



Konsep Diri Pembaca Tarot dalam Membangun Kepercayaan Customer Generasi Z di Jakarta

Angeline Tanasia Gouw¹, Kristin E. J. Nomleni²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

E-mail: angelinetanasiaa@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-06-10 Revised: 2025-07-20 Published: 2025-08-01 Keywords: <i>Identity; Tarot; Customer Trust; Generation z.</i>	The practice of tarot reading in Indonesia has become increasingly popular, especially among the younger generation, as a means of self-discovery and gaining insights into life. With easy access through technology and social media, more people are now interested in trying this practice, which also fosters social interaction between tarot readers and customer. This study aims to explore the self-concept of tarot readers in building trust with Generation z customer in Jakarta. Utilizing a descriptive qualitative approach, the research focuses on how tarot readers perceive themselves and how this self-concept relates to their interactions with customer. Data were collected through in-depth interviews with tarot readers, generation z customer, and psychologists, as well as non-participant observations. The findings indicate that the self-concept of tarot readers, including self-confidence, appearance, and communication skills, plays a crucial role in establishing customer trust. Effective interactions, both verbal and non-verbal, along with the ability of tarot readers to create a comfortable atmosphere, contribute to a positive customer experience. This research provides new insights into the dynamics of interpersonal communication within the context of tarot reading, particularly among generation z in Jakarta.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-06-10 Direvisi: 2025-07-20 Dipublikasi: 2025-08-01 Kata kunci: <i>Identitas; Tarot; Kepercayaan Pelanggan; Generasi Z.</i>	Pembacaan tarot di Indonesia semakin populer, terutama di kalangan generasi muda, sebagai cara untuk memahami diri dan mendapatkan wawasan tentang kehidupan. Dengan kemudahan akses melalui teknologi dan media sosial, lebih banyak orang kini tertarik untuk mencoba praktik ini, yang juga menciptakan interaksi sosial antara pembaca tarot dan klien. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi konsep diri pembaca tarot dalam membangun kepercayaan klien generasi z di Jakarta. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini berfokus pada bagaimana pembaca tarot memandang diri mereka sendiri dan bagaimana konsep diri tersebut berhubungan dengan cara interaksi mereka dengan klien. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pembaca tarot, klien generasi z, dan psikolog, serta observasi non-partisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep diri pembaca tarot, termasuk kepercayaan diri, penampilan, dan kemampuan komunikasi, memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan customer. Interaksi yang efektif, baik verbal maupun non-verbal, serta kemampuan pembaca tarot dalam menciptakan suasana yang nyaman, berkontribusi pada pengalaman positif klien. Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang dinamika komunikasi interpersonal dalam konteks pembacaan tarot, khususnya di kalangan generasi z di Jakarta.

I. PENDAHULUAN

Era modern yang serba cepat ini, komunikasi yang efektif menjadi kunci untuk memahami diri dan lingkungan. Salah satu metode yang semakin populer adalah pembacaan kartu tarot. Menurut Fasta & Lestari dalam (Tiananda, Alie, & Elanda Yelly, 2022), tarot dikenal sebagai satu set kartu yang digunakan sebagai media ramal. Diperkenalkan oleh para pendeta Swiss pada tahun 1377 dan diperkuat oleh Girilamo Gargagli pada tahun 1572, kartu tarochhi dipopulerkan sebagai alat ramalan yang dapat menentukan tipe psikologis seseorang. Kartu tarot memiliki arti tersembunyi, terutama ketika digunakan

untuk mengetahui perspektif dari hubungan sebab akibat di masa depan. Selain itu, kartu tarot juga berfungsi sebagai sarana untuk menggali konsep diri dan refleksi pribadi. Konsep diri pembaca tarot memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan customer, yang sangat bergantung pada kemampuan pembaca untuk menyampaikan informasi dengan akurat dan empatik. Dengan memahami diri mereka sendiri, pembaca tarot dapat menciptakan hubungan yang lebih dalam dan autentik dengan customer, sehingga meningkatkan pengalaman pembacaan secara keseluruhan.

Fenomena penggunaan jasa peramal, termasuk tarot, semakin populer baik di tingkat global maupun lokal. Di Singapura, pada tahun 2023, terdapat laporan bahwa perusahaan manufaktur logam menggunakan jasa peramal untuk membantu dalam pengambilan keputusan strategis, menunjukkan bahwa praktik ini mulai diintegrasikan dalam dunia bisnis modern (Thea Abrar, 2023). Di Indonesia, tarot reading kembali menjadi tren, terutama di kalangan generasi muda, dengan banyaknya layanan tarot yang ditawarkan melalui media sosial (Davina Shazia, 2024). Meskipun mendapat minat yang besar, praktik ini juga menuai kritik dari beberapa kelompok yang menganggapnya bertentangan dengan nilai-nilai agama, memicu diskusi tentang etika dan keabsahannya. Di sisi lain, komunitas tarot di Indonesia terus berkembang dengan mengadakan workshop dan diskusi tentang teknik serta filosofi pembacaan tarot, menunjukkan bahwa tarot tidak hanya dipandang sebagai alat ramalan, tetapi juga sebagai sarana refleksi dan pengembangan diri.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penelitian ini menjadi menarik untuk diteliti dalam mengeksplorasi pandangan pembaca tarot tentang profesi dan kehidupan mereka melalui cara mereka berinteraksi dan kontribusinya pada pembangunan rasa aman dan nyaman kepada customer selama sesi pembacaan tarot.

Meskipun terdapat banyak penelitian mengenai komunikasi interpersonal dan kepercayaan dalam konteks layanan, studi yang secara khusus membahas hubungan antara konsep diri pembaca tarot dan kepercayaan customer, terutama di kalangan generasi Z di Jakarta, masih terbatas. Penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana konsep diri pembaca tarot mempengaruhi interaksi dan kepercayaan customer. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menyoroti pentingnya konsep diri pembaca tarot dalam membangun kepercayaan customer. Dengan memahami bagaimana pembaca tarot memandang diri mereka sendiri dan bagaimana hal ini mempengaruhi interaksi mereka dengan customer, penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dalam bidang komunikasi dan layanan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deksriptif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, yang berfokus pada bagaimana individu membangun pengetahuan melalui pengalaman dan interaksi sosial, serta

menganggap kebenaran sebagai hasil konstruksi sosial. Tujuannya adalah untuk memahami pengalaman subjektif pembaca tarot dan customer generasi Z dalam konteks pembacaan tarot. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi non-partisipatif, dengan subjek penelitian terdiri dari pembaca tarot sebagai informan utama, customer generasi Z sebagai informan pendukung, dan psikolog sebagai key informan. Penelitian ini juga menggunakan sumber sekunder melalui studi literatur dan dokumentasi untuk memperkuat analisis. Teknik analisis data mengikuti empat langkah: pengumpulan data, pengkondisian data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika interaksi antara pembaca tarot dan customer serta bagaimana konsep diri pembaca tarot berkontribusi dalam membangun kepercayaan di kalangan customer generasi Z.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pembaca tarot menggunakan teknik mirroring untuk menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan klien, yang membantu membangun kenyamanan dan kepercayaan. Selain itu, pemahaman psikologi melalui metode "passing and leading" memungkinkan pembaca untuk mengarahkan percakapan dengan cara yang lebih terstruktur. Dalam semua interaksi, pembaca mengutamakan komunikasi yang langsung dan jelas, sehingga klien dapat dengan mudah memahami informasi yang disampaikan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pengalaman klien, tetapi juga memperkuat hubungan antara pembaca dan klien. Ketika menghadapi situasi di mana klien merasa tidak puas atau skeptis terhadap hasil pembacaan tarot, pembaca memiliki beberapa strategi untuk mengatasi keraguan tersebut. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan beberapa dek kartu yang berbeda untuk memberikan perspektif yang lebih luas kepada klien. Selain itu, pembaca juga dapat menggunakan teknik pembacaan telapak tangan atau palm reading untuk mendukung hasil pembacaan tarot dan memberikan wawasan tambahan. Setelah klien menjalani sesi pembacaan tarot, harapan utama pembaca adalah agar mereka mengikuti instruksi dan saran yang diberikan untuk mencapai keberhasilan dalam hidup mereka. Pembaca berharap klien dapat

mengalami perubahan positif yang membantu mereka menyelesaikan masalah, menghargai diri sendiri, dan mengembangkan hubungan yang sehat.

B. Pembahasan

Pembaca tarot sering kali memulai karir mereka dengan perjalanan yang menarik, yang dimulai dari sikap skeptis terhadap tarot hingga akhirnya menjadi seorang profesional. Banyak yang mengalami transformasi pribadi, di mana mereka tidak hanya belajar tentang kartu tarot, tetapi juga mengembangkan diri sebagai penyembuh melalui pemahaman yang lebih dalam tentang makna dan simbolisme kartu. Perjalanan ini sering kali dimulai dari ketidaktahuan, tetapi seiring waktu, mereka menemukan minat yang mendalam dan mengubah hobi ini menjadi sebuah profesi yang memuaskan. Banyak pembaca tarot juga mengalami peralihan dari pekerjaan kantoran ke dunia tarot, yang memungkinkan mereka untuk mengejar passion dan memberikan dampak positif bagi orang lain melalui pembacaan tarot. Memahami dan merespons kebutuhan klien, pembaca tarot biasanya mengedepankan penggalian aspek-aspek yang lebih dalam dari alam bawah sadar mereka. Praktik tarot juga dilihat sebagai proses pembelajaran yang berkelanjutan, di mana pembaca terus mengasah keterampilan mereka untuk memberikan jawaban yang dibutuhkan klien. Banyak klien datang dengan harapan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang situasi yang mereka hadapi. Ketika pembaca tarot dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan dan kekhawatiran klien, harapan tersebut dapat terpenuhi. Sebagian besar klien mencari jawaban atas pertanyaan yang telah lama mengganggu pikiran mereka.

Pembaca tarot dapat menciptakan lingkungan yang mendukung, di mana klien merasa didengar dan dihargai. Hal ini tidak hanya membantu klien untuk lebih memahami diri mereka sendiri, tetapi juga memungkinkan pembaca tarot untuk lebih baik memenuhi kebutuhan klien selama sesi. Dengan demikian, interaksi yang lebih baik dapat terjalin, dan klien akan merasa lebih nyaman untuk berbagi pengalaman mereka. Dalam menyesuaikan cara berkomunikasi, baik verbal maupun non-verbal, dengan berbagai jenis klien, pembaca tarot berusaha untuk mengadaptasi pendekatan mereka berdasarkan kebutuhan masing-masing klien.

Mereka menciptakan suasana yang menenangkan agar klien merasa nyaman sebelum membahas topik tarot. Dengan mengandalkan metode intuitif, pembaca dapat menyesuaikan cara berkomunikasi sesuai dengan karakter dan kepribadian klien, sehingga interaksi menjadi lebih efektif.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Pembaca tarot memandang profesi mereka sebagai kombinasi dari peran sebagai pembaca kartu, motivator, dan penyembuh, di mana interaksi yang empatik dan komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik klien menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman, mendukung proses refleksi dan penyembuhan yang diinginkan klien.

B. Saran

Saran dalam penelitian ini mencakup aspek teoritis dan praktis. Secara teoritis, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas kajian konsep diri dengan mengintegrasikan teori komunikasi interpersonal dan psikologi sosial, serta melakukan studi komparatif antar berbagai jenis layanan seperti kesehatan, pendidikan, dan hiburan, untuk memperkaya pemahaman tentang dinamika interaksi dan kepercayaan customer. Secara praktis, pembaca tarot disarankan untuk mengaplikasikan temuan penelitian dalam pelatihan komunikasi melalui workshop atau seminar, serta rutin mengumpulkan umpan balik dari customer guna menyempurnakan layanan dan strategi pemasaran demi meningkatkan kepuasan dan loyalitas customer.

DAFTAR RUJUKAN

- Adhia Naila. (2025). *Kenapa Gen Z Selalu Memikirkan Mental Health?* Kumparan.Com. <https://kumparan.com/naila-adhia/kenapa-gen-z-selalu-memikirkan-mental-health-24Esx8jl0VD/1>
- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337–342. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono, Y. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1).

- <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.1839>
- Arianto, P. (2020). Modul Metode Penelitian. In *Metode penelitian* (Vol. 5, Issue July).
- Astuti, A. T. widhia. (2021). Engaruh Phubbing Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Generasi Z Di Kota Yogyakarta. *Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA*, 64–65. <https://ejournal.uajy.ac.id/26307/5/1709062174.pdf>
- Azizah, R. L., Annisa, S. K., Atikasari, F., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2024). Pengaruh Konsep Diri dan Kepercayaan Diri Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Sociolla. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(2), 136–150. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i2.30185>
- Baki, R. (2020). Analysis of Factors Affecting Customer Trust in Online Hotel Booking Website Usage. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 10(2), 106–117. <https://doi.org/10.2478/ejthr-2020-0009>
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKN*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Christina Dewi W, Apriana Anggreini Bangun, Ratna Susilowati, & Mughni Mutmainnah Iskandar A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 193–203. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i2.1333>
- Davina Shazia. (2024). *Tarot Reading Kembali Viral: Bagaimana Pengaruhnya Terhadap Generasi Muda?* Kompasiana.Com. <https://www.kompasiana.com/davinashazia/6766a21dc925c475530784b2/tarot-reading-kembali-viral-bagaimana-pengaruhnya-terhadap-generasi-muda>
- Derung, T. N. (2017). Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat. *SAPA - Jurnal Kateketik Dan Pastoral*, 2(1), 118–131. <https://doi.org/10.53544/sapa.v2i1.33>
- Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)
- Frani Ayu. (2024). *Mitos dan Kesalahpahaman Tentang Tarot*. Mariafraniayu.Com. <https://mariafraniayu.com/2024/10/21/mitos-dan-kesalahpahaman-tentang-tarot/>
- Handayani. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253).
- Hayati, L. (2018). Konsep Diri Anak-anak Pengguna Aktif Media Sosial. *Society*, 6(2), 58–64. <https://doi.org/10.33019/society.v6i2.65>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, Penelitian Terdahulu, & Hipotesis* (Issue July).
- Ita Suryani, Horidatul Bakiyah, M. I. (2020). *Strategi public relations Pt honda megatama kapuk dalam costumer relations*. 9, 1–9.
- Khoiriah. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Kholidi, A. K., Irwan, & Faizun, A. (2022). Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead di Era New Normal Pasca Covid 19 di Indonesia. *At-Ta'Lim*, 2(1), 1–12.
- Kuswanto, E. (2019). Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif: Sebuah pengalaman Akademis. *Teori Komunikasi*, 76.
- Mandasari, M., & Islam, M. A. (2022). Reka Cipta Ilustrasi Kartu Tarot Arkana Mayor Berdasarkan Karakter Game Genshin Impact. *Barik*, 4(1), 92–105. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/48255%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/48255/40303>
- Mony, H. (2015). Husen Mony: Meaning, Language, dan Thought Remaja pengguna Facebook. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(01), 132–151.
- Muhammad Arifal. (2020). *Komunikasi Interaksi Simbolik Guru Dengan Siswa Kelas X Dalam Membangun Komunikasi Efektif Di SMKS*

- YPPI Tualang. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. 3914.
- Nomleni, K. E. J. (2023). Analisis Fenomena Romance Scam dalam Komunikasi Interpersonal Love Scammer & Korban. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 12(2), 202–221. <https://doi.org/10.35508/jikom.v12i2.9179>
- Novianti Kiling, B., & Yohanes Kiling, I. (2015). Jurnal psikologi pendidikan dan konseling. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*, 1(1), 84–92. <http://ojs.unm.ac.id/JPPK/article/view/1537/604>
- Purnamasari, D. (2017). Konsep Diri Pada Penari Andorgini (Studi Kasus Pada Kelompok Penari Laki-Laki WAP Crew). *Jurnal Komunikasi*, 53(9), 1–15.
- Putra, A., Tobing, H., Rahajeng, O., & Yuhan, R. (2019). The Indonesian Journal of Social Studies. *The Indonesian Journal of Social Studies*, 2(2), 37–45. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpip/article/view/8508/4156>
- Robin, P., Alvin, S., & Hasugian, T. (2022). Gen-Z Perspective on Politics: High Interest, Uninformed, and Urging Political Education. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 11(3), 183–189. <https://doi.org/10.33366/jisip.v11i3.2550>
- Sakti Sarjan. (2024). Masa Depan Perlindungan Data Pribadi di Era Digital: Peluang dan Ancaman. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/sarjan-lf/masa-depan-perlindungan-data-pribadi-di-era-digital-peluang-dan-ancaman-23vSurjCBF1>
- Sari, A. F., Rizki, B. M., & Haris, A. O. I. (2021). Apakah Kecerdasan Spiritual Memberi Pengaruh Terhadap Stress Tolerance? Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Dokter. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, 12(3), 236–246. <https://doi.org/10.15294/intuisi.v12i3.15958>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Subaryana. (2015). Konsep Diri Dan Prestasi Belajar. *Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa Dan Seni*, 7(2), 1–10.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225(87), 48–61.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Tampubolon, M. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*, 3(17), 43. http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BA_B_III.pdf
- Thea Abrar. (2023). Fenomena Baru di Singapura, Cari Cuan Bisnis Dibantu Peramal. Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcdonesia.com/lifestyle/20230927092148-33-475868/fenomena-baru-di-singapura-cari-cuan-bisnis-dibantu-peramal>
- Tiananda, N. C., Alie, A., & Elanda, Y. (2022). Komersialisasi Ramalan Tarot Oleh Tarot Reader Di Kota Surabaya. *SOSEBI Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 68–81. <https://doi.org/10.21274/sosebi.v2i1.5405>
- Tiananda, N. C., Alie, A., & Elanda Yelly. (2022). Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis Islam (SOSEBI) KOMERSIALISASI RAMALAN TAROT OLEH TAROT READER DI KOTA SURABAYA. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam*, 2(1), 2808–7089.
- Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma Konstruktivis. <https://doi.org/10.31219/osf.io/9ja2t>
- Yudhi, L., & Sadono, T. P. (2018). Komodifikasi Nilai Nasionalisme Sebagai Identitas Sosial Melalui Tetralogi Stand Up Comedy Pandji Pragiwaksono. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 4(02), 095. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1655>