

# **PENGARUH TAYANGAN STAND UP COMEDY INDONESIA SEASON 7 DI KOMPAS TV TERHADAP PERSEPSI KOMIKA KOMUNITAS STAND UP INDO PKU**

**Oleh : Dani Abdillah**

Daniabdillah95@gmail.com

**Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.SI**

Konsentrasi Manajemen Komunikasi - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## ***Abstract***

*Various programs are presented by television stations. They are competing to be able to present interesting and interesting programs for many people. One of is The program of Stand Up Comedy Indonesia Season 7 in Kompas TV tells us that competition comedy is in different style from the others. This comedy program also has the tagline "let 's make club". The theory in this research is Theory of S-R (Stimulus – Response). The purpose of this research is to find out how strong the influence of stand up comedy indonesian season 7 on kompas tv toward the perception of comic stand up indo pku. The method used in this research was quantitative with used sensus sampling technique and total of sample as many as 58 respondents. Technique of data accumulation in this research did by way of spread a questionnaire directly to respondents. To know an influence between X variable and Y variable, researcher used analysis of simple regression linear and to process the data result of questionnaire, researcher used SPSS Program for Windows version 23. Results of this research shows that the influence of stand up comedy indonesian season 7 on kompas tv toward the perception of comic stand up indo pku weak catogory This can be seen from the Model Summary Table which shown determination coefficient (R<sup>2</sup>) is 0,367 and determination coefficient (Rsquare) is 0,135 as the result from squaring correlation coefficient 0,367 x 0,367. These numbers shows that the influence of stand up comedy indonesian season 7 on kompas tv toward the perception of comic stand up indo pku is 13.5%.*

***Key Words: Stand Up Comedy, Perception, Stand Up INDO PKU***

## 1. Latar Belakang

Stimulus eksternal menghasilkan respon dari konsumen. Stimulus diterima oleh konsumen, pihak yang terekspos oleh stimulus tersebut, kemudian konsumen akan merangsang hasil stimulus yang diterimanya. Stimulus menurut (Arens, Schaefer, Weigod, 2009; 130) mengungkapkan bahwa stimulus merupakan informasi-informasi yang kita terima secara fisik lewat panca indra kita. Saat kita melihat sebuah objek atau pesan atau apapun yang dapat diterima oleh panca indra kita, kita menerima berbagai macam stimulus.

Berdasarkan model Stimulus – Respon diatas, stimulus yang diterima tersebut, kemudian mendorong kita untuk memberikan respon. Sedangkan respon menurut (Schiffman dan Kanuk, 2007; 193) “*How individuals react to a drive or cue – how they behave – constitute their response a need or motive may avoke a whole variety of response*”

Program tanayangan televisi tentu terdapat proses transmisi pesan dari komunikator kepada *audiencenya*. Pesan yang disampaikan memlalui program acara atau televisi mengundang *value/nilai* didalamnya, nilai inilah yang stasiun televisi selaku komunikator berusaha untuk dapat menyampaikan kepada *audience* atau komunikannya. Pesan ini dapat bertujuan atau berfungsi dalam memberikan informasi, pendidikan, mempersuasi serta menyenangkan dan memuaskan kebutuhan khalayaknya (Mulyana, 2007:65).

Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) adalah ajang kompetisi lawakan tunggal atau Stand Up Comedy yang diikuti oleh pelawak tunggal berbakat melalui hasil seleksi dari seluruh wilayah di Indonesia yang diselenggarakan oleh Kompas TV. Berbeda dengan Stand Up Comedy *Show* yang ditayangkan oleh Metro TV yang

berformat *entertainment show*. Acara kompetisi ini merupakan kompetisi stand up comedy pertama di Indonesia, serta memiliki tagline “*Let's Make Laugh!*” (<https://www.kompas.tv/content/program/14/stand-up-comedy-indonesia>) diakses pada tanggal 10 Oktober 2017.

Stand up comedy memiliki beberapa perbedaan dengan aliran komedi terdahulu. Berdasarkan pendapat Papana (2012:4—5) dan Pragiwaksono (2012:xxi), penulis menemukan sekurang-kurangnya lima perbedaan stand up comedy dengan komedi lain. Pertama, komedi ini disampaikan secara langsung di depan penonton. Kedua, penyampaianya dengan cara bermonolog di atas panggung. Ketiga, lokasi stand up comedy biasanya diadakan di gedung pertunjukan, *kafe*, atau *comedy club*. Keempat, bahan lawakan berupa pengamatan, pendapat, dan pengalaman pribadi, bukan *joke telling* (cerita lucu). Bukan pula mengambil materi dari buku, internet, atau komik lain. Kelima, pelaku stand up comedy mempunyai istilah khusus yaitu komika atau komik. Maka, dalam Stand up comedy Indonesia materi yang dibawakan sesuai dengan pengalaman komika. Atas dasar hal tersebut, Papana (2012:43) dan Pragiwaksono (2012:6) menyebut Stand up comedy Indonesia ini sebagai komedi pintar. Pintar yang dimaksud di sini adalah komik harus membuat materi sendiri dan penonton dapat menikmati komedi tersebut jika memiliki pengetahuan latar belakang komedi yang sesuai dengan materi yang disampaikan komika.

Berbagai jenis peogram acara disajikan oleh stasiun-stasiun televisi. Mereka berlomba-lomba untuk dapat menyajikan program acara yang menarik dan diminati oleh banyak orang. Salah satunya program *entertainment* atau acara hiburan, *Entertainment* atau acara hiburan merupakan bagian dari fungsi

televisi sebagai media hiburan dalam merealisasikan program acara hiburan, seperti komedi. Hiburan yang disajikan bertujuan untuk menghibur khalayak melalui sifatnya yang dapat mengalihkan perhatian dan meredakan khalayak dari ketegangan-ketegangan sosial sehingga menjadi sarana relaksasi.

Stand up comedy di Indonesia sendiri mulai berkembang saat ini berkat kehadiran youtube. Para comic Indonesia seperti Ramon, soleh solihun, raditya dika, pandji serta asep suadji turut membantu perkembangan stand up comedy di Indonesia. Video-video mereka yang diupload oleh Stand Up Comedy Indonesia semakin mempertegas perkembangan stand up comedy di Indonesia. Kehadiran acara ini di Kompas TV juga turut membantu perkembangan stand up comedy. Mencari bakat-bakat baru lewat Kompas TV merupakan sebuah langkah yang tepat. Memang sudah saatnya Indonesia memiliki banyak komika untuk perkembangan stand up comedy di Indonesia. Dan sudah saatnya stand up comedy bangkit di Indonesia agar melahirkan orang-orang yang cerdas, berwawasan luas, serta memiliki pikiran yang terbuka agar bangsa ini tidak mudah tersinggung yang berujung pada pertengkaran dan sebagainya. Oleh karena itu, stand up comedy menjadi salah satu sarana pendukung penciptaan moral bangsa yang lebih baik lagi. Karena masalah seserius apapun, serumit apapun atau sesensitif apapun akan mudah terselesaikan dengan adanya lelucon di sela-selanya. Dan dengan kehadiran stand up comedy di televisi, menjadi langkah yang tepat memperkenalkan ke masyarakat tentang komedi yang cerdas dan pastinya akan turut serta mencerdaskan setiap pribadi masyarakat yang menyaksikannya.

Demam stand up comedy di Indonesia menyebabkan banyak

bermunculan komunitas stand up comedy di berbagai daerah, tidak terkecuali di Pekanbaru. Adapun komunitas Stand Up Comedy di Pekanbaru dikenal dengan stand up Indo PKU. Komunitas stand up comedy Indo PKU resmi terbentuk pada tanggal 4 November 2011, yang pada awalnya beranggotakan 11 orang, hingga pada saat ini menjadi 58 orang tergabung resmi menjadi anggota komunitas Stand Up Indo PKU. Kebersamaan di dalam komunitas dipelihara oleh antara anggotanya saat berinteraksi, sehingga komunitas ini bertahan dan tetap eksis hingga saat ini. Interaksi dapat dilakukan secara tidak langsung via media jejaring sosial, maupun secara langsung saat berkumpul.

Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses yang terdiri dalam pengamatan seseorang terhadap sesuatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan, atau bekerjasama, jadi setiap orang tidak terlepas dari proses persepsi.

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perception*, dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil (Sobur, 2009:445). Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses yang terjadi dalam pengamatan seseorang terhadap orang lain. Pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan atau bekerjasama, jadi setiap orang tidak terlepas dari proses persepsi.

Salah satu yang menjadi alasan peneliti mengadakan penelitian dengan mengambil responden komika komunitas Stand Up INDO PKU karena komunitas ini adalah satu-satunya komunitas Stand Up Comedy yang berada di Pekanbaru, dan juga mengapa

peneliti mengambil objek Program tayangan Stand Up Indonesia karena Program ini sudah berjalan 7 tahun dari tahun 2011. Dengan sudah berjalanya 7 tahun program ini tidak menutup kemungkinan para komika menonton tayangan program tersebut dan menjadi motivasi juga sumber informasi kepada mereka.

Berdasarkan paparan di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian, untuk meneliti seberapa berpengaruh tayangan Stand Up Comedy Indonesia season 7 terhadap persepsi komika komunitas Stand Up Indo PKU, untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian masalah ini dengan judul “Pengaruh Tayangan Stand Up Comedy Indonesia Season 7 Terhadap Persepsi Komika Komunitas Stand Up INDO PKU”.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1. Teori Stimulus – Respon**

Teori dipergunakan untuk mempelajari suatu masalah yang akan diteliti dan mencapai suatu pengetahuan yang sistematis serta membantu atau membimbing peneliti dalam penelitiannya.

Menurut Kerlinger, teori adalah himpunan konsep (konstruk), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut (Rakhmat, 2009:6). Teori penting sekali dalam memperjelas pengetahuan sebagai dasar organisasi pemikiran. Teori juga membimbing penelitian, apabila ada teori yang berlawanan, penelitian dapat menguji mana diantara teori itu yang benar (Rahmat, 2009:6-7).

Stimulus eksternal menghasilkan respon dari benak konsumen. Stimulus diterima oleh konsumen, pihak yang terekspos oleh stimulus tersebut,

kemudian konsumen akan merangsang hasil stimulus yang diterimanya. Stimulus menurut (Arens, Schaefer, Weigod, 2009; 130) mengungkapkan bahwa stimulus merupakan informasi-informasi yang kita terima secara fisik lewat panca indra kita. Saat kita melihat sebuah objek atau pesan atau apapun yang dapat diterima oleh panca indra kita, kita menerima berbagai macam stimulus.

Berdasarkan model Stimulus – Respon di atas, stimulus yang diterima tersebut, kemudian mendorong kita untuk memberikan respon. Sedangkan respon menurut (Schiffman dan Kanuk, 2007; 193) “*How individuals react to a drive or cue – how they behave – constitute their response a need or motive may avoke a whole variety of response*”

Berdasarkan kutipan di atas, respon merupakan suatu bentuk reaksi yang diberikan individu terhadap dorongan yang ada di dirinya, bagaimana mereka berperilaku. Perilaku yang ditujukan oleh individu sebagai konsumen merupakan perilaku yang ditujukan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menentukan suatu produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka (Schiffman dan Kanuk, 2007; 193).

### **2.2. Persepsi**

Persepsi secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa latin *perception* dari *percipere* yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas adalah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu (Sobur, 2009:445).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimulus*). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori. (Rakhmat, 2005:51).

Dalam Sobur (2009:446), dijelaskan bahwa dalam persepsi terdapat tiga komponen utama, yaitu :

1. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.

2. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Sejalan dengan pendapat Renan Khasali, menurut Sobur interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pengalaman masa lalu, sistem nilai yang dianut, motivasi kepribadian dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.

3. Reaksi, yaitu persepsi yang kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

### 3. Hasil Pembahasan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang didapatkan, penelitian ini memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima, dengan artian terdapat pengaruh yang signifikan antar tayangan Stand Up Comedy Indonesia Season 7 di Kompas TV terhadap

persepsi komika komunitas Stand Up INDO PKU, sedangkan  $H_0$  ditolak. Kemudian dari nilai  $R_{\text{square}}$  yang didapatkan menunjukkan korelasi antara tayangan Stand Up Comedy Indonesia Season 7 di Kompas TV terhadap persepsi komika komunitas Stand Up INDO PKU sebesar 0,135 atau sebesar 13,5% dan masuk dalam kategori lemah.

Berdasarkan hasil penelitian ini juga didapatkan bahwa tayangan Stand Up Comedy Indonesia Season 7 di Kompas TV berpengaruh terhadap persepsi komika komunitas Stand Up INDO PKU, Hal ini disebabkan media televisi merupakan media yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak secara luas. Stand up comedy Indonesia season 7 di Kompas TV merupakan salah satu dari beberapa program acara hiburan yang sangat populer dengan rating yang cukup tinggi di Indonesia.

### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dengan menggunakan analisis data regresi linear sederhana didapatkan kesimpulan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori S-R. Kemudian penelitian ini juga menunjukkan bahwa Tayangan Stand Up Comedy Indonesia Season 7 di Kompas TV memiliki pengaruh sebesar 13,5% terhadap Persepsi Komika Komunitas Stand Up INDO PKU. Pengaruh tersebut termasuk dalam kategori lemah dan sisanya sebesar 86,5% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya nilai signifikansi yang didapatkan juga lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , dimana artinya  $H_a$  diterima yaitu Terdapat Pengaruh antara Tayangan Stand Up Comedy Indonesia Season 7 Di Kompas TV Terhadap Persepsi Komika Komunitas Stand Up INDO PKU.

## 5. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, saran yang dapat peneliti berikan adalah dengan diketahuinya bahwa hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh dari tayangan Stand Up Comedy Indonesia Season 7 Di Kompas TV terhadap persepsi komika komunitas Stand Up INDO PKU yang termasuk dalam kategori lemah, diharapkan bagi tayangan Stand Up Comedy Indonesia Season 7 Di Kompas TV lebih semangat menarik perhatian khalayaknya.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan dengan pengaruh media massa terutama media terutama tayangan televisi, untuk meneliti diluar indikator yang telah diteliti agar mendapatkan hasil yang beragam dan lebih mendalam.

## 6. Daftar Pustaka

Adi, Isbandi Rukminto, 1994. *Psikologi, Pekerjaan Sosial Dan Ilmu Kesejahteraan: Dasar-Dasar Pemikiran*, Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta

Ardianto, Elvinaro Dan Komala 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT.Glora Aksara Pratama Erlangga.

Darwanto. 2007. *Televisi sebagai Media Pendidikan*. Pustaka Pelajar.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Iqbal, M Hasan. 2002. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Instensif)*. Jakarta: Bumi Aksara

Kertajaya, Hermawan. 2008. *Arti Komunitas*. Bandung: Gramedia Pustaka Indonesia

Kriyantono, Rakhmat. 2008. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

Mulyana, Deddy. 2004. *Metedologi Penelitian Kualitatif: Para Digma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya

\_\_\_\_\_ 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Morrisan, 2008. *Managemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.

Narbuko, Cholid Dan Achmadi Abu. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara

Papana, Ramon. 2012. *KITAB SUCI: Kiat Tahap Awal Belajar Stand Up Comedy Indonesia*. Jakarta: Media Kita Pragiwaksono, Panji. 2012. *Merdeka Dalam Bercanda*. Yogyakarta: Kompas Media Nusantara

Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Pisikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Ridwan, 2003. *Skala Pengukuran Variabel – Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Sobur, Alex. 2009. *Pisikologi Umum*. Jakarta: Bulan Bintang

Sudjana. 2003. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung: Tarsito.

Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Syahputra, Iswandi. 2006. *Jurnalisme Damai: Meretas Ideologi Peliputan Area Konflik*. Yogyakarta: PilarMedia

## Skripsi

Anissa, Nurul. 2016. *Pengaruh Program Tayangan Infotainment di Televisi Terhadap Persepsi Ibu Rumah Tangga Tentang Fenomena Perceraian di Kelurahan Limbungan Kecamatan Rumbai Pesisir Pekanbaru*. Riau.

Universitas Riau. Skripsi Tidak di Publikasikan

Purnomo, Adik Triwulan. 2013. *Pengaruh Tayangan Stand Up Comedy Show Terhadap Wawasan Mahasiswa Mengenai Masalah Sosial*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi Tidak di Publikasikan

Putri, Melisa. 2014. *Studi Komparatif Tingkat Kepuasan Penggunaan Media Sosial Path Dan Instagram Pada Aplikasi Smartphone (Survai Terhadap Mahasiswa Pada Delapan Universitas Di Kota Padang)*. Skripsi Tidak di Publikasikan

Syafutra, Idham. 2016. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan “Stand Up Comedy”*. Medan: Universitas Sumatra Utara. Skripsi Tidak di Publikasikan

**Wibesite**

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/34184/Chapter%20I.pdf?sequence=5&isAllowed=y> (8 Oktober 2017 pukul 15.36 WIB)

<https://www.kompas.tv/content/program/14/stand-up-comedy-indonesia> (10 oktober 2017 pukul 12.20 WIB).