

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

1. Deskripsi Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah para *comic Stand Up* Indo Surabaya mulai dari *comic* baru sampai dengan *comic* lama hingga sampai pada pendiri dari *Stand Up* Indo Surabaya serta sebagai penguat data penelitian peneliti menggunakan *audiens* sebagai orang yang mengetahui gaya atau *style* yang biasa digunakan dalam ber-*Stand Up* yang dipilih secara *purposive sampling*.

- a. Angga Prameswara, selaku pendiri komunitas *Stand Up* Indo Surabaya. Alasan peneliti memilih subyek ini karena selain pendiri dari komunitas *Stand Up* Indo Surabaya Angga juga sebagai *comic* yang berpengaruh terhadap perkembangan komunitas.

Jadi, dengan adanya subyek penelitian ini dapat diperoleh bagaimana gaya komunikasi yang dilakukan komunitas *Stand Up* Indo Surabaya. Apalagi, Angga juga mempunyai *background* sebagai *public speaker* karena kegiatannya selain jadi *comic* di komunitas *Stand Up* Indo Surabaya setiap harinya juga menjadi *Master of Ceremony* di setiap *event* serta seorang penyiar radio di salah satu stasiun radio Surabaya.

Sehingga sudah pasti mengetahui akan gaya komunikasi yang dilakukan para *comic* di komunitas *Stand Up Indo Surabaya* serta perkembangan dan prestasi – prestasi yang pernah diraih oleh komunitas ini.

- b. Arif Alfiansyah, selaku *comic* lama di komunitas *Stand Up Indo Surabaya*. Alasan peneliti memilih subyek ini karena Arif selain seorang *comic* lama dia juga sering mentorehkan prestasi terhadap komunitas *Stand Up Indo Surabaya*. Dengan usia yang sangat muda yakni 23 tahun Arif pernah mengikuti *tour Stand Up Comedy* di seluruh Indonesia dan berbagai macam prestasi telah diraihnya. Sehingga dengan berbagai macam prestasi yang pernah Arif raih, sudah pasti mempunyai banyak pengalaman serta mengetahui gaya komunikasi dan *style* yang menjadi ciri khas komunitas *Stand Up Indo Surabaya*.
- c. Ubed selaku *comic* baru di komunitas *Stand Up Indo Surabaya*. Alasan peneliti memilih subyek ini, Ubed merupakan *comic* baru namun dia mampu membuat para *audiens* tertawa dengan humoran cerdas yang disampaikannya. Karena Ubed juga tergolong *comic* muda yang masih berusia 21 tahun serta seorang mahasiswa di salah satu Universitas terkemuka di Surabaya. Sehingga dengan usianya yang masih muda serta merupakan salah satu *comic* baru namun dia mampu membuat para *audiens* tertawa dengan gaya dan *style* yang disampaikannya.
- d. Agus selaku *audiens* di Rodo Cafe Surabaya. Alasan peneliti memilih subyek ini, karena Agus merupakan salah satu *audiens* yang sering berkunjung di Rodo Cafe Surabaya. Sudah pasti mengetahui gaya dan *style* yang biasa para *comic* gunakan

dalam menyampaikan humoran cerdasnya terhadap para pengunjung *cafe*. Sehingga dengan menggunakan *audiens* sebagai subyek penelitian, peneliti memperoleh data – data yang diperlukan dalam penelitian ini.

2. Deskripsi Obyek Penelitian

Obyek yang menjadi kajian dalam penelitian ini ialah keilmuan komunikasi yang difokuskan pada gaya komunikasi yang meliputi proses penyampaian pesannya yang dilakukan dengan menggunakan *style* atau gaya secara formal atau informal yang bermaksud untuk melucu. Dengan demikian objek kajian dari penelitian ini adalah komunikasi publik (*public speaking*).

Dalam buku *21st Century Communication: a Reference Handbook*, yang di edit William F.Eadie, Slagel mencatat: “*Public speaking is a form communication that seeks an outcome; public speakers seek not simply to express themselves but to have an effect on their listeners*”. Secara substansial, Slagel menjelaskan bahwa inti *public speaking* adalah menyampaikan pesan bukan hanya dengan kata – kata (*words*), melainkan juga bahasa tubuh (*body*), suara (*voice*), dan gambar (*visual*), dan lingkup *public speaking* meliputi : retorika, pidato, *master of ceremony*, presenter, narasumber, *speaker*, melawak, penceramah, khatib dan lain sebagainya. Perlu dipahami bahwa titik tolak retorika adalah berbicara. Berbicara berarti mengucapkan kata atau kalimat kepada seseorang atau sekelompok orang, untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Berbicara adalah kemampuan khusus manusia. Sehingga *public speaking* atau retorika *modern*

mencakup ingatan yang kuat, daya kreasi dan fantasi yang tinggi, teknik pengungkapan yang tepat dan daya pembuktian serta penilaian yang tepat.⁵⁹

3. Deskripsi Lokasi Penelitian

Untuk lokasi penelitian ini dilakukan di Rodo *Cafe* Surabaya jalan Arief Rahman Hakim 26-A Surabaya. Peneliti menggunakan lokasi ini sebagai lokasi penelitian karena tempat ini merupakan pusat aktivitas para *comic* ber-*Stand Up*. Meski demikian, aktivitas ber-*comic* juga dilakukan di berbagai tempat (*cafe*) yang ada di Surabaya. Berpindah – pindahnya lokasi ber-*comic* selain di Rodo *Cafe* merupakan langkah mengatasi kejenuhan dan mencari suasana baru. di komunitas *Stand Up* Indo Surabaya sering berpindah – pindah *cafe* ketika ber-*stand up* maka peneliti juga meneliti *cafe* lain yang merupakan *cafe* pertama kali komunitas *Stand Up* Indo Surabaya ini mulai dikenal oleh masyarakat luas yaitu *Match Box Cafe* yang hanya sebagai informan saja. Sehingga dengan menggunakan dua tempat sebagai lokasi penelitian maka peneliti mendapatkan data yang lebih dari yang diharapkan. Namun untuk fokus penelitian, peneliti tetap berfokus pada satu tempat yaitu Rodo *Cafe* sebagai lokasi penelitian.

B. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan metode observasi, wawancara dalam bentuk rekaman maupun tertulis serta dokumentasi. Melalui metode observasi, peneliti mengumpulkan data dengan cara mengamati dan mencatat fenomena

⁵⁹ Ibid.hal 16.

yang ada melalui penglihatan dan pendengaran pada aktifitas gaya komunikasi komunitas *Stand Up* Indo Surabaya.

1. Profil komunitas *Stand Up* Indo Surabaya.

a. Sejarah Komunitas

Awal terbentuknya komunitas *Stand Up* Indo Surabaya, tidak terlepas dari kemunculan *Stand Up Comedy* di Indonesia. Setelah Kompas TV membuat program pencarian bakat *Stand Up Comedy* yakni *Stand Up Comedy* Indonesia (SUCI). Selanjutnya berkembang dengan dibentuknya komunitas pecinta *Stand Up Comedy* Indonesia. Sehingga dengan kemunculan komunitas *Stand Up* Indo dari berbagai kota anak – anak muda di Surabaya yaitu Angga Prameswara, Arthur Martin Lyod, dan Kykan merasa tertarik untuk membuat komunitas *Stand Up Comedy* di Surabaya.

Maka komunitas *Stand Up* Indo Surabaya tepatnya pada 12 oktober 2011 dibentuk dan diprakarsai oleh tiga orang pemuda yakni Angga Prameswara, Kykan, dan Arthur Martin Lyod mereka dengan *background* yang berbeda namun punya keinginan yang sama yakni ingin membentuk orang – orang lucu di Surabaya. Karena sebenarnya banyak orang – orang yang lucu di Surabaya namun tidak ada tempat bagi mereka untuk melucu sambil mendapatkan penghasilan. Sehingga dengan adanya komunitas *Stand Up* Indo Surabaya ini sebagai tempat bagi mereka yang ingin berkarya dan menghibur orang lain melalui humor – humor cerdas.

Stand Up Indo Surabaya ini pada awalnya hanya ada di satu *cafe* yakni *Match Box Cafe* yang ada di jalan Jawa Surabaya, namun untuk memperluas

jaringan serta supaya *comedy* ini tidak membosankan sehingga mereka berinisiatif untuk tidak hanya ada di satu *cafe* namun di beberapa *cafe* yang ada di Surabaya. Sehingga *Stand Up Comedy* ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dan pada akhirnya banyak Universitas – universitas terkemuka di Surabaya membentuk suatu komunitas *Stand Up Comedy* di Universitas mereka. Maka karena itulah komunitas *Stand Up Indo Surabaya* ini dibentuk.

Seperti yang disampaikan oleh Angga Prameswara selaku bapak dari komunitas *Stand Up Indo Surabaya*.

“Ya pada awalnya sih aku seneng ngobrol sama orang-orang dengan *background*-ku sendiri adalah *public speaking*, penyiar radio, dan MC dengan itu aku ingin menyalurkan kepada anak-anak karena harapanku adalah anak – anak yang ikut mempunyai kemampuan untuk berbicara di depan umumnamun wadahnya kan ndak tau, apakah kita bikin kelas *workshop*? atau apa? sehingga solusinya disini kita membentuk komunitas *Stand Up Comedy* dengan tiga orang yakni aku, Kikan dan Artur. Namun diwaktu yang terus berjalan pada akhirnya Kikan mundur karena kerjaan dan Arthur pun juga mundur karena kerjaan akhirnya aku yang mempunyai tanggung jawab moral kepada anak-anak. Sehingga dari situlah aku dan teman – teman membuat komunitas ini.”⁶⁰

Hampir senada Angga dan Arif lebih melihat pembentukan komunitas ini tidak hanya sekedar hiburan semata tapi menjadi komunitas *Stand Up Comedy* sebagai pola lawak alternatif yang menghibur tapi juga mencerdaskan.

“Ya, seperti yang disampaikan mas angga memang benar tapi perlu di ingat bahwa dengan adanya komunitas *Stand Up Comedy* ini selain sebagai tempat dan wadah bagi para *comic* namun kami ingin agar masyarakat itu terhibur tapi juga cerdas oleh karena itulah komunitas ini terbentuk.”⁶¹

⁶⁰Hasil wawancara mendalam observasi dokumentasi suara dengan angga prameswara di Sutos Surabaya, pada tanggal 02 Desember 2013 Jam 15.00.

⁶¹Hasil wawancara mendalam observasi dokumentasi suara dengan arif alfiansyah di Rodo Cafe Surabaya, pada tanggal 04 Desember 2013 Jam 23.00.

Selanjutnya seiring dengan berjalannya waktu komunitas ini berkembang dengan sangat pesat. Yang pada awalnya mereka hanya melakukan pertunjukan di satu *cafe* yaitu *Match Box Cafe* tepatnya yang berada di jalan Jawa No.33 Surabaya namun sekarang komunitas ini tampil diberbagai *cafe* yang ada di Surabaya. Dan salah satu *cafe* yang menjadi tempat penelitian peneliti adalah Rodo Cafe Surabaya yang berada di jalan Arief Rahman Hakim Nomer 26-A Surabaya. *Cafe* ini biasa digunakan sebagai acara rutin para *comic* Surabaya untuk *open mic* setiap 2 minggu sekali pada hari rabu jam 19.00.

Namun tidak hanya disitu saja komunitas *Stand Up* Indo Surabaya ini mulai sering mengadakan *event – event* besar untuk lebih mengenalkan *Stand Up Comedy* serta mereka juga lebih sering melakukan kunjungan ke sekolah – sekolah dan Universitas – universitas di Surabaya. Dengan melakukan kegiatan rutin seperti itulah komunitas ini menjadi besar dan mulai digemari oleh anak muda di Surabaya. Hal ini terbukti ketika komunitas ini mengadakan *event* besar dengan mengenakan biaya tiket masuk yang cukup mahal ternyata banyak pengunjung yang datang untuk menyaksikan komunitas ini untuk tampil. Berikut adalah hasil wawancara dengan Angga Prameswara mengenai perkembangan komunitas *Stand Up* Indo Surabaya yakni :

“Perkembangan komunitas ini semakin besar sangat besar malahan, semakin luas jadi pada awalnya kita kumpul-kumpul kita hore-hore kita *open mic* pada akhirnya kita pada posisi menjadi EO “*Event Organizer*” kita mengadakan *event-event* sendiri, habis itu kita mengadakan *tour* para *comic* untuk belajar bersama jadi kita bisa belajar banyak hal. Perkembangannya jadi banyak hal tapi perkembangannya tidak hanya untuk kita tapi untuk *audiens* juga kita punya tanggung jawab untuk mengembangkan *audiens* karena

memang itu yang aku bentuk dari awal, *audiens* itu aku bentuk dari sisi siapa saja yang nonton, berapa rupiah mereka harus membeli tiket-tiket kami. Dari awalnya angka 20ribu sampai sekarang 65ribu mereka mau mengeluarkan uang untuk itu, jadikan itu bisa dibilang perkembangannya cukup bagus dari sisi penonton. Tugas kita itu tidak hanya berkembang untuk diri sendiri tapi kita juga punya tanggung jawab untuk mengembangkan kita dengan audiens. Stand up itu *giniloh* kalian harus menghargai dengan harga angka *seginiloh* ini bukan bercandaan yang biasa, karena apa? Kita adalah budaya baru kalau bukan yang kita ngajarin siapa lagi? Nah, pada akhirnya jalannya seperti begitu juga. Sangat luas kita jadi berbagai lini yang dulu pikirannya hanya hore-hore ternyata enggak kita berkembang ke berbagai lini. Kita mengembangkan kepada *costumer* dalam kutip *costumer* itu *audiens*, kita mengembangkan kepada *clien* dalam arti kita ke *brand-brand* yang sudah hirigh kita seperti telkomsel apa im3 semuanya, ke tv-tv kita juga mengembangkan kita ke orang-orang juga jadi bentuk komunikasinya luas juga.”⁶²

b. Profil Para Comic (Pelaku Stand Up Comedy)

Pelaku *Stand Up Comedy* ini biasa disebut dengan “*stand up comic*” atau secara singkat disebut dengan sebutan “*comic*”. Para *comic* ini memberikan memberikan beragam cerita humor, lelucon pendek atau kritik – kritik berupa sindiran terhadap sifatnya cenderung umum dengan berbagai macam sajian gerakan dan gaya. Beberapa *comic* pun menggunakan alat peraga untuk meningkatkan performa mereka diatas 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 berkomed.

⁶²Hasil wawancara mendalam observasi dokumentasi suara dengan angga prameswara di Sutos Surabaya, pada tanggal 02 Desember 2013 Jam 15.00.

Komunitas *Stand Up* Indo Surabaya sendiri telah memunculkan *comic – comic* baru yang dikenal secara luas oleh para pecinta *Stand Up Comedy* diantaranya adalah :

1) Angga Prameswara

Angga Prameswara adalah seorang *comic* sekaligus pendiri komunitas *Stand Up* Indo Surabaya. Angga biasa dikenal terutama dengan humor – humoran cerdas yang menggunakan *audiens* sebagai bahan materinya sehingga humor – humorannya berinteraksi langsung dengan *audiens*.

Materi *comedy* yang disampaikan oleh Angga, belakangan saat ini umumnya berfokus pada sindiran serta memainkan *linguistik* sebagai ciri khasnya. Dengan ciri khasnya tersebut Angga mampu membuat *audiens* menggemari dirinya, sehingga ketika Angga berada dalam satu *cafe* maka *cafe* tersebut selalu dipenuhi oleh teriakan dan tertawa *audiens* akan penampilan Angga.

Prestasi yang pernah diraih oleh Angga adalah mampu melahirkan *comic – comic* Surabaya yang berprestasi di *Stand Up Comedy* serta membesarkan *Stand Up* Indo Surabaya bagi dia merupakan salah satu prestasi yang sangat membanggakan. Oleh karena itu tak “heran” banyak yang menganggapnya adalah “bapak” bagi *Stand Up* Indo Surabaya.

2) Arif Alfiansyah

Arif Alfiansyah adalah *comic* yang bergabung pada bulan *January* 2012 dengan motivasinya ingin meng – *eksplor* kemampuannya dalam ber – *Stand Up* dan menambah saudara dalam sebuah komunitas.

Arif dikenal dengan sebutan kecil – kecil *cabe rawit*. Karena dengan tubuhnya yang kecil dia mampu membuat para *audiens* tertawa dan tidak bosan akan melihat penampilannya. Dengan menggunakan *act – out* yang berlebihan sebagai ciri khas dan karakternya, dia mampu membuat cerita yang disampaikan benar – benar nyata sehingga cerita itu terasa hidup dan bisa lebih mengena terhadap *audiens*. Tak heran jika banyak prestasi yang pernah diraih, seperti menjuarai *event Stand Up Comedy KFC* juara 1 pada bulan desember 2012, juara 3 *street comedy* di Metro TV, melakukan *typing* di salah satu stasiun televisi nasional, dan peraih *golden ticket SUCI season 3* audisi Jakarta.

Dengan berbagai macam prestasi yang pernah diraih oleh Arif, *comic* ini dianggap termasuk salah satu *comic* yang sukses. Sehingga tidak sedikit *audiens* yang mengidolakan bahkan *comic – comic* baru yang meniru gayanya.

3) Ubed

Ubed adalah *comic* yang baru bergabung dengan komunitas *Stand Up Indo Surabaya*. Dengan *motivasi* dia untuk mendapatkan ilmu tentang *Stand Up Comedy* serta menambah saudara dalam komunitas ini. Ubed termasuk *comic* muda yang masih berumur 21 tahun namun dia mampu membuat acara dalam *Stand Up Comedy* meriah akan penampilannya. Dengan ciri khasnya dia

yaitu menyerang fisiknya sendiri atau dengan wajahnya yang unik sehingga dia menggunakannya sebagai isi dalam ceritanya. Karena banyak *audiens* yang tertawa ketika dia tampil di panggung, bahkan sebelum dia tampil pun *audiens* tertawa akan melihat wajah dari Ubed sendiri.

Sehingga banyak yang menganggap Ubed seperti artis lawak *comedy* yaitu Dono (warkop DKI). Dengan kelebihan itulah membuat Ubed seperti artis dalam komunitas *Stand Up* Indo Surabaya.

a. Profil *Stand Up* Indo Surabaya

Nama Komunitas : *Stand Up* Indo Surabaya

Berdiri Sejak : 12 Oktober 2011

Pendiri : Angga Prameswara, Arthur Martin Lyod,
Kykan.

Twitter : @StandUpIndo_Sby

b. Visi dan Misi

Visi

“Menjadi barometer *Stand Up Comedy* di Indonesia”

Misi

“Untuk membentuk manusia-manusia lucu dengan humoran cerdas”

c. Logo Komunitas

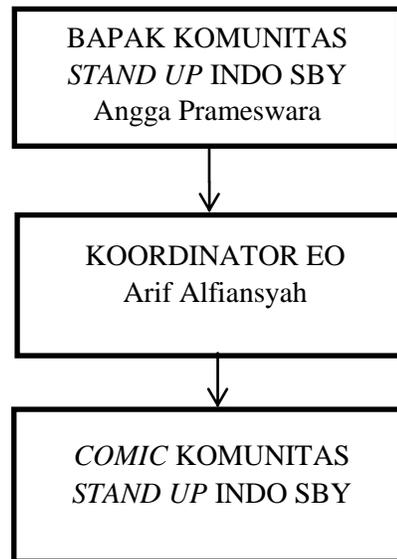


Sumber : https://twitter.com/StandUpIndo_SBY

d. Struktur Komunitas

Struktur komunitas dibentuk untuk memperjelas pembagian tugas kerja dalam mencapai tujuan komunitas yang telah digariskan bersama dengan memberikan batasan kewenangan dalam melaksanakan fungsi tanggung jawab. Di komunitas *Stand Up* Indo Surabaya ini terdapat 1 ketua, 1 koordinator *Event Organizer*, dan para *comic*. Karena komunitas ini merupakan komunitas yang tidak terikat maka untuk jumlah dari para *comic* tidak tentu karena banyak *comic* yang keluar masuk dalam komunitas ini. Dan untuk lebih jelasnya, pada gambar berikut ini dapat dilihat struktur komunitas yang ada di *Stand Up* Indo Surabaya.

STRUKTUR KOMUNITAS

STAND UP INDO SBY

2. Deskripsi Data Tentang Proses Komunikasi Komunitas *Stand Up Indo Surabaya*

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikator dengan komunikasinya. 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.⁶³ Dengan kata lain proses komunikasi juga akan menentukan keberhasilan komunikator terhadap pesan yang disampaikan kepada komunikannya sehingga mendapatkan *feedback* dari komunikannya.

⁶³http://id.wikipedia.org/wiki/Teori_komunikasi (Diakses pada tanggal 3 maret 2014. Jam 23:18).

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti ketika melihat proses ber-*Stand Up Comedy* para *comic* di Rodo Cafe dengan acara – acara *Stand Up Comedy* yang ada di televisi sangat berbeda sekali. Ketika di Rodo Cafe para *comic* baru dan para audiens dipersilahkan untuk mengisi acara pembukaan yaitu *open mic*, dalam acara *open mic* itu hanya di isi oleh para *comic* baru dan para audiens yang ingin mencoba untuk ber-*Stand Up*. Kemudian setelah acara *open mic* selesai ternyata acara tersebut dilanjutkan lagi oleh MC, dan MC itu tidak lain lagi adalah *comic* lama. Yang kemudian MC me – *review* kembali *joke – joke* dan cerita yang telah disampaikan oleh *new comers*. Dan pada saat itulah terjadi sesuatu hal yang benar – benar tidak disangka, ternyata ketika MC me – *review joke – joke* tersebut para *comic* lama mencuri ide tersebut yang kemudian di kemas lagi sehingga menimbulkan cerita baru yang lebih menarik lagi.⁶⁴

Dalam proses komunikasinya sendiri yang dilakukan oleh komunitas *Stand Up Indo Surabaya* 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.

⁶⁴ Hasil observasi pada tanggal 06 November 2013, pada jam 19.00 di Rodo Cafe Surabaya.

Namun untuk awal dari sebuah *open mic* para *comic amatir* membuat catatan kecil terstruktur sebelum mereka tampil diatas panggung. Di dalam catatan kecil terdapat dua skenario cerita yang pertama berdasarkan *set up* dan yang kedua berdasarkan *punch* dari *joke* yang ditampilkan oleh *comic*.

Set up hanyalah sebagai penjelasan dari awal cerita yang disampaikan kemudian menggunakan *punch line* yaitu kata – kata kejutan yang membuat *audiens* tertawa dalam sebuah *joke* yang disampaikan oleh *comic*. Namun dikarenakan dalam penampilan ini adalah para *comic amatir* maka para *comic* menggunakan kata – kata lucu yang bisa menghindarkan mereka dari kesan “garing” yang disebut dengan *tech line*.

Dan susunan *Stand Up Comedy* di Rodo Cafe cukup manis, bahwa pengunjung yang bukan anggota ikut terbawa dalam suasana canda yang cerdas.

“Awal ketika datang ke Rodo Cafe pada jam 19:00, saya sempat bertanya-tanya seperti apakah *Stand Up Comedy*? Apakah seperti pada acara di tv-tv? Ternyata dugaan saya kurang tepat. Karena *Stand Up Comedy* yang ada di Rodo Cafe untuk pembukaan atau yang biasa dinamakan *open mic* selalu dibuka oleh *comic amatir* dan pengunjung sehingga acara memuncaknya terdapat pada akhir-akhir acara. Karena pada akhir acara para *comic senior* mengemas kembali materi-materi yang telah disampaikan oleh *comic amatir* sehingga ceritanya lebih menarik daripada *comic* yang sebelumnya. Berbeda dengan acara *Stand Up Comedy* yang ada di televisi, di televisi para *comic* yang mengisi *open mic* adalah mereka yang sudah biasa tampil di acara-acara televisi”⁶⁵

⁶⁵Catatan lapangan pada tanggal 06 November 2013, pada jam 19.00 di Rodo Cafe Surabaya.

Dengan menggunakan tema dan cerita yang terstruktur pembawaannya sebagai materi pada *open mic* maka cerita yang disampaikan oleh *comic amatir* tidak akan “garing” sehingga membuat panggung *Stand Up Comedy* meriah.

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. Pembawa acara tersebut merupakan termasuk bagian dari *comic* komunitas *Stand Up Indo Surabaya*.

Ketika seorang pembawa acara *me-review* kembali dari cerita *comic amatir*, seorang *comic* lama sebelum menampilkan ceritanya dia menulis ulang cerita yang telah disampaikan oleh *comic amatir* dan memasukkannya kedalam catatan kecilnya. Dan menambahkan *joke – joke* dalam cerita tersebut.

Namun untuk menambahkan *joke – joke* dalam cerita tersebut seorang *comic* lama harus pandai memilih kata atau *punch line* supaya dalam penampilannya nanti tidak terdapat kata – kata yang membuat *audiens* menjadi “garing”. Sehingga pada tahap *review* seorang *comic* lama harus lebih berhati – hati dan teliti dalam mengamati cerita – cerita yang telah disampaikan oleh *comic amatir* untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Dalam menambahkan *joke – joke* yang perlu diperhatikan oleh seorang *comic* adalah *joke prospector writing system* atau cara penulisan *jokes* yang terdiri dua bagian yaitu *joke map* dan *joke mine*.

Dengan menggunakan *joke map* maka cerita yang disampaikan oleh seorang *comic* akan lebih teratur. Karena dalam *joke map* merupakan bagian pertama dari *joke prospector writing system* yang dimulai dengan topik, menciptakan *punch premise*, menciptakan *joke* yang hanya untuk penjelasan, dan menyimpulkannya dengan menulis *set up*.

“Ketika di Rodo Cafe tepatnya jam 20.00 saya sempat melihat dan bertanya-tanya apa yang dilakukan para *comic* lama terhadap *comic* baru ketika mereka tampil, Apakah *comic* lama hanya diam saja ketika *comic* baru tampil? Ternyata dugaan saya kurang tepat. Mereka malah menulis kembali cerita yang telah disampaikan, kemudian mengulanginya dalam satu panggung yang berbeda waktu. Dengan menggunakan cerita-cerita dari *comic* baru, *comic* lama mengemasnya lebih cerdas dan menambahkan *joke-joke* terhadap cerita tersebut.”⁶⁶

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 disampaikannya lebih menarik. Karena materi yang disampaikan oleh *comic*

⁶⁶Catatan lapangan pada tanggal 06 November 2013, pada jam 20.00 di Rodo Cafe Surabaya.

lama juga terinspirasi dari penampilan para *comic amatir* sehingga dalam penampilan *senior performance* akan lebih bagus dari *comic amatir*.

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 kreatifitasan seorang *comic senior* dalam mengemas sebuah materi yang telah disampaikan oleh *comic amatir* untuk membuat materi yang disampaikannya lebih menarik.

Karena dalam proses pengemasan setiap penampilan *senior performance* terdapat *joke – joke* baru yang terinspirasi dari penampilan *comic amatir* dengan menambahkan cerita baru yang berdasarkan fenomena yang terjadi pada saat ini dan telah menjadi *problematika*. Kemudian fenomena tersebut dikemas dengan menggunakan *joke – joke* lucu untuk menambah kelucuan cerita pada tahap *closing line*.

2) *Newstory for Stand*

Newstory for Stand merupakan materi baru yang disampaikan oleh *comic senior* terhadap *audiens*. Dalam isi materi baru yang disampaikannya merupakan materi yang terinspirasi dari materi cerita *comic amatir* yang telah di kemas oleh *comic senior*. Isi dari cerita yang disampaikannya 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*.

“Ketika di Rodo Cafe tepatnya jam 22.00 saya melihat banyak *comic* dengan wajah lama yang lagi serius merhatiin penampilan para *comic* amatir yang sedang tampil, saya sempat berpikir dan bertanya-tanya apa yang sedang mereka lakukan para *comic* tersebut? Kenapa tidak ikut tampil untuk mengisi *open mic*? Ternyata mereka tidak sekedar merhatiin saja, tapi juga memasukkan *joke-joke* yang telah disampaikan oleh *comic amatir* kedalam catatan kecilnya. Dan pada tahap-tahap akhir ternyata mereka mereview kembali dan mengemas *joke-joke* yang telah disampaikan oleh *comic amatir* yang kemudian materi-materi tersebut dikembangkan lagi oleh *comic senior* dengan materi baru yang terinspirasi dari *comic* sebelumnya. Akhirnya saya dan audiens dibuat terkejut serta tertawa oleh penampilannya karena dari *joke-joke* yang hanya biasa-biasa saja mereka bisa “menyulapnya” menjadi *joke-joke* yang lucu dan bahkan bisa mengedukasi para *comic amatir* serta para *audiens* juga.”⁶⁷

Sehingga dengan menggunakan alur cerita yang tepat sebagai proses komunikasinya, akan membuat acara tersebut lebih menarik. Karena dalam proses penyampaian pesannya *comic* lama membuat kesimpulan dari semua cerita yang disampaikan oleh *comic* baru yang kemudian diringkas dan disampaikan kembali kepada para *audiens*. Sehingga dengan alur cerita seperti itu seakan – akan cerita yang disampaikan oleh seluruh *comic* masih berada dalam satu cerita satu panggung.

Dalam proses komunikasi yang perlu diperhatikan adalah komunikasi yang terarah dan *interaktif*. Karena dengan komunikasi yang terarah dan *interaktif* akan mampu menghasilkan *feedback* dari *audiens*. Sehingga cerita

⁶⁷Catatan lapangan pada tanggal 06 November 2013, pada jam 22.00 di Rodo Cafe Surabaya.

yang disampaikan oleh komunikator terhadap komunikan menimbulkan efek terhadap komunikan. Karena komunikasi bisa dikatakan berhasil ketika pesan yang disampaikan oleh komunikator mampu dipahami dan kemudian menimbulkan efek yaitu komunikan membalasnya dengan lanjutan cerita yang dimaksud oleh komunikator.

Apalagi dalam sebuah *show* yang dilakukan oleh komunitas *Stand Up Indo Surabaya* ini, maka komunikasi yang *interaktif* sangat diperlukan guna mendapatkan respon dari *audiens*. Sehingga humoran yang disampaikan *comic* menjadi menarik serta mendidik para *audiens*.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara terhadap Agus sebagai *audiens* mengenai proses komunikasi yang dilakukan oleh komunitas *Stand Up Indo Surabaya* sebagai berikut :

“Komunikasi yang dilakukan oleh komedian terhadap *audiens* itu sangat interaktif, terbukti bahwa setiap obrolan yang dilakukan komedian terhadap *audiens* itu ada *feedback* bisa membuat *audiens* itu ketawa.”⁶⁸

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti ketika melihat proses ber-*Stand Up Comedy* dari Rodo Cafe ke *Cafe* lain dengan *comic* yang sama terdapat beberapa *joke* yang sama yang pernah dimainkan di *cafe* sebelumnya dengan karakter dan tema yang sama.⁶⁹

⁶⁸Hasil wawancara mendalam observasi dokumentasi suara dengan agus di MatchBox Cafe Surabaya, pada tanggal 10 Desember 2013 Jam 21.00.

⁶⁹ Hasil observasi pada tanggal 03 Desember 2013 dan 04 Desember 2013, pada jam 19.00 di Rodo Cafe Surabaya dan Matchbox Cafe Surabaya.

Dalam mengadakan *event* para *comic Stand Up Comedy* di Rodo Cafe menggunakan sedikit lawakan mereka di *cafe* sebagai persiapan untuk acara *event* besar yang akan dilakukan oleh para *comic Stand Up Indo Surabaya*. Sehingga dengan membuat para *audiens* menjadi penasaran akan lawakan yang akan dipersiapkan untuk *event Stand Up Indo Surabaya*. Maka *audiens* akan lebih tertarik untuk mengikuti *event* yang diadakan para *comic* tersebut.

“Ketika datang ke *Match Box Cafe* pada jam 19.00 saya sempat bertanya-tanya sama teman kelompok dari komunitas *Stand Up Comedy* tersebut, kenapa cerita lawakannya itu hanya setengah? Ternyata sebelum terselenggaranya *event* besar para *comic* menjadikan *Cafe* sebagai tempat untuk latihan mereka sehingga ketika *event* mulai mereka bisa tampil lebih maksimal dalam menyampaikan lawakan cerdas mereka dan membuat para *audiens* penasaran akan cerita yang akan disampaikan oleh para *comic*.”⁷⁰

“Untuk lebih memastikan lagi saya datang ke *event* tersebut sekitar jam 19.00 di ITS, ternyata memang benar bahwa penampilan di *Cafe – cafe* ketika menjelang *event Cafe – cafe* tersebut sebagai tempat mereka untuk latihan dan terbukti ketika salah satu *comic* tampil ternyata materi yang disampaikan itu hampir sama cuman diperluas lagi lebih menarik sehingga membuat penampilannya tidak membosankan. Dan ketika *event* tersebut jalan ternyata pada pembukaannya atau yang biasa dikenal dengan sebutan *open mic* itu dibuka oleh para *comic* undangan dari berbagai daerah. Mereka dengan gaya atau *style* mereka yang berbeda membuat panggung *Stand Up Comedy* menjadi semakin manis dan menarik, terdengar pula gelak tawa *audiens* yang semakin memeriahkan *event* tersebut.”⁷¹

⁷⁰ Catatan lapangan pada tanggal 06 November 2013, pada jam 19.00 di Match Box Cafe Surabaya.

⁷¹ Catatan lapangan pada tanggal 11 November 2013, pada jam 19.00 di ITS Surabaya

3. Deskripsi Data Tentang Gaya Komunikasi Yang Ingin Dikembangkan Oleh Komunitas *Stand Up Indo Surabaya*.

Gaya komunikasi akan menentukan berhasil atau tidaknya komunikator mempengaruhi komunikan. Sama halnya dalam panggung *Stand Up Comedy*. Dalam penelitian ini gaya seorang *comic* dalam menyampaikan pesan terhadap *audiens* sangat berpengaruh terhadap perkembangan komunitas *Stand Up Indo Surabaya* dan secara *psikis* akan berpengaruh juga terhadap perkembangan diri *comic*. Karena ketika gaya komunikasi yang dilakukan oleh *comic* tidak merangsang *audiens* maka pertunjukan tersebut akan menjadi ujian terbesar bagi para *comic* dan pertunjukan tersebut dianggap gagal.

Sehingga gaya komunikasi yang dilakukan oleh *comic* dari komunitas *Stand Up Indo Surabaya* akan berpengaruh besar terhadap kemajuan komunitas. Karena dengan gaya komunikasi yang unik, mereka mampu menjual gaya mereka kepada para *audiens*. Gaya itulah sebagai ciri khas dan identitas para *comic* dalam ber – *Stand Up*.

Berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan Angga Prameswara mengenai gaya komunikasi yang dilakukan oleh para *comic* terhadap *audiens* di Rodo Cafe Surabaya :

“Gaya dalam komunitas ini macam-macam karena tipe setiap anak-anak itu berbeda-beda sehingga anak-anak mempunyai pesona untuk dijual kepada audiens. Bahkan materi yang disampaikanpun juga berbeda dan itu karena pencarian diri mereka, karena kembali pada *style* sehingga aku gag bisa memaksa mereka untuk linguistik semua, aku pingin anak-anak mengobrol semua dengan gerakan aku “gag” bisa menyuruh anak-anak harus sama karakter dengan yang lainnya karena itu adalah nilai jual mereka. Jadi dengan karakter itulah yang akan

menjadi nilai jual mereka sehingga nama mereka lebih bisa dikenal dengan *audiens*.⁷²

Gaya komunikasi Angga terhadap komunitas serta Angga terhadap *audiens* itu berbeda. Karena setiap orang mempunyai kelucuan sendiri – sendiri, ada yang lucu karena dibuat – buat dan ada juga yang memang benaran lucu. Berikut adalah wawancara dengan Angga :

“Komunikasi aku ke anak-anak itu biasa tidak seperti yang ada di *stand up* karena tipenya sangat berbeda seperti Ubed ke *audiens* beda, Arif ke *audiens* juga berbeda. Karena itu adalah persona mereka. Misalnya arif kalau ngomong ke *audiens* dia menggunakan *act-out* yang berlebihan, kan tidak mungkin juga ketika dia menyampaikan kepada anak-anak dengan *act-out* yang berlebihan. Kalau aku ke *audiens* lebih berinteraktif, yah karena aku kan host sehingga lebih berinteraktif dengan *audiens* dan ke linguistiknya juga permainan bahasa. Dan aku sama anak-anak juga ngobrol seperti biasa.”⁷³

Dari hasil wawancara dan observasi kecenderungan Angga disetiap aksinya lebih menonjolkan permainan bahasa dengan menggunakan *audiens* sebagai isi dari ceritanya. Permainan bahasa dalam *Stand Up Comedy* dikenal sebagai humor *verbal*. Karena humor *verbal* pada dasarnya merupakan bentuk permainan kata atau permainan bahasa.

Karena disetiap penampilannya Angga Prameswara selalu berinteraksi dengan *audiens* untuk pembukaan awal dari ceritanya. Dan sering menggunakan permainan

⁷²Hasil wawancara mendalam observasi dokumentasi suara dengan angga prameswara di Sutos Surabaya, pada tanggal 02 Desember 2013 Jam 15.00.

⁷³Hasil wawancara mendalam observasi dokumentasi suara dengan angga prameswara di Sutos Surabaya, pada tanggal 02 Desember 2013 Jam 15.00.

bahasa disetiap cerita yang disampaikan. Terbukti banyak *audiens* yang tertawa akan penampilannya.

Untuk lebih mengetahui lagi mengenai gaya disetiap *comic* maka peneliti melakukan wawancara lagi terhadap *comic*.

Hampir senada dengan Angga Prameswara dan Ubed gaya komunikasi yang dilakukan komunitas *Stand Up* Indo Surabaya dengan menggunakan *style* dan gaya yang berbeda – beda karena setiap *comic* mempunyai karakter yang berbeda namun yang terpenting dalam *Stand Up* adalah kejujuran.

“Gaya komunikasi saya diatas panggung mungkin saya lebih kepada kejujuran dalam berkomunikasi dengan apa adanya. Setiap orang itu mempunyai gaya dan *style* yang berbeda-beda ada yang selalu menggunakan *style* yang formal dan tidak formal bahkan menggunakan pakaian yang unik namun itu tergantung dari karakter seseorang. Akan tetapi untuk pengembangannya kita biasanya mengundang *comic* dari luar untuk sharing namun itu sama, mungkin yang berbeda itu hanya bahasanya seperti aku menjadi gue seperti itu. Tapi yang paling penting gaya dalam *stand up ini* adalah kejujuran soalnya biasanya ada yang berkomunikasi dengan cara yang dibuat-buat.”⁷⁴

Disetiap pertunjukannya, Ubed sering menggunakan penampilan fisiknya sebagai bahan untuk cerita diatas panggung atau disebut dengan *self effacing*. Karena Ubed yang mempunyai wajah yang unik dan berparas seperti komedian “Dono Warkop DKI” maka dalam penampilannya dia sering menyerang dirinya sendiri sehingga tidak heran disetiap pertunjukannya *audiens* selalu tertawa sebelum Ubed bercerita.

⁷⁴Hasil wawancara mendalam observasi dokumentasi suara dengan ubed di Rodo Cafe Surabaya, pada tanggal 06 November 2013 Jam 23.00.

“Ketika di Rodo Cafe sekitar jam 21.00, saya mendengar teriakan *audiens* disekitar panggung *Stand Up Comedy* bertepatan dengan ubed sewaktu dipanggil oleh MC untuk tampil. Saya sempat heran, ada apa dengan ubed? Padahal orangnya saja belum muncul tapi teriakan dan tertawaan *audiens* menyelimuti panggung, seperti seorang artis saja. Ternyata benar ketika seorang ubed maju kedepan di atas panggung, dia membuat saya *shock* dan tertawa atas penampilannya. Tidak hanya diawal saja dia mampu menghipnotis *audiens*, tapi juga ketika bercerita selalu mengkaitkan wajahnya dengan cerita yang disampaikannya. Jadi disetiap pertunjukannya Ubed selalu menyerang dirinya sendiri dengan cerita yang disampaikannya.”⁷⁵

Hal tersebut juga di ungkapkan oleh Arif Alfiansyah, gaya komunikasi dalam komunitas *Stand Up* Indo Surabaya mempunyai *style* dan gaya yang berbeda sesuai dengan karakter seseorang. Karena dengan *style* dan gaya yang berbeda para *comic* mudah untuk di ingat oleh *audiens* sesuai dengan karakter para *comic*.

“Gaya komunikasi seorang *comic* terhadap *audiens* mempunyai gaya yang berbeda-beda. Ada yang bertipe *act-out* yang mengandalkan gerakan, ada yang jago *impresionis* menirukan, main kata-kata, dan ada yang jago memainkan dua peran. Untuk aku pribadi aku lebih memainkan *act-out* atau gerakan yang lebih karena aku rasa dengan gerakan yang lebih itu bisa lebih merealkan sehingga peran yang dimainkan lebih kuat. Namun untuk saat ini aku juga mulai mengurangi *act-out* yang berlebih dan belajar ke permainan kata atau verbal karena *Stand Up Comedy* sendiri itu sebenarnya humor verbal.”⁷⁶

Arif Alfiansyah disetiap aksi panggungnya selalu menyampaikan pesannya dengan menggunakan gerakan tubuhnya. Karena dengan menggunakan gerakan Arif mampu menguasai panggung *show Stand Up Comedy*. Tidak hanya itu saja, Arif juga menggunakan humor *verbal* dengan memanfaatkan suaranya yang kecil sehingga Arif

⁷⁵Catatan lapangan pada tanggal 11 November 2013, pada jam 21.00 di Rodo Cafe Surabaya

⁷⁶Hasil wawancara mendalam observasi dokumentasi suara dengan arif alfiansyah di Rodo Cafe Surabaya, pada tanggal 04 Desember 2013 Jam 23.00.

sering menggunakan dua peran dalam setiap aksinya. Maka dalam *Stand Up Comedy* tidak hanya dilakukan melalui *linguistik* saja tetapi juga bisa dibantu dengan *body language* atau bahasa tubuh, selain bahasa tubuh ekspresi dan mimik muka pun bisa menjadi pilihan ketika *linguistik* tidak bisa membuat kelucuan.

Sesaat *punchline* atau momentum tertawa tidak berhasil melalui kata – kata namun ditunjang dengan bahasa tubuh yang maksimal dipastikan penonton akan tertawa. Hal ini *body language* juga ikut berperan seperti yang sering dilakukan oleh Arif dalam menyampaikan humoran cerdasnya terhadap *audiens*.

Dari hasil wawancara dan observasi dapat diasumsikan bahwa seluruh *comic Stand Up Indo Surabaya* mempunyai karakter dan gaya yang berbeda – beda dalam menyampaikan pesannya terhadap *audiens*.

Semua jenis humor yang sering dilontarkan para komedian ketika berhasil membuat tertawa para pendengarnya diakibatkan oleh humor yang terbentuk sebagai “plesetan” fungsi bahasa. Permainan kata dan bahasa yang tidak lazim mampu menciptakan situasi yang mengundang gelak tawa karena ketidaksesuaian konten yang dibicarakan terhadap apa yang biasanya terjadi dalam fenomena kehidupan sehari – hari.

Dalam penyampaian materinya tidak terlepas dari pesona seorang *comic* yang menentukan gaya dan *style* seorang *comic*. Pesona seorang *comic* tidak serta merta merupakan kepribadian aslinya. Karena pesona berkaitan erat dengan *delivery* atau penyampaian materi seorang *comic*, tapi sebenarnya tidak terbatas pada itu saja. Pesona bisa didapatkan dari *gesture*, ekspresi wajah, gaya berpakaian, sampai emosi yang

dibawakannya di atas panggung. *Comic* yang baik adalah pesonanya yang kuat, sehingga membedakannya dari *comic* lainnya.

Pesona seorang *comic* bisa lahir dengan sendirinya terbawa oleh *bit* yang dimilikinya atau dipersiapkan dengan matang secara sadar. Bagi seorang *comic* yang beruntung, mereka dapat menemukan sendiri pesona uniknya hanya dengan sering tampil dari panggung ke panggung. Namun ada beberapa *comic* yang sampai sekarang bahkan pesonanya belum terbangun dengan baik.

Semakin unik pesona yang dimiliki seorang *comic*, maka akan semakin membedakannya dengan *comic* lain. Semakin sering *stand up*, pesona akan semakin terbentuk. Jika sudah menemukan pesona yang sesuai, maka ini akan semakin membedakan dengan *comic* lainnya. Seperti yang diutarakan Angga Prameswara dalam wawancara sebagai berikut :

“*Type* satu anak ke anak yang lain itu berbeda misalnya Arif ke *audiens* beda, Dono ke *audiens* beda, ubed ke *audiens* beda, Saddam ke *audiens* itu beda, karena mereka punya yang namanya pesona. Pesona itu yang mereka tampilkan untuk *audiens* itu tau karakternya itu kayak gimana, oh Arif itu karakternya kayak gini, itu namanya pesona. Dan dipastikan semua anak itu mempunyai alur omongan yang berbeda, karakter yang berbeda itu juga pesona mereka, kayak barang jualannya mereka. Karakter itu kan kayak gitu, *brand*. Misalnya kamu ngomong sama klien orang akan melihat kamu kayak gimana nie pesonanya.”⁷⁷

⁷⁷Hasil wawancara mendalam observasi dokumentasi suara dengan Angga Prameswara di Sutos Surabaya, pada tanggal 02 Desember 2013 Jam 15.00.