

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan agar mempermudah peneliti dalam mendapatkan informasi seputar *Stand Up Comedy* dan dalam menentukan buku acuan yang tepat. Beberapa peneliti ternyata tertarik untuk mengulas hal-hal yang berkenaan dengan komunikasi dan *Stand Up comedy* yang berwujud pada analisis skripsi.

2.1.1.1 Komunikasi Antar Pribadi Komunitas *Stand Up Comedy* Dalam Membangun Mental Dan Teknik Komika Baru (Studi Pada Komunitas *Stand Up Comedy* Indo Lampung)

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi pada sebuah komunitas ataupun organisasi tentunya memerlukan komunikasi antar pribadi setiap anggotanya, seperti yang terdapat pada komunitas *Stand Up Comedy* Indo Lampung. Komunitas tersebut memerlukan sebuah komunikasi efektif dan efisien untuk membangun mental dan teknik komika. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan komunikasi antar pribadi komunitas *Stand Up Comedy* dalam membangun mental dan teknik komika baru.

Objek dalam penelitian ini yaitu para komika baru komunitas *Stand Up Comedy* Indo Lampung. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori konstruktivistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam membangun mental dan teknik dapat melalui komunikasi antar pribadi antara komika senior dengan komika baru dalam kegiatan *open mic* dan juga *sharing comic*. Disimpulkan bahwa komunikasi antar pribadi komunitas *Stand Up Comedy* Indo Lampung pada komika baru dapat berjalan dengan baik dengan terciptanya *feedback* antara komika senior dengan komika baru dalam prosesnya membangun mental dan teknik, serta terlaksananya 5 aspek komunikasi yang diterapkan oleh para komika. Proses terbangunnya mental dan teknik pada komika baru pada kegiatan *sharing comic* juga sesuai dengan bagaimana yang terdapat pada teori konstruktivisme.

2.1.1.2 Gaya Komunikasi *Comic* Komunitas *Stand Up* Indo PKU Pekanbaru

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi sejak berkembangnya *Stand Up Comedy* di Indonesia membuat munculnya berbagai komunitas pecinta *Stand Up Comedy* yang terbagi di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk kota Pekanbaru. Di Kota Pekanbaru sendiri komunitas *stand up comedy* berdiri pada bulan November tahun 2011, yang pada awal berdirinya hanya beranggotakan 9 orang. Hingga saat ini memiliki 31 orang anggota aktif di dalam komunitas yang di beri Nama *Stand Up Indo* PKU ini. Pelaku *Stand Up Comedy* ini biasa disebut dengan *comic*. Dalam setiap penampilannya, *comic-comic* biasanya memiliki teknik tersendiri dalam menyampaikan materi *Stand Up Comedy* yang dimilikinya. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Gaya komunikasi *comic* komunitas *Stand Up Indo* PKU Pekanbaru.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan pemilihan informan menggunakan teknik *purposive*, yaitu satu orang ketua internal, dan tiga orang anggota komunitas *Stand Up Indo* PKU. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, serta dokumentasi. Untuk teknik analisa data, mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman. Dan untuk pemeriksaan keabsahan data menggunakan tehnik perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan teknik *Stand Up Comedy* yang digunakan para *comic* komunitas *Stand Up Indo* PKU berbeda-beda. Diantaranya teknik *riffing*, *act out*, *rule of three*, *one liner* dan *roasting*. Akan tetapi diantara beberapa tehnik tersebut, teknik *riffing* adalah tehnik yang selalu dibawakan *comic-comic* komunitas *Stand Up Indo* PKU pada saat penampilannya. Selanjutnya, Gaya komunikasi yang dikembangkan komunitas *Stand Up Indo* PKU diantaranya adalah gaya dramatis atau *dramatic style*, gaya animasi atau *animated style* dan gaya berkesan atau *impression style*.

2.1.1.3 Proses Komunikasi Intrapersonal Komika Dalam Mengangkat Isu Materi *Stand Up Comedy* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Komunitas *Stand Up Comedy* UIN Jogja)

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi adanya fenomena hiburan baru dalam bentuk *Stand Up Comedy* yang menarik perhatian banyak orang. *Stand Up Comedy* menjadi acara favorit banyak orang, tetapi ini membuat banyak komika berpikir bagaimana membuat materi baru dan menghibur publik. Dalam penelitian ini dijelaskan tentang bagaimana proses komunikasi komika intrapersonal dalam mengembangkan masalah membuat bahan *Stand Up Comedy*, menggunakan tiga teori

humor, yaitu teori superioritas dan degradasi, teori biosisasi dan teori sekresi penghambatan. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi intrapersonal komik dari komunitas *Stand Up Comedy* UIN Jogja dalam mengembangkan masalah materi pembuatan bahan *Stand Up Comedy*.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, dimana subjeknya adalah tiga komik dari komunitas *Stand Up Comedy* UIN Jogja yang pernah diundang untuk melakukan *Stand Up Comedy*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses komunikasi intrapersonal komik mengembangkan masalah pembuatan bahan *Stand Up Comedy* dengan tiga teori humor di atas menunjukkan kesamaan melalui empat tahap yaitu sensasi, persepsi, memori dan berpikir. Dalam fungsi berfikir, peneliti menemukan informan cenderung menggunakan fungsi berpikir untuk pengambilan keputusan.

Tabel 2.1

Matriks Penelitian terdahulu dalam pendekatan Kualitatif

Komunikasi Antar Pribadi Komunitas *Stand Up Comedy* Dalam Membangun Mental Dan Teknik Komika Baru
(Studi Pada Komunitas *Stand Up Comedy* Indo Lampung)

No.	Item	Peneliti 1
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Mokhamad Ilham Suci, 2017, Komunikasi Antar Pribadi Komunitas Stand Up Comedy Dalam Membangun Mental Dan Teknik Komika Baru (Studi Pada Komunitas <i>Stand Up Comedy</i> Indo Lampung) Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bandar Lampung
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan yang hendak dicapai dalam rangka penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi antar pribadi komunitas <i>stand up comedy</i> dalam membangun mental dan teknik pada komika baru
3.	Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif
4.	Teori	Teori yang dijadikan sebagai landasannya adalah Teori Belajar Konstruktivistik
5.	Hasil Temuan Penelitian	Komunikasi Antar Pribadi komunitas <i>Stand Up Comedy</i> Indo Lampung dalam

		membangun mental dan teknik <i>stand up comedy</i> pada komika baru, pada dasarnya dapat dilakukan melalui kegiatan <i>open mic</i> dan juga <i>sharing comic</i> dengan komunikasi antar pribadi langsung oleh komika senior kepada komika baru. <i>Open mic</i> sebagian besar digunakan untuk melatih mental para komika, sedangkan <i>sharing comic</i> digunakan untuk melatih teknik dan juga penulisan materi.
6.	Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi permasalahan dan objek yang diteliti, sedangkan persamaannya pendekatan yang digunakan sama-sama memfokuskan pada pendekatan kualitatif.
7.	Kritik	Untuk Penelitian ini hanya terfokus pada komunikasi antar pribadi komunitas <i>Stand Up Comedy</i> dalam membangun mental dan teknik komika.

Tabel 2.2
Matriks Penelitian terdahulu dalam pendekatan Kualitatif
(Gaya Komunikasi *Comic Komunitas Stand Up Indo* PKU Pekanbaru)

No.	Item	Peneliti 2
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Oki Muhammad, 2017, Gaya Komunikasi <i>Comic Komunitas Stand Up Indo</i> PKU Pekanbaru Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan yang hendak dicapai dalam rangka penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi <i>comic</i> komunitas <i>Stand Up Indo</i> PKU Pekanbaru.
3.	Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif
4.	Teori	Teori yang dijadikan sebagai landasannya adalah <i>Symbolic Convergence Theory</i> ,
5.	Hasil Temuan Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan teknik <i>Stand Up Comedy</i> yang digunakan para <i>comic</i> komunitas <i>Stand Up Indo</i> PKU berbeda-beda. Diantaranya teknik <i>riffing</i> , <i>act out</i> , <i>rule of three</i> , <i>one liner</i> dan <i>roasting</i> . Akan tetapi diantara

		beberapa teknik tersebut, teknik <i>Riffing</i> adalah tehnik yang selalu dibawakan <i>comic-comic</i> komunitas <i>Stand Up Indo</i> PKU pada saat penampilannya.
6.	Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian ini adalah objek yang diteliti, sedangkan persamaannya pendekatan yang digunakan sama-sama memfokuskan pada pendekatan kualitatif.
7.	Kritik	Kurangnya keragaman sumber informan yang di jadikan objek penelitian

Tabel 2.3

**Matriks Penelitian terdahulu dalam pendekatan Kualitatif
Proses Komunikasi Intrapersonal Komika Dalam Mengangkat Isu Materi *Stand Up Comedy* (Studi Deskriptif
Kualitatif pada Komunitas *Stand Up Comedy* UIN Jogja)**

No.	Item	Peneliti 3
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Ullul Azmi Lestari, 2016, Proses Komunikasi Intrapersonal Komika Dalam Mengangkat Isu Materi <i>Stand Up Comedy</i> (Studi Deskriptif Kualitatif pada Komunitas <i>Stand Up Comedy</i> UIN Jogja) Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses komunikasi intrapersonal komika dalam mengangkat isu materi <i>Stand Up Comedy</i> pada komunitas <i>Stand Up Comedy</i> UIN Jogja.
3.	Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif
4.	Teori	Teori yang dijadikan sebagai landasannya adalah Komunikasi Intrapersonal, Teori Humor (teori superioritas dan degradasi, teori biosisasi dan teori

		pelepasan inhibisi)
5.	Hasil Temuan Penelitian	Dari ketiga teori yang digunakan untuk penelitian, menunjukkan adanya kesamaan pada proses komunikasi intrapersonal masing-masing informan. Dua informan lebih sering menggunakan teori superioritas dan degradasi, dan satu informan lebih sering menggunakan teori pelepasan inhibisi untuk diangkat kedalam materi <i>Stand Up Comedy</i> .
6.	Perbedaan	Perbedaan dengan penelitian ini adalah dari segi permasalahan dan objek yang diteliti, sedangkan persamaannya pendekatan yang digunakan sama-sama memfokuskan pada pendekatan kualitatif.
7.	Kritik	Kurang memahami psikologis para informan, karena penulis kurang bersosialisasi secara mendalam

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan komunikasi akan timbul jika seorang manusia mengadakan interaksi dengan manusia lain, jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi timbul sebagai akibat dari adanya hubungan social. Pengertian tersebut mengandung arti bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok.

Komunikasi atau *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama makna. (Effendi, 2005:9) Menurut Hovland, Jenis dan Kelley komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain (Arni M, 2005:9). Sehingga komunikasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu untuk menyampaikan pesan atau informasi terhadap komunikan sehingga menimbulkan stimulus atau rangsangan dan mampu mempengaruhi tingkah laku seseorang.

Untuk dapat berkomunikasi dengan baik dan efektif, kita dituntut untuk tidak hanya memahami prosesnya, tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif. Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi bersifat dua

arah yaitu dimana makna yang distimulasikan sama atau serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator atau pengirim pesan.

Menurut Ruslan (2006:83) bahwa:

“Komunikasi merupakan alat yang penting dalam fungsi *public relations*.”

Publik menaungi dan menghargai suatu kinerja yang baik dalam kegiatan komunikasi secara efektif dan sekaligus kinerja yang baik tersebut untuk menarik perhatian publik serta tujuan penting yang lainnya dari fungsi *public relations*.

Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* (Effendy, 2005: 10), mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*” atau “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- a. Pengirim Pesan atau Komunikator (*Communicator, Source, sender*)
- b. Pesan (*message*)
- c. Media (*channel*)
- d. Penerima Pesan atau Komunikan (*Communicant, Communicate, Receiver, Recipient*)

e. Efek atau Umpan Balik (*Effect, Impact, Influence, Feedback*)

Jadi paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2007:10)

Berdasarkan kutipan-kutipan di atas, komunikasi dapat disimpulkan merupakan kegiatan interaksi yang dilakukan dari satu orang ke orang lain, sehingga akan tercipta persamaan makna dan tercapai satu tujuan.

2.2.1.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya. Proses komunikasi, banyak melalui perkembangan. Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi. (http://id.wikipedia.org/wiki/Teori_komunikasi (Diakses pada tanggal 3 Maret 2020. Jam 23:18)). Dengan kata lain proses komunikasi juga akan menentukan keberhasilan komunikator terhadap pesan yang disampaikan kepada komunikan sehingga mendapatkan *feedback* dari komunikan.

Menurut Arifianto (2014:82) dalam proses komunikasi *Stand Up Comedy* ada beberapa tahap diantaranya adalah:

a) Tahap *open mic*

Di dalam tahap *open mic* merupakan tahap ujian bagi para *comic amatir* atau *comic* baru untuk menuju dunia profesional. Karena ini bertujuan untuk menguji kemampuan para *comic* melempar materi – materi yang lebih *fresh*. Dengan menggunakan para *comic* baru atau *new comers performance* sebagai pembukaan sehingga mampu membuat *audiens* merasa tertarik dan tertantang untuk melakukan *open mic* dalam satu panggung.

b) Tahap *Review*

Tahap *Review* adalah tahap untuk melihat kejadian masa lalu. Di dalam tahap ini seorang pembawa acara *Stand Up Comedy* melakukan *flashback* terhadap cerita yang telah disampaikan oleh *comic* baru. Karena cerita yang disampaikan oleh *comic* baru kurang bagus dan kurang bisa menarik perhatian *audiens*. Maka seorang pembawa acara *Stand Up Comedy* melakukan tugasnya yaitu *me-review* kembali materi cerita yang telah disampaikan oleh *comic* sebelumnya.

c) Tahap *Closing Line*

Pada tahap ini merupakan tahap yang ditunggu-tunggu oleh para *audiens* yaitu *closing line* yang berarti tahap *joke* terakhir dari penampilan *comic* yang harusnya mendapat sambutan besar. Dalam tahap ini *senior performance* melakukan tugasnya sebagai *closing line*. *Comic senior* akan

tampil dengan menggunakan materi – materi dari *comic* baru namun dikemas lagi sehingga materi yang disampaikan lebih menarik. Pada tahap *closing line* terdapat dua tahap yaitu :

1) *Rewrapping Stand*

Rewrapping Stand merupakan proses pengemasan materi cerita dari *comic senior* terhadap materi yang telah disampaikan oleh *comic amatir*. Sehingga pada tahap ini membutuhkan kecerdasan dan kreatifitas seorang *comic senior* dalam mengemas sebuah materi yang telah disampaikan oleh *comic amatir* untuk membuat materi yang disampaikan lebih menarik.

2) *Newstory for Stand*

Newstory for Stand merupakan materi baru yang disampaikan oleh *comic senior* terhadap *audiens*. Dalam isi materi baru yang disampaikan merupakan materi yang terinspirasi dari materi cerita *comic amatir* yang telah di kemas oleh *comic senior*. Isi dari cerita yang disampaikan tidak terlepas dari materi yang telah disampaikan oleh *comic amatir*, namun ada penambahan *joke – joke* serta cerita sehingga dalam penampilan ini merupakan puncak dari panggung *Stand Up Comedy*.

2.2.1.3 Gaya Komunikasi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia gaya biasa dikenal dengan istilah *style*. Kata *style* berasal dari bahasa latin “stylus” yaitu semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Gaya adalah corak yang khusus, ragam, lagak, laku, cara dan irama. Sedangkan menurut Turner (2008:13) Gaya merupakan penggunaan bahasa untuk menyampaikan ide dalam cara tertentu.

Gaya komunikasi terkadang menjadi lebih penting dari konten komunikasi tersebut. Banyak orang yang memahami konten dengan baik tetapi pesan komunikasinya tidak sampai atau tidak diterima orang lain karena ketidakmampuan dalam menyampaikan pesan tersebut. Dalam hal gaya komunikasi ini sangat penting untuk diterapkan.

Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu, dan penggunaan ruang dan jarak. Pengalaman membuktikan bahwa gaya komunikasi sangat penting dan bermanfaat karena akan memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis. (Widjaja, 2000: 57)

Jadi gaya komunikasi yang dimaksud dalam peneitian ini adalah aktivitas berkomunikasi atau berbicara baik itu verbal maupun non verbal yang dlakukan seorang comic dihadapan audiens dengan gaya “khas” melucu dan

bertujuan untuk menghibur para audiens. Karena kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang baik itu secara verbal maupun non verbal dengan karakter yang khas sehingga mampu menimbulkan stimulus dan mampu mempengaruhi tingkah laku seseorang.

Gaya komunikasi dipengaruhi situasi, bukan kepada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika mereka sedang gembira, sedih, marah, tertarik atau bosan. Begitu juga dengan seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal dan dengan orang yang sudah lama dikenal maka akan berbicara dengan gaya yang berbeda. Selain itu gaya ketika seseorang sedang berbicara didepan publik itu sangat berbeda ketika seseorang berbicara di depan orang yang dikenalnya. Gaya komunikasi adalah sesuatu yang sangat dinamis dan sulit ditebak.

a. Aspek-Aspek Gaya Komunikasi

Menurut Norton (dalam Allen dkk (2006)) gaya komunikasi dibagi menjadi sepuluh, yaitu:

1. Dominan, Komunikator dominan dalam berinteraksi. Orang seperti ini cenderung ingin menguasai pembicaraannya.
2. Dramatic, Dalam hal berkomunikasi cenderung berlebihan, menggunakan hal-hal yang mengandung kiasan, metaphora, cerita, fantasi dan permainan suara.

3. *Animated Expressive*, Komunikator cenderung menggunakan bahasa nonverbal untuk memberi warna dalam berkomunikasi, seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture dan gerak badan.
4. *Open*, Komunikator bersikap terbuka, ramah tamah gregarious, tidak ada rahasia dan approachable, sehingga timbul rasa percaya dan terbentuk komunikasi dua arah.
5. *Argumentative*, Komunikator cenderung suka berargumen dan agresif dalam berargumen.
6. *Relaxed*, Komunikator lebih tenang, sabar dan menyenangkan.
7. *Friendly*, Komunikator mampu bersikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain.
8. *Attentive*, Komunikator berinteraksi dengan orang lain dengan menjadi pendengar yang aktif, empati dan sensitive.
9. *Precise*, Komunikator lebih fokus pada ketelitian, dokumentasi dan bukti dalam informasi dan argumentasi.
10. *Impression Leaving*, Kemampuan seorang komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya.

Sedangkan menurut Alo Liliweri (2011:309-310) macam – macam gaya komunikasi adalah sebagai berikut:

1) Gaya dominan atau *dominant style*

Gaya dominan atau *dominant style* adalah gaya seorang individu untuk mengontrol situasi sosial. Dalam gaya dominan ini orang – orang tersebut lebih menyukai memberikan nasehat secara bebas dan sering melakukan tuntutan. Mereka lebih tegas dan cenderung mencari kontrol atas orang lain.

2) Gaya dramatis atau *dramatic style*

Gaya dramatis atau *dramatic style* adalah gaya seorang individu yang selalu “hidup” ketika dia berkomunikasi. Gaya komunikasi ini memerlukan komunikator untuk menghubungkan teknik baik fisik dan verbal untuk menciptakan kinerja pesan. Komunikasi menggunakan gaya ini sering dilakukan melalui pengisahan cerita, penerapan lelucon dan penggunaan hiperbola. Arti sebenarnya dari pesan komunikator yang dramatis yang mungkin tersembunyi dan bisa memerlukan pengetahuan latar belakang komunikator untuk mengungkap hal itu. Komunikator dapat menggunakan gaya ini untuk berurusan dengan informasi negatif mereka tidak bisa menyampaikan kepada orang lain secara langsung.

3) Gaya animasi atau *animated style*

Gaya animasi atau *animated style* adalah gaya seseorang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa non verbal. Ketika berinteraksi dengan komunikan, orang yang menggunakan gaya ini sangat bergantung pada ekspresi wajah untuk menyampaikan makna. Beberapa ekspresi termasuk kontak mata untuk menunjukkan pada komunikan atau untuk mengungkapkan emosi, tersenyum untuk

menunjukkan kesenangan, dan mengangguk untuk menunjukkan dukungan atau kesepakatan. Komunikator menggunakan gaya komunikasi animasi sering juga menggunakan tangan mereka di samping postur dan posisi tubuh untuk menunjukkan pikiran.

4) Gaya berkesan atau *impression style*

Gaya berkesan atau *impression style* adalah gaya komunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat. Orang yang menggunakan gaya ini menyampaikan pesan dengan cara yang unik dan mudah bagi penerima pesan untuk membedakan dari komunikator lainnya. Kualitas ini membuat orang menggunakan gaya meninggalkan kesan mudah diingat.

5) Gaya komunikasi santai atau *relaxed communication style*

Gaya komunikasi santai atau *relaxed communication style* adalah komunikator pendekatan komunikasi dalam gaya santai tampil tenang saat berinteraksi dengan komunikan, bahkan dalam situasi stress tinggi. Sikap ini sering dilakukan komunikator terhadap komunikan sehingga komunikator tidak gugup dan percaya diri ketika menyampaikan pesannya.

6) Gaya terbuka atau *open style*

Gaya terbuka atau *open style* adalah gaya seseorang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja “blak-blakan”.

Gaya komunikasi terbuka dapat dianggap sebagai atribut yang positif atau negatif dan akan tergantung banyak pada persepsi si komunikan.

7) Gaya bersahabat atau *friendly style*

Gaya bersahabat atau *friendly style* adalah gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu memberikan respon positif dan mendukung. Efek ini menyebabkan orang mencari interaksi dengan mereka. Komunikator dalam gaya komunikasi ini menggunakan kedua bahasa tubuh dan komunikasi verbal untuk memperkuat citra diri orang lain dengan menunjukkan mereka bahwa mereka menarik orang-orang yang ramah. Gaya komunikasi juga ditandai oleh pengakuan dari prestasi dan nilai dari komunikan.

b. Teknik-Teknik Dalam Gaya Komunikasi

Teknik-teknik gaya komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini akan kita pelajari menurut Jalaludin Rakhmat (2000:120-134) sebagai berikut:

1) Exaggeration

Dalam teknik ini dilakukan untuk membongkar kejelekan sejeles-jelesnya dengan maksud mengoreksinya. Sehingga yang dimaksud ini adalah melebihkan sesuatu secara tidak proporsional. Teknik exaggeration adalah teknik yang mendramatisasi adegan agar tampak lebih ekspresif dan komunikatif, meskipun gerakannya dibuat agak berlebihan bahkan sangat ekstrim. Seperti mencoba mengekspresikan wajah yang sangat terkejut, dengan mulut yang terbuka lebar dan

mata yang terbelalak, bila perlu bola mata sampai keluar. Atau kelenturan suatu tubuh atau benda yang terlalu berlebih, tidak peduli dari bahan ataupun materialnya.

Pesan –pesan yang disampaikan melalui teknik ini berusaha untuk meyakinkan audiens dengan menggunakan ekspresi – ekspresi yang komunikatif sehingga audiens terbawa situasi yang ditimbulkan oleh komunikator. Dalam teknik exaggeration ini sering dipakai para komedian dalam menghibur audiens.

2) Parodi

Parodi berasal dari bahasa Yunani “para-” yaitu disamping, dan “-oide” yaitu lagu. Sehingga parodi adalah sejenis komposisi dimana gaya suatu karya yang serius ditiru dengan maksud melucu. Aristophanes dikenal sebagai parodis besar karena menggunakan karya Aeschylus dan Euripides sebagai sumber parodinya. Dalam pidato rekreatif, parody dapat berupa peniruan suara dan gaya bicara seorang tokoh dan peniruan verbal terhadap karya sastra serta karya-karya tulis yang serius.

3) Ironi

Ironi berasal dari kata Yunani eiron yang artinya seseorang yang mengatakan lebih sedikit dari apa yang dipikirkan. Sehingga ironi adalah menggunakan kata-kata untuk menyampaikan makna yang bertentangan dengan makna harfiahnya.

4) Burlesque

Burlesque berasal dari bahasa Itali “burlesco”, artinya lelucon dan sesuatu yang menggelikan. Sehingga burlesque adalah teknik membuat humor dengan memperlakukan hal-hal yang seenaknya secara serius.

5) Belokan Mendadak

Teknik ini dirumuskan oleh Monroe yakni bawalah khalayak anda untuk meyakini bahwa akan berbicara yang biasa, kemudian katakanlah sebaliknya. Sehingga dalam teknik ini ketika sedang berbicara serius namun pada akhirnya akan menyimpang pada topik yang sedang dibicarakan. Sebagai contoh, “sekali waktu saya mengambil S3 di UNAIR, saya menghadiri kuliah dengan rajin, di samping mengajar S2. Saya sangat dekat dengan para profesor dan pimpinan fakultas pascasarjana. Otak saya juga rasanya lumayan, karena itu setelah bekerja keras bertahun-tahun saya mendapatkan hasil yang membahagiakan. Saya di –DO.” Kata terakhir ini disebut belokan mendadak.

6) Puns

Puns adalah teknik mempermainkan kata –kata yang mempunyai makna ganda dan mengejutkan sehingga mampu membuat gelak tawa audiens. Sebagai contoh, “saya menolak dia karena pertimbangan kepribadian. Ia tidak mempunyai kendaraan pribadi, sopir pribadi, perusahaan pribadi dan rumah pribadi.”

c. Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Komunikasi

Saphiere (2005) menyebutkan faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi seseorang, antara lain:

1. Kondisi Fisik

Sesuai penjelasan diatas jelas bahwasannya kondisi fisik saat melakukan komunikasi sangat mempengaruhi gaya komunikasi. Seperti halnya ketika kegiatan komunikasi itu dilakukan dengan kapasitas minim dalam bertatap muka, hal tersebut akan berakibat pada ketidaknyamanan dan kurangnya kepastian antara si pengirim dan penerima pesan. Selain itu dapat menimbulkan ketidaksesuaian atau kenyamanan antara kedua belah pihak.

2. Peran

Persepsi peran yang dilakukan sendiri dan peran komunikator lainnya mempengaruhi bagaimana kita berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan bagaimana kita berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan yang berbeda dari peran mereka sendiri dan orang lain, dan dengan demikian mereka akan sering melakukan komunikasi antara satu dengan lainnya.

3. Konteks Histori

Sejarah mempengaruhi sikap berinteraksi. Tradisi spiritual, masyarakat dapat dengan mudah mempengaruhi bagaimana kita memandang satu sama lain, dengan demikian dapat mempengaruhi gaya komunikasi.

4. Kronologi

Bagaimana interaksi itu cocok menjadi serangkaian peristiwa yang mempengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang. Hal tersebut akan membuat perbedaan, jika itu adalah pertama kalinya, jika interaksi masa lalu seseorang telah berhasil atau tidak menyenangkan. Maka, akan membuat suatu perbedaan terhadap gaya komunikasi seseorang.

5. Bahasa

Bahasa yang kita gunakan dapat memainkan peran dalam gaya komunikasi seseorang. Kemampuan berbahasa seseorang dapat memberikan batasan pada seseorang untuk sepenuhnya berpartisipasi dan mempengaruhi arah pembicaraan.

6. Hubungan

Seberapa baik kita tahu orang lain, dan seberapa banyak kita suka atau percaya pada orang lain atau sebaliknya. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana kita berkomunikasi.

7. Kendala

Metode yang kita sering gunakan untuk berkomunikasi dan waktu yang kita miliki hanya tersedia untuk berinteraksi dengan metode di atas. Jenis kendala tersebut akan mempengaruhi cara kita berkomunikasi.

Berdasarkan penjelasan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kondisi fisik, peran, konteks historis, kronologi, bahasa, hubungan serta kendala.

2.2.1.4 Gaya *Stand Up Comedy*

Gaya *Stand Up Comedy* ada bermacam – macam, masing – masing komedian mempunyai gaya yang berbeda – beda yang menjadi ciri khas mereka, menurut Mike Bent (2009:127) gaya *Stand Up Comedy* diantaranya:

- 1) *Observational Comedian*: Mengomentari sesuatu yang nyata terjadi setiap hari dan kemudian memberikan sebuah pandangan baru yang pastinya lucu.
- 2) *Political* atau *Topical Comedian*: Jenis *Stand Up* ini tersulit karena politik dan religi adalah dua hal yang menjadi *topic* utama jenis ini.
- 3) *Character Comedian*: Komedian memainkan sebuah karakter lain dari dirinya setiap kali naik panggung.
- 4) *Props Comedian*: Komedian yang membawa berbagai macam barang ke atas panggung dan memberikan komentar lucu atas barang – barang itu.

5) *Physical Comedian*: Komedian yang menggunakan tubuh sebagai “senjata” utama mereka untuk melawak.

6) *Impressionist Comedian* : Komedian yang menirukan gaya atau suara sesuatu atau seseorang yang terkenal.

7) *Improvisationalist Comedian* : Sebagian besar aksi komedian *type* ini di atas panggung adalah merupakan aksi atau perbuatan yang spontanitas.

2.2.1.5 Kajian Teori

Pada penelitian yang berjudul gaya komunikasi komunitas *Stand Up* indo Bandung ini, peneliti menggunakan *symbolic convergence theory* dan *Speak Performance*. Dalam penjelasannya akan kita pelajari sebagai berikut:

a. *Symbolic Convergence Theory*

Teori pemusatan simbolis juga sering dikenal dengan nama analisis bertemakan fantasi atau *fantasy theme analysis* adalah sebuah teori yang dikembangkan dengan sangat baik oleh Ernest Bormann, John Cragan dan Donald Shield, serta berhubungan dengan penggunaan gaya bercerita dalam komunikasi. Titik awal teori ini adalah gambaran oleh cerita – cerita yang menggambarkan bagaimana segala sesuatu diyakini ada. Cerita-cerita atau tema-tema fantasi ini diciptakan dalam interaksi simbolis dalam kelompok – kelompok kecil serta mereka berpindah dari satu orang ke orang lain dan dari satu kelompok ke kelompok lain untuk berbagi sebuah pandangan tentang dunia.

Tema – tema fantasi merupakan salah satu hal yang diciptakan dan

dihasilkan kembali dalam percakapan. Ketika *audiens* mendengarkan sebuah percakapan, *audiens* akan mampu mendengarkan tema – tema fantasi dalam tindakan. Tetapi jika *audiens* mendengarkan dengan lebih seksama maka *audiens* juga akan mendengarkan banyak tindakan kecil yang terjadi. (Littlejohn S & Foss Karen, ch.4).

b. ***Speak Performance***

Speak Performance berasal dari bahasa Inggris, *speak* adalah berbicara, *performance* adalah kemampuan. *Speak Performance* bisa diartikan sebagai *public speaking* yang artinya adalah kemampuan mengekspresikan gagasan di hadapan publik melalui kompetensi berpidato. Dalam menyajikan gagasan di hadapan publik, dibutuhkan seluruh kemampuan komunikator untuk mendukung setiap kata dan kalimat yang meluncur. Ketidaksiapan dan ketidakyakinan penyaji atas komprehensivitas materi yang hendak disajikan seringkali menjauhkannya dari keberhasilan melakukan *public speaking*.

Dalam era masyarakat informatif seperti saat ini, ragam teknik pencarian sumber informasi dan akurasi informasi diperoleh sangatlah penting dalam proses pengambilan keputusan profesional. Hal itu menunjukkan pula bahwa kapasitas komunikator (*public*) dalam menyajikan gagasan-gagasannya sangatlah mengedepan. Sebagaimana layaknya beragam kasus lain, seringkali masalah timbul bukan dari isi pesan yang dibangun, bukan pula dari teknologi yang dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan penyampaian pesan. Persoalan utama yang sering

melandasi para komunikator (public) justru terletak pada kapasitas komunikasinya, baik strategi maupun teknik. Kegagalan komunikasi inilah yang seringkali menjauhkan efektivitas akurasi pesan dan tujuan berkomunikasi.

Dalam menyajikan gagasan di hadapan public, dibutuhkan seluruh kemampuan komunikator untuk mendukung setiap kata dan kalimat yang meluncur. Ketidaksiapan dan ketidakyakinan penyaji atas komprehensivitas materi yang hendak disajikan seringkali menjauhkannya dari keberhasilan melakukan public speaking. Hal ini akan menjadi parah ketika sang penyaji tidak cukup memiliki bekal dalam berkomunikasi dengan publik. Mc Shane dan Von Glinow (2008) dari jurnal komunikasi islam Rony Mustamu (2012:2), menyatakan sekitar tiga perempat dari kita mengalami rasa takut atau grogi di atas panggung (stage fright). Termasuk di dalam kategori ini adalah ketakutan untuk melakukan pidato dihadapan publik. Dalam sebuah kesempatan Rony Mustamu (2012:2) menyatakan bahwa ada beberapa pola *Speak Performance* antara lain:

a) Science

Science, berasal dari bahasa latin yang berarti pengetahuan. Science adalah elemen yang memperlengkapi para peserta didik dengan kompetensi konseptual di bidang kompetensi yang hendak digelutinya.

b) Skills

Skills adalah untuk memperlengkapi para peserta didik dengan kompetensi teknikal yang sangat dibutuhkan dalam mengimplementasikan kompetensi konseptualnya.

c) Arts

Arts adalah untuk memberikan kemampuan intuisi dan feeling kepada para peserta didik di dalam meningkatkan kualitas ketepatan arah yang diambil.

d) Soul

Soul adalah elemen dasar yang menjadi lem perekat sekaligus penjaga moral agar setiap pemikiran, perkataan, perbuatan dan perilaku dalam mengamalkan kompetensi profesional seseorang.

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Pengertian Komunitas

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama,

publik, dibagi oleh semua atau banyak" (Wikipedia, 2018, 'Pengertian Komunitas', https://id.wikipedia.org/wiki/Komunitas#cite_note-1, diakses tanggal 12 Maret 2019).

Berkaitan dengan kehidupan sosial, ada banyak definisi yang menjelaskan tentang arti komunitas. Tetapi setidaknya definisi komunitas dapat didekati melalui pertama, terbentuk dari sekelompok orang, kedua, saling berinteraksi secara sosial diantara anggota kelompok itu, ketiga, berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau diantara anggota kelompok yang lain, keempat, adanya wilayah-wilayah individu yang terbuka untuk anggota kelompok yang lain, misalnya waktu. Pada dasarnya setiap komunitas yang ada itu terbentuk dengan sendirinya, tidak ada paksaan dari pihak manapun, karena komunitas terbangun memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan setiap individu dalam kelompok tersebut. Suatu komunitas biasanya terbentuk karena pada beberapa individu memiliki hobi yang sama, tempat tinggal yang sama dan memiliki ketertarikan yang sama dalam beberapa hal.

Pengertian komunitas selalu digunakan silih berganti dengan kelompok, meskipun komunitas itu sendiri merupakan salah satu bentuk kelompok dalam masyarakat. Pengertian komunitas selalu dihubungkan dengan konsep sistem social, karena komunitas dianggap sebagai salah satu tipe atau karakteristik khusus dari interaksi social yang bakal membentuk sistem social dalam masyarakat (Liliweri, 2014:17).

Liliweri (2014:17) mengutip pendefinisian komunitas oleh Chipuer dan Pretty

dalam *Journal of Community Psychology*. Chipuer dan Pretty mendefinisikan komunitas dalam beberapa aspek bahasan, namun secara garis besar komunitas merupakan salah satu tipe khusus dari suatu sistem social yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Sejumlah orang yang terlibat dalam suatu sistem sosial karena memiliki perasaan kebersamaan, mengakui relasi sosial yang berbasis emosional di antara mereka, serta mempunyai arena kepedulian terhadap sesuatu yang sama.
- b. Sistem sosial yang relatif kecil yang terbentuk oleh ikatan perasaan bersama dari para anggotanya demi tercapainya cita-cita dan harapan jangka panjang.
- c. Sekumpulan orang menjalankan aktivitas kehidupan kebersamaan mereka berdasarkan asas kerja sama secara sukarela, namun memiliki tata aturan tentang pemberian ganjaran dan sanksi terhadap kebersamaan tersebut.
- d. Sekumpulan orang-orang yang terikat karena unsur-unsur kesamaan, seperti kesamaan ras, agama, golongan, pekerjaan, status sosial, ekonomi, geografis dan territorial, kelompok umur, dan lain-lain yang selalu tampil beda dan menjadikan perbedaan tersebut sebagai pembatas antara mereka dengan kelompok-kelompok yang sama atau bahkan kelompok yang berbeda dalam masyarakat dimana kumpulan tersebut menjalani kehidupannya sehari-hari.

Dari definisi dan karakteristik komunitas tersebut, dapat disampaikan bahwa gagasan komunitas merupakan model yang kontras untuk membahas suatu

masyarakat modern, sebab tampilan beda dari kelompok yang dimodelkan itu kurang memperhatikan aspek-aspek personal/individu dan kultural, transformasi teknologi, aspek rasional, maupun aspek-aspek modernisasi lainnya dalam suatu masyarakat yang diasumsikan seharusnya dapat mengurus kehidupannya sendiri (Liliweri, 2014:19)

Adapun alasan seseorang mau bergabung dalam suatu kelompok / komunitas menurut Liliweri (2014:20) adalah sebuah pertanyaan penting, sebab setiap orang mempunyai harapan dan cita-cita yang berbeda, tentu ada alasan mengapa mereka mau digabungkan dalam satu kelompok. Beberapa orang mungkin mau bergabung karena termotivasi oleh daya tarik pribadi terhadap anggota lain. Berikut ini beberapa alasan orang tertarik berkelompok.

a. Sinergi Kelompok

Sinergi kelompok merujuk pada gagasan bahwa dua kepala lebih baik daripada satu kepala. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa kehadiran kelompok acapkali lebih mampu untuk menghasilkan sebuah pekerjaan yang berkualitas tinggi dan juga mengambil keputusan yang lebih baik daripada bekerja sendiri.

b. Dukungan dan Komitmen

Sebuah kelompok akan lebih mudah menyelesaikan kegiatan / proyek besar daripada dikerjakan secara individual. Artinya, tampilan kerja kelompok akan

lebih baik karena hasilnya merupakan komplementer atas berbagai ragam kemampuan individual. Dukungan dan komitmen dari anggota-anggota secara individual akan menyumbang kinerja kelompok.

c. Kebutuhan Antarpribadi

Individu acapkali bekerja sama dengan kelompok, karena dalam kelompok akan mereka temukan kebutuhan-kebutuhan antarpribadi. William Schults dalam teorinya FIRO (*fundamental, interpersonal, relationship, orientations*) telah mengidentifikasi tiga kebutuhan, yaitu:

1. Inklusi, yaitu kebutuhan untuk mengembangkan identitas dengan orang lain, kebutuhan untuk terlibat bersama dengan orang lain.
2. Kontrol, yaitu kebutuhan untuk mengawasi orang lain. Seorang pemimpin, misalnya membutuhkan control untuk mengawasi orang lain, dan kelompok menyediakan peluang untuk hal ini. Beberapa orang tidak mau menjadi pemimpin sehingga dia mempunyai bakat menjadi bawahan, bagi mereka kelompok menyediakan seseorang untuk menjadi pengontrol atau pemimpinnya.
3. Afeksi, yaitu kebutuhan untuk mengembangkan relasi dengan orang lain, dikasihi, dihormati, dan disayangi. Kelompok merupakan tempat setiap orang mencari dan membangun kesetiakawanan yang bermutu (Liliweri, 2004:21).

2.2.2.2 Pengertian *Stand Up Comedy*

Menurut Pandji dalam ebooknya “Merdeka Dalam Bercanda” (2012: 36) *Stand Up Comedy* adalah aliran dalam komedi dimana ada satu orang berdiri sendiri melakukan monolog yang lucu. Monolognya berisi pengalaman pengamatan akan dunia didalam dirinya atau dunia sekitarnya. Mengangkat hasil pengamatan akan hal – hal disekitarnya dan menceritakannya ulang kepada penonton dengan jenaka.

Stand Up Comedy merupakan bentuk dari seni komedi atau melawak yang disampaikan secara monolog kepada penonton. Biasanya ini dilakukan secara live dan komedian akan melakukan *one man show*. Meskipun disebut dengan *Stand Up Comedy*, komedian tidaklah selalu berdiri dalam menyampaikan komedinya. Ada beberapa komedian yang melakukannya dengan duduk dikursi persis seperti orang yang sedang bercerita.

Dalam masalah penampilan, pertunjukan ini bisa dikatakan tidaklah terlalu susah mengaturnya. Begitu sederhananya bentuk pertunjukan ini, seorang komedian bisa tampil meski dengan hanya memakai *t-shirt* dan celana pendek. Meski demikian, tetaplah tidak mudah untuk menjadi pelaku *Stand Up Comedy*. Selain faktor harus bisa melucu, tekanan mental juga pasti akan hadir selama penampilan. Jika lelucon yang diberikan tidak dimengerti atau bahkan tidak dianggap lucu, para audiens tentu tidak akan tertawa dan yang lebih parah mereka malah mencibir komedian yang tampil.

Dalam sejarahnya, *Stand Up Comedy* sendiri telah ada di abad ke delapan belas di Eropa dan Amerika. Disana pelaku komedian ini biasa disebut dengan “*stand up comic*” atau secara singkat disebut dengan “*comic*”. (Nugroho Panji, 2012:1-4)

Menjadi pelaku *Stand Up Comedy* tidaklah mudah, selain harus menyiapkan konsep dan materi, tekanan mental juga kerap hadir saat penampilan. Jika *Stand Up Comedy* yang dibawakan seorang komika tidak dimengerti oleh penonton, maka kesan tidak lucu akan muncul. Dan yang lebih buruk lagi selain penonton tidak tertawa juga bisa menjadi cibiran para penonton.

Para *comic* ini biasanya memberikan beragam cerita humor, lelucon pendek atau kritik –kritik berupa sindiran terhadap sesuatu hal yang sifatnya cenderung umum dengan berbagai macam sajian gerakan dan gaya. Beberapa *comic* bahkan menggunakan alat peraga untuk meningkatkan performa mereka di atas panggung. *Stand Up Comedy* biasanya dilakukan di cafe, bar, Universitas, dan Teater. Dalam *Stand Up Comedy*, seorang *comic* seharusnya memiliki konsep atau materi sebagai bahan lelucon. Dan tak mustahil jika terdapat lelucon yang berbau cabul, rasis, dan vulgar di *Stand Up Comedy*. Mereka membuat script dan catatan kecil dalam rangka untuk mempermudah mereka dalam berkomed. Seiring berjalannya waktu komunitas – komunitas dan pertunjukan *Stand Up Comedy* menyebar keseluruh dunia termasuk Indonesia.(Praningyan Yandi, 2015, ‘Sejarah Awal Berdirinya *Stand Up Comedy*’,

https://www.academia.edu/15492980/SEJARAH_AWAL_BERDIRINYA_STANDUP_COMEDY_DI_DUNIA, diakses tanggal 11 Maret 2019)

2.2.2.3 Stand Up Comic

Pelaku *Stand Up Comedy* ini biasa disebut dengan "*Stand Up Comic*" atau secara singkat disebut dengan "*Comic*". (Nugroho Panji, 2012:1) Para *Comic* ini memberikan beragam cerita humor, lelucon pendek atau kritik-kritik berupa sindiran terhadap sesuatu hal yang sifatnya cenderung umum dengan berbagai macam sajian gerakan dan gaya. Beberapa *Comic* pun bahkan menggunakan alat peraga untuk meningkatkan performa mereka di atas panggung. Dan tak mustahil jika terdapat lelucon yang berbau cabul, rasis dan vulgar di *Stand Up Comedy*. Mereka biasanya membuat script dan catatan –catatan kecil dalam rangka untuk mempermudah mereka dalam berkomedial.

Komunitas *Stand Up Indo Bandung* sendiri telah memunculkan *comic – comic* baru yang di kenal secara luas oleh para pecinta *Stand Up Comedy*, selain Ge Pamungkas, Uus, ataupun yang lain. Muncul nama – nama seperti Bintang Emon, Anyun Cadel, Mc Danny dan lain –lain. *Comic –comic* ini lahir dari gelaran *open mic* di Bober Cafe.

2.2.2.4 Teknik Stand Up Comedy

Bicara adalah berkomunikasi yang punya tujuan dasar, tersampainya pesan. Jadi, *Stand Up Comedy* lebih mendasar dari sekedar lawakan, tapi juga

mengenai menyampaikan materi yang menarik. Inilah yang disebut seni berbicara. Seperti salah satu prinsip seni, balance, tak harus isi materi dan cara penyampaian sama –sama kuat. Namun demikian, jika keduanya hebat, pasti jadi *Stand Up Comedy* yang dahsyat.

Maka berkenaan dengan materi yang dibawakan, ada beberapa teknik dan tips dalam ber –*Stand Up* menurut Panji Nugroho (2012:91-95), diantaranya adalah :

- a) Pilih satu ide yang tidak biasa dari satu fenomena yang familiar. Sebuah kejadian mungkin sederhana, tapi menarik buat kita.
- b) Tonjolkan bagian yang menarik dari ide sehari –hari yang kita dijadikan cerita. Meski materi diangkat dari fenomena biasa, tetap cari satu bagian yang menarik untuk ditonjolkan.
- c) Berdayakan ekspresi secara maksimal.
- d) Amati hadirin dan buat sudut pandang yang proporsional ke semua arah. Perhatikan semua penonton, terutama di awal. Amati reaksi mereka sebagai tanda penerimaan terhadap kita. Selanjutnya jaga perhatian secara proporsional, termasuk memperhatikan ke bagian yang kosong.
- e) Bedakan ekspresi pada bagian yang biasa dengan bagian yang menjadi kejutan. Ini adalah bagian pengelolaan ekspresi yang lebih spesifik.

Dengan menggunakan teknik yang benar maka seorang *comic* tidak diragukan lagi dalam penampilannya. Karena teknik merupakan suatu bagian yang mutlak dan harus dikuasai oleh seorang *comic* untuk menuju dunia profesional.

2.2.2.5 Macam-macam humor verbal

Stand Up Comedy merupakan bentuk dari humor verbal. Dan humor verbal pada dasarnya merupakan suatu bentuk permainan kata atau permainan bahasa. Hal ini dapat diteliti secara linguistik sebagai salah satu cabang ilmu yang meneliti fenomena kebahasaan.

Menurut Panji Nugroho (2012:96-100) Humor verbal dibagi beberapa macam yakni sebagai berikut:

1) Fonologi

Fonologi sebagai ilmu bahasa yang menyibukkan diri dengan satuan terkecil kebahasaan, yakni bunyi. Satuan bunyi terkecil yang disebut dengan fonem merupakan bagian yang menciptakan bunyi –bunyi yang kemudian dikenal dengan susunan alfabet. Disini bisa memunculkan humor verbal seperti kesalahan pengucapan.

2) Morfologi

Morfologi sebagai ilmu yang menyibukkan diri dengan pembentukan kata juga dapat menjadi humor verbal. Kesalahan pengucapan kata yang biasa dinamakan “keseleo lidat” dan salah ucap bisa menjadi humor.

3) Pragmatik

Pragmatik sebagai ilmu yang mempelajari hubungan suatu tanda kebahasaan didasarkan pada konteks pemakaian, fungsi, dan makna yang ditimbulkan. Pragmatik merupakan kajian triadic dan membahas makna yang timbul dari suatu tanda kebahasaan lewat konteks penggunaan oleh penutur dan petuturnya.

4) Semantik

Semantik merupakan kajian dyadic dan mendefinisikan makna sebagai satuan ciri tertentu suatu bahasa dan terpisah dari cara penggunaannya lewat penutur, petutur dan konteks.