

**KOMUNIKASI CERDAS KOMIKA PADA PENONTON DALAM  
PENYAMPAIAN MATERI *STAND UP COMEDY*  
(Studi pada Komunitas *Stand Up Comedy* Palembang)**

***INTELLIGENT COMMUNICATION OF COMICS TO THE AUDIENCE IN THE  
DELIVERY OF STAND UP COMEDY MATERIAL  
(Study on Stand Up Comedy Community in Palembang)***

Meli Astuti<sup>1</sup>, Eraskaita Ginting<sup>2</sup>, Badarudin Azarkasyi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

<sup>1</sup>181070112\_mahasiswa@radenfatah.co.id, <sup>2</sup>eraskaitaginting\_uin@radenfatah.ac.id;

<sup>3</sup>badarudinazarkasyi\_uin@radenfatah.ac.id

**ABSTRACT**

*This research is entitled "Komika Smart Communication to the Audience in Delivering Stand Up Comedy Materials (Study on Stand Up Comedy Community Palembang)". The purpose of this study is to find out how comics communicate intelligently to the audience in conveying the material, and the factors that hinder it. The research method used is descriptive qualitative. The results of this study can be concluded that stand up is included in comedy that presents intelligent communication because in its delivery it is composed of both material and stage action. Komika also uses message stages in inviting the audience to understand the material presented, namely the Attention, Need, Satisfaction, Visualization and Action stages, and the focus is on the material and delivery. In addition, this intelligent entertainment communication also displays material that has its own meaning that the comic wants to convey to the audience, in a classy manner. And the selling point of this comedy is the comics' different point of view, in viewing a phenomenon. When delivering the material, there are factors that hinder it, namely in the process of attracting attention there are technical barriers, in fulfilling needs there are semantic barriers, satisfaction there are demographic barriers, in the visualization process there are psychological barriers and the last action is physical barriers. The theory used in this research is the Aristotle's theory of rhetoric.*

*Keywords: Communication, Comedy, Entertainment, Smart.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul "Komunikasi Cerdas Komika pada Penonton dalam Penyampaian Materi *Stand Up Comedy* (Studi pada Komunitas *Stand Up Comedy* Palembang)". Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana komunikasi cerdas komika pada penonton dalam menyampaikan materi, dan faktor yang menghambatnya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa, *stand up* termasuk dalam komedi yang menyajikan komunikasi cerdas karena dalam penyampaiannya tersusun baik dari materi hingga aksi panggung. Komika juga menggunakan tahapan pesan dalam mengajak penonton mengerti dengan materi yang dibawakan yakni tahapan *Attention, Need, Satisfaction, Visualization* dan *Action*, serta yang menjadi fokus ialah materi dan *Delivery* (Cara penyampaian). Selain itu komunikasi hiburan yang cerdas ini juga menampilkan materi yang memiliki makna tersendiri yang ingin disampaikan oleh komika kepada penontonnya, dengan cara pembawaan yang berkelas. Dan yang menjadi nilai jual dari komedi ini ialah sudut pandang komika yang berbeda-beda, dalam memandang suatu fenomena. Saat penyampaian materi adapun faktor yang menghambatnya, yakni pada proses menarik Perhatian terdapat hambatan teknis, pada pemenuhan Kebutuhan ada hambatan semantik, Pemuasan terdapat hambatan demografis, pada proses Visualisasi terdapat hambatan psikologis Dan yang terakhir Aksi yakni hambatan fisik. Adapun teori yang digunggakan dalam penelitian ini adalah teori Teori Retorika Aristoteles.

**Kata kunci :** Komunikasi, Komedi, Hiburan, Cerdas.

## 1. PENDAHULUAN

Dalam dunia perkomedian untuk memulai suatu komedi bukanlah hal yang mudah, komedi atau sering disebut dengan lawakan merupakan sesuatu yang lucu yang bertujuan untuk menghibur orang. Seringkali ditemui para komedian pemula kesulitan dalam membawakan suatu komedi salah satunya ialah komika, komika adalah pelawak tunggal yang tergabung dalam suatu komunitas *Stand Up Comedy*.

Komunitas ini merupakan kumpulan-kumpulan pelawak tunggal yang ingin belajar menjadi seorang *comic*. Seringkali seorang *comedian/comic* saat tampil membawakan *jokes* di depan penonton, mereka berbicara langsung untuk melihat *respon* dari penonton (Papana, 2016:5). Komika dituntut harus selalu lucu saat diatas panggung dengan bermonolog dihadapan para penonton, serta membawakan materi yang telah dibuat sendiri melalui observasi dan revisi.

Akan tetapi, tidak jarang saat pertunjukan berlangsung masih sering ditemukan para komika yang dari awal hingga akhir penampilannya tidak mendapatkan respon dari *audience*. Menjadi seorang komika bukan hanya dituntut harus lucu saja melainkan juga harus cerdas. Karena, selain materi yang akan ditampilkan merupakan hasil dari buatan *comic*. Komika juga harus bisa membuat dan menampilkan materi yang bukan hanya sekedar mengundang tawa, tapi juga dapat menyampaikan maksud yang tersirat dari materi itu sendiri seperti isu yang sedang dibahas.

*Stand Up Comedy* dikatakan komedi cerdas karena, isi dari materi yang disampaikan seringkali merupakan bahasan tentang pengalaman pribadi hingga fenomena yang sedang terjadi dimasyarakat. Menurut Pragiwaksono (2012:36) materi *stand up comedy* berasal dari pengalaman dan pengamatan akan dunia di dalam diri komika atau dunia sekitarnya. (Siti Munawaroh et al., 2022)

Komika akan menyusun hasil pengamatannya baik terhadap diri sendiri, orang disekelilingnya hingga pemerintahan. Melalui observasi tersebut komika dapat menganalisis kembali mengenai materi yang akan mereka angkat, barulah materi bisa diceritakan kepada penonton. Materi yang sudah dibuat akan dikemas dengan menggunakan gaya bahasa yang humoris, serta gerakan-gerakan tertentu untuk mendukung materi agar dapat tersampaikan dengan baik.

Menurut Dean (2012:11) saat mereka melakukan monolog dalam menyampaikan materi komedi dengan konsep '*one man show*' selama 10 sampai 45 menit. penampilan cenderung rapi, tidak menggunakan kaos kaki berbeda warna, sumpelan di bagian perut atau segala atribut yang diperlukan badut atau komedian *slapstick*.

Adapun menurut Pragiwaksono (2012:11) mengatakan pengertian *stand up comedy* bukanlah menceritakan lelucon, ciri khusus *stand up comedy* yakni materinya tidak mengambil dari materi orang lain, melainkan hasil dari buah pemikiran komika sendiri. *Stand up* sendiri bukan berarti berdiri, melainkan lebih kepada mengutarakan dan membela opini serta pandangannya.

Untuk penampilannya *Comic* diperbolehkan melakukan *stand up* dengan cara apapun, itu merupakan pilihan dari masing-masing komika. *Comic* juga dapat menggunakan alat-alat atau *trick* sulap jika dirasa berguna untuk menunjang penampilan selama membawakan materi. Komedi berupa *stand up* ini tentunya berbeda dengan lawakan-lawakan serta komedi pada umumnya, lawakan yang satu ini bertujuan untuk langsung membuat penikmatnya tertawa. Bukan membuat lelucon dengan alur cerita terlebih dahulu, ataupun bercerita dengan bebas asalkan menimbulkan sebuah tawa serta *Stand up comedy* juga tidak bertele – tele. (Syariful Huda et al., 2022)

Papana (2016:10) mengatakan bedanya, melawak itu bisa lebih bebas, tidak terpaksa dalam sebuah aturan, Teori serta Teknik khusus yang hanya ada di ilmu *Stand-Up Comedy* (Format, Formula dan *Tricks*). Para penonton menyaksikan suatu komedi seperti *stand up* ini tentunya untuk dapat menghibur diri mereka, dan ini akan menjadi tekanan yang besar untuk para komika agar dapat memberikan kepuasan terhadap para penonton. Dengan tekanan ini memungkinkan memacu adrenalin *comic* untuk dapat memberikan sesuatu yang bisa meledakan tawa penonton.

Menonton *stand up* bukan hanya mendapatkan suatu hiburan, para *audience* juga dapat menambah pengetahuan baru, serta dengan menyaksikan *stand up* dapat mengajarkan masyarakat untuk lebih

peduli lagi dan ikut serta dalam mengawasi isu-isu dan kritis terhadap fenomena yang tengah terjadi dilingkungan sekitar.

Perkembangan *Stand Up Comedy* terjadi di awal tahun 2000an diawali oleh almarhum Taufik Savalas melalui acara "*comedy café*" dan juga acara Ramon Papan selaku pemilik *Comedy Café*. Mulanya acara ini kurang disambut oleh masyarakat akan tetapi, kegiatan berupa workshop tentang *stand up comedy* dan *open mic* ini secara terus menerus dilakukan oleh Ramon Papan sehingga memberikan dampak positif untuk perkembangan *stand up comedy* di Indonesia (Chriswindari, 2018:27).

Sejarah panjang perjalanan *Stand Up Comedy* mulai diminati banyak penonton, pada tanggal 13 juli 2011 dengan datangnya peserta *Stand Up Comedy* Kompas TV dan beberapa *Comic* Indonesia seperti Ryan Adriandhy, Pandji, Ernest Prakasa, Raditya Dika dan lain-lain tampil dalam acara di *Comedy Café* dan dengan dimulainya acara *Stand Up Comedy* di Kompas TV maupun acara *Stand Up Comedy Show* Di Metro TV, kemudian *Stand Up Comedy* Indonesia mulai diminati masyarakat luas (Papan, 2012:16).

Sejak saat itu seiring dengan semakin banyaknya penggemar dari *stand up comedy*, munculah komunitas di Indonesia yang dikenal dengan *Stand Up Comedy* Indonesia. Yang merupakan gagasan dari Ernest Prakasa, Ryan Adriandhy, Pandji Pragwaksono, Raditya Dika dan Isman HS, dibentuknya komunitas ini untuk wadah para komika belajar bersama dan untuk menjadikan komika dapat menjadi *comic* yang profesional baik di acara formal maupun non-formal.

Perkembangan dari komunitas ini sangat pesat menyebar ke berbagai kota hingga daerah di Indonesia, baik itu anak-anak hingga dewasa mulai tertarik untuk ikut serta dalam komunitas ini. Dengan eksistensi yang amat pesat agar memudahkan pengawasan perkembangan *stand up*, *stand up* Indonesia membagi komunitas-komunitas tersebut ke dalam enam regional utama. Setiap regional diketuai oleh seorang pengawas regional, enam pengawas regional dalam pelaksanaan tugasnya pengawas regional bertanggung jawab langsung kepada ketua eksekutif (Astuti, 2019:54).

Salah satunya Regional Sumatera Selatan terdapat komunitas *Stand-upPLG* yang didirikan tanggal 21 Oktober 2011 oleh 4 orang, yang menjadi pembentuk pertama *stand up comedy* Kota Palembang yaitu Dr. Ali Sirat, Agam, Maulana Malik dan Robi. (Sepriadi Saputra & Fera Indasari, 2022) Komunitas *stanupPLG* saat ini mempunyai dua *leader*, Fedro Dwi Putra selaku *leader external* tugasnya sebagai penyambung informasi antara orang lain yang bukan dari komunitas dengan orang yang ada di dalam komunitas, sedangkan *leader internal* yang bertugas sebagai mengatur job komika serta menyelesaikan masalah yang ada pada komunitas dijabat oleh Fahrul Rozy. (Astuti, 2019:55).

Anggota yang dimiliki saat ini berkisar 12 anggota aktif, komunitas ini memiliki akun resmi dengan nama akun IG @srandupindo\_plg dengan pengikut saat ini 8,863 yang menjadi akun ke-12 yang memiliki *followers* terbanyak dibandingkan dengan 112 akun komunitas *stand up* lainnya seIndonesia, dan komunitas ini juga masih sering melakukan *open mic* setiap hari Jum'at, jam 20:00 WIB bertempat di *Saviour cafe & resto* Palembang.

Komunitas ini masih sering mengadakan *event-event* dan dapat dikatakan hiburan yang populer di Palembang, meninjau dari berbagai acara yang dibuat masih banyak menarik perhatian masyarakat yang ingin menonton baik dari dalam kota maupun luar kota. Anggota dari komunitas ini juga ada yang pernah mengikuti kompetisi *Stand Up Comedy* Indonesia (SUCI) yang diselenggarakan oleh stasiun TV swasta di Indonesia, dan anggota-anggota lainnya juga seringkali bergantian mengisi acara di stasiun TV yang ada di kota Palembang. Bahkan ada yang mengisi acara di sekolah atau tempat-tempat lainnya, baik itu untuk tampil ataupun menjadi juri untuk suatu perlombaan.

Menjadi seorang komika tidaklah mudah, komika dituntut harus selalu lucu saat didepan *stage*, adapun kendala yang dialami selama menjadi komika yakni merujuk pada interaksi yang diberikan penonton selama tampil, tertawa serta tepuk tangan menjadi tolak ukur dari penonton yang paham dengan materi yang *comic* bawakan, terjadinya komunikasi dua arah yang mana komika memberikan materi *stand up* dan penonton yang terhibur dengan tertawa merupakan keberhasilan dari komika dalam membuat penonton mengerti dengan isu yang diangkat.

Dari hasil pra-riset yang peneliti lakukan salah satu kendala komika yakni membuat penonton tertawa dan paham akan materi yang dibawakan. Hal ini dipertegas oleh Ali Alkaf selaku anggota aktif yang tergabung dalam komunitas *stand up comedy* Palembang. “Salah satu kendala dalam *stand up* yakni Membawa penonton masuk dalam imajinasi kita, membuat mereka mengerti dengan permasalahan yang kita angkat serta dapat mengajak mereka untuk tertawa itu sulit, dan pastinya banyak hambatan-hambatan yang terjadi saat ingin menyampaikan materi”.

Roman Papan dalam bukunya Buku Besar *Stand Up Comedy* (2016:83) mengatakan “saya tidak bisa memastikan pada hal apa yang akan membuat penonton tertawa, tapi bisa saya pastikan bahwa penonton tidak akan tertawa pada sesuatu yang mereka tidak mengerti” bahwasanya permasalahannya sama yakni sulit membuat penonton tertawa untuk suatu hal yang mereka tidak mengerti.

Dalam menghadapi kendala ini komika pastinya membutuhkan waktu yang lama untuk mempersuasi *audience* yang semulanya sulit untuk tertawa, hingga mulai memahami apa yang diinginkan penonton agar mudah membuat mereka terhibur. Tidak dapat dipungkiri juga bahwa jam terbang serta pengalaman dapat mempengaruhi keberhasilan penampilan komika, semakin seringnya komika ber *stand up* maka ini melatih tingkat humor komik dan dapat melatih mental komik serta menghilangkan rasa gugup komika itu sendiri.

Dengan demikian maka fungsi dari komunikasi sebagai fungsi sosial yang bertujuan untuk kesenangan sangatlah penting dalam permasalahan ini, seperti yang dijelaskan oleh Rudolf F. Verderber dalam buku *Komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran* (2016), Rudolf mengemukakan bahwa fungsi sosial dari komunikasi yakni untuk menunjukkan adanya ikatan dengan orang lain, mengembangkan serta memelihara hubungan, serta untuk kesenangan. (Dina Novita et al., 2022)

Selaras dengan penelitian ini yang membahas permasalahan mengenai kesulitan komika dalam menghibur penonton, dalam hal ini komunikasi hiburan yang ditampilkan komika. Baik itu pesan yang bersifat verbal maupun non verbal sangat mempengaruhi dalam perubahan emosional penonton, agar dapat tergerak melakukan sesuatu sejalan dengan apa yang diinginkan oleh komika.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi sangatlah penting dalam mempengaruhi penonton agar dapat ikut tertawa bersama komika, dan membuat penonton paham akan materi yang dibawakan oleh *comik* serta tanpa penonton sadari penonton telah diajak untuk memiliki cara pandang yang sama dengan komika dalam melihat suatu permasalahan atau fenomena. Maka dari itu *stand up comedy* ini memberikan termasuk dalam komunikasi hiburan yang memberikan komunikasi cerdas dalam mengajak serta membuat penonton tertawa.

Setiap orang tentunya memiliki latar belakang, pengalaman yang berbeda-beda begitu juga dengan para *comic* tentunya memiliki cara yang berbeda-beda pula dalam mengatasi persoalan ini, guna mencapai keberhasilan dalam penampilan *stand up* yang mereka lakukan. Berdasarkan uraian diatas oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul : Komunikasi Cerdas Komika pada Penonton dalam Penyampaian Materi *Stand Up Comedy* (Studi pada Komunitas *Stand Up Comedy* Palembang).

### 1.1 Teori Retorika Aristoteles

Menurut Aristoteles, retorika adalah kemampuan retorika untuk mengemukakan sesuatu dan dalam penyampaian tersebut, retorika bisa memberikan efek persuasif pada para pendengarnya. Aristoteles dalam bukunya yang berjudul “*Rhetoric*” mengemukakan pengertian retorika yakni kemampuan untuk memilih dan menggunakan bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempersuasi orang lain. (Dwi Nur Alim & Rina Pebriana, 2022)

Secara etimologis, retorika berasal dari bahasa Yunani “*rhetrike*” yang berarti seni kemampuan berbicara yang dimiliki seseorang. Kajian retorika secara umum didefinisikan sebagai simbol yang digunakan manusia, pada mulanya ilmu ini berhubungan dengan persuasi sehingga retorika adalah seni penyusunan argumen dan pembuatan naskah pidato (Litlejohn, 2014:73).

Retorika didefinisikan sebagai *the art of constructing arguments and speechmaking* (seni

membangun argumentasi dan seni berbicara), dalam perkembangannya retorika juga mencakup proses untuk menyesuaikan ide dengan orang dan menyesuaikan orang dengan ide melalui berbagai macam pesan (Morissan, 2013:44).

Menurut Aristoteles, keindahan bahasa hanya dapat digunakan untuk 4 hal yakni, membenarkan (*corrective*), memerintah (*instructive*), mendorong (*suggestive*), serta mempertahankan (*deensive*). Tradisi retorika dapat menjelaskan baik dalam konteks komunikasi anrat personal maupun komunikasi massa. (Jufriзал & Fera Indasari, 2021).

Retorika memiliki makna yang berbeda-beda dalam periode yang berbeda, terdapat 6 periode tradisi retorika yantara lain: zaman klasik, pertengahan, renaissance, pencerahan, kontempore, dan postodern (Liitlejhon, 2014:73).

## 2. METODE PENELITIAN

Proses penelitian ini dilakukan di komunitas *Stand Up Comedy* Palembang yang berada di *Saviour Caffé & Resto* Jl. Kikim I Blok W10, Demang Lebar Daun, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Dengan jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif Kualitatif, menggunakan data primer yakni 5 komika yang telah peneliti pilih melalui kriteria tertentu yang dirasa cocok dengan apa yang dibutuhkan dalam melengkapi penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini yakni berupa skripsi terdahulu, jurnal, proses wawancara, observasi dan data lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data ialah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisa yang dimanfaatkan dalam riset ini memanfaatkan desain Miles & Huberman, teknik analisa ini menggunakan pengumpulan data berupa rangkaian pertanyaan, apabila terdapat data yang belum memuaskan maka akan dilakukan pencarian data hingga menjadi data jenuh. Serta dengan menggunakan Metode riset kualitatif yakni berupa Reduksi Data, Penyajian data (*data display*), Penarikan dan pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusion*).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan dilapangan yang peneliti peroleh selama masa penelitian yakni diantaranya adalah, latar belakang yang dimiliki oleh para komika yang ada pada komunitas *Stand Up Comedy* Palembang berbeda-beda. Ada yang bekerja sebagai ojek online, mahasiswa, kurir paket, penyiar radio, pekerja *café*, pekerja kantoran, dan masih banyak lagi. Ini menandakan bahwa penikmat seni komedi tunggal ini diminati oleh berbagai kalangan, adapun anggota pada komunitas ini memiliki umur dan dari tingkatan yang berbeda-beda mulai dari remaja hingga dewasa. Serta komedi ini tidak hanya dilakoni oleh laki-laki saja, karena pada acara-acara dan *open mic* yang diadakan juga sering menampilkan komika perempuan.

Yang menjadi narasumber dalam penelitian ini ialah 5 komika yang tergabung dalam komunitas *Stand Up Comedy* Kota Palembang, diantaranya yakni *Leader* dan 4 anggota yang cukup lama bergabung dalam komunitas ini.

### 1. Analisis Komunikasi Persuasif Komika pada Penonton dalam Menyampaikan Materi *Stand Up Comedy*

Komunikasi persuasif merupakan sebuah interaksi yang bermaksud untuk memberikan pengaruh pada komunikan, dengan memberikan pesan dengan ajakan dikehendaki komunikan mempunyai sudut pandang yang tidak berbeda dengannya dan komunikan beraksi sama hal dengan yang dikehendaki kominikator (Damayanti, 2018).

Dalam penampilan *Stand Up* komunikasi sangatlah penting guna menghubungkan komika dan penonton, bagaimana komika dapat berkomunikasi dengan baik agar penonton memiliki pandangan yang sama dengan komika. Serta bagaiman komika dapat membuat suatu materi menjadi pesan yang bisa mempersuasif penonton agar mereka tertawa.

Beberapa peneliti melakukan percobaan mengkaji dampak pesan pada pergantian perilaku, pengkaji menyepakati bahwa pemberian pesan yang sistematis lebih efisien dibanding dengan yang tidak sistematis. Dari banyaknya penomoran pesan, urutan pesan yang amat populer yaitu dinyatakan oleh Alan H. Monroe pada akhir tahun 1930-an (Rakhmat, 2015).

Urutan ini disebut dengan *Motivated Sequence*, *Motivated Sequence* adalah proses untuk menyusun suatu persentasi atau pidato yang dapat menginspirasi *audiens* untuk mengambil tindakan. Adapun kaitan *Motivated Sequence* ini dengan komunikasi persuasif yakni untuk mendapatkan dampak yang maksimal dalam suatu proses komunikasi, maka akan lebih efektif jika penyajian pesannya tersusun.

Dalam komunikasi persuasif komika kepada penonton ada proses penyampaian pesan yang disampaikan, dan dalam proses penyampaian pesan ini dapat digunakan *Motivated Sequence* untuk menyusun urutan pesan. yang mana *Motivated Sequence* menyebutkan ada lima proses penting dalam penyusunan pesan, agar dapat mempengaruhi orang lain yakni :

a. *Attention* (Menarik Perhatian Penonton)

*Attention* atau Perhatian merupakan awal dari rangkaian pesan persuasif, untuk dapat mempengaruhi orang lain maka yang dilakukan adalah merebut perhatian penonton terlebih dahulu. Bila perhatian penonton saja tidak dapat dialihkan, maka kemungkinan besar apa yang akan komika lakukan adalah hal yang sia-sia. Biasanya dapat dengan menggunakan metode mengaitkan topik dengan *audiens*, membuat pertanyaan mengejutkan, menyapa *audiens* atau menggunakan alat bantu dan masih banyak lagi.

1). Berinteraksi dengan *Audiens*

Berinteraksi dengan *Audiens* dalam penelitian ini yaitu bagaimana cara komika menarik perhatian penonton agar dapat terjadinya interaksi antara komika dan penonton, Berdasarkan hasil wawancara diatas informan menegaskan bahwa untuk dapat menarik perhatian penonton itu memerlukan suatu teknik penguasaan panggung, bisa dengan meningkatkan karisma pribadi yang percaya akan diri sendiri, saat komika percaya akan kemampuan diri sendiri dan nyaman membawakannya maka karisma akan terpancarkan dengan sendiri. Dan gestur, mimik serta verbal dan non-verbal lainnya akan terlihat baik saat ditampilkan. Hal ini menjelaskan bahwa saat menarik perhatian penonton bisa dilakukan dengan cara apapun, akan tetapi jika komika sendiri sudah percaya diri maka semua yang akan dibawakan menjadi nyaman saat ditampilkan.

Selanjutnya mengajak penonton untuk membahas sesuatu yang sedang menjadi fokus panca indra mereka serta interaksi dengan penonton, agar penonton merasa dilibatkan oleh komika dan tergerak untuk memperhatikan. Yang terpenting adalah memperkenalkan diri komika kepada penonton, ini dilakukan untuk membangun kedekatan antara komika dan penonton serta penonton mengetahui siapa yang sedang ada dihadapan mereka.

2). Yel-yel ciri khas

Pada yel-yel yang menjadi ciri khas akan menjelaskan mengenai apakah ada ciri khas tersendiri dari komika atau dari komunitas *stand up comedy* Palembang. Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan dengan informan, dapat dilihat bahwa untuk menarik perhatian penonton agar fokus penonton tertuju pada komika yang tampil yakni memerlukan suatu yel-yel, seperti yang ada pada komunitas *Stand Up Comedy* Palembang. Yel-yel ini memiliki makna tersendiri disetiap kata-katanya, "*Open Mic*" yang merupakan sebutan untuk penampilan komika yang sedang mencoba materinya, dan jawaban "*Pecah*" memiliki arti yakni pengharapan agar penampilan yang sukses dipenuhi dengan tawa. Untuk kata-kata "*Stand Up Comedy*" yang dijawab "*Bruwak-bruwak sih*" yang merupakan harapan dari komika bahwa *stand up* dapat menyebar luas kemanapun.

Yel-yel yang unik ini dimaksudkan agar penontonnya tertarik dengan penampilan komika, serta menjadi ciri khas dari komunitas ini. Yel-yel ini juga berfungsi untuk mengubah suasana yang semula membosankan atau tidak bersemangat, menjadi lebih *rileks* dan dapat membangun suasana yang penuh semangat selama acara berlangsung. Serta bisa membangkitkan keinginan penonton untuk memperhatikan, dan mendengarkan.

3). Penampilan yang Sempel

Penampilan yang simpel pada penelitian ini menjelaskan bagaimana penampilan komika saat tampil di atas panggung, apakah ada yang menjadi ciri khas dari komika

tersendiri. Ataupun komika menggunakan alat bantu / media untuk menunjang penampilan komika selama membawakan materi.

Dengan mewawancarai informan ditegaskan bahwa untuk menarik perhatian penonton dalam berpenampilah pada acara *stand up*, hanya menggunakan pakaian yang membuat komika merasa nyaman saja. Karena *stand up* tidak membebani para pelaku *stand up* dengan menggunakan pakaian serta alat-alat khusus yang harus digunakan untuk menunjang penampilannya. Dan pada *stand up comedy* juga tidak diperbolehkan untuk *traying to be funny*, ada saja komika yang menggunakan alat bantu untuk menunjang gimik mereka. Akan tetapi sangat sedikit ditemukan, karena *stand up lebih* kepada mengutarakan dan membela opini serta pandangan dari komika itu sendiri dan wajib bertanggung jawab terkait yang dibawakan.

#### 4). Materi Menarik

Materi menarik dalam penelitian ini adalah materi yang seperti apa yang dibawakan oleh komika untuk menarik perhatian penonton saat tampil. Dari hasil wawancara dengan beberapa informan, dalam menarik perhatian penonton. Informan menegaskan bahwa materi menarik yang komika pilih dalam memfokuskan perhatian bisa berupa plesetan, dan mengenai permasalahan diri komika sendiri. Yang diangkat menjadi materi serta dibawakan dengan sudut pandang komika, dalam memandang suatu permasalahan. Karena dirasa lebih nyaman saat dibawakan, dan lebih efektif dalam menarik perhatian penonton.

Salah satu contoh plesetan dengan menggunakan teknik *one liner* yakni seperti berikut :

Komika: “Makanan Palembang apa yang berasal dari Inggris ?” (*Set-Up*)

Komika : “Take One = Tekwan” (*Punchline*)

Analisis peneliti terhadap penelitian dilapangan, yakni bahwa untuk menarik minat serta perhatian penonton maka komika harus dapat memberikan materi yang menarik. Bisa dengan materi apapun yang komika rasa itu merupakan ciri khas dari komika sendiri, dan nyaman komika membawakannya. Agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif, dan sejalan dengan apa yang komika inginkan. serta membuat perhatian penonton dapat tertuju kepada komika.

#### b. Pemenuhan Kebutuhan Penonton

Setelah perhatian *audiens* sudah tertuju pada komika maka selanjutnya bangkitkan rasa kebutuhan penonton terhadap materi yang dibawakan oleh komika, yakni meyakinkan *audiens* bahwa materi ini penting untuk diperhatikan dan permasalahan dari penonton yang ingin mendapatkan suatu hiburan bisa dipenuhi oleh komika dengan materi yang dibawakan. Bisa dengan merangsang rasa ingin tahu penonton, Informasi berupa fakta, penyampaian pesan dengan ekspresi yang tepat guna meyakini penonton bahwa kebutuhannya akan hiburan akan terpenuhi.

##### 1). Merangsang Rasa Ingin Tahu

Merangsang rasa ingin tahu pada penelitian ini yakni bagaimana komika dalam membangkitkan keingin tahuan penonton terhadap materi yang dibawakan, sehingga penonton tersadar bahwa kebutuhan mereka dapat dipenuhi oleh komika.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa komika, komika menegaskan bahwa untuk dapat membangkitkan rasa ingin tahu penonton dengan menyajikan materi yang membangkitkan rasa penasaran penonton. Dengan didukung ekspresi wajah, gerak tubuh, *gesture* dan pemilihan kata yang membuat penonton bertanya-tanya mengenai materi yang diangkat.

##### 2). Informasi berupa fakta

Informasi berupa fakta ini ialah bagaimana komika dapat meyakini penonton bahwa informasi yang dibawakan adalah suatu kebenaran, untuk mendukung materi yang akan memenuhi kebutuhan penonton. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa komika, komika menegaskan bahwa untuk memenuhi kebutuhan penonton komika harus menyajikan suatu informasi yang sesuai dengan kenyataan. Walaupun untuk penyajiannya

dipanggung suatu fakta dimodifikasi dengan sedikit kebohongan-kebohongan kecil, agar membuat faktanya menjadi lucu. Dan didukung dengan penguasaan panggung yang selaras dengan materi, agar meyakinkan penonton dalam mencapai suatu kebutuhan yang mereka inginkan.

Analisis peneliti terhadap wawancara yang dilakukan dengan komika, menghasilkan bahwa informasi yang diberikan kepada penonton merupakan informasi berupa fakta yang benar adanya, dengan ditambahkan suatu humor untuk menghasilkan informasi yang lucu. Agar informasi tidak menjadi sesuatu yang membosankan, maka informasi disusun dengan ringkas yakni membuang kata-kata yang tidak diperlukan, untuk membuat informasi dapat dipercaya oleh penonton komika harus dapat membawakan materi dengan sungguh-sungguh. Yang dimaksud dengan sungguh-sungguh yakni, semua yang komika lakukan penuh perhitungan dan tersusun.

c. Pemuasan Penonton

Setelah menjelaskan kebutuhan pada tahap ini akan menjelaskan bagaimana untuk mencapai suatu kebutuhan itu, apa yang perlu dilakukan dan dipertimbangkan untuk mencapainya. Seperti dengan menggunakan teknik apa, serta bagaimana caranya. Bisa dengan formula apa yang komika gunakan untuk mencapai suatu tujuan dan masih banyak lagi.

1). Teknik yang Digunakan

Pada teknik yang digunakan ini menjelaskan teknik atau formula apa yang komika pakai untuk dapat memuaskan penonton. Dari beberapa komika yang peneliti wawancarai komika memiliki format tersendiri yang digunakan, mereka menggunakan teknik yang mereka rasa cocok dan nyaman saat mereka bawakan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa komika, komika menegaskan bahwa teknik atau formula yang digunakan oleh komika bervariasi sesuai dengan kenyamanan komika dalam membawakan. Ada beberapa komika lebih memilih materi yang ada disekitar mereka, permasalahan mengenai apa yang membuat mereka resah, seperti halnya *stand up*, merupakan suatu komedi yang mengangkat keresahan komikanya. Adapun komika yang lebih memilih teknik *Theater of mind* yang menggiring penonton masuk dalam imajinasi komika, dengan kepandaian komika dalam menyusun kata-kata serta gerakan agar penonton berpandangan seperti yang komika inginkan. Adapula yang menggunakan teknik *one liner* dengan aturan 10 detik pertama untuk menarik perhatian penonton, penggunaan aturan 10 detik pertama ini agar komika tertantang untuk dapat membuat sesuatu yang lucu dengan cepat dan dirasa efektif untuk dapat memuaskan penonton.

2). Penyampaian

Pada penyampaian menjelaskan mengenai penyampaian atau *delivery* yang seperti apa yang komika gunakan untuk dapat memuaskan penonton. Sesuai dengan capaian dialog yang pengkaji laksanakan dengan sejumlah, komika menegaskan bahwa komika lebih memilih membawakan materi dengan pembawaan marah yang menunjukkan keresahan mereka terhadap suatu permasalahan. Seperti yang komika selalu jelaskan bahwa materi yang mereka angkat merupakan hasil dari keresahan yang nyata, jadi mereka merasa lebih nyaman membawakan hal yang cocok dengan perasaannya dan yang dirasakannya.

d. Memvisualisasikan Pesan

Visualisasi upaya individu untuk menjelaskan hal baik barang ataupun kondisi dan peristiwa ke dalam pikiran dikatakan sebagai visualisasi, gambar yang diberikan pada pikiran dapat ditarik dari ingatan terdahulu dapat pula diperoleh dari melihat peristiwa sehari-hari. Adapun metode yang dimanfaatkan dalam mengawasi konsentrasi pikiran pada hal yang dikehendaki, seperti menggambarkan apa yang diinginkan kedalam pikiran.

Pada penelitian ini Visualisasikan yakni merupakan cara menggambar kepada *audiens* apa yang komika pikirkan, agar *audiens* dapat memiliki pemikiran serta gambaran yang sama terhadap apa yang dibayangkan oleh komika. Dan penonton dapat bertindak sesuai dengan

keinginan dari komika. Seperti membangun imajinasi penonton terhadap materi *stand up* dan masih banyak lagi.

1). Membangun Imajinasi Penonton

Pada tahap ini menjelaskan bagaimana komika dapat membangun imajinasi penonton terhadap materi yang dibawakan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa komika, komika menegaskan bahwa untuk membangun imajinasi penonton yakni dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang lengkap, materi yang *related* dengan penonton, bisa itu kegelisahan yang sedang dihadapi ataupun keresahan dilingkungan sekitar yang dirasa mudah untuk dimengerti penonton, dengan penyampaian yang informatif, penggunaan kata-kata yang lugas dan tidak bertele-tele. Serta dapat juga dengan memberikan penonton materi yang penonton mengerti lalu komika menggiring penonton dengan bercerita hingga masuk pada materi yang tidak terduga.

e. Tindakan

Ini merupakan langkah terakhir dalam urutan pesan persuasif Monroe, pada langkah ini komika harus dapat mendorong penonton agar mereka bertindak sesuai dengan yang komika inginkan. Seperti membangkitkan semangat penonton dan ajakan untuk tertawa.

1). Ajakan untuk Tertawa

Pada ajakan untuk tertawa ini menjelaskan apa yang komika lakukan untuk membangkitkan semangat penonton agar mereka tergerak untuk tertawa. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, komika menegaskan bahwasanya untuk dapat membangkitkan semangat penonton agar mereka tergerak untuk tertawa yakni bisa dengan memberikan *klimeks* atau puncak cerita yang mereka tidak menduganya. Dengan semangat keingin tahuan penonton terhadap alur cerita yang diberikan oleh komika, dan disajikan *punchline* yang tak terduga merupakan puncak dari penentuan penonton tergerak untuk tertawa atau tidak.

2). Mencairkan Suasana

Mencairkan suasana pada penelitian ini menjelaskan apa yang komika lakukan saat *punchline* yang dikeluarkan tidak lucu. Untuk mencairkan suasana biasanya komika menggunakan *bomb slide* agar suasana tidak terasa canggung, Sesuai dengan capaian dialog yang pengkaji laksanakan atas sejumlah komika menjelaskan bahwa, untuk mencairkan suasana yang terasa canggung dikarenakan *punchline* tidak berhasil biasanya komika menggunakan *bomb slide*. Yang merupakan loncatan atau sebuah kalimat atau kata yang bisa disiapkan ataupun bisa dikeluarkan secara spontan oleh komika. Seperti mengatakan dirinya tidak lucu, dan lain sebagainya.

2. Faktor yang Menghambat Komika dalam Menyampaikan Materi *Stand Up*

Komunikasi merupakan pertukaran pesan atau dapat dikatakan pengiriman pesan dari komunikator ke komunikan, begitu pula dengan komunikasi persuasif maka pesan yang terkandung dalam komunikasi persuasif ini diharapkan dapat merubah perilaku komunikan. Ketika komunikasi sedang berlangsung namun tidak mendapatkan respon dari komunikan sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator, maka komunikasi itu tidak efektif. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya hambatan yang terjadi saat komunikasi berlangsung.

Seperti yang dijelaskan pada teori Interaksi Simbolik Teori ini memfokuskan tentang bagaimana orang mengembangkan suatu konsep diri mereka, melalui proses komunikasi baik verbal maupun nonverbal guna memahami harapan orang lain. Yang mana komika mengembangkan dirinya dengan belajar dari pengalamannya baik verbal maupun nonverbal selama menjadi komika, guna memahami harapan dari penonton yakni terhibur dengan cara-cara tertentu.

Tentunya untuk memenuhi kebutuhan dari penonton agar mereka dapat bertindak sesuai dengan keinginan komika, maka komika memerlukan pesan yang bersifat persuasif guna mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam penyusunan pesan persuasif dapat diurutkan seperti urutan pesan yang paling terkenal dan yang paling dahulu yakni dikemukakan oleh Alan H.

Monroe, pada akhir tahun 1930-an disebut *Motivated Sequence* yang menyarankan lima proses dalam penyusunan pesan. Ialah *Attention* (Perhatian), *Need* (Kebutuhan), *Satisfaction* (Pemuasan), *Visualization* (Visualisasi), dan *Action* (Tindakan).

Dalam proses komika menyampaikan materi *Stand Up* dapat terhambat karna adanya faktor yang mempengaruhinya, dan ini akan berdampak buruk bagi penampilan komika. Adapun faktor yang menghambat komika dalam menyampaikan materi *Stand Up* yakni sebagai berikut :

a. *Hambatan Komunikasi dalam Menarik Perhatian*

Adapun dalam menarik perhatian penonton dapat terhambat karena adanya faktor yang mempengaruhi, seperti dari sisi komika *mic* terlalu jauh dari mulut bisa juga *mic* terlalu dekat, *sound* nya tidak terlalu jelas, komika terlalu banyak gerak, *lighting* yang terlalu redup ataupun tidak fokus, adapun dari sisi penontonnya yang fokus bermain hp, mengobrol dan masih banyak lagi.

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan, komika menegaskan bahwa yang menjadi faktor penghambat dalam menarik perhatian komika dapat disebabkan oleh dua sisi. Yakni bisa dari sisi komika dan dari sisi penonton, dari sisi komika terdapat hambatan teknis ialah diantaranya adalah *sound* yang terdengar tidak jelas, penggunaan *mic* yang salah, *lighting* yang tidak tepat. Adapun dari sisi penonton bisa disebabkan karena fokus perhatian penonton yang terpecah baik karena hp, pencahayaan yang terlalu redup, terlalu banyak suara yang menyebabkan fokus terbelah.

b. *Hambatan Komunikasi dalam Memenuhi Kebutuhan*

Yang menjadi faktor penghambat dalam memenuhi kebutuhan penonton karena informasi atau cerita yang disampaikan terlalu panjang, penyampaian komika terlalu cepat, artikulasi kurang baik, bahasa kurang tepat dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, komika menegaskan bahwa faktor yang menghambat komika dalam memenuhi kebutuhan penonton yakni terdapat hambatan semantik yang mana, cerita yang dibawakan oleh komika terlalu panjang yang dapat menimbulkan kebosanan, kurangnya penguasaan panggung yang menyebabkan penampilan komika tidak menarik, artikulasi dan pemilihan kata yang tidak jelas, komika yang terkesan menghafal materi, pemilihan simbol yang digunakan tidak tepat menyebabkan materi yang disampaikan akan sulit dipahami oleh penonton. Serta komika terlalu banyak gerak dan tertawa terkesan tidak meyakinkan dalam pembawaan materi. komika sangat terlihat saat menguasai materi atau tidak, saat komika tidak menguasai materi seringkali pembawaan komika menjadi canggung, blank, dan penguasaan panggung tidak maksimal.

c. *Hambatan dalam Pemuasan*

Dalam tahap pemuasan juga terdapat faktor yang bisa menghambat pesannya sampai ke penonton. Diantaranya seperti terjadinya kesalahpahaman penonton dalam menangkap makna yang dikirimkan oleh komika, dan lain sebagainya. Sesuai capaian dialog yang pengkaji laksanakan pada sejumlah komika, komika menegaskan bahwa faktor yang menghambat dalam tahap pemuasan yakni adanya hambatan demografis ialah dikarenakan sudut pandang yang berbeda, yang menyebabkan komika harus dapat membuat penonton memandang masalah dari sudut pandang komika, maka untuk membuat penonton memiliki pandangan yang sama dengan komika diperlukan cara penyampaian yang tepat. Yakni komika harus mengenali segmen penontonnya dari segi umur, jenis kelamin, latar belakang dan lainnya. Agar komika tahu harus menempatkan cara penyampaian yang seperti apa, untuk penonton yang bagaimana.

d. *Hambatan dalam Memvisualisasikan Pesan*

Adapun dalam tahap Visualisasi yang menjadi faktor yang menghambat yakni, informasi yang kurang lengkap, komika tidak menggunakan kata-kata yang tepat untuk menjelaskan materi agar penonton dapat dengan mudah memahami, dan materi yang dibawakan tidak *related* dengan penonton.

Sesuai dengan capaian dialog yang sudah pengkaji laksanakan, komika menegaskan bahwa dalam memvisualisasikan atau menggambarkan suatu materi dapat terhambat karena adanya gangguan psikologis bisa karena rasa gugup, yang akan menyebabkan informasi yang dikirimkan oleh komika ke penonton menjadi terbata-bata bisa juga kurang lengkap dan tidak jelas. Adapun faktor lain yakni disebabkan oleh materi yang tidak *related* dengan penonton, menjadikan penonton kesusahan untuk membayangkan apa yang diinginkan oleh materi yang telah diberikan oleh komika, serta faktor lainnya bisa karena pemilihan kata yang kurang tepat bisa karena kata-kata yang dipilih memiliki arti ganda. Dapat menyebabkan kesalah pahaman penonton terhadap apa yang diinginkan disampaikan oleh komika.

e. Hambatan dalam Membuat Tindakan

Pada tahap akhir ini yakni *action* atau tindakan merupakan tahap penentu dalam penampilan komika selama penyampaian materi, pada tahap ini keinginan komika untuk bisa merubah emosi penonton harus bisa terlaksana. Tentunya ada faktor yang dapat menghambat pesan tersampaikan dengan baik kepada penonton, diantaranya.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, komika menegaskan bahwa yang menjadi penghambat pesan tersampaikan dengan baik kepada penonton yakni adanya hambatan fisik seperti gangguan yang tak terduga dari luar bisa dikarenakan penonton yang jail, terlalu banyak suara, suara komika tidak terdengar dengan jelas oleh penonton, *punchline* yang terdengar seperti suatu informasi. Dan bisa juga dikarenakan terlalu banyak kegiatan yang dilakukan didalam satu ruangan, dikarenakan *stand up* yang diadakan ditempat umum atau *café* dan lain sebagainya. Ada baiknya *stand up* dilakukan diruangan, serta orang yang menonton *stand up* adalah orang yang siap menonton dan hanya fokus pada komika. Jika diadakan ditempat umum dapat menyebabkan suara tawa penonton tidak terkumpul, penonton juga menjadi kehilangan fokus perhatiannya terhadap komika. Sehingga menjadi sulit mendapatkan tawa dari penonton.

3. Komunikasi Cerdas Komika

Pada hakikatnya komunikasi merupakan suatu proses pertukaran makna, pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dan sebaliknya, dengan menggunakan bahas ataupun simbol-simbol sebagai alat penyalurnya, agar terjadinya persamaan makna antara pelaku komunikasi (komika) dengan komunikan (penonton) sehingga terjadi suatu interaksi dan persuasif yang baik dalam suatu proses komunikasi.

Definisi dari cerdas sendiri merupakan kemampuan, ketajaman pikiran, dapat menganalisis dengan baik mengenai suatu hal atau menganalisis sesuatu sesuai dengan ruang lingkup permasalahan ataupun persoalan. Orang yang bersikap cerdas maka akan memikirkan serta mempertimbangkan apapun yang akan dilakukannya.

Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan oleh komika kepada penonton dapat dikatakan sebagai komunikasi cerdas, karena lawakan tunggal atau sering disebut dengan *Stand up comedy* merupakan komedi tunggal yang dilakukan oleh seorang komika diatas panggung dengan menampilkan materi dengan cara bermonolog, komedi ini dikatakan sebagai komunikasi cerdas akan tetapi tidak bermaksud untuk mendiskreditkan lawakan ataupun komedi lainnya. Pada komedi ini disebut sebagai komedi cerdas karena materi yang ditampilkan oleh seorang *comic* merupakan hasil dari buatan komika sendiri melalui pengamatan, menganalisis, disusun dan disampaikan dengan humor kepada penonton.

Adapun materi yang dibawakan seringkali mengandung makna tersendiri yang ingin disampaikan oleh komika kepada penonton, seperti berupa kritik terhadap permasalahan yang sedang terjadi dilingkungan masyarakat ataupun pemerintahan dan berbagai persoalan ataupun keresahan lainnya. Karena itu komika sangat berhati – hati dalam membuat serta menyusun materi, untuk itu materi yang akan dibawakan komika sudah melalui banyak tahapan agar dapat disampaikan dengan baik kepada penonton.

Hal ini dilakukan agar isi terpenting dari materi tidak hilang, akan tetapi penonton

menerimanya dengan ringan karena dibalut dengan suatu humor serta candaan. Maka komika memerlukan banyak referensi terhadap segala hal yang ingin komika bawakan, agar materi yang ditampilkan tidak terkesan berisi suatu *hoaks*.

*Stand up* ini juga memiliki cara tersendiri dalam penyampaiannya, selain materi yang memiliki suatu maksud tertentu yang menonjolkan sudut pandang seorang komika itu dalam memandang permasalahan.

*Stand up* juga memiliki formula tersendiri dalam penyusunan materinya agar terstruktur dan rapi saat ditampilkan.

Seperti yang dikatakan oleh Pandji Pragiwaksono (2012) cara penyampaian pesan *stand up comedy* berbeda, dengan muatan kritik dan sindiran terhadap pemerintahan ini membuktikan bahwa *stand up comedy* berani mengambil resiko dan menjunjung nilai demokrasi yang ada di Indonesia.

Komedi jenis *stand up* ini juga berbeda dengan lawakan lainnya yang ada di Indonesia, bila lawakan lain menampilkan suatu lawakan ataupun cerita hingga melakukan apapun asalkan membuat tawa. Akan tetapi pada komedi *stand up* ini komika harus memiliki suatu materi yang sudah matang serta telah tersusun dengan baik untuk ditampilkan kepada penonton.

Materi yang matang diambil dari materi baru yang telah dibuat komika dan materi baru tersebut dibawakan atau seperti diujikan untuk ditampilkan pada *open mic* yang merupakan penampilan komika dalam menguji materi. Saat materi sudah dirasa matang dapat membuat penonton tertawa dan cara pembawaan sudah tepat, maka materi akan dipersiapkan untuk dibawakan pada acara – acara besar ataupun berbayar.

Serta pada lawakan lainnya ada yang menggunakan busana atau pakaian hingga atribut yang lucu, berbeda pada *stand up* tidak. Komika boleh membawa atribut tetapi hal ini bukan masuk jenis *stand up* saat komika membawakan suatu hal yang sengaja dibuat-buat agar lucu seperti pakaian badut dan lain sebagainya. Komika dibebaskan berpakaian asalkan sopan dan nyaman dibawakan, berbeda jika pada acara-acara formal maka jika diharuskan berjas komika akan berpakaian formal. Karena *stand up* lebih menonjolkan materi yang dibawakan setra sudut pandang komikanya, maka dari itu *stand up* yang menjadi nilai jual adalah sudut pandang komika dengan materi serta pembawaan yang tepat.

Dalam menonton *stand up* ini penonton akan diajak untuk tertawa serta berpikir dalam waktu bersamaan, bukan hanya mendapatkan suatu hiburan tapi juga penonton akan mendapatkan wawasan lebih luas lagi mengenai berbagai hal. Dan penonton akan dibuat lebih peka serta melek lagi akan fenomena hingga persoalan yang terjadi dilingkungan sekitar.

Adapun orang-orang pelaku *stand up* dapat dikategorikan dalam orang-orang yang berpikiran kritis, karena komika untuk mempunyai serta membuat materi mereka akan lebih peka terhadap lingkungan sekitar, persoalan yang tengah hangat hingga fenomena yang terjadi di negara sampai masyarakat. Serta dalam dunia perkomedian ini yang menjadi seorang komika memiliki beragam latar belakang yang berbeda-beda dengan berbagai sudut pandang, ada mahasiswa, guru, dosen, polisi, satpam dan masih banyak lagi.

Salah satunya yakni komika Kiki Saputri atau Rizhky Nurasly Saputri, S.Pd., yang mulanya adalah seorang guru dan beliau aktif mengikuti komunitas *Stand Up* pada tahun 2017 dan kiki sering menjuarai beberapa lomba kompetisi *Stand Up* dan menjadi finalis di *Stand Up Comedy Academy* (Musim 4) yang di adakan di Indosiar pada tahun 2018. Saat ini kiki merupakan komika terkenal di Indonesia yang sering diundang oleh para etinggi negara, acara-acara besar perusahaan, acara Tv dan masih banyak lagi.

Kiki dikenal dan disukai karena cara pembawaan materi dalam *Stand Up* nya tersusun dengan rapi serta hampir setiap penampilannya mendapatkan tepuk tangan hingga tawa pecah dari penonton. Dan juga kiki terkenal sebagai komika yang berani dalam membawakan materi dengan cara meroasting orang, sudah banyak publik figur yang di roasting oleh komika kiki seperti jajaran menteri kabinet Jokowi, para pengusaha besar di Indonesia, Artis, dan orang-orang terkenal lainnya. Roasting yang merupakan bagian dari *stand up comedy*.

Kiki membawakan materi dengan menampilkan sejumlah kalimat sindiran, yang mana semua materi merupakan hasil riset yang telah dilakukannya sebelum tampil sehingga materi serta penampilan telah tersusun. Contoh roasting dan isi materi komika kiki yang mengandung makna serta maksud tersendiri yang ingin disampaikannya kepada penonton. Salah satunya yakni roasting terhadap menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yakni Erick Thohir.

Dalam penampilannya kiki menyinggung mengenai Erick Thohir yang memiliki empati yang sangat besar terhadap rakyat yakni meminta maaf perihal kenaikan Pertamina, akan tetapi hal tersebut dilanjutkan oleh kiki yakni yang mengatakan bahwa. *“Apakah masyarakat bisa beli bensin dengan minta maaf saja”* sontak saja hal ini membuat semua orang tercengang dan langsung memikirkan fenomena yang tengah terjadi. Dan selanjutnya isi dari penampilan komika kiki mengangkat perihal pejabat yang rebutan kursi, serta pembahasan mengenai bagi-bagi jabatan yang dilakukan oleh menteri BUMN Erick Thohir. Hal ini merupakan salah satu materi yang dibawakan serta ditampilkan komika kiki terhadap menteri, masih banyak menteri-menteri lainnya dan petinggi lain yang menjadi korban roasting kiki.

Akan tetapi sebelum materi dibawakan komika tentunya sudah menganalisis terlebih dahulu apa yang akan mereka tampilkan, dan juga materi sebelum dibawakan telah diberikan atau diperlihatkan terlebih dahulu kepada korban untuk dimintai persetujuan mengenai berkenan atau tidaknya korban yang akan di roasting oleh komika.

Dalam hal ini sudah menggambarkan mengapa *Stand Up* dapat dikatakan komedi cerdas serta mengapa komedi ini berbeda dengan lawakan lain yang ada di Indonesia, terlihat dari seberapa matang materi, komika, penguasaan panggung, pembawaan serta semua yang dilakukan telah terstruktur dengan baik agar pesan serta makna yang disampaikan oleh komika dapat di pahami dan dapat membuat penonton terhibur.

#### 4. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan peneliti tentang “Komunikasi Cerdas Komika pada Penonton dalam Penyampaian Materi *Stand Up Comedy*” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Komunikasi komika pada penonton dalam menyampaikan materi *Stand Up Comedy* memperhatikan beberapa sisi dalam penyampaian pesan, diantaranya ialah. *Attention, Need, Satisfaction, Visualization* dan *Action*. Dalam mempersuasi yang menjadi fokus utama komika yakni Materi dan *Delivery* (Cara penyampaian). Karena pada *stand up* yang menjadi kunci utama ialah materi, materi tidak akan tersampaikan dengan baik tanpa bantuan *Delivery* yang tepat.

Faktor yang menghambat komika dalam menyampaikan materi *Stand Up* terdapat pada beberapa tahapan saat mempersuasi yakni, pada proses menarik **Perhatian** adanya hambatan teknis, dalam pemenuhan **Kebutuhan** ada hambatan semantik, pada saat **Pemuasan** terdapat hambatan demografis, pada proses **Visualisasi** terdapat hambatan psikologis, dan pada tahapan yang terakhir yakni **Aksi** adanya hambatan fisik.

*Stand Up Comedy* disebut sebagai komunikasi cerdas karena, dalam penampilannya *stand up* menyajikan suatu materi yang memiliki makna tersendiri yang ingin disampaikan oleh komika kepada penonton. Maka penonton yang menyaksikan *stand up* untuk mendapatkan suatu hiburan dalam komedi ini, harus memproses materi yang diberikan dengan berpikir terlebih dahulu guna mencapai maksud hiburan tersebut. Serta dari segi penampilan komika baik materi hingga pembawaan di atas panggung semua tersusun, tidak menyajikan suatu kekonyolan. Dan yang menjadi nilai jual *stand up* yakni, sudut pandang komika yang berbeda-beda dalam memandang suatu persoalan.

#### Ucapan Terimakasih

Terimakasih penulis ucapkan kepada diri sendiri yang telah berhasil melalui proses hingga dititik ini. Kemudian, penulis ucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah selalu memberi dukungan dan doa, terimakasih juga kepada keluarga, sahabat, teman-teman dan narasumber yang telah bersedia membantu, serta penulis ucapkan terimakasih kepada para dosen-dosen yang telah membagi ilmunya sehingga dapat membantu menyelesaikan penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Yeni Nia. (2019). *Sense Of Humor* pada Komika di Komunitas *Stand Up Comedy* Kota Palembang. UIN Raden Fatah Palembang.
- Chriswindari, Benedicta Rosaria. (2018). Analisis Resepsi Komunitas *Stand Up Comedy* Salatiga terhadap Vidio Unggahan Beda Media tentang *Stand Up Comedy* Joshua Suherman. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Cangara, Hafied. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: RajawaliPers.
- Cangara, Hafied. (2018). Pengantar Ilmu Komunikasi. Depok: RajawaliPers.
- Damayanti, Irna. (2018). Komunikasi Persuasif Orang Tua pada Anak dalam Meningkatkan Minat Belajar Membaca Al-Qur'an (Studi di Desa Aringin Kecamatan Karang Dapo Kabupaten Musi Rawas Utara Sumatera Selatan). UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Deanawa, Narenda Aulia. (2015). Analisis Kebutuhan Informasi (Information Nedd Assesment) Lansia di Kota Surabaya. Universitas Airlangga.
- Dean, Greg. (2012). *Step by Step to Stand-Up Comedy*. Jakarta: Bukune.
- Hendri, Ezi. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Dina Novita, Yenrizal, & Badarudin Azarkasyi. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI SIARAN TVRI SUMATERA SELATAN SEBAGAI TELEVISI PUBLIK. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(01).
- Dwi Nur Alim, & Rina Pebriana. (2022). Strategi RRI PRO2 STRATEGY IN INCREASING MILENIAL LISTENERS IN THE CITY OF PALEMBANG. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 01(01).
- Damayanti, Indah. Sri Hadiati Purnamasari. (2019). Hambatan Komunikasi dan Stres Orang Tua Siswa Tunarungu Sekolah Dasar. Vol.3, No. 1, April 2019: hal 1-9
- Hilmawan, Nur. (2018). Pengaruh Penerapan Metode Ice Breaking (Yel- Yel) Terhadap Hasil Belajar Keterampilan Membaca Bahasa Indonesia Siswa Kelas III SDI Sumbang Jawa 1 Kecamatan Mamajang Kota Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Jufrizal, & Fera Indasari. (2021). KOMUNIKASI PERSUASIF ANTARA GURU DAN SISWA (PENELITIAN DI MAN 1 PIDIE JAYA). *Jurnal Tabayyun*, 2(02), 1–13.  
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tabayyun/article/view/11595>
- Jurnal Octastastefani, Theresia, Kusuma, Bayu Mitra A. (2020). *Satu Dekade Stand-Up Comedy Indonesia: Anak Muda, Kreativitas Humor, dan Kritik Politik*. Vol.1, No. 1, Oktober 2020.  
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/issue/view/1031>.
- Littlejohn, Stehen W. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: SalembaHumanika.
- Lestari, Ullul Azmi. (2016). Proses Komunikasi Intrapersonal Komika dalam Mengangkat Isu Materi *Stand Up Comedy* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Komunitas *Stand Up Comedy* UIN Jogja). UIN Yogyakarta.
- Mikawati, Rista. (2019). Pola Komunikasi Persuasif Customer Service dalam Mmemberikan Pelayanan kepada Nasabah (Studi pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang). UIN Raden Fatah Palembang.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta:Kencana Prenada Media Grup.
- Mulyana, Deddy. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung:PT.Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Oki. (2017). *Gaya Komunikasi Comic Komunitas Stand Up Indo* PKU Pekanbaru Vol.4 No.1 (2017).
- Nugroho, P. (2012). *Potret Stand Up Comedy Strategi Menjadi Comedian* Handal. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Novitasari, Tita. (2015). Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi Orang Tua dan Anak dalam Menanamkan Pengetahuan Bahasa Daerah (Studi pada warga suku jawa di kelurahan jawa samarinda). Vol 3, No2, 2015.
- Putri, Frieda Isyana, Dkk. (2015). Teknik Teknik Persuasif dalam MediaSosial (Studi Analisis Isi Kualitatif pada Akun Mentor ParentingAyah Eby di YouTube). Vol. No.(2015).<https://media.neliti.com/media/publications/185258-ID-teknik-teknik-persuasif-dalam-media-sosi.pdf>
- Pratama, Novi Wahyu. (2018). Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kesehatan Lingkungan di Desa Rejeni Krembung Sidoarjo. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Papana, R. (2012). Kiat Tahap Awal Belajar Stand Up Comedy Indonesia-Kitab Suci. Jakarta: Mediakita.
- Papana, R. (2016). *Stand Up Comedy* Indonesia. Jakarta: Elex MediaKomputindo
- Pragiwaksono, Pandji. (2012). Merdeka dalam Bercanda. Yogyakarta.Bentang.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2015). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. RemajaRosdakarya
- Sepriadi Saputra, & Fera Indasari. (2022). Komunikasi Nonverbal Dalam Strategi Marketing Lowbudget Red Bull. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi*, 9(2), 545–552.
- Siti Munawaroh, Reza Aprianti, & Putri Citra Hati. (2022). Komunikasi Persuasif Antara Konselor dan ODHIV dalam Pelayanan VCT di Puskesmas Dempo Palembang. *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(1), 70. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/12552/4956>
- Simanullang, Erik Pandapotan. (2014). Komunikasi Persuasif. Universitas Riau.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Bandung:Alfabeta.
- Suwendra, Wayan. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif dalam IlmuSosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan. Nilacakra Publishing House.
- Syariful Huda, Reza Aprianti, & Gita Astrid. (2022). Interpersonal Communication of Parents in Participating in Building Positive Character in Their Children At Islamic Boarding School (Studi at Al-Falah Islamic Boarding School Sukamaju Babat Supat Musi Banyuasin). *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 1(01), 38–46. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom/article/view/12701>