

PERSEPSI KOMUNITAS “STAND UP COMEDY” SAMARINDA TERHADAP PENGGUNAAN BAHASA “STAND UP COMEDY” DI METRO TV (Study Pada Komunitas “Stand Up Comedy” Samarinda)

Hayatunafitsyah Mauliditya¹

Abstrak

Komedi adalah program acara hiburan seperti halnya program acara humor. Sebagian besar acara televisi di Indonesia diisi dengan tayangan humor seperti tayangan “Stand Up Comedy” di Metro TV. Tayangan “Stand Up Comedy” merupakan tayangan komedi dalam bentuk dan penampilan yang berbeda dari acara komedi-komedi lainnya yang pernah ada, dan menjadi salah satu acara komedi yang digemari. Hasil penelitian menunjukkan persepsi komunitas Stand Up Comedy Samarinda terhadap program televisi “Stand Up Comedy” di Metro TV adalah positif, hal ini dilihat dari persepsi dan respon komunitas terhadap efek dan manfaat “Stand Up Comedy” di Metro TV yang dirasakan oleh komunitas yang disajikan mampu menambawah wawasan dan pengetahuan serta menghibur, serta ini terlihat dari banyaknya comic yang setuju jika tayang acara “Stand Up Comedy” di Metro TV di tayangkan setiap malam. Acara ini memiliki beberapa manfaat menyaksikan acara “Stand Up Comedy” di Metro TV karena tidak hanya bisa belajar tentang bagaimana kepercayaan diri seseorang untuk berbicara di depan umum dan menyampaikan pandangan pribadi mereka mengenai suatu hal. Selain itu kita juga bisa belajar bagaimana menyampaikan suatu pesan dengan cara yang berbeda agar orang-orang dapat menangkap maksud dari kata-kata tersebut sesuai dengan persepsi masing-masing namun tidak keluar dari konteksnya.

Kata Kunci :Persepsi Komunitas, “Stand Up Comedy” di Metro TV.

Pendahuluan

Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia yang esensial untuk mencapai tujuan salah satunya melalui media televisi. Televisi sebagai media massa memiliki fungsi penyampaian informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Saat ini stasiun televisi banyak yang menyajikan acara hiburan berupa komedi yang bertujuan untuk menghibur pemirsa televisi yang

¹ Mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: maulidityafitriansyah@yahoo.com

menonton acara tersebut. Komedi adalah program acara hiburan seperti halnya program acara humor. Sebagian besar acara televisi di Indonesia diisi dengan tayangan humor seperti tayangan *Stand Up Comedy* di Metro TV.

Monolog adalah cara penutur menyampaikan informasi kepada orang lain namun tidak ada respon langsung dari mitra tutur untuk menyindir, kini lebih terkenal dengan sebutan *Stand Up Comedy*. Para *comic*, sebutan untuk pelaku *Stand Up Comedy* banyak ditemui dengan karakteristik berbeda-beda. Dalam *Stand Up Comedy*, seorang *comic* seharusnya memiliki konsep atau materi sebagai bahan lelucon.

Ujaran yang disampaikan biasanya mengangkat persoalan yang sedang aktual dengan memberikan sedikit humor namun tetap ada makna-makna ujaran sindiran. Dalam humor bahasa yang digunakan sebagai alat komunikasi melanggar komunikasi, antara lain maksim percakapan dan kesopanan terkadang penyampaian kasar, berbau cabul dan vulgar, tapi justru dengan seperti itu audiens dapat menangkap pesan yang disampaikan dari sang *comic* dan dapat membuat audiensnya tertawaakan tetapi sebagian pula merasa tersinggung. Dari hasil survey dengan koresponden berjumlah 100 orang dengan data 63 orang pria dan 37 orang wanita, 5 orang belum pernah mendengar *Stand Up Comedy* dan 95 orang pernah mendengar *Stand Up Comedy*, 11 orang belum pernah menyaksikan, 86 orang pernah menyaksikan, sedangkan 3 orang tidak menjawab. Sebagian besar koresponden menonton acara komedi ini melalui stasiun televisi Metro TV, Kompas TV, dan website youtube. Sebagian kecil pernah menyaksikan secara langsung di kafe-kafe. Serta 89 orang menyatakan tertarik dengan *Stand Up Comedy*, 7 orang menyatakan tidak tertarik dari segi bahasa yang digunakan terkadang kasar dan 4 orang tidak menjawab. Dari survey terkadang *comic* menyampaikan materinya kasar dan vulgar seperti halnya kasus yang terjadi antara Kemal salah satu *comic Stand Up Comedy* dengan JKT48 dengan “menjelek-jelekkan” beberapa member jeketi di dalam materinya, Dhika di Bandung materinya geng motor padahal disana identik sama geng motor, Dika akhirnya minta maaf pada audiensnya, serta kasus Pandji yang menyinggung tentang ceramah ustadz dalam materinya, muncullah protes-protes di media atau forum online, mereka merasa agamanya dilecehkan oleh Pandji, (www.kompasiana.com).

Stand Up Comedy merupakan media yang tergolong baru dalam menyampaikan sebuah kritikan sehingga perlu dikaji. *Stand Up Comedy* juga bisa dijadikan sebagai tontonan yang menghibur namun cerdas karena lelucon yang disampaikan mempunyai maksud-maksud tertentu. Penonton tidak hanya terhibur karena bisa tertawa namun juga mempunyai pengetahuan baru mengenai persoalan yang sedang aktual dibicarakan dengan kemasan yang berbeda di banding dengan acara media televisi lain.

Tayangan *Stand Up Comedy* merupakan tayangan komedi dalam bentuk dan penampilan yang berbeda dari acara komedi-komedi lainnya yang pernah ada, dan menjadi salah acara komedi yang digemari. *Stand Up*

Comedy merupakan genre comedy baru di Indonesia, jenis komedi yang dilakukan oleh 1 orang dipanggung yang membicarakan keresahan pribadi, keresahan bersama maupun kritik sosial tentunya cara yang lucu, serta *Stand Up Comedy* adalah suatu acara komedi yang cerdas dan menghibur yang diharapkan dari tayangan dapat menambah wawasan dan menjadi alternatif sarana menghibur diri bagi audiensnya. (Idham Syafutra, 2012:3-4).

Tayangan "*Stand Up Comedy*" yang akhir-akhir ini menjadi ramai di perbincangkan oleh pemirsa, (Idham Syafutra, 2012:3) karena komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia sendiri sudah semakin banyak dan hampir di setiap kota, seperti halnya di Samarinda misalnya, terbentuk dari ketertarikan Setiawan Yogy terhadap *Stand Up Comedy* yang sedang *booming* di Jakarta. Lantas, timbul keinginannya mencoba mendirikan komunitas *Stand Up Comedy* di ibukota Kalimantan Timur. Kemudian dia bergabung dengan akun twitter @StandUpIndo. Berangkat dari fenomena diatas maka penulis tertarik untuk meneliti "Persepsi Komunitas "*Stand Up Comedy*" terhadap program televisi "*Stand Up Comedy*" di Metro TV (Studi deskriptif pada komunitas "*Stand Up Comedy*" Samarinda) tentang bahasa yang digunakan oleh para comicny".

Kerangka Dasar Teori

Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perception*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil (Sobur, 2003:445). Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses yang terjadi dalam pengamatan seseorang terhadap orang lain. Pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan atau bekerjasama, jadi setiap orang tidak terlepas dari proses persepsi

Persepsi dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu (Sobur, 2003:445).

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan ransangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2007:179).

Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2003:9), jadi, kalau ada dua orang terlibat komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang diperbicarakan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan

makna. Dengan kata lain, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa perbincangan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya selain mengerti bahasa yang digunakan, juga mengerti makna dari bahan yang diperbincangkan.

Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran (gagasan, persepsi, informasi) atau perasaan (keyakinan, kepastian, keraguan, kemarahan, dan lain sebagainya) oleh seorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan sekunder (Effendy,2003:11).

Dari definisi yang dikemukakan oleh Pareek (Sobur, 2003:451) yaitu : “persepsi adalah proses menerima, menyeleksi, mengorganisir, mengartikan, dan memberikan reaksi kepada ransangan panca indera dan data”, tercakup beberapa segi atau proses yang selanjutnya dijelaskan sebagai berikut :

1. Proses menerima ransangan
Proses pertama dalam persepsi adalah menerima ransangan atau data dari berbagai sumber. Kebanyakan data diterima melalui panca indera.Kita melihat sesuatu, mendengar, mencium, merasakan, atau menyentuhnya sehingga kita mempelajari segi-segi lain dari sesuatu itu.
2. Proses menyeleksi ransangan
Setelah ransangan diterima atau data diseleksi.Tidaklah mungkin untuk memperhatikan semua ransangan yang telah diterima. Demi menghemat perhatian yang digunakan, ransangan-ransangan itu disaring dan diseleksi untuk proses yang lebih lanjut.
3. Proses pengorganisasian
Ransangan yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk. Ada tiga dimensi utama dalam pengorganisasian ransangan, yakni pengelompokkan (berbagai ransangan yang diterima dikelompokkan dalam suatu bentuk), bentuk timbul dan datar (dalam melihat ransangan atau gejala, ada kecenderungan untuk memusatkan perhatian pada gejala-gejala tertentu yang timbul menonjol, sedangkan gejala atau ransangan yang lain berada di latar belakang), kemantapan persepsi (ada suatu kecenderungan untuk menstabilkan persepsi, dan perubahan-perubahan konteks tidak mempengaruhinya).
4. Proses penafsiran
Setelah ransangan atau data diterima dan diatur, penerima lalu menafsirkan data itu dengan berbagai cara. Dikatakan bahwa telah terjadi persepsi setelah data itu ditafsirkan.Persepsi pada dasarnya memberikan arti pada berbagai data dan informasi yang di terima.
5. Proses pengecekan

Setelah data diterima dan ditafsirkan, penerima mengambil tindakan untuk mengecek apakah penafsirannya benar atau salah. Proses ini terlalu cepat dan orang mungkin tidak menyadarinya.

6. Proses reaksi

Tahap akhir dari proses perseptual adalah tindakan sehubungan dengan apa yang telah diserap. Hal ini biasanya dilakukan jika seseorang bertindak sehubungan dengan persepsinya.

“Stand Up Comedy”

Stand Up adalah suatu seni pertunjukkan yang dimaksudkan untuk langsung memancing tawa dari penonton. Tidak seperti *theatrical comedy*, dimana menciptakan comedy dari sebuah drama terstruktur dengan karakter-karakter dan situasi tertentu (Papana, 2012:5).

Dalam *Stand Up Comedy*, *feedback* dari penonton berlangsung instan dan penting bagi aksi seorang comedian. Para penonton mengharapkan seorang *comic* untuk menghadirkan tawa yang intens dan para *comic* ini selalu berada dibawah tekanan yang besar dalam membawakan dan menyampaikan bahan stand up mereka. Jika seorang *comic* tidak dapat memancing tawa penonton, biasanya penonton yang bosan dapat mengganggu sang *comic*, dan aksi ini biasanya disebut dengan *heckling*. Namun *comic* dapat melakukan serangan balik atau yang disebut dengan *ripping*. (Papana, 2012:6).

Teori S-O-R

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka peneliti akan mencari dan menggunakan teori-teori yang relevan sebagai pokok pikiran dalam rangka pemecahan masalah-masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori S-O-R karena teori ini merupakan teori yang relevan digunakan dengan masalah ini.

Teori S-O-R merupakan teori komunikasi sebagai singkatan dari Stimulus-organism-response. Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Effendi, 2005: 254). Jadi unsur-unsur dalam teori ini adalah: (a) pesan (*Stimulus*, S), (b) Komunikan (*Organism*, O), dan (c) efek (*Respon*, R).

Janis dan Kelly mengemukakan bahwa dalam teori ini ada tiga unsur yang sangat penting yaitu:

1. Pesan (*Stimulus*)

Pesan adalah lambang-lambang baik verbal maupun non verbal yang mengandung makna tertentu.

2. Komunikan (*organisme*)

Komunikan adalah orang-orang yang dijadikan sasaran untuk menerima pesan-pesan tertentu.

3. Efek (*respons*)

Efek adalah reaksi dari komunikan atas pesan yang didaparkannya dari si komunikator, (dalam Effendy, 2003:253-254).

Teori S-O-R sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.

Deskripsi Hasil Penelitian

Persepsi Komunitas *Stand Up Comdy* Samarinda Terhadap Program Televisi *Stand Up Comdy* di Metro TV

Perkembangan teknologi berkembang dengan pesatnya pada masa sekarang ini. Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia yang esensial untuk mencapai tujuan salah satunya melalui media televisi. Televisi sebagai media massa memiliki fungsi penyampaian informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Saat ini stasiun televisi banyak yang menyajikan acara hiburan berupa komedi yang bertujuan untuk menghibur pemirsa televisi yang menonton acara tersebut. Komedi adalah program acara hiburan seperti halnya program acara humor. Sebagian besar acara televisi di Indonesia diisi dengan tayangan humor seperti tayangan “*Stand Up Comedy*” di Metro TV.

Persepsi dalam penelitian di fokuskan pada suatu mengenai persepsi komunitas “*Stand Up Comedy*” terhadap program televisi “*Stand Up Comedy*” di Metro TV tentang jam tayangnya, bahasa atau alat komunikasi yang melanggar komunikasi, antara lain percakapan dan kesopanan terkadang penyampaiannya kasar, berbau cabul dan vulgar.

Hasil wawancara dengan berbagai narasumber yaitu komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda, dari 12 anggota komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda, yang peneliti berhasil wawancarai yaitu sebanyak 8 orang :

Menurut Yogi Setiawan yaitu ketua komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda.

“*Stand Up Comedy* adalah Stand-up itu sebenarnya bukan cuma “berdiri”. Stand-up adalah “membela”. Jadi sebenarnya semua orang bisa menjadi seorang comic (sebutan untuk stand-up), karena semua orang pasti punya sesuatu yang dibela. Sebenarnya disebut lawakan cerdas karena proses, baik proses membuat materi dan proses menikmatinya memerlukan kedewasaan berpikir. Orang dengar memang harus dicerna dulu baru tertawa. Isman HS, penggiat stand-up comedy pernah bilang stand-up comedy membutuhkan keterbukaan pikiran”.

Apakah anda sering tampil menjadi comic dalam suatu acara?

”Kalau saya sekali-kali saja, karena kami dalam komunitas *Stand Up Comedy* diberi kesempatan untuk tampil secara bergantian”.

Sudah berapa lama anda menjadi comic atau bergabung dengan komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda?

“Saya bergabung dengan komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda selama terbentuknya yaitu tanggal 29 Agustus 2012”.

Anda bergabung dengan komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda dimana saja kalian sering tampil ?

“Kami tampil di berbagai *cafe* yang ada di Samarinda, terus terang kami tidak memiliki tempat yang khusus untuk berkumpul, kami dengan komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda, di mana ada *cafe* yang baru dibuka disitulah kami tampil”.

Apa yang membuat anda tertarik menjadi comic ?

”Menurut saya, menjadi comic bukan hanya mampu berbicara, mampu membuat konsep yang lucu akan tetapi seninya adalah bagaimana kita mampu berani berbicara didepan umum dan mampu membuat orang tersenyum”.

Dimana anda awal mengenal *Stand Up Comedy* ?

“Awal mula saya mengenal *Stand Up Comedy* yaitu nonton TV”

Pertanyaan selanjutnya buat narasumber yaitu tentang jam tayang *Stand Up Comedy* di Metro TV, apakah anda sering nonton *Stand Up Comedy* di Metro TV ?

“Saya sering nonton, dan saya suka setiap materi yang dibawakan oleh comic”.

Apakah anda tau tentang jam tayang *Stand Up Comedy* di Metro TV ?

“Saya tau”

Apakah anda setuju jam tayang *Stand Up Comedy* di Metro TV pada pukul 22.30 s/d 23 WIB ?

“Kalau menurut saya jam tayang *Stand Up Comedy* di Metro TV terlalu larut malam, akan tetapi bila di lihat dari segi peminat *Stand Up* sudah pas karena merupakan waktu untuk istirahat dan tidak perlu ditonton anak-anak”.

Kalau menurut anda hari penayangannya apakah anda setuju yaitu rabu malam ?

“Menurut saya pribadi kalau hari rabu sudah setuju akan tetapi harapan saya kalau bisa setiap malam, kecuali malam minggu ”.

Sedangkan jam tayang acara *Stand Up Comedy* di Metro TV dengan durasi setengah jam (30 detik) apakah menurut anda sudah sesuai ?

“Itu terlalu pendek, akan tetapi itu semua pasti ada pertimbangan dari pihak acara sendiri mungkin salah satunya supaya tidak membosankan”.

Baik anda tadi mengatakan bahwa *Stand-Up Comedy* merupakan jenis acara hiburan, apa alasannya ?

“Menurut saya acara ini merupakan acara hiburan karena pribadi saya apa yang ditampilkan di acara *Stand-Up Comedy* Metro TV mampu membuat saya tersenyum dan senang setelah menonton acara tersebut”.

Apakah anda pernah membawakan tema yang sama dengan comic di Metro TV ?

“Jika saya pribadi jujur pernah, akan tetapi tidak semua konsep yang saya bawakan sama, paling kata-kata yang pendek dan menurut saya itu lucu”.

Adapun pertanyaan selanjutnya yang ditanyakan oleh peneliti pada saat wawancara dengan beberapa komunitas *Stand-Up Comedy* yaitu bagaimana menurut anda penggunaan kata-kata yang disampaikan oleh *comic Stand-Up Comedy* di Metro TV ?

“Menurut saya penggunaan kata-kata yang digunakan para comic mudah dimengerti serta memiliki keluwesan dalam berbicara dan merangkai kata-kata”.

Selanjutnya yaitu apakah anda mengetahui bagaimana pendapat anda tentang tema yang dibawakan oleh para *comic*, terkadang bahasa atau alat komunikasi yang melanggar komunikasi, antara lain percakapan dan kesopanan terkadang penyampaiannya kasar, berbau cabul dan vulgar di Metro TV ?

“Menurut saya, komedi selalu menunjukkan bentuk kelucuan, “hina-dina”, anti-mainstream, membelokkan logika terhadap realita, seperti yang dinyatakan oleh Aristoteles, komedi berasal dari kelas rendah. Komedi selalu bertujuan untuk membuat suatu suasana gembira serta tak pernah terlepas dari konteks kehidupan sehari-hari”.

Bagaimana tentang tema yang dibawakan setiap comic acara *Stand Up Comedy* di Metro TV ?

“Menurut saya tentang tema yang dibawakan oleh comic, itu sudah ditentukan oleh pihak media Metro TV sendiri akan tetapi dengan keterampilan dalam mengolah bahasa yang digunakan comic mampu memberikan wawasan yang sesuai dengan fenomena sosial yang faktual di masyarakat”.

Kembali ke acara *Stand Up Comedy* di Metro TV, apakah anda mengetahui nama-nama comic *Stand Up Comedy* di Metro TV ?

“Kalau saya pribadi banyak yang saya tau Pandji Pragiwaksono, Radiya Dik, Asep Suaji, Jim Carrey, Miund, Dedy, Dahlan, Iwel-Wel, Mo Sidik Zamzami, Abdel Achrian, Isman HS, Jonathan dan salah satunya yang sering ke Samarinda Kemal Palevi”.

Pertanyaan berikutnya apa saja yang perlu di ketahui oleh comic tentang *Stand Up Comedy*?

“Menurut saya salah satunya yang perlu di ketahui oleh comic tentang *Stand Up Comedy* yaitu delivery, delivery itu adalah penyampaian materi kita kepada penonton, dalam delivery ada artikulasi, mic-ing, gesture sama emosi. Artikulasi itu menyangkut jelasnya kata demi kata yang dilontarkan. Harus jelas. Mic-ing itu meliputi volume sama stressing. Stressing itu terkadang berfungsi untuk membedakan mana setup dan punchline, karena ada perbedaan penekanan dalam

berbicara. Contoh stressing: Waktu kecil orang tua gue suka maen smackdown, dan gue gak diajak. stressingnya: rupanya mereka seks. Gesture meliputi gerakan tubuh & muka. Emosi, dan yang terakhir dari delivery itu adalah emosi, Emosi itu bergantung dari materi kita, dan kejujuran kita sendiri”.

Menurut anda pribadi apa manfaat dari acara *Stand Up Comedy* di Metro TV ?

“Dengan menyaksikan acara ini itu tidak hanya bisa belajar tentang bagaimana kepercayaan diri seseorang untuk berbicara di depan umum dan menyampaikan pandangan pribadi mereka mengenai suatu hal. Selain itu kita juga bisa belajar bagaimana menyampaikan suatu pesan dengan cara yang berbeda agar orang-orang dapat menangkap maksud dari kata-kata tersebut sesuai dengan persepsi masing-masing namun tidak keluar dari konteksnya”.

Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori S-O-R karena teori ini relevan digunakan dengan masalah ini, adapun keterkaitan model S-O-R dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pesan (Stimulus)

Pesan (*Stimulus*) yang dimaksud adalah sama dengan stimulus yang dihasilkan oleh sumber. Pesan ini mungkin berisi kata-kata, tata bahasa, pengorganisasian, penampilan, gerak badan, suara, kepribadian, konsepsi diri, gaya lingkungan dan gangguan. Setiap stimulus yang mempengaruhi penerima adalah suatu pesan apakah itu disengaja atau tidak, maksudnya yaitu pesan yang disampaikan oleh comic melalui media televisi yaitu acara program televisi “*Stand Up Comedy*” di Metro TV. *Stand Up Comedy* mendapatkan apresiasi positif dari masyarakat, *Stand Up Comedy* menjamur dikalangan masyarakat, dari level cafe sampai televisi swasta. Tentunya perkembangan *Stand Up Comedy* memberikan persepsi tersendiri terhadap para comic sebagai sarana untuk berkomunikasi secara langsung.

Menurut Yogi Setiawan yaitu ketua komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda. Apa itu *Stand Up Comedy* ?

“Menurut saya *Stand Up Comedy* adalah Stand-up itu sebenarnya bukan cuma “berdiri”. Stand-up adalah “membela”. Jadi sebenarnya semua orang bisa menjadi seorang comic (sebutan untuk stand-up artist-red), karena semua orang pasti punya sesuatu yang dibela. Sebenarnya disebut lawakan cerdas karena proses, baik proses membuat materi dan proses menikmatinya memerlukan kedewasaan berpikir. Orang dengar memang harus dicerna dulu baru tertawa. Isman HS, penggiat stand-up comedy pernah bilang stand-up comedy membutuhkan keterbukaan pikiran.

Komunikasikan (organisme)

Komunikasikan (*organisme*) yaitu orang-orang yang dijadikan sasaran untuk menerima pesan-pesan tersebut dalam penelitian ini sama halnya masyarakat atau komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda. Pada dasarnya masyarakat atau komunikasikan apabila diberikan stimulus atau rangsangan-rangsangan oleh komunikasikan akan memberikan reaksi khusus terhadap stimulus tersebut disampaikan dengan cara yang tidak menggunakan teknik-teknik penyampaian sebuah pesan yang menarik maka hal itu pasti tidak akan membuat komunikasikan tertarik dan mengikuti maksud pesan tersebut.

Menurut Yogi Setiawan yang membuat ia tertarik menjadi comic *Stand Up Comedy* adalah ?

”Menurut saya, menjadi comic bukan hanya mampu berbicara, mampu membuat konsep yang lucu akan tetapi seninya adalah bagaimana kita mampu berani berbicara didepan umum dan mampu membuat orang tersenyum”.

Efek (respons)

Efek (*respons*) yang dimaksud adalah tanggapan komunitas “*Stand Up Comedy*” Samarinda terhadap program televisi “*Stand Up Comedy*” di Metro TV. Berbagai media memang mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap masyarakat. Efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media (Ardianto, 2005:48). Oleh karena fokusnya pesan, maka efek harus berkaitan dengan pesan yang disampaikan media.

Pendekatan pertama dari efek komunikasi adalah kecenderungan kita melihat media massa itu sendiri. Pendekatan kedua adalah melihat jenis perubahan yang terjadi pada khalayak komunikasi massa penerima informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku atau dengan istilah lain, perubahan kognitif, afektif, dan behavior. Pendekatan ketiga meninjau satuan observasi yang dikenai efek komunikasi massa individu, kelompok, organisasi, masyarakat dan bangsa (Rakhmat, 2005:218).

Efek yang dihasilkan oleh tayangan program televisi “*Stand Up Comedy*” di Metro TV tergantung kepentingan yang ia miliki. Efek yang dihasilkan oleh masing-masing pengguna kemudian akan terlihat dari sikap, pengetahuan, dan perilakunya.

Menurut Yogi Setiawan, ketua komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda, ia menyatakan bahwa:

“Saya bergabung dengan komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda selama terbentuknya tanggal 29 Agustus 2012”.

Anda bergabung dengan komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda dimana saja kalian tampil?

“Kami tampil di berbagai café yang ada di Samarinda, terus terang kami tidak memiliki tempat yang khusus untuk berkumpul, kami

dengan komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda, di mana ada café yang baru dibuka disitulah kami tampil”.

Apa yang membuat anda tertarik menjadi comic ?

”Menurut saya, menjadi comic bukan hanya mampu berbicara, mampu membuat konsep yang lucu akan tetapi seninya adalah bagaimana kita mampu berani berbicara didepan umum dan mampu membuat orang tersenyum”.

Kesimpulan

Dari penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan ada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi komunitas *Stand Up Comedy* Samarinda terhadap program televisi “*Stand Up Comedy*” di Metro TV adalah positif, hal ini dilihat dari persepsi dan respon komunitas terhadap efek dan manfaat “*Stand Up Comedy*” di Metro TV yang dirasakan oleh komunitas yang disajikan mampu menambawah wawasan dan pengetahuan serta menghibur, serta ini terlihat dari banyaknya comic yang setuju jika tayang acara “*Stand Up Comedy*” di Metro TV di tayangkan setiap malam.
2. Acara ini memiliki beberapa manfaat menyaksikan acara “*Stand Up Comedy*” di Metro TV karena tidak hanya bisa belajar tentang bagaimana kepercayaan diri seseorang untuk berbicara di depan umum dan menyampaikan pandangan pribadi mereka mengenai suatu hal. Selain itu kita juga bisa belajar bagaimana menyampaikan suatu pesan dengan cara yang berbeda agar orang-orang dapat menangkap maksud dari kata-kata tersebut sesuai dengan persepsi masing-masing namun tidak keluar dari konteksnya.

Saran

Adapun beberapa saran yang dapat penulis rumuskan, antara lain :

1. Acara “*Stand Up Comedy*” di Metro TV sebagai salah satu sarana yang dapat menyatukan dan memudahkan untuk menyampaikan informasi serta menjalin komunikasi dengan sesama komunitas “*Stand Up Comedy*”. Para comic hendaknya harus lebih cerdas dalam menyampaikan pesan agar tidak terjadi kesalahpahaman dan kekeliruan.
2. Peneliti berharap skripsi ini berguna sebagai tolak ukur dan alat bantu penelitian berikutnya dan semoga skripsi ini dapat memberikan inspirasi bagi peneliti selanjutnya dan dapat menjadi referensi teori serta acuan teori untuk penelitian berikutnya.

Daftar Pustaka

Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukiati.2007. *Komunikasi Massa: Suatu*

- Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- , 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cetakan kesembilanbelas. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- , 2005, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group. Surabaya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Papana, Ramon. 2012. *Kiat Tahap Awal Belajar Stand Up Comedy Indonesia*. Media Kita. Jakarta.
- Jalaludin, Rakhmat,. 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*. PT. Rosda Karya. Bandung.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Pustaka Setia. Bandung.
- Sugiyono. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&A*. Alfabeta. Bandung.

Sumber Lain

- Idham, Syafutra. 2012. *Persepsi mahasiswa terhadap tayangan komedy*. Universitas Sumatra Utara Medan. (<http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/34184>)
- Inamul Haqqi Hasan, 2012. Stand Up Comedy, SARA, dan Pluralisme Indonesia. (<http://sosbud.kompasiana.com/2012/03/02/stand-up-comedy-sara-dan-pluralisme-indonesia-439555.html>)
- (<http://www.gudangmateri.com/2012/01/stand-up-comedy-di-indonesia-dan-dunia.html>)