

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Akhir-akhir ini banyak bermunculan tayangan *stand up comedy* di televisi di Indonesia, seni lawakan yang pertama kali muncul di Amerika ini sedang digandrungi para pecinta komedi di Indonesia.

Program acara berita bukanlah satu-satunya acara yang dapat memberikan informasi kepada khalayaknya, program acara hiburan pun dapat dijadikan alternatif sebagai referensi akan informasi yang tentunya dikemas lebih ringan daripada berita. Salah satu program acara hiburan yang dapat memberikan informasi bahkan dapat mengajak khalayaknya untuk berfikir kritis adalah hiburan *stand up comedy*.ⁱ

Tertawa sebagai efek dari pertunjukan komedi ini juga bermanfaat terhadap kesehatan. *stand up comedy* dapat digunakan sebagai terapi, yaitu terapi tawa. *American Cancer Society* menyatakan bahwa terapi tawa dapat mengurangi dampak fisik dan psikologis dari kanker payudara. Selain itu, *stand up comedy* juga memiliki manfaat dalam mengurangi kejenuhan dari rutinitas sehari-hari. Hal ini dikarenakan humor yang terdapat pada materi *stand up comedy* biasanya merupakan kejadian sehari-hari

yang dikemas secara berbeda. Sehingga para audiens *stand up comedy* dapat melihat relitas kehidupan sebagai hiburan. Bukan hanya sebagai suatu beban.ⁱⁱ

Stand up comedy itu sendiri merupakan suatu jenis kegiatan menghibur dengan cara berdiri di depan banyak orang. *Stand up comedy* merupakan bentuk dari seni komedi atau melawak yang disampaikan secara monolog kepada penonton, biasanya ini dilakukan secara langsung dan para *comic* (sebutan bagi pelaku *stand up comedy*) melakukan *one man show* (pertunjukan tunggal).

Adapun manajemen komunikasi disini adalah bagaimana cara komika menyampaikan pesan, *joke*/lawakan yang akan disampaikan dihadapan banyak orang dengan menggunakan gaya dan dapat diterima oleh komunikasi atau penonton sehingga membuat penonton tertawa berarti adanya *feedback* dari komunikator atau komika bahwa pesan atau *joke* yang mereka bawakan tersebut telah sampai dengan cara *stand up comedy* ini lah bahwa manajemen komunikasi juga digunakan dalam setiap penampilan *stand up comedy* meliputi POAC (*Planning, Organizing, Actuating* dan *Controlling*).

Biasanya setelah menonton *stand up comedy* timbulah berbagai persepsi dari masing-masing individu mengenai isi materi atau *joke* yang komika itu bawakan. Persepsi-persepsi tersebut kemudian dikelompokkan menjadi secara kognitif yaitu meliputi kepehaman, pengetahuan penonton terhadap materi atau *joke* yang dibawakan oleh seorang komika ketika sedang *stand up comedy*. Lalu afektif dimana komunikan merasa nyaman, santai ketika sedang menyaksikan *stand up comedy* bahkan bisa tertawa lepas dan yang terakhir adalah konatif yang merupakan komunikan memiliki rasa ingin terus ada, terus menyaksikan acara bahkan ikut merekomendasikan kepada teman-temannya.

Seorang komika yang handal atau yang sudah berpengalaman juga biasanya mereka bisa mengkondisikan cara mereka menyampaikan pesan baik secara verbal ataupun nonverbal. Jadi tidak tergantung oleh suasana hati, para komika harus tetap bisa mengontrol perasaan hatinya/ *moodnya* saat akan tampil *open mic* agar isi materi atau *joke* yang mereka bawakan dapat dipahami oleh penonton baik secara penyampaiannya, teknik-teknik dalam *stand up comedy* dan isi dari materi itu sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi psikologis dari penonton dan juga mengetahui penyampaian pesan yang disampaikan oleh komika dapat tersampaikan dengan benar. Serta manajemen komunikasi seorang komika dalam melakukan pertunjukan *stand up comedy* dapat tersampaikan dengan baik dengan komunikasi interpersonal dan teknik-teknik dalam *stand up comedy* bisa digunakan dengan tepat.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan masalah penelitian dalam bentuk

pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen komunikasi penyampaian pesan pertunjukan *stand up comedy* dalam membentuk persepsi audiens?
2. Bagaimana persepsi audiens mengenai penyampaian pesan dalam pertunjukan *stand up comedy*?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui manajemen komunikasi penyampaian pesan

pertunjukan *stand up comedy* dalam membentuk persepsi audiens.

2. Untuk mengetahui persepsi audiens mengenai penyampaian pesan dalam pertunjukan *stand up comedy*?

Manfaat Penelitian

Hal dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan studi ilmu komunikasi, khususnya pada konsentrasi Manajemen Komunikasi terutama dalam psikologi komunikasi intrapribadi atau komunikasi intrapersonal mengenai *stand up comedy* dan dapat berkontribusi untuk penelitian komunikasi yang lain yang mengambil permasalahan serupa.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi komunitas *stand up comedy* Bogor.

TINJAUAN PUSTAKA

Stand up comedy

Menurut Papan (2012: 4-6) *Stand up comedy is telling believable lies to make people laugh. (stand up comedy* yaitu memberitahu kebenaran yang salah untuk

membuat orang tertawa) *Stand up comedy* adalah sebuah pertunjukan seni komedi. Biasanya, seorang komedian tampil di depan para penonton dan berbicara langsung kepada mereka. Para penampil ini biasanya disebut sebagai *comic*, *stand up comic*, *stand up comedian* atau hanya *stand up* saja. Biasanya para komedian membawakan cerita singkat yang lucu, *jokes* singkat (disebut dengan “*bit*”), dan *one-liners*, yang lazimnya tipe ini disebut dengan aksi *monologue*, atau *comedy routine*. Beberapa *stand up comic* ada yang menggunakan *property* (alat bantu), musik atau trik sulap untuk melancarkan aksi pertunjukan mereka, tetapi itu merupakan “perkembangan” dari *stand up comedy* yang umumnya tanpa peralatan, bahkan penampilan kostum/*make up* “biasa”.

Stand up adalah suatu seni pertunjukan yang dimaksudkan untuk lang memancing tawa dari penonton. Tidak seperti *theatrical comedy*, dimana menciptakan *comedy* dari sebuah drama terstruktur dengan karakter-karakter dari situasi tertentu. Penampilan *stand up comedy* mungkin hanya melibatkan seorang komedian (biasanya disebut *one man/woman show* atau penampilan solo) dalam event korporat, sedangkan pertunjukan *stand up comedy*

biasanya terdiri dari beberapa orang komedian yang tampil dalam *Line Up* (deretan).

Persepsi

Mulyana (2010:180) mengemukakan terdapat beberapa definisi lain persepsi diantaranya:

1. *Brian Fellows*: Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi.
2. *Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken*: Persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita.
3. *Philip Goodacre dan Jennifer Follers*: Persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan.
4. *Joseph A. DeVisito*: Persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.

Krech menyimpulkan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu. Jadi, disini dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa persepsi itu dimiliki oleh setiap individu,

artinya setiap dari manusia memiliki cara pandang dan pemahaman yang pasti berbeda dalam melihat suatu objek di lingkungan kita, baik itu manusia, makhluk hidup yang lain, ataupun benda mati.

Namun dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti dari komunikasi sedangkan penafsirannya (interpretasi) adalah inti dari persepsi. Karena jika persepsi itu tidak ada, maka kita tidak mungkin untuk melakukan komunikasi secara efektif. Persepsi lah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lainnya. Dengan adanya persepsi inilah, suatu pemahaman akan diri pribadi yang berkembang sejalan dengan perubahan- perubahan yang terjadi dalam hidup kita dan menentukan bagaimana mereka akan bersikap.

Menurut Walgito (1994:110) juga menyatakan bahwa persepsi itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu:

a. Komponen kognitif (komponen perseptual)

Yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan

bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.

b. Komponen Afektif (komponen emosional)

Afektif berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif.

c. Komponen Konatif (komponen perilaku, atau *action component*)

Komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

Rokeach, memberikan pengertian bahwa dalam persepsi terkandung komponen kognitif dan juga komponen konatif, yaitu sikap merupakan predisposing untuk merespons, untuk berperilaku. Ini berarti bahwa sikap berkaitan dengan perilaku, sikap merupakan predisposisi untuk berbuat atau berperilaku. Dari batasan ini juga dapat dikemukakan bahwa persepsi mengandung komponen kognitif, komponen afektif, dan juga komponen konatif, yaitu merupakan kesediaan untuk bertindak atau berperilaku.

Sikap seseorang pada suatu obyek sikap merupakan manifestasi dari kontelasi ketiga komponen tersebut yang saling berinteraksi untuk memahami, merasakan dan berperilaku terhadap obyek sikap. Ketiga komponen itu saling berinterelasi dan konsten satu dengan lainnya. Jadi, terdapat pengorganisasian secara internal diantara ketiga komponen tersebut.ⁱⁱⁱ

Dramaturgi

Teori Dramaturgi adalah teori yang menjelaskan bahwa interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater atau drama di atas panggung. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain, melalui pertunjukan dramanya sendiri (Widodo, 2010:167). Untuk mencapai tujuan manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya. Identitas manusia tidak stabil dan identitas merupakan bagian dari kejiwaan psikologi mandiri. Identitas dapat berubah tergantung interaksi dengan orang lain. Menurut Ritzer dalam Widodo (2010:167) pertunjukan drama seorang aktor drama kehidupannya juga harus menerapkan kelengkapan pertunjukan, antara lain *setting*, kostum, penggunaan kata (dialog) tindakan non verbal

lain. Tujuannya untuk meningkatkan kesan yang baik pada lawan interaksi dan meluluskan jalan mencapai tujuan.

Dramaturgi yang dicetuskan Goffman dalam Widodo (2010:168) merupakan pendalaman konsep interaksi sosial, yang lahir sebagai aplikasi atas ide-ide individual yang baru dari peristiwa evaluasi sosial ke dalam masyarakat kontemporer. Berikut beberapa pendapat kalangan interaksi simbolik yang dapat menjadi pedoman pemahaman:

1. Manusia berbeda dari binatang, manusia ditopang oleh kemampuan berpikir.
2. Kemampuan berpikir dibentuk melalui interaksi sosial
3. Dalam interaksi sosial orang mempelajari makna dan symbol
4. Makna dan symbol memungkinkan orang melakukan tindakan dan interaksi khas manusia
5. Orang mampu mengubah makna dan symbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan tafsir mereka terhadap tua.

Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) merupakan proses komunikasi antara tiga orang atau lebih yang

berlangsung secara tatap muka. Dalam kelompok tersebut anggota berinteraksi satu sama lain. Tipe komunikasi ini oleh banyak kalangan dinilai sebagai pengembangan dari komunikasi antarpribadi. Trenholm dan Jensen (1995) dalam Wiryanto (2004: 45) mengatakan bahwa komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka, biasanya bersifat spontan dan informal. Peserta satu sama lain menerima umpan balik secara maksimal. Peserta komunikasi berperan secara fleksibel sebagai pengirim dan penerima. Setelah orang ketiga bergabung di dalam interaksi tersebut, berakhirlah komunikasi antarpribadi, dan berubah menjadi komunikasi kelompok kecil.

Menurut Wiryanto (2004:45) Untuk ukuran mengenai kelompok kecil, beberapa ahli memberikan batasan yang berbeda-beda. DeVito (1997) memberi batasan, bahwa kelompok kecil sebagai sekumpulan orang, kurang lebih 5-12 orang. Ukuran kelompok kecil menurut Kumar (2000) berkisar 15-25 orang.

Di lain, para ahli komunikasi kelompok memberikan defeni komunikasi kelompok yang relatif berbeda dengan pengertian komunikasi kelompok kecil.

Michael Burgoon (1978) dalam Wiryanto (2004:46) mendefinikan komunikasi kelompok sebagai berikut:

“group communication is the face interaction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self maintenance, or problem solving, such the members are able to recall personal characteristics of the other members accurately”.

(Komunikasi kelompok adalah interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat).

2.7 Komunikasi Antarpribadi

Menurut Wiryanto (2004:32) komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang. Selanjutnya menurut Hardjana (2003 : 85) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan

menanggapi secara langsung juga. Pendapat senada dikemukakan oleh Mulyana (2008) dalam Suranto (2011 : 3) bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

Manajemen Komunikasi

Menurut Abidin (2015: 52) Manajemen berasal dari kata *to manage*, yang artinya mengatur. Pengaturan ini dilakukan melalui proses dan berdasarkan urutan dan fungsi-fungsi manajemen. Habuan (2006) dalam Abidin (2015: 52) mendefinikan manajemen sebagai ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan.

Lee (1957) dalam Abidin (2015: 52) menyatakan bahwa manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan dari *human and natural resource*. Menurut Zainun dan Kayo (2007: 17) dalam Abidin (2015: 52) manajemen adalah penggunaan efektif dari sumber tenaga manusia serta bahan material lainnya

dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Menurut Abidin (2015: 52) Pada prinsipnya, manajemen bukan hanya ilmu dan seni, melainkan juga kombinasi keduanya. Kombinasi itu tidak dalam proporsi yang tetap, tetapi dalam proporsi yang bermacam-macam. Pada umumnya para manajer efektif mempergunakan pendekatan ilmiah dalam pembuatan keputusan, apalagi dengan berkembangnya peralatan komputer.

Fungsi- fungsi Manajemen

Komunikasi

Fungsi-fungsi manajemen komunikasi menurut Suprpto (2009:131) dalam Abidin (2015:55) terbagi menjadi empat, yaitu:

A. *Planning*

(Perencanaan)

Melalui perencanaan dapat dipersatukan kesamaan pandangan, sikap, dan tindakan dalam pelaksanaan di lapangan. *Planning* dilakukan sebelum kegiatan dilaksanakan dengan mempertimbangkan beberapa unsur, seperti komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek.

B. *Organizing*

(Pengorganisasian)

Organizing merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan penyiaran, sumber daya yang dimiliki, dan lingkungan yang melingkupinya.

Adapun penyusunan organisasi, yaitu pengelompokan kegiatan kerja konkret dan tugas sesuai dengan lingkup pekerjaan dan pembagian tugas mencapai tujuan diatur. Baik-buruknya struktur organisasi diatur dari berbagai hubungan, baik hubungan fungsional, manajer, maupun, staf.

C. *Actuating*

(Pelaksanaan)

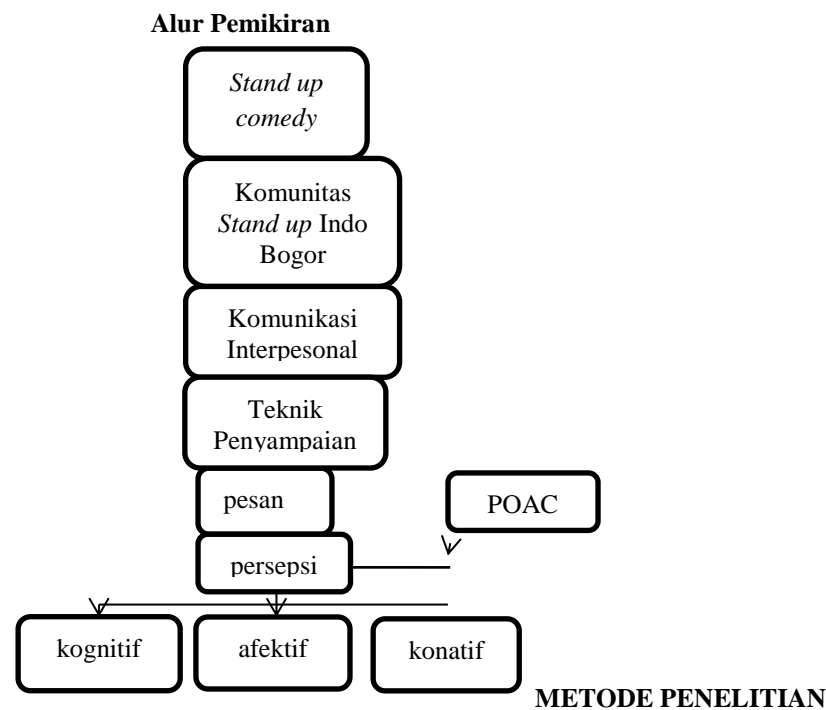
Actuating adalah membangkitkan dan mendorong semua personel organisasi agar berusaha untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta sera dengan perencanaan dan usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan.

D. *Controlling*

(Pengawasan)

Pengawasan adalah proses penetapan ukuran kinerja dan pengambilan tindakan untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi. Tujuan pengawasan adalah menghindari penyelewengan atau penyimpangan atas tujuan yang hendak dicapai.

yang disampaikan oleh komika diselingi dengan teori yang di ambil sesuai dengan konsentrasi penulis yaitu manajemen komunikasi dengan menggunakan POAC (*planning, organizing, actuating* dan *controlling*) terdapat adanya persepsi atau anggapan secara garis besar dari penonton yang menyaksikan *stand up comedy* meliputi kognatif, afektif dan konatif.



Gambar 2.1

Bagan diatas menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal merupakan salah satu komunikasi yang dilakukan dalam menyampaikan pesan dalam *stand up comedy* karena dengan caranya yaitu berhubungan dengan dua orang atau lebih di depan umum. Selain itu juga di dalam penyampaian pesan

Metode (Desain Penelitian)

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif kualitatif.

Moleong (2011:14-15) fenomenologis diartikan sebagai: 1) pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologis; 2) suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang (Husserl). Istilah

fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjuk pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis tipe subjek yang ditemui. Dalam arti yang lebih khusus, istilah ini mengacu pada penelitian terdisiplin tentang kesadaran dari perspektisif pertama seseorang.

Dalam pendekatan Dramaturgi, Goffman menyelidiki proses-proses yang ditempuh oleh aktor untuk mengatasi gangguan-gangguan yang mungkin saja timbul dalam interaksi tersebut. Goffman mempunyai asumsi bahwa ketika individu-individu berinteraksi atau memainkan lakon-lakon dalam panggung sandiwara, maka mereka ingin supaya diri (*self*) mereka diterima. Tetapi dipihak lain, ketika mereka memainkan perannya, mereka menyadari kemungkinan akan adanya penonton yang bisa mengganggu pertunjukan mereka . Oleh karena itu, para aktor harus selalu menyesuaikan dirinya dengan keinginan dan harapan penonton, terutama menyangkut elemen-elemen hal yang bisa mengganggu. Para aktor itu berharap bahwa *self* atau diri yang mereka tampilkan dalam pertunjukan itu, cukup kuat atau mengesankan sehingga para penonton bisa memberikan definisi tentang diri mereka (aktor-aktor) itu sesuai

dengan keinginan aktor itu sendiri (Raho, 2007:117).

Jenis dan Sumber Data

1. Data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama atau *key informan* (tidak memakai perantara), data primer tersebut secara khusus diperoleh dari *key informan* dan *informan* yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peneliti, yang dilakukan secara wawancara mendalam.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang didapatkan untuk menunjang data primer yang didapatkan oleh peneliti. Data sekunder diperoleh peneliti dari kepustakaan, literatur-literatur, dan sumber-sumber tertulis lainnya serta observasi.

3.1.1 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*)
2. Observasi
3. Dokumenter

Teknik Analisis Data

1. *Data Reduction* (Reduksi data)
2. *Data Display* (Penyajian Data)
3. *Conclusion Drawing/verification*

PEMBAHASAN

Manajemen Komunikasi Penyampaian

Pesan Pertunjukan *Stand up*

***comedy* dalam Membentuk**

Persepsi Audiens

***Planning* (Perencanaan)**

Kesimpulan dari wawancara *key informan* diatas mengenai *planning* sebelum tampil dalam *stand up comedy* ialah selain mempersiapkan diri setelah itu juga melakukan uji materi atau yang biasa disebut dengan *combud*, *combud* bisa dikategorikan masuk ke dalam komunikasi interpersonal karena berdiskusi dengan dua orang atau lebih secara bertatap muka. Fungsi *combud* disini juga selain *sharing* juga sekaligus mengetahui satu sama lain materi yang akan dibawa berikut menilai penampilan masing-masing komika. Dan apabila dilihat dari segi dramaturgi dari masing-masing *key informan* bisa dikategorikan ke dalam *backstage* yaitu dimana bermacam-macam tindakan atau tingkah laku non-formal boleh muncul. Bagian belakang panggung biasanya tertutup atau terpisisah dari bagian depan panggung atau tidak bisa dilihat dari bagian depan panggung. (Raho, 2007: 123) jadi persiapan atau perencanaan pembuatan materi itu biasanya selalu diarahkan kepada hal-hal atau kejadian yang ada disekitar kita dengan

maksud mempermudah materi dan pesan yang akan disampaikan lebih cepat dan lebih mudah dipahami oleh audiens.

***Organizing* (Pengorganisasian)**

Dari ketiga wawancara diatas, penulis menyimpulkan bahwa dramaturgi dalam *organizing* ialah *backstage* dimana para komika juga mengkondisikan keadaan seperti tempat dan penonton dirasa amat perlu, selain itu untuk menyesuaikan materi yang telah mereka terapkan, terlebih mereka juga untuk mendapat perhatian agar pesan atau materi-materi yang mereka akan sampaikan bisa sampai dengan baik dan mudah dimengerti oleh para komunikasi atau penonton yang menyaksikan.

Dramaturgi dalam *organizing* mencakup hal-hal yang berkaitan dengan pengelompokan pesan, mengkondisikan tempat, menyesuaikan materi dengan penonton dan adanya pengurutan komika yang akan tampil dalam pertunjukan *stand up comedy*. Tujuannya agar komika dapat membawakan materi yang dapat menghibur penonton walaupun tidak sedang menjadi diri komika itu sendiri.

***Actuating* (Pelaksanaan)**

Kesimpulan yang penulis ambil adalah dimana dramaturgi dalam *actuating*

atau *frontstage* disini adalah mereka bisa saja merasa bukan dirinya atau dengan kata lain mereka juga menyesuaikan dengan apa mereka berhadapan, status soalnya orang tersebut dimulai dari usia, *gender* dan jabatan apakah orang tersebut.

Dari ketiga pembawaan diri mereka ketika berada di lingkungan komunitas atau sedang berada diatas panggung bahwa mereka secara tidak sadar melakukan kebiasaan atau kegiatan yang diluar dari kebiasaan mereka sehari-hari. Seperti yang dilakukan Ridwan Remin ketika ia berada diatas panggung dia merasa dirinya suka mengintimidasi penonton tetapi terlepas itu semua itu hanya kebutuhan diatas panggung ketika dia sedang melakukan *open mic* atau ber *stand up comedy*.

Controlling (Pengevaluasian)

Kesimpulan dari ketiga narasumber mengenai evaluasi apa yang paling sering dibahas setelah ber *stand up comedy* adalah cara pembawaan diri komika ketika berada di atas panggung, membahas apa saja yang menjadikan materi itu dapat lucu, membahas bagaimana dapat mengambil materi seperti itu, membahas bagaimana cara membuat orang yang menonton mengerti apa yang disampaikan terlebih perasaan komika yang

merasa bahwa segala keresahannya bisa tertuang dalam bentuk *comedy* yang pastinya tidak menyinggung perasaan komunikan, membahas bagaimana pembawaan diri masing-masing komika saat berada di atas panggung itu seperti apa, apakah terlepas dari diri dia sebenarnya atau tetap menjadi dirinya yang sesungguhnya, dan membahas bagaimana cara dia menjadi lucu, mengapa dia tidak bisa membuat tertawa itu termasuk dalam dramaturgi *frontstage*.

Persepsi Audiens Mengenai Penyampaian

Pesan dalam Pertunjukan *Stand up*

comedy

Kognitif

stand up comedy merupakan lawakan atau komedi yang memiliki materi, isi lawakannya pun yang berasal dari lingkungan kita, mengenai kegiatan kita sehari-hari. Menjadi kan audiens lebih mudah memahami dan mengerti.

perasaan yang dialami Rokhmat yang bergender lelaki mengaggap tidak pernah terbawa perasaan sekalipun materi-materi yang disampaikan berdasarkan kegiatan sehari-hari yang biasa semua orang bisa lakukan.

Lina terkadang merasa terbawa perasaan setelah menonton *stand up comedy*.

Mungkin itu dikarenakan perempuan mempunyai perasaan yang lebih mudah perasa dan tersinggung dibandingkan dengan laki-laki.

Afektif

Menurut Rokhmat memang *Stand up comedy* merupakan sebuah hiburan yang memang sangat menghibur ditambah dengan seringnya Rokhmat menonton rutin acara *stand up comedy* yang dibawakan oleh *stand up Indo Bogor* setiap minggunya.

Jawaban serupa juga dilontarkan oleh Lina, dia merasa terhibur menonton *stand up comedy* dan juga Lina merasa lebih senang setelah menyaksikan komika melakukan *open mic*.

4.3.3 Konatif

Rokhmat menjelaskan ketertarikannya menonton komika semenjak bulan Agustus tahun 2015. Sebisa mungkin Rokhmat selalu menyempatkan untuk menonton *stand up Indo*.

Awal mula Rokhmat mengetahui *Stand up comedy* yaitu melalui televisi, karena tidak bisa dipungkiri bahwa media elektronik terutama televisi memberikan dampak yang sangat besar dalam menyampaikan hiburan atau informasi dalam sekejap tersebar luas.

Jawaban serupa juga dilontarkan oleh Lina, awal mula mengetahui *stand up comedy* melalui televisi dan setelah mengetahui *Stand up comedy* ada secara langsung dan rutin diadakan setiap minggunya, Lina makin sering untuk menonton *Stand up comedy*.

Triangulasi Dengan Dra. Hj.

Darjanti Kalpita Rahajuningrum.

Kesimpulan dari hasil wawancara peneliti dengan Darjanti adalah komunikasi dapat digunakan sebagai terapi tawa yang dikemas melalui *stand up comedy*, dimana *stand up comedy* itu sendiri tidak lepas dari adanya proses manajemen komunikasi yaitu meliputi *planing, organizing, actuating* dan *controlling* baik pada saat mereka dibelakang panggung atau pada saat diatas panggung (dramaturgi) yang dilakukan oleh komunikator (komika) kepada komunikan (audiens) yang diselingi dengan humor. Agar tujuan dari pesan yang akan disampaikan lebih mudah dipahami, lebih dimengerti audiens dan bisa menimbulkan tawa yang sejati sehingga rasa bahagia dan positif bisa dirasakan oleh audiens dari bermacam-macam persepsi positif sebagai efek dari pesan yang telah diterima. Adapun psikolog yang dipakai dalam triangulasi ini adalah untuk mengetahui persepsi psikologis

penonton saat atau setelah menyaksikan pertunjukan *stand up comedy*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Didalam setiap kegiatan yang akan dilaksanakan pasti memiliki *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan) dan *controlling* (evaluasi). Tidak terkecuali juga dengan pertunjukan *stand up comedy*, dimana *stand up comedy* itu juga dibarengi dengan itu semua. Di dalam *stand up comedy* juga dibarengi dengan adanya dramaturgi persona komika yang dibagi kedalam *frontstage* (panggung depan) dan *backstage* (panggung belakang). Bagaimana *backstage* komika dalam memperapkan materi yang selalu diarahkan pada kejadian sekitar saat komika itu sendiri sedang menjadi dirinya sendiri. Ataupun saat komika tersebut berada di atas panggung (*frontstage*) ketika komika melakukan pertunjukan *stand up comedy* di hadapan audiens.

1. *Stand up comedy* merupakan suatu lawakan yang dibawakan dengan cara berdiri sendiri di depan banyak orang. Materi lawakannya pun biasanya mengenai kejadian sekitar atau berdasarkan pengalaman

pribadi sehingga lebih mudah dipahami. Adapun berbagai persepsi yang diterima oleh komunikasi dan juga dampak yang diterima oleh audiens yaitu: Adanya perasaan berindonesiaan yang dirasakan oleh audiens perempuan setelah menyaksikan *stand up comedy*. Berbanding dengan audiens lelaki yang tidak memiliki perasaan berlebihan atau terbawa perasaan setelah menonton *stand up comedy*. Merupakan suatu hiburan yang dirasakan oleh audiens yang menonton *stand up comedy*. Dengan kata lain saat mereka menonton *stand up comedy* mereka terasa terhibur dengan adanya *joke-joke* yang dibawakan oleh para komika. Secara tidak sadar juga mereka sedang melakukan terapi tawa.

Saran

Selalu menggunakan materi-materi *stand up comedy* yang berhubungan dengan kejadian yang sering dialami banyak orang, atau materi yang *general*. Karena semakin dekat atau kritis tanpa kita sadari kita menertawakan diri kita

atau mengevaluasi diri kita dalam bentuk lawakan.

1. Lakukan pertunjukan *stand up comedy* di tempat-tempat atau sekumpulan orang-orang yang sekiranya rentang stresnya sering, karena psikolog menyampaikan *stand up* bisa digunakan sebagai terapi tawa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf. 2015. *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Bungisin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Cangara, Hafisied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Hawarisi, Dadang. 2001. *Manajemen Stres Cemas dan Depresi*. Jakarta: Balai Penerbit FKUI
- Moleong. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Panji. 2012. *Potret Stand up comedy: Strategi Menjadi Comedian Handal*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Papana, Ramon. 2012. *Kiat Tahap Awal Belajar Stand up comedy Indonesia Kita Suci*. Jakarta: Mediakita.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Raho, Bernard. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Ritzer, George. 2012. *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Walgito, Bimo. 1994. *Psikologi Umum (Suatu Pengantar)*. Jakarta: Andi Offset.
- Widodo, Suko. 2010. *Anatomi dan Perkembangan Teori Soal*. Aditya Media Publishing, Malang
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT.Grasindo

ⁱ NoName.2012. *Tayangan Entertaisiment "Stand up comedy" Terhadap Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya USU*. Medan: Fakultas ISImu Budaya USU

ⁱⁱ <http://ub.ac.id/lukman09/kanker-dan-tertawa/> (9 Desember 2015. 14:21)

ⁱⁱⁱ <http://www.wawasanpendidikan.com/2014/10/Macam-Macam-Komponen-Penyusun-Persepsi.html?e=1> (24 Meisi 2016. 13:00)