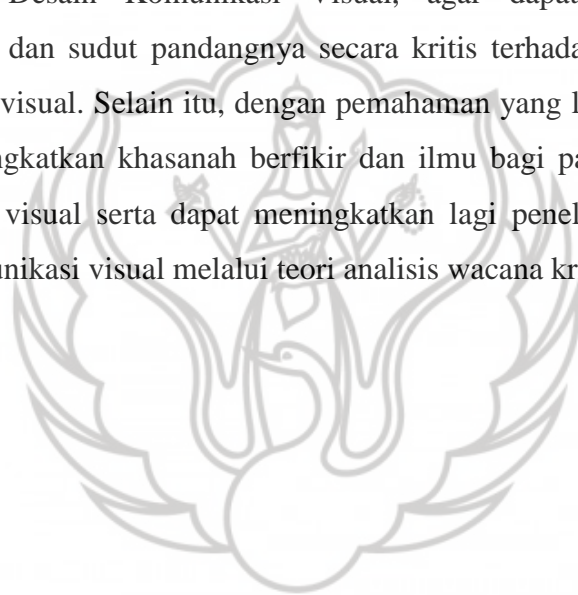
Penelitian ini dibatasi pada infografis humor dalam *website* malesbanget.com yang dianalisis menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough pada level teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practise*. Setelah dilakukan penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran kepada beberapa pihak.

Pertama, sebaiknya MBDC Media lebih memperhatikan konten humor yang akan diproduksi melalui infografis, agar tidak mempublikasikan konten yang mengarah pada unsur pornografi, sehingga hiburan yang hadir melalui infografis dapat dinikmati secara positif oleh masyarakat. Selain itu dalam memproduksi infografis perlu mempertimbangkan validitas data dan juga penggunaan unsur desain terutama ilustrasi. Jangan sampai data berupa hitungan dan juga penggunaan gambar ilustrasi yang berlebihan mengorbankan dan menyesatkan masyarakat.

Kedua, bagi masyarakat terutama *netizen*, diharapkan dapat menjaga segala bentuk komunikasi melalui media internet yang semakin bebas. Masyarakat juga harus berhati-hati dalam mengonsumsi segala macam bentuk

berita melalui media internet. Pada dasarnya suatu wacana dalam pemberitaan di media internet tidak ada yang benar-benar objektif, maka dari itu diharapkan khalayak *audience* memiliki pemikiran kritis dalam melihat suatu wacana dalam media. Khalayak diharapkan dapat mengetahui mengapa pesan tersebut disampaikan serta dapat memiliki pemahaman yang benar terhadap suatu realitas yang dibentuk oleh media agar tidak mudah terpancing dengan informasi negatif yang berkembang di media internet.

Ketiga, sangat disarankan agar ada pemahaman lebih dalam tentang analisis wacana kritis (analisis teks media) melalui bentuk mata kuliah kepada mahasiswa Desain Komunikasi Visual, agar dapat lebih memperkaya pemahaman dan sudut pandangnya secara kritis terhadap suatu objek desain komunikasi visual. Selain itu, dengan pemahaman yang lebih kritis diharapkan dapat meningkatkan khasanah berfikir dan ilmu bagi para mahasiswa desain komunikasi visual serta dapat meningkatkan lagi penelitian mengenai objek desain komunikasi visual melalui teori analisis wacana kritis.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Audifax, 2006, *Imagining Lara Croft: Psikosemiotika, Hiperealitas, dan Simbol-Symbol Ketaksadaran*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Bungin, Burhan, 2005, *Pornmedia: Sosiologi Media, Kontruksi Sosial, Teknologi Telematika, & Perayaan Seks Di Media Massa*, Jakarta: Kencana.
- Chaer, Abdul, dan agustina, Leonie, 2004, *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto, 2004, *Memahami Kerja Internet*, Bandung: Yrama Widya.
- Eriyanto, 2001, *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Fairclough, Norman, 2003, *Language and Power, Relasi Bahasa, Kekuasaan dan Ideologi*, Malang: Boyan Publisng.
- Ibrahim, Idi Subandy, dan Bachrudin Ali Akhmad, 2014, *Komunikasi dan komodifikasi: mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Indarto, Kuss, 1999, *Sketsa di Tanah Mer(d)eka Kumpulan Karikatur*, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Hadi, Astar, 2005, *Matinya Dunia Cyberspace: Kritik Humanis Mark Slouka Terhadap Jagat Maya*, Yogyakarta: LkiS.
- Haryatmoko, 2016, *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis), Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Hollows, Joanne, 2010, *Feminisme, Femininnitas, dan Budaya Populer*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Kellner, Douglas, 2010, *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik antara Modern dan Postmodern*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Keraf, Gorys, 2000, *Argumentasi dan Narasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, Gorys, 2002, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Landa, Robin, 1996, *Graphic Design Solution*, New York.
- Lankow, Jason, dkk, 2014, *Infografis: Kedasyatan Cara Bercerita Visual*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Lesmana, Tjipta, 1995, *Pornografi Dalam Media Massa*, Jakarta: Puspa Swara
- Margono, 2004, *Metodologi Penelitian Pendidika*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Maharsi, Indiria, 2013, *Tipografi: Tiap Font Memiliki Nyawa dan arti*, Yogyakarta: CAPS.
- McCloud, Scott, 2001, *Understanding comics atau Memahami Komik*, Terjemahan S. Kinanti, Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia)
- Moleong, J. Lexi, 2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Karya
- Nasrullah, Rulli, 2012, *Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nawawi, Hadari & Martini Mimi, 1996, *Penelitian Terapan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Oetomo, dharma, 2007, *Pengantar teknologi internet: konsep dan aplikasi*, Jakarta: Andi.
- Pandiangan, Rosistua, 2015, *Hukum Pajak*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Penerbit Buku Kompas, 2014, *Indonesia Dalam Infografik*, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Purwasito, Andrik, 2015, *Komunikasi Multikultural*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi, 2009, *Nirmana Elemen-Element Seni dan Desain*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Schiffirin, Deborah, 2007, *Ancangan Kajian Wacana*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sihabudin, Ahmad, 2013, *Komunikasi antarbudaya: Suatu perspektif multidimensi*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudarmo, Darminto M, 2004, *Anatomi Lelucon di Indonesia*, Jakarta: Kombat Publishers.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2014, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suprana, J, 2009, *Naskah-Naskah Kompas Jaya Suprana*, Jakarta: Media Komputindo
- Susanto, Mikke, 2002, *Diksi Rupa*, Yogyakarta: Kanisius.

Rustan, Suriyanto, 2011, *Font dan Tipografi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

_____, 2009, *Layout: Dasar dan Penerapannya*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Wijana, J. Dewa Putu, 2003, *Kartun*, Yogyakarta: ombak.

Yuhefizar, 2008, *10 Jam Menguasai Komputer*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Thesis, Skripsi, dan Jurnal

Ameliya, Rizqi, 2017, Tesis berjudul Ideologi Perlawanan dalam Bahasa Humor Politik pada Buku Republik Badut Karya Darminto M. Sudarmo., Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Budi Saputra, 2012, Skripsi berjudul Studi komparasi gaya visual majalah mini islam openmind dan minimagz menurut persepsi pembaca, Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.

Desiani, Nurrina, 2011, Analisis Wacana Bahasa Jurnalistik Rubrik Editorial Media Indonesia Edisi Desember 2000, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011.

Marutama, I Gusti Ngurah Tri, 2012, Tesis berjudul T-Shirt: Culture and Identity, Yogyakarta: Institut Seni Indonesia

Muiz, Abdul, 2015, Skripsi berjudul Twitter sebagai Media Propaganda (Analisis Wacana pada Tweet Akun @ForBali13 sebagai Media Propaganda Tolak Reklamasi Tanjung Benoa Periode 1 Desember 2014-31 Januari 2015), Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Yogyakarta.

Obed Bima Wicandra, 2006, Peran infografis pada media massa cetak, Jurnal Nirmana Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra, Surabaya.

Pahlevi, Andreas Syah, 2013, Tesis, Perancangan Aplikasi Infografis Dalam Kampanye Sosial Untuk Mendukung Aktivitas Corporate Social Responsibility Di Tanjung, Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Setiawan, Romy, 2011, Tesis, HaHaHaHa...Citra Humor Dalam Lukisan, Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.

Suhardiman, Bima, 2011, *Skripsi Pemanfaatan Internet Dalam Meningkatkan Pengetahuan Guru Di SMA Muhammadiyah 1 Tangerang*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Internet

Apa Itu Infografis, <http://houseofinfographics.com/apa-itu-infografis/>. Diakses pada tanggal 24 april 2016 pada pukul 13.20 Wib.

Direktorat Jendral Pajak, 2012, <http://pajak.go.id/content/belajar-pajak>. Diakses pada tanggal 5 Juli 2017 pada pukul 09.08 Wib.

Eko Priiliawito, 2 Agustus 2013, Lika-liku Freddy Budiman Jadi Gembong Narkoba (<http://nasional.news.viva.co.id/news/read/434211-lika-liku-freddy-budiman-jadi-gembong-narkoba>), diakses pada tanggal 17 Juli 2017 pukul 12.58.

<http://malesbanget.com/>. Diakses pada tanggal 10 maret 2016 pada pukul 19.45 Wib.

<https://id.techinasia.com/daftar-website-humor-indonesia>. Diakses pada tanggal 04 Maret 2017 pada pukul 10.10 Wib.

<http://megapolitan.kompas.com/read/2013/07/27/1145459/Freddy.Budiman.Bandar.Narkotika.sejak.2009>. Diakses pada tanggal 13 Juli 2017 pada pukul 19.25 Wib.

<http://nasional.kompas.com/read/2014/04/08/0809466/14.Macam.Cara.Mencoblos.agar.Suara.Anda.Sah>. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2017 pada pukul 21. 52

<http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/hukum/11/05/11/110za0-citibank-minta-melinda-dee-kembalikan-uang-yang-digelapkannya>). Diakses pada tanggal 5 Juli 2017 pada pukul 16.32 Wib.

<https://nasional.tempo.co/read/news/2015/04/28/063661481/freddy-budiman-tumpuk-aset-narkoba-rp-70-miliar>. Diakses pada tanggal 17 Juli 2017 pada pukul 13.08 Wib.

<http://showbiz.liputan6.com/read/2075346/artis-artis-ini-celupkan-dua-jari-usai-mencoblos>. Diakses pada tanggal 25 Juli 2017 pada pukul 14.07 Wib.

<https://startupbisnis.com/christian-sugiono-tentang-malesbangetdotcom/>. Diakses pada tanggal 06 Mei 2017 pada pukul 11.04 Wib.

<http://www.beritasatu.com/hukum-kriminalitas/338558-tahun-2015-tingkat-kejahatan-di-jadetak-tinggi.html>. Diakses pada tanggal 17 Juli 2017 pada pukul 13.38 Wib.

<https://www.hellodoctor.co.id/pendarahan-miss-v-saat-pertama-kali-berhubungan-intim-apa-sih-penyebabnya/> Diakses pada tanggal 24 Juli 2017 pada pukul 11.03 Wib.