

## Content Management Comic Pada Kegiatan Stand Up Comedy

<sup>1</sup>Ryan Akhmad Fauzian, <sup>2</sup>M. Rochim

<sup>1,2</sup>*Bidang Kajian Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*  
e-mail : <sup>1</sup>[ryanakhmadfauzian@gmail.com](mailto:ryanakhmadfauzian@gmail.com), <sup>2</sup>[mrochim5571@gmail.com](mailto:mrochim5571@gmail.com)

**Abstract.** Stand-up comedy is one of the genres of comedy, comedian appeared alone in front of an audience, and speak directly to them to bring materials that invite laughter funny. Currently stand up comedy become one of alternative entertainment for the people of Indonesia. Good management is a message that can not be ruled out by stand up comedian or comic, A comic should be able to compose messages well, starting with choosing the material covering the opening up of material that is usually a matter of the most amusing of the comic. Through a descriptive study with a quantitative approach, researchers using the theory of five stages of preparation of the message Alan H. Monroe who analyzed the stages in the preparation of messages rhetoric that stage attention, needs and gratification, visualization and action. It is also how comic delivery in presenting the joke materi. Then also want to know how to package the message in a comic critique in the material. The results showed that in the preparation of messages, stage comic action taken is to draw the attention of the audience at the beginning of the show with enthusiasm and do greeting to the audience, the stage is satiesfied needs by adjusting the matter by a majority of the audience and the location of open mic, comic observations briefly before they appear , in order to know the characteristics of the audience and the stage visuals that made the comic is to invite the audience to enter into the material jokes, a comic buffoonery always matter of topical issues circulating in the community to make it easier to invite the audience to imagine the material jokes, stage action comic done is to create and finalize the closing line and then present it to the timing. Method committed by a comic is ekstempore method, their preparation before the show is to write points of the material. A comic stare audience of about 2-3 seconds with a view that sweeps from left to right and vice versa. Comic do sound variations such as when delivering a low voice, loud, or high, the speed of sound issued comic adjust the material when using a slow speed, flat, or fast, comic very concerned when he gave pause when on stage, A comic must master the first audience first in conveying the message of criticism.

**Key Words:** Content management, preparation of messages, message delivery, comic, stand up comedy

**Abstrak.** *Stand up comedy* merupakan salah satu genre komedi, pelawak tampil seorang diri di hadapan penonton, dan berbicara langsung ke mereka dengan membawakan materi-materi lucu yang mengundang tawa. Saat ini *stand up comedy* menjadi salah satu alternatif hiburan bagi masyarakat Indonesia. Pengelolaan pesan yang baik merupakan hal yang tidak bisa dikesampingkan oleh *stand up comedian* atau *comic*, Seorang *comic* harus bisa menyusun pesan dengan baik, dimulai dengan memilih materi pembuka hingga materi penutup yang biasanya menjadi materi yang paling lucu dari *comic* tersebut. Melalui studi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, peneliti menggunakan teori lima tahap penyusunan pesan Alan H. Monroe yang menganalisis mengenai tahapan dalam penyusunan pesan retorika yaitu tahap perhatian, kebutuhan dan pemuasan, visualisasi dan tindakan. Selain itu juga bagaimana cara penyampaian *comic* dalam menyampaikan materi lawaknya. Kemudian juga ingin mengetahui bagaimana cara *comic* dalam mengemas pesan kritik dalam materinya. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa secara penyusunan pesan, tahap tindakan yang dilakukan *comic* ialah menarik perhatian audiens diawal *show* dengan antusiasme dan melakukan sapaan kepada audiens, tahap pemuasaan kebutuhan ialah dengan menyesuaikan materi dengan mayoritas audiens dan lokasi *open mic*, *comic* melakukan observasi secara singkat sebelum mereka tampil, agar mengetahui karakteristik audiens dan tempat, tahap visualisasi yang dilakukan *comic* ialah mengajak audiens untuk masuk kedalam materi lawaknya, seorang *comic* selalu membuat materi lawak dari isu-isu hangat yang beredar di masyarakat agar lebih mudah untuk mengajak audiens membayangkan materi lawaknya, tahap tindakan

yang dilakukan *comic* ialah membuat dan mematangkan *closing line* lalu menyampaikannya dengan *timing* yang tepat. Metode yang dilakukan oleh seorang *comic* ialah metode ekstempore, persiapan mereka sebelum tampil ialah menulis point-point dari materinya. Seorang *comic* menatap audiens sekitar 2-3 detik dengan pandangan yang menyapu dari kiri ke kanan dan begitu pula sebaliknya. *Comic* melakukan variasi suara seperti kapan menyampaikan suara rendah, keras, atau tinggi, kecepatan suara yang dikeluarkan *comic* menyesuaikan materi kapan menggunakan kecepatan lambat, datar, atau cepat, *comic* sangat memperhatikan kapan dia memberikan jeda pada saat diatas panggung, Seorang *comic* harus menguasai audiens terlebih dahulu dalam menyampaikan pesan kritik.

**Kata Kunci :** Content management, penyusunan pesan, penyampaian pesan, *comic*, stand up comedy

## A. Pendahuluan

*Stand up comedy* merupakan salah satu genre komedi, pelawak tampil seorang diri di hadapan penonton, dan berbicara langsung ke mereka dengan membawakan materi-materi lucu yang mengundang tawa. Sebutan bagi pelaku *stand up comedy* adalah *comic* (Nugroho, 2012: 24). Saat ini *stand up comedy* menjadi salah satu alternatif hiburan bagi masyarakat Indonesia setelah lama dunia lawak Indonesia didominasi oleh lawakan-lawakan yang menonjolkan permainan fisik dan hinaan sebagai bahan lawakan mereka.

*Stand up comedy* merupakan melawak secara monolog, itu membuat para penonton fokus terhadap *comic* itu sendiri, keberhasilan dan kegagalannya ditentukan oleh dirinya sendiri. Banyak *comic* yang membuat penonton tertawa bahkan sampai terpingkal-pingkal, namun tidak sedikit pula *comic* yang bahkan sampai menjadi cemoohan para penonton karena gagal membuat penonton tertawa. Penulisan dan penyampaian materi merupakan dua hal yang sangat penting dalam *stand up comedy*. *Stand up comedian* senior Indonesia Ramon Papan mengungkap banyak *comic* yang memiliki materi bagus, tapi *delivery*-nya kurang baik. Sebaliknya, ada *comic* yang acting dan *delivery*-nya bagus, namun materinya “kering” (Papan dalam Nugroho, 2012: 86).

Seorang *comic* perlu mengelola materi mereka dengan sangat baik sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh *comic* dapat diterima dan dimengerti oleh para *audiens*. Termasuk jika di dalam materi lawakan *comic* tersebut ada kritikan atau sindiran terhadap seseorang atau sekelompok orang, mereka harus mengemas pesan kritik tersebut dengan sangat baik agar kritiknya dapat diterima dengan baik atau bahkan membuat kritikan tersebut dapat menjadi lawakan yang bisa membuat para audiens tertawa dan puas akan penampilan *comic* tersebut.

## B. Landasan Teori

Alan H. Monroe (dalam Rakhmat, 1996: 135) menyebutkan lima tahap penyusunan pesan urutan bermotif

### a. Tahap perhatian

Mulailah pembicaraan anda dengan salah satu di antara empat ini: hubungkan dengan kejadian lucu yang aktual, buat kelucuan yang diarahkan pada pembawa acara atau siapa saja.

### b. Tahap kebutuhan dan pemuasan

Sajikan masalah serius (seperti kesulitan mengatur pendapatan untuk menutupi pengeluaran), perbesar tingkat keseriusannya melebihi proporsinya, kemudian

awarkan pemecahan yang *absurd* atau tunjukkan bagaimana pemecahan yang aktual itu juga *absurd*, atau sajikan masalah yang absurd.

c. Tahap visualisasi

Perbesar kejanggalan itu dengan menambahkan lagi gambaran kondisi yang dlebih-lebihkan.

d. Tahap tindakan

Tutup pembicaraan anda secara cepat dengan mempermainkan tuntutan tindakan yang juga dibesar-besarkan. Atau ceritakan sebuah kisah untuk menggambarkan ironi dari argumentasi anda, atau dengan membuat ikhtisar hal-hal “vital” dari argumentasi anda. Buatlah sentuhan terakhir ini pendek dan lucu (Rakmat, 1996: 135-136).

Setelah menyusun pesan dalam *stand up comedy* lalu bagaimana menyampaikan pesan tersebut agar dapat diterima oleh audiens?

Jalaluddin Rakhmat (dalam Rakhmat, 1996: 78) menyebutkan semua orang dapat menyampaikan pidato dengan baik bila mereka mengetahui dan mempraktekkan tiga prinsip penyampaian pidato (di tempat lain, kita menyebutkan tiga rukun pidato atau trisula pidato).

1. Pelihara kontak visual dan kontak mental dengan khalayak.

Teknik pertama untuk menjalin hubungan adalah melihat langsung kepada khalayak. Anda tidak mungkin melihat mereka satu per satu. Tetapi, sapukan pandangan anda ke semua hadirin. Pada titik tertentu anda melihat orang-orang yang anda pilih sebagai wakil dari salah satu bagian hadirin. Bila ini pun sukar, paling tidak pandanglah hadirin secara keseluruhan dengan perhatian terbagi.

2. Gunakan lambing-lambang auditif atau usahakan agar suara anda memberikan makna yang lebih kaya pada bahasa anda.

Ada tiga hal yang harus diperhatikan dalam olah vokal: kejelasan (*intelligibility*), keragaman (*variety*), dan ritma (*rhythm*).

3. Berbicaralah dengan seluruh kepribadian anda, dengan wajah, tangan dan tubuh anda.

Apabila materi *stand up comedy* telah dibuat dan dikelola dengan baik dan cara penyampaian seorang *comic* juga menarik maka kemungkinan untuk audiens terhibur akan semakin besar, sehingga *comic* tersebut dapat memenuhi harapan para audiens yang menyaksikannya. Apabila di dalam materi *stand up comedy* terdapat kritikan terhadap seseorang atau pemerintahan, maka pesan kritik tersebut harus dikelola dengan cara yang baik agar tidak menyakiti hati sang penerima kritik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan studi deskriptif dengan data kualitatif. Studi deskriptif dengan data kualitatif merupakan bagian dari penelitian kuantitatif. Metode deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian dengan metode ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 2012: 24)

## C. Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

### 1. Penyusunan Pesan

#### a. Tahap perhatian

Tahap ini akan menentukan apakah *comic* tersebut akan mendapat perhatian sepanjang *show* atau malah diacuhkan oleh *audience*. Dalam setiap penampilannya setiap *comic* memiliki cara yang berbeda untuk menarik perhatian *audience* di awal penampilannya. Kun Kun memiliki ciri khas yaitu selalu bersemangat ketika menaiki panggung kadang berlari hingga ke tempat *stand mic* berada, lalu ia berteriak “selamat malam bober café..” dengan *volume* yang cukup tinggi untuk menyapa seluruh penonton. Gusman memiliki cara yang berbeda untuk mendapat perhatian di awal penampilannya.

Gusman selalu menyapa penonton lalu mengajak ngobrol penonton yang ia anggap memiliki daya tarik tersendiri, terkadang juga Gusman mendatangi tempat di mana penonton tersebut duduk.

#### b. Tahap Kebutuhan dan Pemuasan

Setiap *comic* memiliki caranya sendiri untuk memuaskan kebutuhan dari audiens. Biasanya mereka menyiapkan materi tentang tempat dimana mereka akan perform dan mayoritas penonton yang akan hadir. Jika mereka tampil di café mereka akan menyajikan materi-materi tentang café atau tentang keadaan-keadaan yang sesuai dengan para pengunjung café dan ketika mereka diundang oleh sebuah perusahaan untuk tampil dalam acara *gathering* perusahaan tersebut, mereka akan berusaha untuk membuat petinggi perusahaan tersebut tertawa, *comic* berkeyakinan bahwa ketika mereka berhasil membuat petinggi perusahaan maka para bawahannya akan tertawa dan acara akan lebih cair.

#### c. Tahap Visualisasi

Untuk dapat mengajak penonton masuk ke dalam materinya, seorang *comic* perlu menyesuaikan materinya dengan pengetahuan penonton, tidak mungkin untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan minat setiap audiens, oleh karena itu seorang harus mengetahui hal-hal yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat.

#### d. Tahap Tindakan

Bagi seorang *comic closing line* merupakan sesuatu yang memerlukan persiapan yang matang, bagi Gusman melatih *closing line* hingga matang merupakan cara yang paling ampuh karena *closing line* tersebut telah teruji dan membuat ia nyaman ketika menyampaikannya, sedangkan bagi Kun Kun menyiapkan lebih dari satu *closing line* merupakan cara ia agar mendapatkan rasa tenang dan aman ketika menyampaikannya. Namun kedua narasumber penulis meyakini bahwa *closing line* merupakan sesuatu yang sangat penting dalam penampilan seorang *stand up comedian*.

## 2. Penyampaian Pesan

### a. Metode Penyampaian

Metode yang dilakukan oleh seorang comic ialah metode ektempore. Persiapan mereka sebelum tampil ialah menulis point-pointnya saja, comic terkadang menulis pointnya bukan dikertas melainkan ditangan untuk sekedar mengingatkannya agar tidak lupa untuk melanjutkan ke bit berikutnya.

### b. Kontak Visual Dengan Khalayak

Seorang *comic* menatap audiens sekitar 2-3 detik dengan pandangan yang menyapu dari kiri ke kanan dan begitu pula sebaliknya. Kontak mata menjadi hal yang sangat penting karena kontak mata terdapat dalam penguasaan *comic* terhadap penonton

### c. Lambang-Lambang Auditif

*Comic* melakukan variasi suara seperti kapan menyampaikan suara rendah, keras, atau tinggi, kecepatan suara yang dikeluarkan *comic* menyesuaikan materi kapan menggunakan kecepatan lambat, datar, atau cepat, *comic* sangat memperhatikan kapan dia memberikan jeda pada saat diatas panggung, dan pelafalan yang baik ketika mengucapkan bahasa asing.

## 3. Materi Kritik Dalam Materi Stand Up Comedy

Jika seorang *comic* ingin menyampaikan pesan kritik didalam materi lawak nya, *comic* tersebut harus menguasai audiens terlebih dahulu, jika akan sangat berbahaya bagi karir seorang *comic*.

## D. Kesimpulan

1. Tahap tindakan yang dilakukan *comic* ialah menarik perhatian audiens diawal *show* dengan antusiasme dan melakukan sapaan kepada audiens, tahap
2. Tahap pemuasaan kebutuhan ialah dengan menyesuaikan materi dengan mayoritas audiens dan lokasi *open mic*, *comic* melakukan observasi secara singkat sebelum mereka tampil, agar mengetahui karakteristik audiens dan tempat,
3. Tahap visualisasi yang dilakukan *comic* ialah mengajak audiens untuk masuk kedalam materi lawakannya, seorang *comic* selalu membuat materi lawak dari isu-isu hangat yang beredar di masyarakat agar lebih mudah untuk mengajak audiens membayangkan materi lawakannya,
4. Tahap tindakan yang dilakukan *comic* ialah membuat dan mematangkan *closing line* lalu menyampaikannya dengan *timing* yang tepat.
5. Metode yang dilakukan oleh seorang *comic* ialah metode ektempore, persiapan mereka sebelum tampil ialah menulis point-point dari materinya.

6. Seorang *comic* menatap audiens sekitar 2-3 detik dengan pandangan yang menyapu dari kiri ke kanan dan begitu pula sebaliknya.
7. *Comic* melakukan variasi suara seperti kapan menyampaikan suara rendah, keras, atau tinggi, kecepatan suara yang dikeluarkan *comic* menyesuaikan materi kapan menggunakan kecepatan lambat, datar, atau cepat, *comic* sangat memperhatikan kapan dia memberikan jeda pada saat diatas panggung, dan terlebih dahulu dalam menyampaikan pesan kritik.
8. Seorang *comic* harus menguasai audiens terlebih dahulu dalam menyampaikan pesan kritik.

#### Daftar Pustaka

- Nugroho, Panji. 2012. *Potret Stand Up Comedy*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Retorika Modern*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jallaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.