

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Gaya komunikasi merupakan jendela bagi kita mengetahui seperti apa dunia melihat seorang seutuhnya sebagai suatu kepribadian yang unik. Ini mempengaruhi hubungan seseorang, pekerjaan dan kesejahteraan emosional. Melalui gaya komunikasi memungkinkan seseorang berkarir pada aspek yang dapat dilihat menjadi sesuatu yang minus.

Gaya berkomunikasi menjadi lebih penting dari konten komunikasi tersebut dikeranakan banyak orang yang memahami konten dengan baik namun begitu pesan komunikasinya tidak sampai mungkin juga tidak diterima orang lain karena ketidaksanggupan untuk menyampaikan pesan tersebut. Hal ini menyebabkan gaya komunikasi menjadi penting untuk diterapkan.

*Stand Up Comedy* (SUC) saat ini begitu populer di “jagad” hiburan Indonesia. Secara umum *Stand Up Comedy* adalah lawakan atau komedi yang dilakukan diatas panggung oleh seseorang yang melontarkan serangkaian lelucon yang berdurasi 10 menit sampai 45 menit. Dan menurut istilah *Stand Up Comedy* merupakan bentuk dari seni komedi atau melawak yang disampaikan secara monolog kepada penonton. Pelaku *Stand Up Comedy* biasanya disebut dengan *comic*. (Panji, 2012:1)

*Comic* memberikan cerita humor, lawakan, atau kritik berupa sindiran dengan melakukan gaya komunikasi yang unik. *Stand Up Comedy* ini sebenarnya sudah

ada sejak dulu dan tokoh-tokoh komedinya seperti Taufik Savalas, dan Butet Kertaradjasa, Cak Lontong. Lalu, kali ini *Stand Up Comedy* kembali muncul dengan kemasan yang penuh kreatifitas dan unik sehingga memunculkan *comic-comic* muda seperti Dodit Mulyanto, Arie Kriting, Gee Pamungkas dan lain-lain .

*Stand Up Comedy* hadir di salah satu televisi kabel, namun tidak semua masyarakat dapat menjangkau siaran TV tersebut sehingga Metro TV dan Kompas TV yang luas jangkauan siarannya mengambil angin untuk menayangkan acara *Stand Up Comedy* ini. Melalui acara tersebut, hadir keinginan anak muda Indonesia berupaya untuk ber-*Stand Up Comedy*, apalagi *event* lomba yang menantang anak muda ber-*Stand Up Comedy* yang juga dimunculkan oleh Kompas TV dan Metro TV. Dengan hadirnya pola lawakan baru ini, maka para *comic* muda mulai bermunculan, dan dari sana pula komunitas *Stand Up Comedy* di berbagai daerah mulai beraksi dengan kemasan yang lebih berkualitas dengan ide-ide yang lebih kreatif sehingga acara ini dapat bisa mengambil hati pemirsanya dan perhatian melalui gaya-gaya komunikasinya mereka menjadikan orang disekitarnya sebagai bahan candaan.

*Stand up comedy* merupakan format komedi yang membebaskan individu-individu untuk berbagi tentang keresahannya. Kebebasan yang dimaksud dalam *stand up comedy* adalah bebas dari tekanan dan represi, serta bebas yang bertanggung jawab. Bahwa seseorang bisa bercanda sebagai bagian dari kebebasan berekspresi dan membahas apa pun selama semangatnya positif. (Pragiwaksono, 2012:15)

Indro, salah seorang aktor lawakan yang terbentuk dahulunya dalam grup “warkop” bersama dengan Dono dan Kasino mengutarakan bahwa *stand up comedy* merupakan komedi yang serius dan memiliki analisa serta pemikiran. Lelucon dalam *stand up comedy* berisi lelucon dengan arah yang “bernilai”. Konsep dalam penyampaianya berupa cerita lucu atau lawakan pendek yang merupakan kritik-kritik seperti penyindirian terhadap suatu hal yang bersifat umum. Sebagai *trend* baru dalam dunia komedi Indonesia, *stand up comedy* menjadi salah satu media komunikasi yang efektif terhadap penyampian pesan moral.

*Stand Up Comedy* memiliki ide yang menarik yaitu menampilkan konsep lawakan tunggal yang seorang akan berdiri di hadapan khalayak. Keadaan ini beda dengan jenis lawakan yang ada selama ini ditampilkan dalam dunia hiburan Indonesia dimana kebanyakan merupakan jenis lawakan berbentuk *setting* yang biasa disebut situasi komedi (Sitkom).

Seiring perkembangannya, *Stand Up Comedy* yang ditampilkan melalui program acara televisi mulai kembali pada lawakan konvensional. Berpenampilan lucu dan pandai berbicara tidaklah cukup untuk menjadi bekal dalam membuat penonton tertawa. Ketatnya persaingan, *comic* dituntut lebih kreatif dalam meningkatkan kualitas *stand up comedy*-nya. Tekanan lain pun muncul dari penonton yang menuntut *jokes* yang lebih inovatif, kreatif, dan tentunya cerdas. Perkembangan dan popularitas *Stand Up Comedy* yang selalu

berkembang membuat kalangan ramai khususnya anak muda tertarik untuk belajar dan mendalami dunia *Stand Up Comedy*.

Meski dahulunya orang melakukan *stand up comedy* untuk menyampaikan sebuah kritikan atau sebuah sindirian yang memang pada kenyatan dan kebanyakan sindirian itu memicu kepada pemerintah tentang masalah-masalah politik yang dialami, pada masa sekarang *stand up comedy* lebih dikemas menjadi sebuah lawakan yang berkonsep.

Keadaan ini yang membangun peneliti menjadi tertarik untuk melaksanakan penelitian tersebut untuk mengetahui gaya komunikasi *comic* dan komunitas *Stand Up Comedy* di Padang. Karena setiap *comic* di komunitas *Stand Up Indo Padang* mempunyai sudut pandang yang berbeda terhadap gejala yang terjadi di lingkungannya. Akan tetapi, untuk memperoleh perhatian para penonton komedian harus berfikir lebih keras dalam mengolah dan menyampaikan pesan lawakannya. Maka berdasarkan gejala yang berbeda tersebut, muncul pelajaran *Stand Up Comedy* yang berbeda juga. Selama *performance Stand Up Comedy*, *comic* komunitas *Stand Up Indo Padang* membawakan pesan dengan karakter yang berbeda. Beberapa dari *comic* membawakan materi dengan karakter asli dan sesuai dengan kesehariannya dan ada pula beberapa *comic* yang membawakan pesan yang bertolak belakang dengan karakter aslinya.

Masalah lain yang menarik bagi peneliti dari *Stand Up Comedy* adalah mengenai pikiran atau pokok lawakan yang disampaikan. Bahan lawakan yang diberikan dalam *Stand Up Comedy* kebanyakan merupakan hal yang berhubungan

dengan kehidupan sehari-hari seperti kebiasaan serta gejala-gejala dan mode yang sedang berkembang di masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, penulis mengangkat sebuah penelitian berjudul :  
**Gaya Komunikasi Comic Komunitas Stand Up Comedy ( Studi Deskriptif Kualitatif pada komunitas stand up comedy “Stand Up Indo Padang”)**

### **1.2 Fokus Penelitian**

Menjelaskan Gaya dan Karakter Komunikasi Komunitas *Stand Up Indo Padang*.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana proses komunikasi para comic di komunitas *Stand Up Indo Padang* ?
2. Gaya komunikasi *Stand Up Comedy* seperti apa yang ingin dikembangkan dalam komunitas ini ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Menjelaskan bagaimana proses komunikasi para *Comic*
2. Untuk mengetahui gaya komunikasi *Stand Up Comedy* yang ingin dikembangkan di komunitas *Stand Up Indo Padang*



## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah dapat mempersuasi audiens terhadap pesan yang disampaikan oleh *comic*, terutama menyinggung gaya komunikasi yang terkait dengan komunikasi kelompok yang ada didalamnya.

### 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para *comic* dalam menyiapkan naskah lawakan dan menjadi pengarah bagi komunitas komedian yang ada di Padang untuk lebih produktif, inovatif dalam komunikasi kelompok dan antar individu yang terjadi.

