

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMIKA STAND UP INDO
BINJAI DALAM MENGHIBUR AUDIENS**

SKRIPSI

OLEH:

GUSTI AGUNG ARTA SASTYA

178530038



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 22/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)22/6/22

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMIKA STAND UP INDO
BINJAI DALAM MENGHIBUR AUDIENS**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Medan Area



Oleh :

Gusti Agung Arta Sastya

178530038

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 22/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)22/6/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Komika Stand Up Indo
Binjai Dalam Menghibur Audiens

Nama Mahasiswa : Gusti Agung Arta Sastya

NPM : 178530038

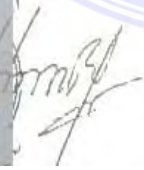
Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing


Dr. Nina Siti S. Siregar, M.Si
Pembimbing I


Ilma Saakinah Tamsil, M. Comm
Pembimbing II


Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M. Si
Dekan


Agnita Yolanda, B. Comm, M. Sc
KA. Prodi

Tanggal Lulus : 10 Februari 2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam Skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain sudah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma dan aturan penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku di kemudian hari apabila ditemukan adanya hasil plagiat dalam Skripsi ini.



Medan, 10 April 2022

Hormat Penulis,



Gusti Agung Arta Sastya

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gusti Agung Arta Sastya
NPM : 178530038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Strategi Komunikasi Komika Stand Up Indo Binjai Dalam Menghibur Audiens. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemiliki Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 10 April 2022

Yang menyatakan,

Gusti Agung Arta Sastya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia berupa kesehatan dan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Medan Area.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapat bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Trisasi Ambrianingrum selaku Ibu saya tercinta yang telah memberikan semangat dan do'a kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan baik.
2. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menuntut ilmu dan mengembangkan kepribadian penulis.
3. Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan kepribadian penulis.
4. Dr. Hj. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si dan Ilma Saakinah Tamsil, M. Comm, serta Ria Wuri Andary, M. Icom selaku Dosen Pembimbing dan Sekretaris Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam hal isi materi penelitian dan penulisan skripsi.
5. Drs. Bahrum Jamil, M.AP selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi penulis selama menjalankan proses perkuliahan.

ABSTRACT

Agung Arta Sastya, Gusti. 2021. Communication Strategy of Stand Up Indo Binjai Comic in Entertaining The Audience. Essay. Medan: Ilmu Komunikasi, FISIPOL, UMA.

This study aims to describe the communication strategy of Stand Up Indo Binjai comic in entertaining the audience. This research was taken based on data collection techniques, namely the results of interviews and observations from 5 Stand Up Indo Binjai comics, Ade Tanjung, Joshua Bulele (Jojo), Juan Pohan, Anggi, and Vipi. The 5 comics have different communication strategies to entertain the audience, some comics focus on comedy techniques, and others focus on persona and mastering the audience.

This research methods uses qualitative research methods, where the research results are obtained from interviews and observations. The results of data analysis show that the communication strategy of Stand Up Indo Binjai comics, Ade, Jojo, Juan, Anggi, and Vipi, in entertaining the audience, the most dominant are writing and mastering the material, knowing and mastering the audience, playing personas and comedy techniques.

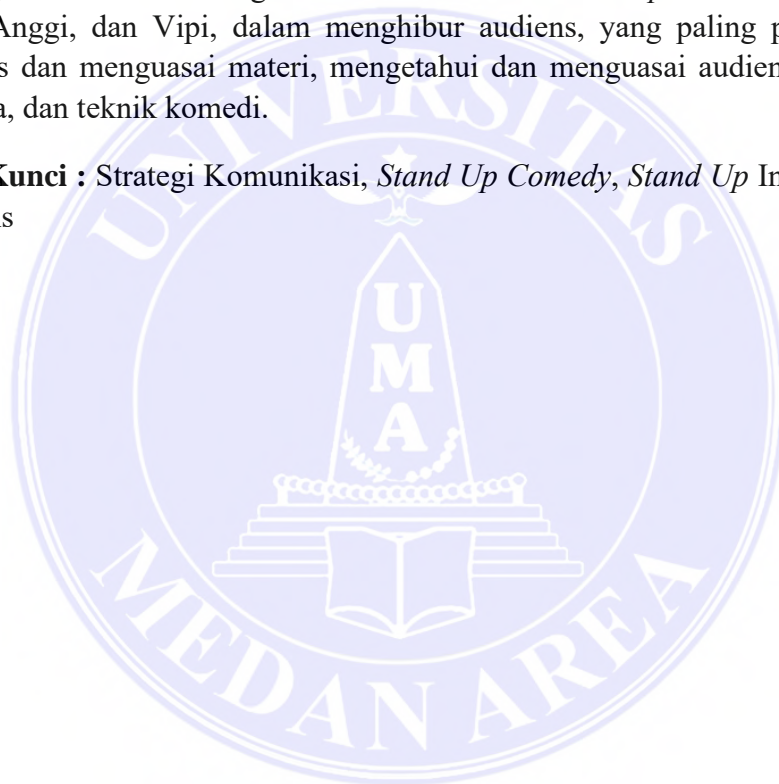
Key words : *Communication strategy, Stand Up Comedy, Stand Up Indo Binjai, and Audience*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi komika *Stand Up* Indo Binjai dalam menghibur audiens. Penelitian ini diambil berdasarkan teknik pengumpulan data, yaitu hasil wawancara dan observasi dari 5 komika *Stand Up* Indo Binjai, Ade Tanjung, Joshua Bulele (Jojo), Juan Pohan, Anggi, dan Vipi. Kelima komika tersebut memiliki strategi komunikasi yang berbeda untuk menghibur audiens, beberapa komik fokus pada teknik komedi, dan lainnya fokus pada persona dan menguasai audiens.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana hasil penelitian diperoleh dari wawancara dan observasi. Hasil analisis data menunjukkan bahwa strategi komunikasi komika *Stand Up* Indo Binjai, Ade, Jojo, Juan, Anggi, dan Vipi, dalam menghibur audiens, yang paling penting adalah menulis dan menguasai materi, mengetahui dan menguasai audiens, memainkan persona, dan teknik komedi.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, *Stand Up Comedy*, *Stand Up* Indo Binjai, dan Audiens



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. FOKUS PENELITIAN.....	6
C. PERUMUSAN MASALAH	7
D. TUJUAN PENELITIAN	7
E. MANFAAT PENELITIAN	7
1. MANFAAT AKADEMIS.....	7
1.2 MANFAAT PRAKTIS	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. KERANGKA TEORI.....	9
1. Strategi.....	9
2. Komunikasi.....	9
3. Strategi Komunikasi.....	10
4. Komunikasi Publik	12
5. Teknik Komedi.....	13
6. Stand Up Comedy.....	15
B. KERANGKA BERFIKIR	23
C. PENELITIAN TERDAHULU	24
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN	28
A. METODE PENELITIAN	28
B. JENIS PENELITIAN	28
C. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN.....	29

1. WAKTU PENELITIAN	29
2. TEMPAT PENELITIAN	29
D. SUMBER DATA	29
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	30
F. INSTRUMEN PENELITIAN	31
G. TEKNIK ANALISIS DATA	31
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	34
B. Gambaran Umum Informan	35
1. Informan 1 (Ade)	35
2. Informan 2 (Jojo)	36
3. Informan 3 (Juan)	37
4. Informan 4 (Anggi)	38
5. Informan 5 (Vipi)	39
C. HASIL PENELITIAN	40
1. Hasil Data Wawancara	40
2. HASIL OBSERVASI	60
D. PEMBAHASAN	73
BAB V	86
PENUTUP	86
A. KESIMPULAN	86
B. SARAN	88
DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA	90
DAFTAR PUSTAKA	91

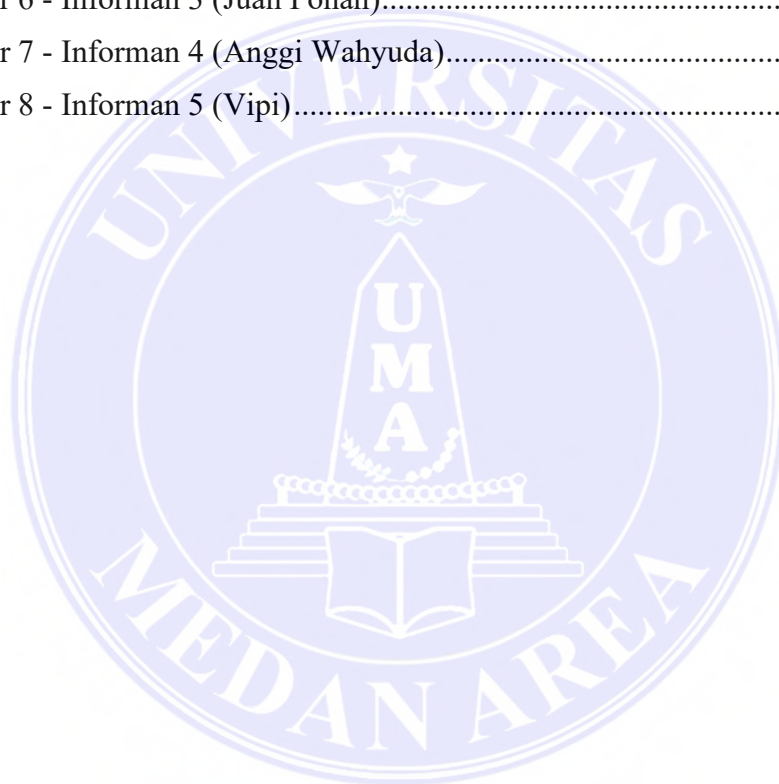
DAFTAR TABEL

Tabel 1 - Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 2 - Informan 1 (Ade Tanjung).....	35
Tabel 3 - Informan 2 (Joshua Bulele)	36
Tabel 4 - Informan 3 (Juan Pohan)	37
Tabel 5 - Informan 4 (Anggi Wahyuda)	38
Tabel 6 - Informan 5 (Vipi).....	39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Logo Komunitas <i>Stand Up</i> Indo Binjai	22
Gambar 2 - Kerangka Berpikir.....	24
Gambar 3 - <i>Selowla Coffee</i>	34
Gambar 4 - Informan 1 (Ade Rinaldy Tanjung)	40
Gambar 5 - Informan 2 (Joshua Bulele).....	43
Gambar 6 - Informan 3 (Juan Pohan).....	48
Gambar 7 - Informan 4 (Anggi Wahyuda).....	52
Gambar 8 - Informan 5 (Vipi).....	56



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Berkembangnya dunia komedi lawak tunggal atau *stand up comedy*, menjadi alasan Kota Binjai membuat komunitas *stand up* Indo Binjai. Komunitas ini merupakan tempat atau wadah seseorang yang ingin menghibur dengan menceritakan keresahannya dan tentunya dengan belajar teknik-teknik dalam seni *stand up comedy*. Komunitas ini membangun warga Binjai yang ingin menjadi komika, ataupun bersama mempelajari hal-hal yang mendukung untuk menjadi seorang *stand up comedy*-an. Menurut Ramon Papan (2011:1), “*Stand up comedy* adalah sebuah bentuk pertunjukan seni komedi. Biasanya, seorang komedian tampil di depan para penonton dan berbicara langsung kepada mereka”.

Peneliti memilih melakukan penelitian terkait strategi komunikasi dalam menghibur audiens terhadap komunitas *stand up* Indo Binjai, ialah dikarenakan merupakan satu-satunya komunitas *stand up comedy* di Kota Binjai yang masih aktif hingga sekarang. Komunitas ini memiliki beberapa komika yang sudah pernah berhasil pada kompetisi besar, seperti SUCA (*Stand Up Comedy Academy*) di stasiun televisi Indosiar. Beberapa informan yang dipilih untuk penelitian ini terbagi menjadi komika senior, komika amatir, komika wanita, dsb. Adapun pemilihan informan yang berbeda-beda pengalaman, karakter, maupun jenis materi, dikarenakan demi mendapatkan informasi yang *detail* maupun kelengkapan data terkait strategi komunikasi dalam konteks menghibur audiens.

Menurut Ramon Papan (2011:3), terdapat beberapa istilah sederhana dalam *stand up comedy*, yaitu:

1. *To Kill* : Tampil sukses, penonton menyukai Anda dan tertawa
2. *To Bomb* : Tampil gagal, tidak ada yang tertawa
3. *Dying* : Proses sebelum gagal
4. *Set Up* : Bagian “Penjelasan” dari sebuah lelucon. Bagian depan dari cerita
5. *Punchline* : Bagian “Lucu” dari sebuah lelucon. Bagian ini seharusnya penonton tertawa
6. *Heckler* : Seseorang diantara penonton yang berbicara dan menginterupsi pelawak dengan cara yang mengganggu dengan maksud membuat si pelawak gagal
7. *Blue* : Pelawak menggunakan kata jorok/kotor, dan membicarakan tentang *sex* dengan cara yang menjijikkan.

Dalam mempelajari *stand up comedy*, seorang komika tentunya harus mengetahui strategi komunikasi khas dari *stand up comedy*. Salah satunya harus memerhatikan materi yang hendak disampaikan dan siapa audiens yang sedang menikmatinya. “Konsep dasar dalam teknik Stand Up Comedy itu Set Up dan Punchline”. (Dika, Raditya. “Cara Gue Bikin Materi Stand Up Comedy!” *YouTube*, diunggah oleh Raditya Dika, 4 Februari. 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=O1FRmdzbRrs>. Diakses pada 26 Nopember 2020 / pukul 11.20 WIB). Hal ini tentunya sesuai dengan unsur komunikasi, yakni pesan. Dalam melakukan *stand up comedy* kita juga harus memikirkan pesan apa yang harus kita buat. Menyusun materi, menggunakan teknik-teknik penyampaian pesan yang benar, sesuai dengan materi yang dibawakan merupakan hal utama yang harus sangat diperhatikan.

“*Set Up* adalah ekspektasi yang dibangun dan *Punchline* adalah ekspektasi yang dipatahkan”. (Dika, Raditya. “Raditya Dika – *Theory of Comedy* | BukaTalks” *YouTube*, diunggah oleh Bukalapak, 13 Juni. 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=aHn1HJ4SDPQ>. Diakses pada 26 Nopember 2020 / pukul 11.34 WIB). Strategi komunikasi dalam melakukan *stand up comedy*, dimana pesan yang disampaikan memancing audiens untuk atas apa yang pembicara bangun, kemudian dipatahkan sehingga memunculkan tawa. Penting bagi seorang komika atau orang yang melakukan *stand up comedy*, untuk mengetahui kira-kira strategi komunikasi bagaimana yang digunakan. Strategi ini terkait dengan teknik berkomi, penulisan materi yang akan disampaikan guna menghibur audiens, serta persona yang digunakan oleh komika tersebut. Seorang komika yang tidak menguasai strategi dalam berkomunikasi baik dari segi teknik, materi, dan juga kurang memahami audiens, akan menyebabkan seorang komika *ngebomb* (istilah garing atau tidak lucu dalam *Stand Up Comedy*).

Persona adalah wajah sosial yang dihadirkan individu kepada dunia, dirancang di satu sisi untuk memberi kesan yang pasti pada orang lain untuk menyembunyikan sifat asli dari individu (C.G Jung, 1953:156). Seorang komika harus memiliki persona atau kepribadian khas yang khas untuk menimbulkan ketertarikan atas audiens. Sehingga, semakin menarik persona yang dimiliki seorang komika, tentu akan memicu perhatian audiens untuk menyukai komika tersebut.

Persona yang dimiliki komika sangat berpengaruh dalam memancing tawa penonton ketika komika melakukan *stand up comedy*. Misalnya, Wira Nagara (komika SUCI 5), komika ini menggunakan persona *galau*, dimana materinya berisi tentang patah hati dan sajak-sajak, sehingga Wira menggunakan *cie moment* untuk membangun tawa penonton. Kemudian, Rigen (juara 1 SUCI 5), komika dengan persona marah-marah, dimana emosi yang memuncak ketika tampil menjadi daya tarik tersendiri bagi penonton. Dan Uus (SUCI 3), dimana ia membangun persona yang *absurd*, dimana *jokes receh* yang disampaikan, sangat menggelitik untuk didengar. Dalam *Stand Up Comedy*, komika biasanya menggunakan “*Act Out*”, yang berarti memperagakan dengan totalitas apa yang sedang ia sampaikan. Gerakan yang sangat berlebihan berperan dalam memecahkan *set up* yang dipatahkan oleh seorang komika.

Dikarenakan semakin banyaknya komika, tentunya semakin berat kita memunculkan persona atau ciri khas yang kita miliki untuk menarik perhatian audiens. Di dalam komunitas, komika dapat bersama-sama belajar bagaimana strategi komunikasi dan teknik-teknik *Stand up comedy* yang baik dan benar. *Stand up comedy* bukan hanya sekedar menyampaikan cerita-cerita lucu seperti saat kita sedang berkumpul bersama teman-teman. Terdapat teknik dan strategi yang harus kita pahami untuk memunculkan tawa dari audiens.

Gaya berpakaian seorang komika juga dapat memengaruhi persona dan pandangan penonton terhadap dirinya. Apabila seorang komika berpenampilan menarik tentunya akan mudah menarik perhatian audiens. Beberapa komika menggunakan pakaian yang unik atau aksesoris tertentu untuk menarik perhatian audiens.

Komunikasi verbal maupun non verbal yang digunakan komika adalah untuk memancing perhatian audiens. Disini, persona dan teknik-teknik yang digunakan komika saat menghibur audiens sangat berkaitan dengan kajian semiotika komunikasi. Pada dasarnya, seorang komika tidak hanya sekedar menggunakan *jokes* saja untuk memancing tawa para audiens, namun juga menggunakan karakter khas yang dibangun.

Beebe and Beebe (2009:21), mengatakan, “*as a public speaker, you will learn to adapt to your audience based on who your listeners are, their expectations for your speech, and their actions to what you are saying*”. Strategi utama yang dilakukan oleh komika adalah mengetahui siapa audiensnya sebagai kunci dari strategi komunikasi dalam menghibur, termasuk *gender* mana yang lebih banyak hadir, usia audiens, serta strategi yang harus dikuasai oleh para komika guna untuk mendapatkan tawa dari para audiens. Semakin sensitif dan sesuai materinya terhadap audiens, tentu akan mudah mendapatkan tawa. Komika melakukan strategi komunikasi berupa mengetahui audiens guna mendapatkan ketertarikan humor dan fokus ketika komika melakukan *stand up comedy*. Mengetahui siapa audiens menjadi strategi komunikasi yang dipersiapkan oleh komika, sebelum atau saat *stand up comedy* berlangsung. Karena selain mengetahui teknik komedi, menguasai audiens merupakan hal yang harus dikuasai oleh komika, sehingga audiens akan memudahkan komika yang melakukan *stand up comedy* dalam menyampaikan komedi kepada audiens.

Penelitian ini bermaksud, untuk mengetahui strategi komunikasi beserta teknik-teknik berkomedial yang digunakan oleh komika terkhusus komunitas Stand Up Indo Binjai. Menghibur audiens adalah hal yang cukup berat bila tidak direncanakan terlebih dahulu. Maka diperlukan penguasaan strategi komunikasi (dalam konteks *stand up comedy*). Sebab, jika ada orang yang mencoba-coba untuk melakukan *stand up comedy* tanpa mengetahui tekniknya maka akan terasa garing (sebutan untuk komika yang gagal mendapatkan tawa audiens). Maka dari itu, penelitian ini juga akan menyinggung tentang hal-hal terkait strategi komunikasi para komika, baik dalam hal teknik, penulisan materi, persona, dan juga cara mendapatkan perhatian audiens.

Dalam melakukan *stand up comedy* (dalam komunitas *stand up* Indo Binjai), teknik untuk berkomedial dan strategi komunikasi sangat penting untuk diketahui. Komika yang berada dalam komunitas *stand up* Indo Binjai juga harus memiliki persona dan strateginya masing-masing, sehingga audiens tidak merasa jenuh. Maka dari itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul, “*Strategi Komunikasi Komika Stand Up Indo Binjai dalam Menghibur Audiens (Studi Kualitatif pada Komunitas Stand Up Indo Binjai)*”.

Menghadapi untuk mengetahui audiens cukup sulit dilakukan untuk para komika Komunitas *Stand Up* Indo Binjai, dikarenakan setiap audiens yang hadir memiliki selera komedi yang berbeda-beda. *Punchline* yang lucu belum cukup untuk menghindari kata *garing* saat melakukan *stand up comedy*. Hal tersebut dirasakan oleh para komika terkhusus *comic* Komunitas *Stand Up* Indo Binjai. Komika dari komunitas ini memiliki persona masing-masing, dan masih mengalami kesulitan tersendiri, sehingga setiap penampil akan menyiapkan strategi masing-masing untuk menghibur secara sempurna.

Komunitas *stand up* Indo Binjai merupakan komunitas bertajuk komedi tunggal demi melatih individu yang ingin menekuni dunia seni lawak tunggal. *Stand up comedy* sangat diminati oleh masyarakat umum, khususnya di Kota Binjai. Komunitas *stand up* Indo Binjai terbentuk dikarenakan minat masyarakat sekitar terhadap *stand up comedy* yang saat itu berkembang pesat, ditambah dengan beberapa komika dari Kota Medan menjadi juara di dalam kompetisi besar seperti SUCI 3, yakni Babe Cabita.

Beberapa penggerak komunitas stand up Indo Binjai diantaranya seperti; Ade Tanjung, Ekka Kunyuk, Uwik Limbad, Izal Sendok, Ferry, Fuad Fikri, Thoni Jenggot dan Puri. Mereka merupakan penggerak komunitas ini dengan promosi mengadakan *open mic* setiap hari Rabu, pukul 21.00 WIB, di rumah *café*, Jl. T. Amir Hamzah, Kec. Binjai Utara, Kota Binjai. Komunitas yang berdiri pada tahun 2014 mendapatkan dukungan dari masyarakat Kota Binjai. Alasan kuat komunitas *stand up* Indo Binjai terus berkembang adalah minat dari masyarakat terhadap perkembangan *stand up comedy*, serta banyaknya individu yang tertarik menjadi seorang komika untuk mau belajar maupun berlatih di komunitas stand up Indo Binjai.

Kegiatan yang dilakukan berupa *combud* atau diskusi tentang materi lawakan yang akan dibawakan. Para komika akan menulis materi dan mendiskusikannya dengan teman-teman komika lainnya dalam komunitas tersebut. Kemudian melakukan *open mic* untuk menguji mental dan mencoba materi yang telah dipersiapkan, serta melatih kemampuan berkomi tunggal dihadapan audiens, saat *open mic* para komika menguji materi dan jika tidak mendapatkan tawa dari audiens, hal itu merupakan kewajaran dikarenakan masih

sebuah pengujian materi, meskipun komika tetap berusaha keras melakukan penampilan seni lawak tunggal untuk mendapatkan tawa dari penonton.

Dalam melatih menyiapkan materi, mental, dan *public speaking* atau lebih tepatnya lebih mengarah kepada komunikasi publik, para komika mulai sedikit demi sedikit mempersiapkan strategi komunikasi demi mendukung performa komika saat melakukan lawak tunggal atau *stand up comedy*. Strategi komunikasi sangat penting untuk dipersiapkan, untuk mendapatkan perhatian dan tawa dari audiens. Menyiapkan materi dilakukan ketika komika melaksanakan *combud* dan mental komika dilatih ketika komika melakukan *stand up comedy* pada kegiatan *open mic*.

Inti dari *stand up comedy*, adalah bukan membuat semua orang harus tertawa saat menonton, karena ini merupakan hal yang cukup sulit, namun membuat semua orang tertarik terhadap penampilan kita itu jauh lebih penting untuk dikuasai terlebih dahulu. Maka diperlukan beberapa strategi komunikasi untuk mendukung komedi yang dibawakan. Strategi komunikasi yang dipersiapkan oleh informan yang merupakan komika komunitas *stand up* Indo Binjai tentunya memiliki perbedaan, hal tersebut dikarenakan berbedanya jenis materi, teknik komedi, bahkan persona yang dibawakan. Komika pria dan wanita tentunya memiliki strategi yang berbeda dalam memikat perhatian dan menghibur audiens. Berfokus pada strategi komunikasi untuk menghibur audiens, dengan komika yang memiliki perbedaan jenis komedi, tingkat profesionalitas dalam melakukan *stand up comedy*, dan persona maupun pembawaan materi yang berbeda-beda, bertujuan untuk mendapatkan kelengkapan data, informasi, atau keluasan berbagai aspek terkhusus konteks strategi komunikasi komika *stand up* Indo Binjai dalam menghibur audiens.

B. FOKUS PENELITIAN

Fokus penelitian ini ialah strategi komunikasi komika *Stand Up* Indo Binjai dalam menghibur audiens.

C. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian dan pembahasan antara lain yakni :

1. Bagaimana strategi komunikasi komika dalam komunitas *Stand Up* Indo Binjai dalam menghibur audiens?
2. Apa teknik yang digunakan seorang komika dalam komunitas *Stand Up* Indo Binjai dalam menarik perhatian sekaligus menghibur audiens?
3. Apa persona yang digunakan para komika Komunitas *Stand Up* Indo Binjai, yang mana sebagai salah satu strategi komunikasi non-verbal untuk menghibur audiens?

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang, fokus penelitian, dan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh para komika *Stand Up* Indo Binjai dan juga persona maupun teknik-teknik apa saja yang digunakan dalam seni berkomedis para komika *Stand Up* Indo Binjai.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. MANFAAT AKADEMIS

1. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan wawasan penelitian ilmu komunikasi, terutama komunikasi publik dan teknik berkomedis terkhusus strategi komunikasi yang baik dan benar dalam menghibur dan menarik perhatian audiens.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sebuah inspirasi bagi pembicara dalam menyampaikan pesan tanpa membuat audiens jenuh.

1.2 MANFAAT PRAKTIS

1. Penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan dan wawasan serta pengalaman bagi peneliti, khususnya dalam berbicara di depan umum dengan baik dan menghibur audiens.
2. Penelitian ini juga diharapkan menjadi inspirasi bagi penggemar atau penikmat *stand up comedy* dan menjadi pengetahuan mendalam untuk audiens yang sering melihat *stand up comedy* ataupun komika pada umumnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KERANGKA TEORI

Kerangka teori adalah identifikasi dari teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berfikir untuk melaksanakan penelitian maupun mendeskripsikan kerangka referensi dan teori yang digunakan untuk mengkaji suatu permasalahan. Pada penelitian ini, akan digunakan teori-teori ilmiah sebagai alat bantu dalam mengkaji sekaligus untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini. Adapun teori yang digunakan adalah:

1. Strategi

Strategi merupakan langkah awal untuk mencapai suatu tujuan. Dalam berkomunikasi, juga diperlukan strategi untuk mencapai tujuan yakni, mendapatkan perhatian dari lawan bicara, maupun mendapatkan *feedback* yang diinginkan dari lawan bicara kita. Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk menyusun strategi memimpin suatu perang.

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan (Hamel dan Prahalad, 1995:31). Dengan demikian, berarti strategi harus dilakukan secara terus menerus dan terdapat peningkatan, sehingga suatu strategi yang dibentuk atau dibuat menjadi wujud tindakan yang terbaik.

2. Komunikasi

Komunikasi merupakan kumpulan pengetahuan berdasarkan fakta, baik dari hasil pengamatan maupun hasil riset yang disusun secara sistematis menurut kaidah atau metode ilmiah, dan secara normatif hasilnya dapat diterapkan untuk meningkatkan kematangan dan kearifan dalam pribadi seseorang, maupun dalam hubungannya dengan orang lain dalam bermasyarakat (Cangara, 2012:13).

Sederhananya, komunikasi bertujuan untuk mendapatkan sebuah kematangan, baik dalam segi percaya diri, maupun sebuah kontrol dalam mengolah kata ataupun kalimat yang hendak disampaikan.

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin *Communication* yang bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama. Kata sama yang dimaksudkan adalah sama makna. Jadi dalam pengertian ini, komunikasi berlangsung manakala orang-orang yang terlibat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikannya itu. Dengan artian lain, jika individu yang sedang berkomunikasi dan memiliki kesamaan, baik dari makna maupun keinginan, maka hubungan tersebut dapat disebut bersifat komunikatif.

Harold D. Lasswell, menyatakan bahwa cara terbaik untuk menjelaskan kegiatan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan, *Who says what in Which channel to Whom with What effect?* (Onong, 2004:29). Mengacu dari rumus yang diciptakan Lasswell, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa komponen pokok dalam komunikasi, yakni:

- a. Komunikator, penyampai pesan.
- b. Pesan, hal yang disampaikan.
- c. Media, alat atau instrument yang digunakan dalam menyampaikan pesan.
- d. Komunikan, penerima pesan.
- e. Efek, respon atau *feedback* dari komunikan.

Ketika berkomunikasi, ada beberapa hal yang harus diperhatikan salah satunya, seorang komunikator harus menyampaikan pesan dengan baik, jelas, dan lugas. Jika komunikator sebagai penyampai pesan menyampaikannya dengan tidak baik, akan dapat menimbulkan *miss communication* (salah komunikasi), dan juga *miss understanding* (salah pengertian).

3. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berkaitan dengan perencanaan komunikasi sampai dengan pelaksanaan komunikasi. Komunikator diharuskan membuat strategi untuk tujuan komunikasi yang akan dilakukan dapat tercapai atau berjalan dengan baik. Strategi komunikasi ini bermanfaat untuk meminimalisir terjadinya rintangan komunikasi. Rintangan komunikasi merupakan adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak dapat berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan penerima (Alex Sobur, 2009:167). Mempersiapkan strategi

komunikasi dilakukan oleh komunikator untuk mengontrol komunikan atau audiens ketika komunikasi berlangsung.

Menurut Arifin (1984:59), unsur-unsur dalam komunikasi seperti; komunikator, pesan, komunikan, media, dan efek/*feedback*, merupakan panduan utama yang harus dikuasai dalam mempersiapkan strategi dalam komunikasi. Terdapat 5 faktor yang harus diperhatikan dalam merumuskan strategi komunikasi, yaitu :

1. Mengetahui khalayak (komunikan)
2. Merumuskan pesan
3. Menetapkan media komunikasi
4. Menetapkan metode komunikasi yang digunakan
5. Memerankan komunikator.

Terdapat 5 faktor dalam merumuskan strategi komunikasi tersebut harus dikuasai oleh seorang komunikator. Komunikator harus mengetahui siapa khalayaknya (komunikannya), karena audiens akan memudahkan komunikator dalam menentukan pokok persoalan apa yang akan dibahas, maupun hal apa yang menjadi ketertarikan komunikan dalam berkomunikasi. Dalam komunikasi, juga harus memerhatikan situasi dan kondisi komunikannya untuk mendapatkan efek yang baik yang diharapkan.

Seorang komunikator yang baik adalah seseorang yang mempunyai kemampuan dan keahlian mengenai pesan yang disampaikan, serta memiliki hubungan baik dengan khalayak. Selain itu, memiliki daya tarik tersendiri akan menjadi nilai tambah bagi komunikator terhadap khalayak atau komunikan. Hal dasar dalam merumuskan strategi komunikasi ialah mensinkronkan antara komunikator dan komunikan. Tolak ukur kelancaran dalam berkomunikasi ialah ketika komunikator dan komunikan memiliki ketertarikan yang sama terhadap suatu pembahasan atau permasalahan. Jika komunikator dan komunikan tidak memiliki tolak ukur yang sama, atau tidak mempunyai ketertarikan suatu permasalahan yang sama, maka dapat mengakibatkan terjadinya kegagalan dalam berkomunikasi.

Setiap komunikator harus memiliki strategi masing-masing untuk mendapatkan perhatian dari komunikan maupun audiens. Mempersiapkan strategi komunikasi merupakan cara untuk mencegah terjadinya kegagalan dalam berkomunikasi. Adapun strategi-strategi yang dipersiapkan dipersiapkan secara sempurna oleh komunikator, seperti mental komunikator dan berusaha

mengetahui siapa komunikan atau audiensnya serta memancing perhatian komunikan atau audiens menjadi strategi yang digunakan seorang komunikator dalam strategi komunikasinya.

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik berasal dari dua kata, yakni komunikasi dan publik. Komunikasi publik merupakan penyampaian pesan yang ditujukan kepada orang banyak. Komunikasi adalah penyampaian pesan dari pembicara kepada individu yang mendengarkan, atau dengan cakupan yang lebih luas, yakni publik/khalayak. Pesan yang disampaikan berupa pengetahuan ataupun fakta, baik dari pengamatan atau juga bisa menjadi sebuah penyampaian pesan negatif (kebohongan). Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berada dalam sebuah organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media, biasanya bersifat persuasif maupun informatif. (Nasution, Ahmadriswan. (2020). “Bahan Ajar Teknik Komunikasi Publik”, https://pusdiklat.bps.go.id/diklat/bahan_diklat/BA_Teknik%20Komunikasi%20Publik_Dr.%20Ahmadriswan%20Nasution,%20S.Si,%20MT.2171.pdf / diakses pada 26 Nopember 2020 / pukul 19.49 WIB)

Komunikasi publik jauh lebih berat dan sulit dibanding komunikasi yang terjadi hanya antara komunikator dan komunikan, atau pembicara dengan dirinya sendiri. Audiens yang dihadapi lebih banyak, serta tempat yang lebih luas menjadi kesulitan sendiri bagi pembicara. Pada dasarnya, komunikasi yang dilakukan oleh dua orang antara komunikator dan komunikan akan lebih mudah dilakukan dibandingkan dengan komunikan yang lebih banyak. Komunikator akan mempersiapkan strategi komunikasi ketika dihadapkan dengan audiens guna mendapatkan perhatian dari audiens.

Ciri-ciri yang dimiliki komunikasi publik adalah pesan yang disampaikan tidak berlangsung secara spontanitas, tetapi terencana dan dipersiapkan lebih awal (Cangara, 2012:39). Komunikator yang berbicara di depan publik akan merencanakan atau mempersiapkan mental serta materi yang hendak disampaikan kepada khalayak. Seorang komunikator yang berbicara di depan umum akan mempersiapkan pesan dengan baik. Berbeda dengan komunikasi yang terjadi antara dua orang saja, dimana sebuah spontanitas pesan dapat saja terjadi.

Meskipun terencana, biasanya muncul hal-hal spontanitas yang tidak tertulis di naskah materi yang telah dibuat saat melakukan komunikasi publik. Spontanitas tersebut dapat menjadi sebuah pancingan yang dilakukan oleh komunikator guna menarik perhatian audiens yang biasanya mulai merasa bosan dengan materi atau pesan yang disampaikan.

Komunikasi publik berfungsi untuk menumbuhkan semangat kebersamaan (solidaritas), memengaruhi orang lain, memberi informasi, mendidik, dan menghibur (Cangara, 2012:99). Seorang komunikator yang berbicara di depan publik memiliki pesan tersusun dengan baik. Pesan yang disampaikan dibangun atas kesamaan ketertarikan terhadap suatu pembahasan untuk mendapatkan perhatian audiens dari awal hingga akhir. Informasi yang belum diketahui oleh audiens menjadi informasi atau hal yang menarik perhatian public (audiens). Komunikator biasanya meletakkan humor untuk menghilangkan rasa bosan ketika materi yang disampaikan kurang menarik perhatian audiens.

Dalam komunikasi publik, mengetahui siapa audiens yang sedang memerhatikan atau mendengarkan materi yang disampaikan menjadi hal yang utama. Hal tersebut merupakan sesuatu yang tidak mudah dalam melakukan komunikasi publik. Pesan yang dibawakan oleh komunikator harus dipersiapkan dengan baik serta memiliki unsur informatif, persuasif, edukatif, dan menghibur.

5. Teknik Komedi

Komedi dan humor merupakan hal yang berbeda. “Humor itu merupakan kata sifat, dan biasanya tidak diniatkan. Sedangkan komedi itu biasanya konteksnya industri, dan diniatkan untuk membuat tawa”. (Dika, Raditya. “Raditya Dika – *Theory of Comedy* | BukaTalks” *YouTube*, diunggah oleh Bukalapak, 13 Juni. 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=aHn1HJ4SDPQ>. Diakses pada 26 Nopember 2020 / pukul 20.33 WIB). Berdasarkan pengertian humor dan komedi tersebut, disimpulkan bahwa humor merupakan kata sifat dan tidak diniatkan, sedangkan komedi merupakan niat untuk membuat tawa.

Orang yang memiliki selera humor yang tinggi disebut “humoris”. Humoris merupakan sifat atau karakter spontanitas yang ada pada seseorang, yang biasanya memiliki watak, karakteristik, atau mungkin gaya yang lucu. Komedi

pula dirancang untuk membuat orang lain tertawa, dan diniatkan untuk membuat tawa. Pada dasarnya, komedi adalah sebuah teori. Maka, *stand up comedy* adalah seseorang berdiri, berbicara, dan berniat untuk mengundang tawa.

Komedi merupakan sesuatu yang dipelajari dan tidak langsung ada pada diri setiap individu. Orang yang berkomi biasanya merancang, menyusun, mematangkan, dan memerhatikan dengan *detail*, bagaimana cara membuat orang-orang yang mendengarkannya tertawa. Menurut Raditya Dika, “Komedi itu ada teorinya, dan sangat tergantung oleh formula, dan formulanya adalah sebuah kegelisahan, yang tersusun dalam cerita yang diformulasikan dengan “*Set Up*” dan “*Punchline*”. Kebanyakan seorang komedian itu adalah orang yang serius. Membuat orang lain tertawa, harus ada keseriusan dan ketekunan dalam membuat hal yang biasa saja menjadi lucu dan menghadirkan tawa”. (Dika, Raditya. “Raditya Dika – *Theory of Comedy* | BukaTalks” *YouTube*, diunggah oleh Bukalapak, 13 Juni. 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=aHn1HJ4SDPQ>. Diakses pada 26 Nopember 2020 / pukul 11.34 WIB). Seorang pembicara dalam komunikasi publik atau komunikator saat melakukan *Public Speaking*, biasanya menyelipkan komedi di dalam materinya. Hal ini dikarenakan, orang-orang di zaman sekarang, menganggap informasi yang disampaikan, atau ilmu yang disampaikan oleh komunikator, bila tidak terdapat komedi di dalamnya, akan terlihat biasa saja dan kurang menarik untuk didengarkan sampai akhir. Maka dari itu, biasanya pembicara seminar, dosen, guru, ataupun yang merupakan *Public Speaker* harus mampu menyelipkan komedi disetiap materi yang disampaikan agar menarik audiens.

Menurut Raditya Dika dalam Presentase digitalnya yang bertajuk, “*Theory of Comedy*”, komponen dasar komedi itu ada dua, yaitu “Ekspektasi yang dipatahkan dan terdapat korban di dalamnya”. (Dika, Raditya. “Raditya Dika – *Theory of Comedy* | BukaTalks” *YouTube*, diunggah oleh Bukalapak, 13 Juni. 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=aHn1HJ4SDPQ>. Diakses pada 26 Nopember 2020 / pukul 20.55 WIB). Biasanya dalam berkomi, terdapat sebuah ekspektasi yang bersifat persuasif, dimana pada awalnya orang-orang akan terpengaruh dan membayangkan hal yang disampaikan oleh pembicara, dan kemudian ekspektasi yang dibangun dan sudah dibayangkan oleh komunikan, dipatahkan oleh komunikator untuk mendapatkan tawa dari audiens. Korban disini

biasanya tertuju pada orang yang diceritakan, misal seorang komika yang melakukan Stand Up Comedy menceritakan tentang kelucuan mantannya. Disini “mantannya” merupakan korban yang menjadi pusat komedinya. Atau dalam video-video lucu, seperti ada orang yang jatuh, itu merupakan korban dari komponen dasar komedi tersebut.

Komedi tidak semata-mata hanya berdasarkan sifat humoris yang melekat menjadi sebuah karakter dari seorang individu. Pada dasarnya, komedi lebih luas pengertiannya, karena dalam berkomedinya diperlukan mempelajari teknik serta menentukan ekspektasi yang kemudian dipatahkan, sehingga muncul sebuah kata menghibur.

6. Stand Up Comedy

Stand Up Comedy adalah sebuah bentuk pertunjukan seni komedi modern. Biasanya seorang *comedian/comic* tampil di depan para penonton membawakan *Jokes*, berbicara langsung kepada mereka dan menghadapi reaksi penonton juga secara langsung dan seketika (Ramon Papan, 2016:5). *Stand up comedy* menceritakan keresahan yang kemudian dilucukan. *Set up* dibangun berdasarkan keresahan yang dijadikan sebuah ekspektasi atau hal-hal yang dialami atau dirasakan oleh audiens, kemudian dipatahkan oleh *punchline* yang dibangun melalui *jokes* sederhana atau menggunakan teknik komedi tertentu.

Stand up comedy merupakan seni berbicara yang lebih dominan untuk menghibur dan mengedukasi, hal itu karena komedi yang baik adalah menghibur dengan tersisip pesan moral di dalamnya. Tidak hanya sekedar melucu, namun juga memberi informasi dan mengedukasi. *Stand up comedy* merupakan keresahan yang dilucukan, bukan hanya cerita-cerita humor dari teman ke teman, melainkan apa yang menjadi keresahan kemudian diberi unsur-unsur komedi di dalamnya.

Menurut Greg Dean (2000:33), “*Every working comic has been asked the question, “Where do you get the ideas for your material?” The answer, of course, is “from my life.” I say that because I don’t know anything about your life”*. Setiap komika selalu ditanya, “Dari mana Anda mendapatkan ide untuk materi Anda?”. Jawabannya adalah “Dari hidup saya”. Hal tersebut karena seorang komika membuat materi berdasarkan keresahannya terhadap sesuatu. Materi *stand*

up comedy berasal dari diri seorang komika, seperti kehidupannya dalam lingkungan sekitar, kehidupannya dalam keluarga, dan lain sebagainya.

Materi *stand up comedy* berasal dari pengalaman, pengamatan akan dunia di dalam diri komika atau dunia sekitarnya (Pandji, 2012:36). Mengangkat hasil pengamatan akan hal-hal disekitarnya dan menceritakannya kembali kepada penonton dengan jenaka. Sebelum seorang komika berdiri di depan penonton, biasanya mereka akan menulis materi yang akan mereka bawa, dan biasanya berasal dari keresahan. Menulis materi pada dasarnya bukan berarti memiliki keresahan dan langsung dituangkan di kertas dan diucapkan ke penonton begitu saja. Harus ada *set up*, atau bisa disebut awal dari pembentukan komedi, ekspektasi yang dibangun, dan juga keresahan apa yang dirasakan, kemudian membuat *punchline*, atau biasa disebut titik humornya, dimana ekspektasi tadi dipatahkan, atau juga keresahan tadi dilucukan, diberi bumbu humor.

Menurut Raditya Dika, “Dalam melakukan *stand up comedy*, terdapat mantra khusus sebagai acuan penulisan materi yaitu 3 identitas yang ada pada diri kita. Misalnya, 3 identitas *gue* adalah jomblo, penakut, dan pelit. Dari hal tersebut, bila ditentukan tema, misalnya film. Jadi, tinggal kita kaitkan, misalnya bagaimana seorang yang penakut dan pelit menonton film horror di bioskop *deluxe* yang harga satu kursinya 120 ribu?”. (Dika, Raditya. “NGAJARIN STAND UP COMEDY” *YouTube*, diunggah oleh Raditya Dika, 1 April. 2017, <https://youtu.be/3S1jwrqQnF8/> / diakses pada 22 Desember 2020 / pukul 11.23 WIB). 3 identitas ini bisa menjadi acuan untuk membentuk premis dan *punchline*. Semakin aneh 3 identitas pada diri kita, akan mempermudah menentukan *set up* serta *punchline* yang dibuat. Menentukan 3 identitas serta mengaitkannya dengan keresahan yang dialami oleh banyak orang, menjadi kunci utama dalam penulisan materi yang baik. Misalnya, 3 identitas kita adalah bijaksana, puitis, dan pemalas, serta mengaitkan identitas tersebut dengan suatu keresahan yang sedang dialami, contoh gempa. Berdasarkan 3 identitas dan keresahan yang dikaitkan tersebut dapat menjadi *set up* yang baik, yakni apa yang akan dilakukan orang yang bijaksana, puitis, dan pemalas ketika terjadi gempa ?

Dewasa ini, banyak sekali orang yang menjadikan *stand up comedy* sebagai mata pencaharian. Hal tersebut membuat banyak orang belajar untuk

melakukan *stand up comedy*, dan membentuk komunitas *stand up comedy* diberbagai kota. Penghasilan dari *stand up comedy* untuk kelas amatir dapat mencapai Rp. 200.000- Rp. 300.000,- untuk 10-15 menit tampil. Komika profesional atau mungkin sudah memenangkan kompetisi besar dapat mencapai jutaan rupiah dalam 30 menit melakukan *stand up comedy*.

Menurut Pandji Pragiwaksono, “Menulis adalah hal yang paling penting dalam ber-*Stand Up Comedy*, mengikuti komunitas dan sering *open mic* juga harus dilakukan untuk menjadi komika yang baik”. (Pragiwaksono, Pandji. “5 CARA JADI STAND-UP COMEDIAN” *YouTube*, diunggah oleh Pandji Pragiwaksono, 20 September. 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=vCyr9qCf8kc> /diakses pada 19 Januari 2021 / pukul 12.43 WIB). Tidak ada seorang komika yang bisa langsung melakukan *stand up comedy*. Semua butuh proses, bahkan ketika kita menulis sebuah *jokes* atau candaan yang lucu, belum tentu dapat menimbulkan tawa jika tidak dimatangkan. Proses tersebut bisa dilakukan dengan rajin datang ke *open mic* dan merevisi materi yang ditulis.

a. Sejarah Awal *Stand Up Comedy*

Terdapat perbedaan pendapat terkait sejarah awal *stand up comedy* muncul di dunia. Beberapa peneliti *stand up comedy* menyebutkan bahwa *stand up comedy* dimulai di Amerika pada Tahun 1800-an. Sejarah awal *stand up comedy* berasal dari Amerika di tahun 1800-an di Amerika yang saat itu masih berwujud pertunjukan teater dan salah satu yang pernah tercatat adalah yang bernama The Minstrel Show (Ramon Papana, 2016:1).

Pada dasarnya, *stand up comedy* lahir di Tahun 1800-an, seperti yang disebutkan oleh Wayne Federman, seorang peneliti komedi dan sejarah komedi;

“I’m choosing to begin this historical journey by spotlighting the four men I considered to be the forefathers of American stand up comedy. (Wayne Federman, 2021:3)

1. Artemus Ward
2. Mark Twain
3. Bert Williams
4. Will Rogers

Artemus Ward memiliki nama asli Charles F. Browne, memulai karir sebagai wartawan di *Cleveland Plain-Dealer*, dan pada Januari 1858, Ward menerbitkan surat-surat lucu. Pada 26 November 1861, Artemus Ward menampilkan sebuah pertunjukan komedi tunggal dengan judul “*Babes in The Wood*”. Aksi komedi Ward menjadi terkenal dan beberapa sejarawan menyebut konsep terobosannya sebagai lahirnya *stand up comedy*.

Setelah era Artemus Ward, muncul nama Mark Twain yang membuka seminar *melancholy comedy* pada Tahun 1869. Mark Twain dikenal dengan buku-buku dan artikel-artikel yang bagus, dan hal tersebut membuatnya berhasil melakukan tur ke Amerika Serikat, Kanada, Inggris, Australia, Italia, Jerman, Selandia Baru, Afrika Selatan, Austria, India, dan Hongaria. Delapan puluh delapan tahun setelah kematiannya, *Center Kennedy*, mulai menganugerahkan penghargaan Mark Twain tahunan, dikarenakan Mark Twain merupakan individu yang telah membuat dampak komedi yang signifikan pada budaya Amerika.

Kemudian muncul nama Bert Williams. Beberapa orang menyebut Bert Williams sebagai pelawak kulit hitam pertama di Amerika. Bert Williams dikenal sebagai pelawak pantomime. Williams juga melakukan tur di Amerika Serikat pada Tahun 1893 dalam melakukan pertunjukan musikal orisinal, dan merupakan penulis, sutradara, dan membintangi film bisu pendek untuk *Biograph Studios*. Aksi Bert Williams terdiri dari lagu, tarian, pantomim, dan beberapa cerita komedi yang disebut sebagai “*lies*”.

Pada Tahun 1902, muncul nama Will Rogers atau biasa disebut dengan “*Cherokee Kid*”. Rogers adalah penduduk asli Amerika yang bermain koboi, dan memulai karirnya melalui pertunjukan *Wild West*. Pertunjukan *Wild West* merupakan pameran yang terinspirasi dari sirkus yang berfokus menampilkan aksi berbasis barat seperti; penunggang kuda, penembak jitu, *bucking bronco*, koboi, dan demonstrasi lasso. Selama bertahun-tahun, Rogers memasukkan lebih banyak unsur komedi ke dalam aksi tipuan talinya. Kemudian, Rogers mulai memberanikan dirinya menjadi legenda komedi verbal dengan *country boy style* dan ciri khas mengunyah permen karet saat tampil.

Satu tahun sebelum kematiannya, Rogers menjadi komedian pertama untuk menjadi tuan rumah *Academy Awards Ceremony*. Hal tersebut membukakan pintu untuk pertunjukan yang didambakan para komedian hingga 2018, seperti Kevin Hart, Richard Pryor, Jerry Lewis, Chris Rock, dan komedian lainnya yang merupakan komika ternama hingga sekarang.

Berakhirnya era 4 legenda komedi, dilanjutkan oleh *family variety show* bernama “*Vaudeville*”. Puncak dari *Vaudeville* berawal dari Tahun 1900-1925 yang merupakan pusat pertunjukan bisnis di Amerika Serikat. Terdapat Sekitar 2000 teater yang memperkerjakan lebih dari 20.000 pemain setiap tahun. *Vaudeville* merupakan hiburan bersih yang cocok untuk pria, wanita, bahkan anak-anak. Tony Pastor disebut sebagai Bapak *Vaudeville*, yang merupakan seorang *empresario*. *Vaudeville* merupakan komedi yang bersih, dimana bila seorang penampil menampilkan hal yang seksual atau vulgar besar kemungkinan komedian tersebut langsung dipecat.

Vaudeville menampilkan penyanyi, penari, musisi, tim komedi, pemain sulap, aksi binatang, impresionis, akrobat, pantomim, badut, *ventriloquist* dan hiburan lainnya. Penampilan khusus *Vaudeville* adalah monolog komedi.

b. *Stand Up Comedy* Masuk Indonesia

Di Indonesia, *stand up comedy* muncul pada Tahun 2004. Saat itu bertajuk *show* kecil di Gedung Kesenian Jakarta dan beberapa *cafe* di Jakarta, di mana Iwel dan Ramon Papan sebagai penyelenggaranya. Pada Tahun 2004, Ramon Papan membuka *open mic* di cafenya yang bernama *Comedy Cafe* Indonesia. Raditya Dika dan Pandji Pragiwaksono merupakan komika yang tampil pada *open mic* tersebut. Sebelum masuknya era *stand up comedy*, beberapa pelawak tunggal sudah muncul sejak Tahun 1950-an.

1. Awal Mula Komedi Tunggal di Indonesia

Sejak Tahun 1950-an, di Indonesia mulai muncul beberapa pelawak tunggal pada saat itu. Di Jakarta Tahun 1953, Bing Slamet berhasil menjadi juara lawak tunggal, dan tren lawak tunggal mulai merambah ke Kota lain. Pada Tahun 1957, Eddy Sud, S. Bagyo, dan Iskak menjadi juara lomba lawak tunggal di

Yogyakarta, dan diikuti oleh Us Us dari Kota Bandung yang dijuluki Jerry Lewis Indonesia.

Sekitar Tahun 1958, Bing Slamet memutuskan untuk meninggalkan lawak tunggal dan membentuk Trio Los Gilos bersama Mang Cepot dan Mang Udel. Trio Los Gilos disebut sebagai akar lawakan modern di Indonesia. Popularitas Trio Los Gilos memancing para pelawak tunggal seperti Eddy Sud, S. Bagyo, dan Iskak membentuk grup lawak EBI. Pada akhir 50-an, era pelawak tunggal mulai berubah menjadi grup lawak trio yang bertahan hingga 1960-an.

Era grup lawak kuartet dimulai pada Tahun 1967 dengan terbentuknya Kwartet Kita yang dikenal sebagai Kwartet Jaya (beranggotakan Bing Slamet, Eddy Sud, Iskak, dan Ateng). Pada era ini mulai bermunculan grup lawak yang beranggotakan empat orang, seperti S. Bagyo CS (beranggotakan S. Bagyo, Darto Helm, Diran, Sol Soleh), dan Surya Grup (beranggotakan Jalal, Herry Koko, Susi Sunaryo dan Prapto).

Selain nama-nama pelawak yang disebutkan sebelumnya, Kris Biantoro juga dapat disebut sebagai awal mula dunia komedi di Indonesia pada Tahun 1972. Kris Biantoro disebut sebagai pelawak tunggal generasi awal. Kris Biantoro juga sempat menggantikan Bing Slamet dalam Kwartet Jaya. Selain Kris Biantoro, juga terdapat nama Benyamin S., meskipun Benyamin lebih fokus menjadi penyanyi lagu-lagu Betawi dan main film, namun kemampuan Benyamin S. sebagai pelawak tunggal tidak dapat diragukan lagi. Benyamin S. lebih suka disebut sebagai pelawak lepas, artinya Benyamin S. dapat bermain dengan grup lawak manapun tanpa terikat.

Era 70-an tren lawak tunggal kembali dihidupkan dengan munculnya berbagai lawak tunggal. Lomba tersebut memunculkan nama pelawak seperti Otong Lenon dan Memet Mini. Beberapa pelawak yang muncul pada era ini diantaranya, Komar, Atet Zakaria, Ali Nurdin, dan Otong Lalo.

Pada Tahun 1998, muncul nama Welnaldi atau Iwel Iwel yang memperkenalkan *stand up comedy* di Indonesia. Iwel mulai mempopulerkan *stand up comedy* di Indonesia pada tanggal 6 Maret 2004 dengan melakukan pementasan *stand up comedy* di Gedung Kesenian Jakarta. Disisi lain, Ramon

Papana pemilik *Comedy Cafe* juga mempopulerkan *stand up comedy* dengan membuka *workshop* mengenai *stand up comedy* serta rutin menyelenggarakan *open mic stand up comedy*.

Pada November 2011, kompetisi *Stand Up Comedy* muncul di televisi, yakni SUCI 1 (*Stand Up Comedy Season 1*) yang ditayangkan di Kompas TV, di mana banyak sekali komika baru bermunculan, seperti Ryan, Akbar, dan Ernest. Tidak hanya di Kompas TV, *Stand Up Comedy* juga ditayangkan oleh Metro TV, di mana komika yang sudah memahami teknik maupun yang amatir tampil di TV, dan juga perwakilan dari setiap komunitas yang ada di Indonesia menunjukkan performanya. Dari situ banyak komika-komika baru lahir meramaikan komedi di Indonesia.

Stand up comedy di Indonesia berlanjut dengan mulai diadakannya kompetisi bernama, *street comedy*. Kompetisi ini dibarengi dengan *Stand Up Fest* di mana bintang tamunya merupakan komika yang sudah cukup ahli dan sering tampil di *Stand Up Comedy Show* Metro TV, dan menjadi lulusan SUCI 1. *Street Comedy* terus berlanjut hingga Tahun 2015, bersamaan dengan diselenggarakannya Festival *Stand Up Comedy* Indonesia.

Selain Kompas TV dan Metro TV, saluran TV seperti Indosiar juga membuat kompetisi yang besar, bernama *Stand Up Comedy Acedemy* (SUCA) pada tahun 2015. Dari SUCA, banyak lahir komika-komika dengan bakat berkomi baru. Kompetisi ini, memiliki beberapa mentor yang akan dipilih oleh para kontestan yang telah lolos audisi, diantaranya Mo Sidik (komika senior di Indonesia), Gilang Bhaskara (Juara 2 SUCI 2), Isman (Pengamat *Stand Up Comedy* di Indonesia dan alumni komika SUCI 2), Awwe (Ketua Komunitas Stand Up Indo tahun 2015), dan David Nurbianto (Juara 1 SUCI 4).

b. Stand Up Indo Binjai



Gambar 1 - Logo Komunitas *Stand Up* Indo Binjai

Komunitas *Stand Up* Indo Binjai, dibentuk pada pertengahan Tahun 2014-2015. Awalnya komunitas ini berdiri mengikuti berkembang pesatnya komunitas *Stand Up* Indo Medan. Masyarakat Binjai terinspirasi untuk membuat komunitas *stand up comedy* di Kota Binjai. Label “Indo” merupakan label resmi yang diakui di Indonesia. Komunitas ini pertama kali mengadakan *open mic* di Rumah Cafe, Jl. T. Amir Hamza, Binjai. Cafe tersebut mendukung adanya komunitas *Stand Up Comedy*, selain turut juga mempromosikan komunitas.

Pertama kali, masih sedikit komika yang tampil, diantaranya Ekka Konyuk, Ajit Kelvin, Ade Tanjung, Uwiq Limbad, dan Ijal Sendok. Bahkan pemilik cafe Ferry Hijrah juga turut serta ikut tampil untuk unjuk kebolehannya dalam berkomedi. Setelah kurang lebih berjalan 1 tahun, mulai banyak masyarakat Binjai yang masuk ke komunitas untuk unjuk kebolehan dalam ber-*Stand Up Comedy*. Dan semakin ramai masyarakat Kota Binjai yang datang ke cafe untuk menonton *open mic* para komika.

Pada Tahun 2017, komunitas ini mulai menurun popularitasnya, dikarenakan muncul komunitas *stand up* baru yang bernama, *Stand Up Qornie Binjai*”. Komunitas ini berada di bawah naungan Qornie Management (*Event Organizer*). Saat itu, komunitas *Stand Up Qornie Binjai* lebih populer dan diminati masyarakat, karena komika dari komunitas tersebut lebih lucu saat *open mic*, dan banyak komika yang menang kompetisi di Kota Binjai. Namun, hanya bertahan 1 tahun saja, dikarenakan masalah yang cukup besar. Sehingga banyak

sekali komika yang berawal dari komunitas *Stand Up* Qornie Binjai ini pindah ke komunitas *Stand Up* Indo Binjai.

Pada Tahun 2018, komunitas “*Stand Up* Indo Binjai” mengalami penurunan kepopulerannya. Banyak komika yang menganggur, ada juga yang memilih untuk mengikuti kompetisi besar *Stand Up Comedy* seperti SUCA (*Stand Up Comedy Academy*), misalnya Jojo Bulele dan Anggi. Setelah, beberapa komika berhasil lolos audisi SUCA, banyak cafe di Kota Binjai, mengundang atau mengajak komunitas “*Stand Up* Indo Binjai” untuk melakukan *open mic* secara rutin. Saat itu, Indie Kopi salah satu *cafe* menyediakan tempat untuk melakukan *open mic*, karena banyaknya penonton dan peminatnya, komunitas *stand up* Indo Binjai mengadakan *show* dengan tiket berbayar dan selalu *sold out*, sehingga akhirnya, komunitas *stand up* yang berada di Kota Binjai kembali banyak diminati, dan selalu ramai pengunjung (penonton).

Sampai saat ini, komunitas *Stand Up* Indo Binjai masih aktif. Setiap Sabtu malam komunitas ini menyelenggarakan *open mic* di Selowla Coffee, Jl. Candra Kirana, No. 21, Binjai Kota, dimulai pukul 20.00 WIB s/d selesai.

B. KERANGKA BERFIKIR

Komunitas *Stand Up* Indo Binjai adalah sebuah komunitas yang berbasis edukasi maupun pelatihan tata cara atau cara teknik dalam melakukan *stand up comedy* yang berada di Kota Binjai. Komunitas ini dibangun atas besarnya minat untuk menonton sekaligus menikmati pertunjukan *show Stand Up Comedy* di Kota Binjai. Para komika akan sama-sama belajar untuk menulis materi, mempelajari teknik-teknik berkomedis, dan membangun ciri khas atau persona individu masing-masing. *Open mic* yang saat ini dilaksanakan di setiap Sabtu Malam di sebuah *cafe*, menjadi bentuk latihan nyata atau tes materi bagi para komika. Hari sebelum *open mic*, para komika di komunitas ini akan melaksanakan kombud atau menulis materi bersama, saling mengoreksi materi, dan penyesuaian karakter maupun pembawaan dengan teknik yang benar oleh masing-masing komika.

Adapun bagan kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2 - Kerangka Berpikir

C. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian ini memiliki pendekatan penelitian yang didasarkan pada penelitian terdahulu, sebagai berikut:

Tabel 1 - Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Tahun	Hasil Penelitian
1	Okki Muhammad	Gaya Komunikasi Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru	2017	<i>Comic</i> komunitas stand up Indo Pekanbaru menggunakan beberapa gaya komunikasi, seperti <i>dramatic style</i> (gaya komunikasi yang dilebih-lebihkan atau didramatisir, dan <i>impression style</i> (gaya komunikasi berupa meniru orang lain seperti, <i>public figure</i> atau komika lain).
2	Muhammad Ridwan,	Pelatihan <i>Public</i>	2020	Dalam teknik berkomedis, terdapat faktor pendukung <i>public speaking</i>

	Sukarelawati, dan Maria Fitriah	<i>Speaking</i> Di Komunitas <i>Stand Up</i> Indo Bogor		seperti 7% verbal, 38% <i>vocal</i> , dan 55% visual. Pelatihan <i>public speaking</i> di komunitas <i>Stand Up</i> Indo Bogor mengacu pada 5 komponen komunikasi, yaitu komunikator, isi pesan, penerima pesan, media, dan umpan balik
3	Indah Ita Utami	Strategi Humor Pada Acara <i>Stand Up Comedy</i>	2018	Strategi aspek kebahasaan dalam humor <i>stand up comedy</i> komika anak yang paling banyak ditemukan yaitu, omong kosong, ejekan, ironi, dan kesalahpahaman. Fungsi humor <i>stand up comedy</i> komika anak bertujuan memberi pemahaman kepada khalayak umum untuk mencari solusi dari suatu masalah melalui cara-cara yang disampaikan secara menyenangkan.
4	Hendrianus Ndori	Analisis Struktur Dan Gaya Bahasa 5 Komika Pada Ajang Kompetisi <i>Stand Up Comedy</i> Indonesia Season 7	2019	Struktur <i>stand up comedy</i> dari ke-5 komika SUCI 7, yaitu Boah Sartika, Coki Anwar, Dany Beler, Mamat Alkatiri, dan Ridwan Remin adalah <i>set up</i> dan <i>punchline</i> . Gaya bahasa <i>stand up comedy</i> yang digunakan oleh ke-5 komika adalah repetisi simploke, repetisi anaphora, antiklimaks, sarkasme, eufemismus, litotes, paradoks, ironi, hiperbola, gaya bahasa percakapan, antisipasi, apofasis preteriso, antitesis, dan

				repetisi.
5	Nabila Kusuma Vardhani dan Agnes Siwi Purwaning Tyas	Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing	2018	Strategi komunikasi ketika berinteraksi dengan mahasiswa <i>Cheng Du Textille College, China</i> yang bahasa aslinya bukan bahasa Inggris adalah strategi bicara <i>bertelete-tele</i> , pengabaian pesan, strategi meminta bantuan, penghindaran topik, dan strategi meniru maupun penciptaan kata.
6	Andi Sulaeman	Komunikasi Retorik Dalam <i>Stand Up Comedy</i>	2020	Penerapan retorika Aris Karisma (informan) disebut sebagai <i>monologika</i> , karena pemakaian gaya seperti ini penonton jauh akan lebih paham dan apa yang disampaikan lebih cepat menyerap atau dipahami oleh penonton. Oleh sebab itu, retorika dengan <i>stand up comedy</i> saling berhubungan, dan penerapan retorika menentukan berhasil atau tidak materi <i>stand up comedy</i> sampai kepada penonton.
7	Nina Siti Salmaniah Siregar	Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik	2012	Ciri khas dari interaksi simbolik terletak pada penekanan manusia dalam proses saling menterjemahkan, dan saling mendefinisikan tindakannya, tidak dibuat secara langsung antara <i>stimulus-response</i> , tetapi didasari pada pemahaman makna yang diberikan setiap tindakan orang lain melalui penggunaan simbol-

				simbol, interpretasi, dan pada akhirnya tiap individu tersebut akan berusaha saling memahami maksud dan tindakan masing-masing, untuk mencapai kesepakatan bersama.
--	--	--	--	---



BAB III

METODE PENELITIAN

A. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2013:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut, terdapat empat kata kunci, yakni cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Data yang diperoleh melalui penelitian adalah data rasional, empiris (teramati), dan sistematis yang valid.

Metode penelitian secara umum dimengerti sebagai suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap dimulai dengan penentuan topik, pengumpulan data dan menganalisis data, sehingga nantinya diperoleh suatu pemahaman dan pengertian atas topik, gejala atau isu tertentu. Dikatakan bertahap karena kegiatan ini berlangsung mengikuti suatu proses tertentu, sehingga ada langkah-langkah yang perlu dilalui secara berjenjang sebelum melangkah pada tahap berikutnya. Metode penelitian yang diusung oleh peneliti ialah metode penelitian kualitatif.

Metode penelitian ini didukung oleh wawancara langsung dengan informan, yakni komika komunitas *stand up* Indo Binjai, dan observasi dengan menghadiri *open mic* para *comic*. Informan yang dipilih merupakan komika senior, amatir, profesional, dan satu komika wanita, demi mendapatkan hasil penelitian yang lengkap dari segi strategi komunikasi maupun sisi komedi para komika. Observasi dilakukan untuk mencapai kesesuaian atas informasi terkait strategi komunikasi dan komedi dari para informan.

B. JENIS PENELITIAN

Berdasarkan pendekatan yang mendasarinya, penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2008:8), metode penelitian sering disebut penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah, disebut juga metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut juga

metode penelitian kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

Penelitian kualitatif ini menerapkan cara pandang yang bergaya induktif, berfokus pada makna individual, dan menerjemahkan pada kompleksitas suatu persoalan (Creswell, 2010:5). Metode penelitian kualitatif tidak menggunakan pertanyaan yang rinci, seperti halnya metode kuantitatif. Pertanyaannya biasa dimulai dengan yang umum, tetapi kemudian meruncing dan mendetail. Bersifat umum karena peneliti memberikan peluang yang seluas-luasnya kepada partisipan mengungkapkan pikiran dan pendapatnya tanpa pembatasan oleh peneliti. Informasi partisipan yang kaya tersebut kemudian diperuncing oleh peneliti sehingga terpusat. Hal itu disebabkan oleh penekanan pada pentingnya informasi dari partisipan yang adalah sumber data utamanya.

C. WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN

1. WAKTU PENELITIAN

Penelitian dimulai dari Juli sampai Agustus (2 Bulan), setiap Hari Sabtu, Pukul 20.00 WIB – 23.00 WIB.

2. TEMPAT PENELITIAN

Peneliti melakukan penelitian di sebuah cafe bernama “*Selowla Coffee*”, Jl. Candra Kirana, No. 21, Binjai Kota, dimana tempat berlangsungnya *open mic* komunitas “Stand Up Indo Binjai”.

D. SUMBER DATA

Menurut Lofland dan Lofland, sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan literatur lain (Lexy Moleong, 2004:157). Berdasarkan definisi tersebut diperoleh, sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh dengan cara menggali sumber asli secara langsung melalui informan, dengan cara wawancara mendalam dan pengamatan langsung di lapangan.

Sumber data primer penelitian ini adalah 5 komika komunitas Stand Up Indo Binjai, yakni Jojo Bulele (alumni SUCA Indosiar), Anggi (alumni SUCA Indosiar), Juan Pohan (komika amatir), Vipi (komika wanita), dan Ade Tanjung (komika senior). Dimana peneliti mengambil sumber data 4 komika laki-laki dan 1 komika perempuan (dikarenakan hanya 1 komika perempuan di Komunitas Stand Up Indo Binjai), dengan kisaran umur 21-25 Tahun.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung yang dapat memberikan data tambahan yang mendukung data primer. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, internet, ataupun *youtube* guna mendukung penulisan penelitian.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data adalah hal terpenting dalam sebuah penelitian, dimana hal ini memiliki tujuan penting, yakni untuk mendapatkan dan mengumpulkan data-data.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana mereka saksikan dalam penelitian (Gulo, 2002:116). Dalam observasi, ada dua hal yang terlibat, yakni yang mengobservasi dan yang diobservasi.

Observasi ini dilakukan untuk meninjau dan mengetahui secara langsung bentuk situasi maupun kondisi yang nyata di lapangan, yang akan dijadikan langkah awal sebelum penelitian yang sebenarnya.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2019:317).

Wawancara ini adalah komunikasi langsung yang melibatkan peneliti dan responden, responden disini adalah sumber data yang peneliti pilih sebagai sumber data. Komunikasi langsung dengan bentuk tanya jawab tatap muka. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, dengan menetapkan sendiri masalah ataupun pertanyaan-pertanyaan mendalam terkait strategi komunikasi, baik teknik maupun persona dalam menghibur audiens yang diajukan kepada sumber data.

F. INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, atau pengamatan, atau daftar pertanyaan, yang dipersiapkan untuk mendapatkan informasi. Instrumen itu disebut pedoman pengamatan atau pedoman wawancara atau kuesioner atau pedoman dokumenter, sesuai dengan metode yang dipergunakan (Gulo, 2000:78). Instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Peneliti harus turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data-data, baik dari observasi sampai wawancara dan dokumentasi.

Peneliti akan menjadi instrumen penting yang dapat menjamin kelengkapan penelitian, dan kedalaman data yang diperoleh, serta kemantapan dalam menentukan hasil penelitian (Farida Nugrahani, 2014:56) Instrumen tambahan yang peneliti gunakan ialah lembar pertanyaan wawancara, *handphone* (sebagai kamera dan alat rekam suara), dan alat tulis seperti buku dan pena untuk memperlancar maupun memudahkan proses penelitian.

G. TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data dilakukan untuk informasi yang didapatkan akan menjadi jelas dan eksplisit. Analisis data merupakan proses mengorganisasi dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja, namun pada penelitian kualitatif, analisis data adalah kegiatan kreatif, tidak memiliki langkah-langkah yang terinci, sehingga tiap peneliti harus mencari caranya sendiri. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup diantaranya:

1. Pengumpulan Data

Hal yang pertama kali peneliti lakukan adalah mengumpulkan data dari sumber data yaitu dengan cara wawancara mendalam dan juga pengamatan langsung di lapangan (observasi) yang kemudian akan peneliti tuliskan di catatan kecil dengan memanfaatkan dokumen yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi data. Mengumpulkan data dari hasil wawancara langsung dengan informan, dan observasi lapangan, merupakan cara dalam mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian.

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli (Sugiyono, 2015:249). Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasi dengan berbagai cara; seleksi, ringkasan, penggolongan, dan bahkan ke dalam angka-angka. Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

Reduksi tentu akan berlangsung secara berlanjut selama penelitian dilangsungkan di lapangan dan waktu yang ditetapkan sesuai jadwal. Aktivitas ini difokuskan pada penyederhanaan atau transformasi data kasar yang didapat dari informasi sumber data dan lapangan. Informasi dari lapangan sebagai bahan mentah diringkas, disusun lebih sistematis, serta ditonjolkan pokok-pokok yang penting sehingga lebih mudah dikendalikan.

3. Penyajian data

Penyajian data yaitu sebagai sekumpulan informasi yang tersusun memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Uber Silalahi, 2009:340). Penyajian data dapat meliputi berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Penyajian data akan disajikan setelah saat penelitian dilangsungkan, yang tentunya menghasilkan data-data, kemudian akan diolah

kembali agar lebih praktis dan dapat dengan mudah diterima oleh khalayak pada umumnya.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Verifikasi atau penarikan kesimpulan ditempuh guna memadatkan data dari keseluruhan informasi data yang didapatkan, guna menyederhanakan data tanpa mengurangi nilai-nilai esensi yang ada. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut lebih tepat dan objektif.

Kumpulan data dari hasil catatan lapangan, dan informasi ataupun data yang diperoleh dari sumber data primer dan sekunder, serta dokumentasi, akan menjadi kesimpulan *final* yang telah terverifikasi dengan keabsahan data.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dalam menghibur audiens, komika dalam komunitas *Stand Up* Indo Binjai mempersiapkan strategi komunikasi demi mendukung penampilan mereka dalam melakukan *stand up comedy*. Beberapa strategi komunikasi yang dipersiapkan atau dilakukan oleh komika tersebut diantaranya :

1. Mempersiapkan/menulis materi, menguasai materi
2. Mengetahui dan menguasai audiens
3. Memainkan persona dan teknik komedi

Menulis materi merupakan hal dipersiapkan oleh komika komunitas *Stand Up* Indo Binjai. Dengan menulis, mendalami maupun menghafal materi dengan matang, akan memberi hasil yang jauh lebih baik, jika seorang komika tidak menguasai hal tersebut, umumnya akan mengalami lupa materi dan dapat dikatakan *garing* atau tidak lucu dan cenderung asal bicara saat melakukan *stand up comedy*. Gagalnya menguasai materi yang telah dipersiapkan komika, berdampak kepada kegagalan penerimaan komedi oleh audiens, sehingga menyebabkan komika gagal menghibur audiens.

Mengetahui audiens juga menjadi titik utama dalam strategi komunikasi seorang komika komunitas *stand up* Indo Binjai sebelum tampil berkomi atau terkadang juga dilakukan saat sedang tampil. Mempersiapkan dengan memberikan *tagline* pada *flyer* acara *stand up comedy* merupakan salah satu cara untuk menentukan audiens, dan memudahkan komika untuk menarik perhatian audiens. Memancing penonton dengan *jokes*, biasanya berupa *riffing* penonton, dilakukan untuk mengetahui audiens sekaligus menarik perhatian audiens. Beberapa komika dalam penelitian ini tidak terlalu memikirkan persona yang akan dimainkan, namun dapat disimpulkan bahwa dengan adanya persona dapat menambahkan kekhasan atau keunikan tersendiri yang membuat audiens mengingat komika

tersebut atau juga tertarik dengan ciri khas yang membuat komika tersebut berbeda dengan komika lainnya. Menguasai audiens juga menjadi hal penting yang harus dilakukan oleh seorang komika yang melakukan *stand up comedy*, guna memudahkan penerimaan materi *stand up comedy* oleh audiens dari komika.

Komika *Stand Up* Indo Binjai juga menggunakan teknik komedi sebagai strategi komunikasi dalam menghibur audiens. Jojo merupakan komika yang lebih mengutamakan teknik komedi dalam melakukan *stand up comedy*, seperti *rule of three, double and triple punchline*. Teknik komedi sangat penting untuk dikuasai oleh para komika guna menghibur audiens, meskipun beberapa komika menganggap audiens datang untuk menonton komedi dan tertawa tanpa memikirkan teknik-teknik berkomedial yang digunakan oleh komika.

Memainkan persona dilakukan oleh komika *Stand Up* Indo Binjai untuk menarik perhatian audiens. Persona dibangun oleh komika untuk memiliki ciri khas tersendiri yang akan diingat oleh audiens. Vipi dan Anggi merupakan komika yang menganggap memainkan persona sangat penting dalam melakukan *stand up comedy* guna mendukung materi komedi yang akan dibawakan.

Memainkan Persona juga merupakan strategi komunikasi yang harus dipersiapkan oleh komika. Hal tersebut dikarenakan pentingnya memiliki ciri khas tersendiri dalam melakukan *stand up comedy* guna memiliki kesan tersendiri bagi audiens. Beberapa komika memiliki persona tersendiri demi mendukung jenis materi atau teknik komedi yang digunakan. Komika Ade memainkan persona sebagai “*Mas-Mas Mesum*”, guna mendukung materi *blue* yang dibawakan, Vipi menggunakan persona wanita lugu untuk menimbulkan kontras terhadap materi *absurd-nya*, dan Anggi memainkan persona sombong guna mengubah pola pikir audiens terhadap *dark jokes/self jokes* yang dibawakannya.

Stand up comedy memerlukan teknik berkomedial, dimana dengan teknik tertentu, penulisan yang rapi dan *jokes* yang padat dan tebal, mengetahui siapa audiensnya, dan memainkan persona tertentu, tentunya merupakan strategi komunikasi yang bertujuan untuk menghibur audiens atau komunikasi dalam konteks *entertaining*.

B. SARAN

Berdasarkan dari pengkajian hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara langsung dan observasi di lapangan, maka penulis bermaksud memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi lembaga maupun peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Bagi pihak lembaga

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, *stand up comedy* merupakan seni lawak tunggal, dimana seorang komika atau pembicara dalam komedi, berdiri dengan tujuan menghibur dan terkadang terdapat pesan moral yang dapat dipetik. Meskipun, bertujuan untuk menghibur dan sekedar melawak di depan audiens, tidak dapat dipungkiri bahwa dalam melakukan *stand up comedy* diperlukan strategi komunikasi tertentu untuk mendukung penampilan para komika saat melakukan *stand up comedy*. Seorang komika tidak dapat dikatakan seorang komika jika tidak menulis (materi). Pembicara yang hebat harus mengetahui audiensnya (komika juga dapat disebut seorang pembicara, karena mereka menyuarakan keresahan mereka pada publik dengan komedi), dan sebagai *stand up comedy*-an tentunya seorang komika mempelajari beberapa teknik komedi, dan memainkan persona. Meskipun terkesan mudah dilihat, namun terdapat kesulitan tersendiri saat ber-*stand up comedy*, baik dari sisi menulis *jokes* maupun segi mental dalam berkomedi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Beberapa saran yang perlu diperhatikan oleh peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang *stand up comedy*, terkhusus strategi komunikasi dalam menghibur audiens adalah:

a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih mendalami apa *stand up comedy* itu sendiri, tentunya memperolehnya dari buku-buku terkait *stand up comedy* dari sumber yang terkenal mengetahui seluk-beluk *stand up comedy* dan referensi lain yang terkait *stand up comedy* agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lengkap.

b. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan segala aspek terkait data-data yang diperlukan dalam penelitian, seperti lebih memperbanyak informan, mempersiapkan lebih banyak pertanyaan untuk wawancara, dan lebih fokus mengkaji informan atau komika saat observasi di lapangan.



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Jenis komedi apa yang digunakan?
2. Apa strategi komunikasi yang dipersiapkan dalam ber-*stand up comedy*?
3. Persona apa yang dibawakan demi mendukung aspek strategi komunikasi maupun sisi komedi?



DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico
- Beebe, Steven A., Beebe, Susan J. 2009. *Public Speaking : An Audience-Centered Approach (7th ed.)*. USA: Pearson
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Kedua)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Creswell, John W. 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. (Edisi terjemahan oleh Achmad Fawaid). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dean, Greg. 2000. *Step By Step To Stand Up Comedy*. Portsmouth, New Hampshire: Heinemann Drama
- Federman, Wayne. 2021. *History of Stand-Up: From Mark Twain to Dave Chappelle*. USA: Independent Artists Media
- Gulo, W. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo
- Hamel dan Prahalad. 1995. *Management*. New Delhi: Tata McGraw Hill.
- Jung, C.G. 1953. *Two Essays on Analytical Psychology (Illustrated Edition, 2014)*. London: Martino Fine Books
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta: Farida Nugrahani
- Papana, Ramon. 2011. *The Basic of Stand Up Comedy: Program Mentoring Finalis Audisi Stand Up Comedy Indonesia Kompas TV*. Jakarta: Comedy Cafe/Indonesia Stand Up Comedy Club
- Papana, Ramon. 2016. *Buku Besar Stand Up Comedy*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Pragiwaksono, Pandji. 2012. *Merdeka Dalam Bercanda*. Jakarta: Bentang
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta

- Sugiyono, 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: PT. Alfabeta
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta
- Uchjana Effendi, Onong. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.



Sumber lain :

Alhamid, Thalha. Anufia, Budur. 2019. “Resume: Instrumen Pengumpulan Data”.
<https://osf.io/s3kr6/download#:~:text=Dalam%20penelitian%20kualitatif%2C%20atau%20instrumen,meminta%2C%20mendengar%2C%20dan%20mengambil>

Fachrul Nurhadi, Zikri. Wildan Kurniawan, Achmad. 2017. “Kajian Tentang Ekeftivitas Pesan Dalam Komunikasi”.
<https://core.ac.uk/download/pdf/249324577.pdf&ved=2ahUKEwjCuee6kcjvAhV1yzgGHfbwDSkQFjADegQIExAC&usg=AOvVaw0FN0CDQAHv4wyLhJN1bR2F>

Ita Utami, Indah. 2018. “Strategi Humor Pada Acara Stand Up Comedy”.
http://ejournal.uin-suka.ac.id/adab/Adabiyyat/article/download/1395/836&ved=2ahUKEwigpqOD8uTzAhXRcn0KHUGtBRs4ChAWegQICBAB&usg=AOvVaw191rKoLTcdwe52WpBN_xRo (Jurnal Bahasa dan Sastra ISSN 2549-2047, 2018)

Kusuma Vardhani, Nabila. Siwi Purwaning Tyas, Agnes. 2018. “Strategi Komunikasi Dalam Interaksi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing”.
https://jurnal.ugm.ac.id/jgs/article/download/40424/23561&ved=2ahUKEwizzsHYrrzvAhUDU30KHbrHARQQFjABegQIDRAC&usg=AOvVaw0jE_7HiMEWgMUC_jYwta6P

Nasution, Ahmadriswan. (2020). “Bahan Ajar Teknik Komunikasi Publik”.
https://pusdiklat.bps.go.id/diklat/bahan_diklat/BA_Teknik%20Komunikasi%20Publik_Dr.%20Ahmadriswan%20Nasution,%20S.Si,%20MT._2171.pdf

Ndori, Hendrianus. 2019. “Analisis Struktur Dan Gaya Bahasa 5 Komika Pada Ajang Kompetisi *Stand Up Comedy* Indonesia Season 7 Kompas TV”.
https://repository.usd.ac.id/34579/2/121224095_full.pdf

Ridwan, Muhammad. Sukarelawati. Fitriah, Maria. 2020. “Pelatihan *Public Speaking* Di Komunitas *Stand Up* Indo Bogor”.
<https://core.ac.uk/download/pdf/304200945.pdf&ved=2ahUKEwift-tD03cDvAhUUgtgFHSY8DAIQFjACegQIBRAC&usg=AOvVaw33ivBMq-eaZfY-6FwtGOz0> (Jurnal Komunikatio ISSN 2442-2882, 2020)

Rifki Ramadhan, Ryanuri. 2020. “Strategi Komunikasi Pemasaran El Samara *Coworking Space* Dalam Meningkatkan *Community Relations* Perusahaan”.
<http://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0216083.pdfhttps://ami.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/16122/05.3%20bab%203.pdf?sequence=8&isAllowed=y>

Setyoko Aji, Sony. 2014. “Dampak Pemberian *Labeling Lady Bikers* Pada Komunitas IBLBC (Inuk *Blazer Lady Bikers Club*) Di Lingkungan Sekitar Kopi Darat”.

http://eprints.uny.ac.id/24775/5/05%2520BAB%2520III.pdf&ved=2ahUKEwi2i8WAxcDvAhXWlbcAHb10B_QQFjABegQIFhAC&usg=AOvVaw0B7dZUJX_eqdod1H2gDw0x

Siti Salmaniah Siregar, Nina. 2011. “Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik”.

http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif/article/download/86/46&ved=2ahUKEwhsKfr9L_0AhUg63MBHVS2Bo0QFnoECAYQAQ&usg=AOvVaw0Ee-3WZi60F6vSerhRbV5O

Sulaeman, Andi. 2020. “Komunikasi Retorik Dalam Stand Up Comedy”.

<https://repository.uniga.ac.id/file/mahasiswa/2080174459.pdf>

<https://media.neliti.com/media/publications/115783-ID-gaya-komunikasi-comic-komunitas-stand-up.pdf&ved=2ahUKEwiftD03cDvAhUUgtgFHSY8DAIQFjAAegQIARAC&usg=AOvVaw0-rNrhwco6-0hgpoLWoIWh> (Jurnal FISIP Universitas Riau, Pekanbaru, 2017)

<http://repository.unpas.ac.id/30575/5/BAB%20III.pdf>

<http://repository.uin-suska.ac.id/4834/3/BAB%2520II.pdf&ved=2ahUKEwjxttjprLzvAhUCbisKHT0kDwkQFjATegQIHBAC&usg=AOvVaw0CJU4t50Ds7liDa2UVPMu4&cshid=1616156762559>

[https://ami.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/16122/05.3%2520bab%25203.pdf%3Fsequence%3D8%26isAllowed%3Dy%23:~:text%3DDisebut%2520%27kegiatan%2520ilmiah%27%2520karena%2520penelitian,aspek%2520ilmu%2520pengetahuan%2520dan%2520teori.%26text%3DSekaran%2520\(2003\)%2520mende-finisikan%2520penelitian%2520sebagai,untuk%2520mendapatkan%2520jawaban%2520atas%2520permasalahan.&ved=2ahUKEwi-2aK_wMDvAhV-ILcAHU2ACnEQFjABegQIARAG&usg=AOvVaw1TOAtzc_1ss06RjddrJA1v&cshid=1616299470017](https://ami.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/16122/05.3%2520bab%25203.pdf%3Fsequence%3D8%26isAllowed%3Dy%23:~:text%3DDisebut%2520%27kegiatan%2520ilmiah%27%2520karena%2520penelitian,aspek%2520ilmu%2520pengetahuan%2520dan%2520teori.%26text%3DSekaran%2520(2003)%2520mende-finisikan%2520penelitian%2520sebagai,untuk%2520mendapatkan%2520jawaban%2520atas%2520permasalahan.&ved=2ahUKEwi-2aK_wMDvAhV-ILcAHU2ACnEQFjABegQIARAG&usg=AOvVaw1TOAtzc_1ss06RjddrJA1v&cshid=1616299470017)

https://library.stiba.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ZTAyMWVkyzVINTY4NWMYyYWI1NjZhNThmNjIyOTYzZDg3YWUxYjdjNA%3D%3D.pdf&ved=2ahUKEwjW9sabwcDvAhUVheYKHcclDnQQFjAKegQIMRAC&usg=AOvVaw2ZzSG-CdTelaPq4GVy0TB0

http://eprints.undip.ac.id/40650/3/BAB_III.pdf&ved=2ahUKEwjiturSz8DvAhWPxzgGHSpTB70QFjACegQIFxAC&usg=AOvVaw3yaX5Y78X7y6vhnjYFA3L

http://repository.uin-suska.ac.id/6664/4/BAB%2520III.pdf&ved=2ahUKEwikwsqEksjvAhUMzzgGHbk9AwcQFjABegQIFRAC&usg=AOvVaw0-dhw_tvXIMQlalfbUN5O7

<https://repositori.unsil.ac.id/166/5/9%20BAB%20II.pdf>

<http://pasca.undiksha.ac.id/wp-content/uploads/2019/06/4-TeknikAnalisisDataKualitatif.pdf>

<http://eprints.ums.ac.id/34000/8/BAB%20III.pdf>

<http://repository.unpas.ac.id/29225/5/BAB%20III.pdf>

<https://iwelsastra.blogspot.com/2013/06/sejarah-lawak-tunggal-dan-stand-up.html?m=1>



Youtube :

Dika, Raditya. "Cara *Gue* Bikin Materi *Stand Up Comedy!*" *YouTube*, diunggah oleh Raditya Dika, 4 Februari. 2016,

<https://www.youtube.com/watch?v=O1FRmdzbRrs>.

Dika, Raditya. "Raditya Dika – *Theory of Comedy* | BukaTalks" *YouTube*, diunggah oleh Bukalapak, 13 Juni. 2019,

<https://www.youtube.com/watch?v=aHn1HJ4SDPQ>.

Dika, Raditya. "NGAJARIN STAND UP COMEDY" *YouTube*, diunggah oleh Raditya Dika, 1 April. 2017, <https://youtu.be/3S1jwrqQnF8>

Pragiwaksono, Pandji. "5 CARA JADI STAND-UP COMEDIAN" *YouTube*, diunggah oleh Pandji Pragiwaksono, 20 September. 2018,

<https://www.youtube.com/watch?v=vCyr9qCf8kc>

