

PERAN TEKNOLOGI MEDIA IKLAN DALAM INTERNALISASI NILAI-NILAI PEMAHAMAN ARTI DAN MANFAAT HUMOR

Unggul Haryanto Nur Utomo

Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan

e-mail : unggul85@yahoo.com

ABSTRAK

Humor adalah ekspresi ide-ide atau perasaan secara terbuka dari individu tanpa merasa tidak enak atau tidak berdaya, dan tanpa berakibat tidak menyenangkan bagi orang lain (Vaillant dalam Powell, 1983). Dengan kata lain, bentuk-bentuk kelucuan yang bermuatan dan berdampak ketidakberdayaan maupun perbuatan tidak menyenangkan, bukan humor. Humor merupakan mekanisme adaptif tingkat tinggi dan lambang maturitas, karena humor sering digunakan sebagai salah satu strategi menghadapi masalah. Diperlukan kepekaan terhadap humor (sense of humor) untuk dapat mengamati, merasakan atau mengungkapkan humor karena apabila tidak cukup peka maka kejadian seperti apa pun tidak akan menimbulkan kesan lucu (Sarwono, 1996).

Penelitian tentang kemajemukan dan resolusi konflik di Kupang Nusa Tenggara Timur (NTT) (Limpad, 1999) memperoleh temuan menarik tentang kemajemukan masyarakat NTT dan konflik-konflik yang terjadi di Kupang. Kelekatan antara etnis dengan agama merupakan suatu fenomena yang unik di NTT, sehingga kemajemukan ini selain menjadi kekayaan khasanah budaya sekaligus menjadi sangat potensial rawan konflik. Penelitian tentang sense of humor (Utomo, 2006) menunjukkan hasil bahwa subjek penelitian (217 laki-laki dan 247 perempuan, usia 18 sampai 24 tahun) apresiatif terhadap materi humor yang bermuatan kekerasan.

Kedua hasil penelitian tersebut di atas menstimulasi sebuah pemikiran bahwa pemahaman terhadap humor dan pemanfaatan humor sebagai salah satu strategi menghadapi masalah sangat penting dan masih harus dikembangkan secara optimal.

Kata kunci : humor

1. PENDAHULUAN

Tulisan ini merupakan kajian buah pemikiran berdasarkan dua hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh penulis dalam konteks waktu dan situasi yang berbeda, yaitu pertama, penelitian tentang kemajemukan dan resolusi konflik di Kupang, Nusa Tenggara Timur (NTT) pada bulan Juli tahun 1999 yang dilakukan oleh penulis di bawah naungan lembaga LIMPAD (Semarang) dan didanai oleh USAID (penelitian yang sama dilakukan oleh tim peneliti lain di beberapa kota di Indonesia). Hasil observasi dan wawancara (tidak terstruktur) selama melakukan penelitian di Kupang (NTT), diperoleh informasi menarik tentang kemajemukan masyarakat NTT dan potensi konflik – khususnya – di Kupang. Kelekatan antara etnis dengan agama merupakan suatu fenomena yang unik di NTT, karena selain merupakan kekayaan khasanah budaya fenomena kemajemukan ini sekaligus menjadi potensi konflik yang sangat rawan. Kedua, hasil penelitian tesis tentang skala kepekaan terhadap humor yang disusun oleh penulis pada bulan Februari tahun 2006. Penelitian tesis tentang *sense of humor* (Utomo, 2006) menunjukkan hasil bahwa subjek penelitian (217 laki-laki dan 247 perempuan, mahasiswa usia 18 sampai 24 tahun) apresiatif terhadap materi humor yang bermuatan kekerasan.

2. KOMUNIKASI DALAM KEMAJEMUKAN

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang majemuk dan kemajemukan itu terbentuk, antara lain karena beragamnya latar belakang bangsa misalnya suku, agama, ras dan golongan. Masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi antarbudaya atau antaretnik, secara teoritis maupun empiris, perlu dikaji berdasarkan sumbangan dari paradigma ilmu-ilmu sosial dan perilaku (Gundykunst, 1983; Gundykunst dan Asante, 1989).

Salah satu perspektif antropologi yang dapat digunakan untuk menjelaskan komunikasi antarmanusia dari beragam etnik yaitu perspektif etnosentrisme. Etnosentrisme adalah sikap setiap etnik yang sangat terikat dan mempertahankan nilai kelompok etniknya sebagai yang terbaik dalam suatu masyarakat (Sumner, 1960; Le Vine & Champbell, 1972; Veeger, 1990). Keterikatan itu memperkuat "rasa kita" (*in group*) dan berprasangka negatif terhadap "rasa mereka" (*out group*) dan menurut Sumner (1960) tiap orang memiliki kecenderungan etnosentrisme. Liliweri (1994) menggunakan pendekatan perspektif etnosentrisme dalam komunikasi antarbudaya berdasarkan pendapat dari Porter dan Samovar (1985) yang menyatakan bahwa banyak variabel yang mempengaruhi efektivitas komunikasi antarbudaya, salah satunya adalah sikap yang berbentuk prasangka. Etnosentrisme yang begitu kuat akan membentuk prasangka sosial yang mempengaruhi perilaku komunikasi, apalagi jika terjadi dalam suatu masyarakat dengan struktur etnik yang majemuk. Etnik adalah himpunan manusia karena kesamaan ras, agama, asal usul bangsa ataupun kombinasi dari kategori tersebut yang terikat pada sistem nilai budayanya (Barth, 1980; Zastrow, 1989).

3. CONTOH KASUS KEMAJEMUKAN DI KUPANG

Liliweri (1994) berasumsi bahwa etnisitas setiap etnik telah menumbuhkan suatu ketahanan, solidaritas, kohesivitas intraetnik yang luar biasa, yang mengakibatkan terbentuknya prasangka sosial terhadap etnik lain (antaretnik) yang dapat berwujud stereotip, jarak sosial dan sikap diskriminatif. Keadaan komunikasi antaretnik di Kupang menunjukkan suatu gejala adanya kecenderungan semakin kuatnya etnisitas setiap etnik melalui perasaan *in group* dan *out group*. Usaha untuk mempertahankan "rasa kita" dan "rasa mereka" itu terwujud dalam beberapa contoh yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Konsentrasi permukiman etnik-etnik tertentu yang menjadi mayoritas di suatu kelurahan, Rukun Warga (RW) atau Rukun Tetangga (RT), misal mayoritas penduduk kelurahan Naikoten II merupakan orang Flores timur, orang Sabu di 9 (sembilan) kelurahan dan orang Rote di di kelurahan Kuanino, orang cina di kelurahan Lailai Besi Kopan. Selain itu terdapat juga kantong-kantong permukiman khusus, misalnya kampung Alor di kawasan Batu Karang Kuanino, daerah kelapa gading di Naikoten I dan kampung Bajawa di kawasan Oepoi/Oebobo.
2. Konsentrasi etnik tertentu pada suatu jenis pekerjaan, unit kerja dan satuan kerja atau kantor. Sebagai contoh ada stereotip bahwa kantor Gubernur NTT merupakan markas orang Flores, kantor wilayah Departemen Pendidikan dan Kebudayaan NTT (*sekarang Departemen Pendidikan Nasional*) dan Universitas Nusa Cendana merupakan lahan bagi orang Sabu dan Rote.
3. Organisasi kekeluargaan/kekerabatan yang bertujuan mempertahankan kesatuan etnik (suku) atau subetnik. Sebagai contoh ada Ikatan Keluarga Sumba, Keluarga Besar Masyarakat Flores Timur, Himpunan Pelajar dan Mahasiswa Ende/Lio, Keluarga Mahasiswa Katolik Sumba.
4. Perumahan, asrama, penginapan pelajar atau mahasiswa berdasarkan etnik tertentu, misalnya Asrama Timor Tengah Utara (TTU), Asrama Mahasiswa Belo, Asrama Mahasiswa Alor Timur.
5. Persaingan atau pertentangan antaretnik yang tidak terbuka (tersirat, dirasakan namun tidak diungkap), misalnya dalam penggantian pemimpin di daerah atau mutasi pegawai di kantor Gubernur NTT.

Selanjutnya Liliweri (1994) mengemukakan bahwa keragaman etnik dengan kondisi sosial seperti contoh di Kupang tersebut, diduga dapat menumbuhkan prasangka sosial yang berpotensi mempengaruhi komunikasi antaretnik. Salah satu akibatnya, dalam pergaulan hidup sehari-hari,

etnisitas setiap etnik sangat ditonjolkan. Orang Kupang cenderung memperlihatkan cara berpikir, berperasaan dan bertindak lebih mengutamakan intraetnik daripada antaretnik. Studi yang dilakukan Liliweri (1994) menggunakan konsep komunikasi antaretnik (antarbudaya) dari Berlo dan De Vito yang mengatakan bahwa komunikasi antaretnik merupakan bentuk komunikasi antarpribadi dari komunikator kepada komunikan yang berbeda etnik. Efektivitas komunikasi antarpribadi sangat ditentukan oleh faktor-faktor (1) keterbukaan, (2) empati, (3) perasaan positif, (4) dukungan dan (5) keseimbangan (De Vito dalam Liliweri, 1994). Prasangka sosial ditentukan oleh faktor-faktor (1) stereotip, (2) jarak sosial dan (3) sikap diskriminasi (Allport dan Poortinga dalam Liliweri, 1994). Prasangka (sebagai sikap yang umumnya negatif) menjadi dasar pembentuk perilaku komunikasi antaretnik. Konsep ini merupakan paradigma yang digunakan Liliweri dalam meneliti keberadaan masyarakat dengan etnik yang beragam seperti di Kupang.

Hasil penelitian Liliweri (1994) menunjukkan bahwa dalam kelompok masyarakat yang strukturnya majemuk (seperti karakteristik kemajemukan di Kupang), komunikasi antaretnik dan intraetnik menjadi kurang efektif, ditandai dengan perilaku komunikasi yang cenderung (1) kurang terbuka, (2) kurang empatik, (3) berpikir negatif, (4) kurang mendukung dan (5) kurang memelihara keseimbangan dengan komunikan dari etnik lain. Konflik maupun kompetisi antaretnik di masyarakat NTT disebabkan setiap etnik "bernafsu" menonjolkan superioritas kelompok etniknya daripada etnik lain. Penonjolan pada tiap etnik tersebut juga diperkuat oleh kecenderungan untuk menghubungkan-hubungkan masalah pribadi dengan dinas, sehingga faktor-faktor horizontal dan vertikal pembentuk masyarakat majemuk menjadi tumpang tindih.

Mubyarto (1991) mengatakan bahwa masalah-masalah yang muncul dan dihadapi oleh masyarakat di Nusa Tenggara Timur disebabkan oleh kohesi sosial yang erat bagi kelompoknya (etnik) sendiri.

Penelitian kuantitatif atas nama Limpad (1999) tentang kemajemukan dan resolusi konflik di Kupang yang dilakukan oleh penulis, melibatkan 216 responden (117 laki-laki dan 99 perempuan, dari berbagai tingkatan usia, tingkat pendidikan, status pekerjaan, ekonomi, agama dan suku) sebagai sampel yang diambil secara acak dan disproporsional dari 4 (empat) kecamatan yaitu kecamatan Kelapa Lima (58 orang), Oebobo (59 orang), Maulafa (40 orang) dan Alak (59 orang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara empirik faktor agama, suku dan ekonomi tergolong sedang sebagai potensi konflik. Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh data kualitatif yang diperoleh penulis berdasarkan observasi di beberapa kantung permukiman dan wawancara dengan beberapa warga setempat dan pendatang antara lain sopir taksi, pemilik warung, tokoh pendidikan, politik dan agama. Data-data kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh dari penelitian pada tahun 1999 tersebut di atas memperkuat hasil penelitian Liliweri (1994).

Keunikan kemajemukan di Kupang dan masyarakat NTT pada umumnya seperti yang dikemukakan oleh Liliweri (1994) di dalam disertasinya yaitu terletak pada fenomena kelekatan antara suku tertentu dengan agama tertentu, misal menyebut orang Rote dan Sabu maka hampir bisa dipastikan agamanya adalah Protestan, orang Flores dan Timor, agamanya Katolik. Konsekuensi dari kelekatan suku dan agama tersebut antara lain berdampak sebagai berikut (1) keberhasilan atau kegagalan seorang pemimpin dari suku Flores akan dinilai sebagai keberhasilan atau kegagalan orang katolik karena suku Flores identik dengan agama katolik, (2) jika terjadi konflik antar pribadi atau antar kelompok tertentu akan sangat mudah berkembang menjadi konflik antar suku dan antar agama. Data empirik menunjukkan bahwa faktor agama, suku dan ekonomi tergolong sedang sebagai potensi konflik namun jika belum ditemukan pendekatan yang tepat untuk mengelola kemajemukan, potensi konflik masih tetap rawan.

Latar belakang sejarah Indonesia pada masa penjajahan Belanda dan Portugis diduga menjadi awal terbentuknya fenomena kelekatan suku dan agama di NTT, masih kuatnya etnisitas terhadap etnik yang lain adalah dampak dari kontrak Paravicini tahun 1756 (Fernandes, 1990). Belanda berhasil melegitimasi peranannya melalui kontrak tersebut dengan memanfaatkan etnik Rote untuk menguasai sebagian wilayah daratan (enam pal dari pantai) sepanjang Teluk Kupang. Keadaan ini sekaligus menggeser peranan orang Timor sebagai *host pop* di daratan Timor

khususnya sepanjang Teluk Kupang (termasuk kota Kupang). Wilayah bekas jajahan Belanda identik dengan agama Protestan sedangkan wilayah bekas jajahan Portugis identik dengan agama Katolik.

4. PEMAHAMAN TENTANG HUMOR

Secara sederhana humor didefinisikan sebagai sesuatu yang lucu, humor merefleksikan kegembiraan manusia dalam menertawakan dirinya sendiri dan masyarakat (*International Encyclopedia*, 1977). Pada umumnya humor mempunyai makna yang disepakati bersama secara kolektif sebagai sesuatu yang bersifat atau bersuasana jenaka dan bertabur gelak tawa (Suprana, 1990). Vaillant (Powell, 1983) memberikan definisi yang lebih mengena tentang humor, yaitu humor adalah ekspresi ide-ide atau perasaan secara terbuka dari individu tanpa merasa tidak enak atau tidak berdaya, dan tanpa berakibat tidak menyenangkan bagi orang lain. Dengan kata lain, bentuk-bentuk kelucuan yang bermuatan dan berdampak ketidakberdayaan maupun perbuatan tidak menyenangkan, bukan humor. Humor adalah kelucuan namun tidak berarti semua kelucuan atau yang dianggap lucu adalah humor.

Pemahaman terhadap definisi humor sangat diperlukan karena hampir selalu terjadi kesenjangan antara makna teoritis dan pemahaman praktis yang berdampak pada interpretasi dan penerapan dalam berbagai situasi hubungan interpersonal. Menurut pengamatan penulis yang paling sering terjadi adalah tumpang tindih pemahaman antara humor dan *joke*. Berdasarkan tinjauan beberapa definisi tentang humor, Utomo (2006) menyimpulkan bahwa humor adalah kemampuan individu untuk mengubah persepsi kognitif secara cepat dan mengekspresikannya secara terbuka tanpa berakibat tidak menyenangkan bagi orang lain, dengan cara memandang masalah dari perspektif yang berbeda (yaitu dari segi kelucuannya) untuk mengurangi perasaan cemas dan tidak berdaya.

Diperlukan kepekaan terhadap humor (*sense of humor*) untuk dapat mengamati, merasakan atau mengungkapkan humor karena apabila tidak cukup peka maka kejadian seperti apa pun tidak akan menimbulkan kesan lucu (Sarwono, 1996). Menurut Eysenck (Martin dan Lefcourt, 1984), istilah *sense of humor* digunakan untuk tiga hal (dalam tiga cara) berikut ini: *the conformist sense*, yaitu tingkat kesamaan antara individu satu dengan yang lain dalam apresiasi terhadap materi-materi humor; *the quantitative sense*, yaitu menunjukkan seberapa sering individu tertawa dan tertawa serta seberapa mudah individu merasa gembira; *the productive sense*, yang menekankan seberapa banyak individu menceritakan cerita-cerita lucu dan membuat orang lain gembira.

Studi psikometris tentang Skala Kepekaan Humor (Utomo, 2006) yang melibatkan 464 mahasiswa (217 laki-laki dan 247 perempuan), usia 18 sampai 24 tahun, memberikan informasi tambahan tentang apresiasi humor pada laki-laki dan perempuan. Secara umum responden laki-laki dan perempuan memiliki apresiasi yang sama terhadap materi humor yang bermuatan kekerasan ($t=1,841$, $p=0,066$). Aitem-aitem yang dinilai lucu oleh laki-laki, dinilai lucu juga oleh perempuan pada taraf kelucuan yang relatif sama yaitu, cukup lucu. Konstruksi Skala Kepekaan Humor terdiri dari 4 (empat) faktor yaitu berturut-turut mulai dari yang paling dominan adalah faktor kekerasan (44 %), kekesalan (5 %), parodi (3 %) dan *joke* (3 %). Perbedaan apresiasi antara responden laki-laki dan perempuan ditunjukkan pada 12 aitem dan hanya ada satu aitem yang dinilai lebih lucu oleh perempuan daripada oleh laki-laki, yaitu aitem tentang humor kekonyolan adegan tanpa muatan agresi apapun. Kesebelas aitem lainnya yang dinilai lebih lucu oleh laki-laki daripada oleh perempuan, menggambarkan humor kekonyolan adegan bermuatan agresi langsung secara fisik yang bersifat vulgar dan sekaligus kasar.

Skala Kepekaan Humor (SKH) versi A dan B disusun dan dikembangkan oleh Hasanat dan Subandi (1988 dan 1999) untuk mengungkap apresiasi humor, berdasarkan teori Eysenck (Martin dan Lefcourt, 1984). Skala Kepekaan Humor versi A dan B terdiri dari 76 gambar kartun hasil karya beberapa kartunis Indonesia.

5. FENOMENA KONTRADIKTIF ANTARA HUMOR DAN KEKERASAN

Dominasi kategori humor yang bermuatan kekerasan berupa agresi langsung dan vulgar di dalam konstruksi Skala Kepekaan Humor mengindikasikan fenomena tertentu yang dapat dijelaskan berdasarkan pendapat Munandar (1996) tentang teori humor yaitu teori superioritas dan degradasi, teori ketidaksesuaian dan bisosiasi dan teori pelepasan dari ketegangan atau hambatan. Teori kelompok pertama menganggap humor sebagai suatu refleksi rasa kelebihan pihak yang tertawa terhadap pihak yang ditertawakan. Teori kelompok ke dua menyatakan bahwa humor adalah suatu situasi yang menggambarkan ketidaksesuaian antara yang diharapkan dengan yang dilihat atau didengar. Teori kelompok ke tiga yang paling terkenal adalah pendapat Freud yang menyatakan bahwa asal mula lelucon adalah kecenderungan agresif yang tidak dapat diterima oleh kesadaran kemudian ditekan ke alam tak sadar dan bercampur dengan kesukaan bermain yang tidak terpuaskan pada masa kanak-kanak. Energi psikis yang semula dibutuhkan untuk menekan agresi dibebaskan menjadi lelucon atau humor.

Teori humor tentang superioritas dan degradasi (Munandar, 1996) cukup menjelaskan kecenderungan umum penerapan humor dalam komunikasi sehari-hari, yakni adanya bentuk-bentuk pelecehan atau kekerasan lain yang terbungkus dalam kemasan kelucuan dan diartikan sebagai humor. Komunikasi antar pribadi jika masih dilandasi oleh “rasa kita” (*in group*) dan “rasa mereka” (*out group*) apalagi ada pihak yang memiliki perasaan superioritas terhadap pihak lain, maka akan potensial memunculkan kekerasan dalam bentuk apapun.

6. HUMOR SEBAGAI STRATEGI MENGHADAPI MASALAH (*COPING STRATEGY*)

Humor lebih dari sekedar kegembiraan karena dengan memanfaatkan humor kita dapat mengubah persepsi kognitif secara cepat untuk menjauhkan diri dari ancaman situasi bermasalah, dan melihat permasalahan dari perspektif yang berbeda (dari segi kelucuannya) untuk mengurangi rasa cemas dan tidak berdaya yang seringkali “melumpuhkan” (O’Connell dalam Martin dan Lefcourt, 1983). Pernyataan O’Connell tersebut sejalan dengan hasil penelitian Martin dan Lefcourt (1983) tentang kecenderungan depresi antara individu yang memiliki *sense of humor* yang tinggi dan rendah ketika mengalami peristiwa hidup yang negatif. Individu yang memiliki *sense of humor* yang rendah lebih potensial mengalami depresi ketika menghadapi peristiwa hidup yang negatif daripada individu yang memiliki *sense of humor* yang tinggi. Humor memang menimbulkan refleks tertawa dan ternyata tertawa merupakan obat terbaik untuk melawan stres (Gomes dalam Hodgkinson, 1991). Berdasarkan hasil penelitian Hasanat (1996) dan Hasanat dkk. (1996), senyum (bentuk tertawa yang ringan) yang digunakan sebagai materi utama dalam pelatihan ekspresi wajah, menunjukkan hasil yang positif mampu mengurangi tingkat depresi yang dialami subjek. Penelitian Yee dan Othman (1992) juga menunjukkan bahwa humor akan mengurangi tekanan hidup karena depresi.

Humor berkembang menjadi salah satu *coping strategy* yang unik bagi manusia untuk mengatasi stres. Maslow (dalam Lugo dan Hershey, 1981) menyatakan bahwa salah satu karakteristik *self actualizing person* adalah memiliki *sense of humor*. Humor merupakan mekanisme adaptif tingkat tinggi dan lambang maturitas, karena humor sering digunakan sebagai salah satu strategi menghadapi masalah (*humor as a coping strategy*) (Martin dan Lefcourt, 1983).

7. REKOMENDASI TERAPAN

Sosialisasi tentang arti humor yang benar perlu mendapat perhatian dengan cara membuat semakin banyak iklan layanan masyarakat yang bermuatan humor.

Iklan adalah salah satu media yang efektif untuk menanamkan nilai-nilai pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen. Melalui iklan diharapkan akan terjadi proses perubahan persepsi kognitif tentang makna humor yang dipahami saat ini (yaitu kelucuan bermuatan kekerasan) menjadi makna humor yang lebih positif (non kekerasan), yaitu sesuai dengan kesimpulan tentang

definisi humor dalam laporan tesis yang disusun Utomo (2006). Oleh karena itu seyogyanya rancangan iklan humor memuat unsur-unsur sebagai berikut:

- Ekspresi terbuka dan positif,
- Tanpa berakibat tidak menyenangkan bagi orang atau pihak manapun,
- Memandang masalah dari perspektif yang berbeda (yaitu dari segi kelucuannya),
- Mengurangi perasaan cemas dan tidak berdaya.

Tolok ukur keberhasilan suatu iklan adalah perubahan kognitif yang disertai penguatan afeksi tentang materi objek iklan (muatan materi yang terkandung di dalam iklan), sehingga perlu ada kontinuitas dan kesinambungan dari program iklan humor antara lain:

- Sosialisasi ke rumah-rumah produksi dengan harapan produk yang dihasilkan dapat menyisipkan muatan humor seperti yang dimaksud di atas,
- Sosialisasi ke media-media cetak (surat kabar dan majalah) dan media elektronik (stasiun televisi, radio, situs internet) untuk selalu menyajikan rubrik, acara maupun iklan yang bermuatan humor seperti yang dimaksud di atas.

Kajian dalam tulisan ini diharapkan dapat memancing semangat melakukan eksplorasi terhadap ide-ide positif dan konstruktif untuk mengubah persepsi yang belum tepat tentang humor melalui berbagai alternatif, dalam upaya pengembangan manfaat humor sebagai alternatif strategi menghadapi masalah (*humor as a coping strategy*).

DAFTAR PUSTAKA

- Barth, F. 1980. *Kelompok Etnik dan Batasannya* (terjemahan). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Fernandes, F.S. 1990. Suatu Studi tentang Bangsa Barat di Nusa Tenggara Timur (1520-1942). *Laporan Penelitian*. Kupang: FKIP Universitas Nusa Cendana.
- Gundykunst, W.B. 1983. *Intercultural Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Gundykunst, W.B and Asante, M.K. 1989. *Handbook of International and Intercultural Communication*. London: Sage Publications.
- Hasanat, N.U. 1996. Pelatihan Ekspresi Wajah Positif untuk Mengurangi Gangguan Depresi. *Tesis*. Yogyakarta: Program Pascasarjana UGM
- Hasanat, N.U., Utami, M.S. dan Ramdhani, N. 1996. Pelatihan Ekspresi Wajah Positif untuk Mengurangi Gangguan Depresi: Suatu pendekatan individual. *Laporan Penelitian*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Hasanat, N.U. dan Subandi. 1988. Pengembangan Alat Kepekaan terhadap Humor. *Laporan Penelitian*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Hasanat, N.U. dan Subandi. 1999. Pembakuan Alat Kepekaan terhadap Humor. *Laporan Penelitian*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Hodgkinson, L. 1991. *Smile Therapy: How smiling and laughter can change your life*. London: Mc Donald & Co Pub., Ltd.
- International Encyclopedia*. 1977. USA: Lexicon Publication.
- Le Vine, R.A. and Champbell, D.T. 1972. *Ethnocentrism (Theories of Conflict, Ethnic Attitudes and Group Behavior)*. New York: John Willey & Sons Inc.
- Liliwari, A. 1994. Prasangka Sosial dan Efektivitas Komunikasi Antaretnik di Kupang. *Prisma* , 12, Desember.

- Limpad. 1999. *Kemajemukan dan Resolusi Konflik*. Semarang: Limpad.
- Lugo, J.O. and Hershey, G.L. 1981. *Living Psychology*. New York: McMillan Publishing.
- Martin, R.A. and Lefcourt, H.M. 1983. Sense of Humor as a Moderator of the Relation Between Stressor and Moods. *Journal of Personality dan Social Psychology*, 45, 6, 1313-1324.
- Martin, R.A. and Lefcourt, H.M. 1984. Situational Responses Questionnaire: Quantitative measure of sense of humor. *Journal of Personality dan Social Psychology*, 47, 1, 145-155.
- Mubyarto. 1991. *Etos Kerja dan Kohesi Sosial (Masyarakat Sumba, Rote, Sabu dan Timor Provinsi Nusa Tenggara Timur)*. Yogyakarta: Aditya Media
- Munandar, S.C.U. 1996. Humor: Makna pendidikan dan penyembuhan. Suatu Tinjauan Psikologis. *Makalah* (dalam Seminar Humor Nasional). Semarang.
- Porter, R.E. and Samovar, L.A. 1985. *Intercultural Communication a Reader*, Fourth Edition. California: Wadsworth Publ. Comp.
- Powell, D.H. 1983. *Understanding Human Adjustment: Normal adaptation through the life cycle*. Canada: Little Brown & Company Limited.
- Sarwono, S.W. 1996. Aspek Psikososial dari Humor. *Makalah* (dalam Seminar Humor Nasional). Semarang.
- Sumner, W.G. 1960. *Folkways*. New York: Mentor Book.
- Suprana, J. 1990. Humor dan Kesehatan. *Makalah* (dalam Seminar Humor untuk Kesehatan). Jakarta: Intisari.
- Utomo, U.H.N. 2006. Validitas dan Reliabilitas Skala Kepekaan terhadap Humor. *Tesis*. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Veeger, K.J. 1990. *Realitas Sosial*. Jakarta: Gramedia
- Yee, K.W. dan Othman, A.H. 1992. Perasaan Humor (*Sense of Humor*) Sebagai Penyederhana dalam Hubungan di antara Tekanan Hidup dengan Kemurungan di Kalangan Pelajar. *Jurnal Psikologi Malaysia*, 8, 39-55.
- Zastrow, C. 1989. *Understanding Human Behavior and the Social Environment*. Chicago: Nelson Hall.