

GAYA KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS STAND UP COMEDY INDO BANDUNG

Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Gaya Komunikasi Pada Komunitas Stand up Comedy Indo di Bandung

Mohamad Firman Miftahul Salam

Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations

Universitas Garut, Garut 44151, No. HP: 082216714376

e-mail: mfirmaman3442@gmail.com

Abstrak (dibuat dalam bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris (miring))

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana proses komunikasi para *comic* dan gaya komunikasi *Stand Up Comedy* yang ingin dikembangkan di komunitas *Stand Up* Indo Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan paradigma kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi partisipasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi yang ada dalam komunitas (1) Pertama, *open mic*. Para pelaku *Stand Up Comedy* atau *new comers* selalu dimainkan pada tahap pembukaan yang disebut dengan istilah *open mic*, kedua tahap *review*, ketiga tahap *closing line*. (2) *Stand Up* Indo Bandung merupakan salah satu upaya komunitas dalam menarik perhatian *audiens* sehingga cerita yang disampaikan tidak membosankan, dan gaya komunikasi yang ingin dikembangkan dalam komunitas ini ada tiga macam yaitu gaya *improvisionist comedian*, *physical comedian* dan *improvisionalist comedian*. Gaya komunikasi tersebut merupakan identitas komedian sehingga dengan gaya komunikasi yang dimiliki seorang *comic* maka akan mempermudah seorang *comic* dalam menghibur *audiens*.

Kata Kunci: Komunikasi; Gaya; *Stand Up* Indo Bandung; *Comic*; *Comedy*

I. PENDAHULUAN

Komunitas *Stand Up* Indonesia didirikan di Jakarta pada 2011, keberadaannya mulai merambah ke kota-kota besar di Indonesia, termasuk kota Bandung. Komunitas *Stand Up Comedy* Bandung yang merupakan tempat berkumpulnya para pelawak tunggal atau biasa disebut komika itu. Komunitas ini terbentuk bertepatan dengan acara *stand up nite indo 2* yang digelar oleh komunitas *Stand Up* Indonesia di Bandung pada 2 Agustus 2011 (Rosadi Dian, 2015).

Dalam komunitas *Stand Up Comedy* Bandung terdapat kegiatan yang menjadi aktivitas rutin, kegiatan tersebut antara lain *open mic*, *sharing comic*, *mini show*, *stand up comedy festival*, *street comedy*, dan *stand up nite*. Pada kegiatan *open mic*, *mini show*, *stand up comedy festival*, *street comedy*, dan *stand up nite* merupakan ajang unjuk gigi para komika menunjukkan potensinya di atas panggung dalam menyampaikan keresahan atau lelucon yang akan ditunjukkan kepada penonton. Tentunya dalam kegiatan ini diperlukan kematangan mental komika khususnya komika baru, karena komika akan

menghadapi tekanan psikologi yang sangat besar untuk menguasai panggung sekaligus mengolah teknik – teknik gaya komunikasi stand up comedy yang tidak mudah.

Perlu adanya penguatan dan pemahaman materi, dan teknik – teknik yang akan dibawakan seorang komika kedalam stand up comedy bisa sangat membantu komika dalam penampilannya di atas panggung, khususnya bagi para komika baru yang masih dalam proses membangun mental dan teknik stand up comedy. Ilmu tentang teknik - teknik stand up comedy sendiri membutuhkan praktek langsung agar lebih mudah memahaminya. Oleh sebab itu, dalam pembelajarannya membutuhkan sebuah proses komunikasi yang efektif dan nyaman antar individu komunitas stand up comedy Bandung. Beberapa kendala dari penampilan stand up comedy tersebut dapat juga merujuk pada gaya komunikasi yang dibawakan komika. Dari hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa kendala dari komika adalah dalam gaya komunikasi. Para komika perlu mempersiapkan gaya komunikasi secara matang guna menampilkan stand up comedy yang sukses.

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

Alasan inilah yang membuat peneliti jadi tertarik untuk melakukan penelitian tersebut untuk mengetahui gaya komunikasi komunitas stand up comedy di Bandung. Karena setiap komunitas mempunyai gaya unik tersendiri dalam menyampaikan pesan-pesannya untuk menghibur para pengunjunnya. Namun, untuk memperoleh perhatian para pengunjung komedian harus berfikir lebih kreatif dalam mengolah dan menyampaikan pesannya.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif, dengan penyajian analisis secara deskriptif. Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, artinya bahwa penentuan unit analisis mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap objek yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2010). Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Penelitian ini mengambil 3 informan dan 1 narasumber, merupakan anggota komunitas Stand Up Comedy Indo Bandung sebagai subjek untuk dijadikan sumber data secara *purposive sampling*. Informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menjadi anggota komika dan masih aktif dalam kegiatan komunitas *Stand Up Comedy* Indo Bandung, dengan kriteria informan yaitu 1. mempunyai pemahaman yang dalam tentang stand up comedy, 2. Mempunyai pengalaman yang lama dalam ber stand up comedy, 3. Pengetahuan yang luas terkait topik yang diperlukan.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Proses Komunikasi *Comic* Di Komunitas *Stand Up Comedy* Indo Bandung

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti ketika melihat proses ber-stand up comedy para comic di bober café bandung dengan acara – acara stand up comedy yang ada di televisi sangat berbeda sekali. Ketika di bober café bandung 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.

Open mic merupakan pembukaan acara dalam stand up comedy yang dipertunjukkan secara langsung oleh penampilan para *new comers* dengan cerita yang lebih fresh dan baru yang dilakukan dihadapan audiens. Dengan menggunakan kertas kecil sebagai catatan kecil mereka ketika *new comers* berada diatas panggung. Sehingga dengan catatan kecil membantu *new comers* supaya lancar dalam penyampaian materi ceritanya. Karena dalam catatan kecil tersebut terdapat susunan cerita dan *joke – joke* yang ditonjolkan oleh *comic*.

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. Sehingga dengan open mic sebagai awal dari pembukaan stand up comedy maka ini merupakan suatu bentuk apresiasi senior comic terhadap pengunjung. Namun ini merupakan bagian dari strategi. Sehingga dengan mengikutsertakan audiens dalam open mic maka panggung stand up comedy akan selalu terkesan berbeda dan tidak menjenuhkan.

Selanjutnya, dalam tahap open mic terdapat tahap review step. Pada tahap ini setiap penampilan *new comers* akan ditampilkan kembali namun tidak semua cerita yang telah disampaikan oleh *new comers* ditampilkan lagi karena pada tahap review ini hanya diambil joke – joke yang tepat sehingga materi yang disampaikan lebih menarik.

Selanjutnya dalam wrapping tersebut senior comic mendapatkan inspirasi cerita baru dari penampilan *new comers*. Dengan menggunakan joke – joke dari *new comer*, senior comic menambahkan lagi joke-joke baru dengan menggunakan punch line yang tepat di waktu yang tepat pula sehingga cerita dari senior comic lebih menarik dari pada cerita yang dibawakan oleh *new comers*.

Dalam penampilan senior comic tersebut merupakan 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 closing line terdapat dua tahap untuk mendapatkan hasil yang maksimal supaya audiens ikut terbawa cerita yang disampaikan oleh senior comic dalam penampilannya 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.

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.

Sehingga dengan tahap – tahap serta “jam terbang” yang tinggi seorang comic akan mampu menemukan sendiri ciri khas atau karakter seorang comic tersebut. Karena untuk menumbuhkan karakter atau ciri khas tidak bisa dilakukan hanya sebentar saja namun dibutuhkan “jam terbang” yang tinggi untuk mengetahui dimana sisi yang bisa ditonjolkan oleh seorang comic agar bisa disampaikan dalam setiap penampilannya. Ciri khas merupakan tanda seseorang bagaimana orang lain bisa mengenali tanda tersebut sehingga disetiap penampilannya orang lain bisa langsung menebak ciri khasnya. Karena dengan ciri khas, seorang comic mampu menarik minat jual seorang audiens terhadap penampilannya. Selain itu juga ciri khas seorang comic bisa menimbulkan efek terhadap audiens dan comic. Diantaranya adalah

- a. menjadikan nilai jual tersendiri bagi comic terhadap disetiap penampilannya.
- b. menjadikan hiburan stand up comedy sebagai pelepas lelah dengan canda tawanya.
- c. menjadikan audiens lebih cerdas lagi dengan hiburan canda tawa yang mencerdaskan dari penampilan seorang comic.
- d. menjadikan seorang comic menemukan gaya atau style disetiap penampilannya dengan melakukan hiburan yang lebih lama dan “jam terbang” yang tinggi.

Oleh karena itu bahwa disetiap tahap dalam panggung stand up comedy tepatnya di bober cafe merupakan arena pembelajaran dalam mengemas ide. Karena dalam tahap – tahap tersebut seorang new comers dituntut untuk lebih memperhatikan penampilan senior comic karena dalam penampilannya itu merupakan bentuk evaluasi terhadap penampilan new comers sehingga bisa lebih cepat untuk belajar dan tidak mengulangi kesalahan yang sama serta bersama – sama untuk bisa lebih kreatif lagi dalam penampilannya.

Berpijak dari penjelasan di atas maka proses komunikasi komunitas stand up indo bandung dapat ditemukan sebagai berikut :

- a. Seorang master of ceremony me-review kembali cerita yang telah disampaikan oleh new comers.
- b. Disetiap penampilan senior performance para comic senior “mencuri”, menggali inspirasi melalui penampilan new comers.
- c. Panggung dalam stand up comedy merupakan arena pembelajaran dalam pengemasan ide.

3.2. Gaya Komunikasi Yang Dikembangkan Dalam Komunitas *Stand Up Indo Bandung*

Gaya komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah aktivitas berkomunikasi atau berbicara baik itu verbal maupun non verbal yang dilakukan seorang *comic* dihadapan *audiens* dengan gaya “khas” melucu dan bertujuan untuk menghibur para *audiens*. Karena kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang baik itu secara verbal maupun non verbal dengan karakter yang khas sehingga mampu menimbulkan stimulus dan mampu mempengaruhi tingkah laku seseorang.

Didalam *stand up comedy*, gaya komunikasi yang ditampilkan seorang *comic* sebenarnya diserahkan sepenuhnya kepada seorang *comic* tersebut, tergantung bagaimana *comic* tersebut ingin membentuk karakter dirinya dihadapan penonton. Gaya komunikasi didalam *stand up comedy* dibentuk berdasarkan improvisasi *comic* itu sendiri, *comic* berhak menentukan gaya masing-masing, tanpa ada aturan sebagai standarisasi seorang *comic* dalam menentukan gaya komunikasinya, bagaimana cara *comic* tersebut membawakan materinya dan bagaimana cara penyampaian *comic* tersebut. Misalnya dalam gaya dramatis atau dramatic style, seorang *comic* membawakan materi atau ceritanya dihadapan penonton dengan menambahkan unsur lelucon atau humor didalam materinya dan seorang *comic* tersebut juga melebih-lebihkan cerita yang disampaikannya dengan tujuan mendapatkan respon yang baik dari penonton.

Dalam penyampaian materi 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.

Dalam komunitas *stand up indo* Bandung terdapat beberapa gaya atau *style* yang sering digunakan oleh para *comic* di komunitas ini diantaranya adalah :

Tabel 1

Tabel Identifikasi Gaya Stand Up Comedy Indo Bandung

Identifikasi Gaya Stand Up Comedy Indo Bandung				
Nama <i>comic</i>	<i>Act out</i>	Linguistik dan logika	<i>Self effacing</i>	Aksentuasi
Irwan	Tidak terlalu sering menggunakan gerakan tubuhnya untuk menonjolkan <i>joke</i> disetiap aksinya.	Selalu menggunakan permainan bahasa dan logika disetiap penampilannya.	Tidak pernah menonjolkan kejelekan dirinya disetiap penampilannya.	Selalu menonjolkan <i>joke</i> – nya dengan menekankan suaranya disetiap akhir cerita dalam permainan linguistiknya.
Wanda Dwi Wardana	Pernah namun tidak terlalu sering menonjolkan gerakan tubuhnya	Tidak pernah	Selalu menggunakan <i>self affacing</i> disetiap	Selalu menekankan suaranya disetiap <i>joke</i> akhir cerita.

	untuk menyampaikan pesannya.		aksi panggungnya dengan memanfaatkan <i>gesture</i> tubuh dan wajahnya.	
Yoga sundana perkasa	Selalu menonjolkan gerakan tubuh dengan memanfaatkan <i>gesture</i> tubuhnya yang mungil.	Pernah namun tidak begitu ditonjolkan dalam aksi panggungnya.	Pernah namun tidak terlalu sering dan hanya diperlihatkan di awal cerita.	Selalu menggunakan aksentuasi dengan menekankan kata – kata disetiap <i>joke – jokenya</i> .

Maka dalam penelitian ini gaya komunikasi dalam komunitas *stand up comedy* berdasarkan temuan peneliti menemukan beberapa aktifitas gaya yang dilakukan oleh komunitas *stand up* indo bandung ini. Diantaranya adalah :

- a. Irwan, disetiap penampilannya selalu menonjolkan permainan bahasa dan logika sedangkan permainan *act out*-nya juga tidak terlalu sering dimainkan serta selalu menekankan suara disetiap *joke – jokenya*, maka *comic* ini tergolong dalam gaya *impressionist comedian*.
- b. Wanda Dwi Wardana, disetiap penampilannya selalu menggunakan tubuhnya sebagai senjata utama atau *self affacing* menyerang tubuhnya sendiri sebagai bahan lawakannya dan juga selalu menekankan pada suara disetiap *joke – jokenya*, maka *comic* ini tergolong dalam gaya *physical comedian*.
- c. Yoga Sundana Perkasa, , disetiap penampilannya selalu menggunakan gerakan – gerakan tubuhnya secara berlebihan dengan tujuan untuk merealisasikan cerita yang disampaikan sehingga pesannya mampu lebih cepat untuk dipahami maka, *comic* ini termasuk dalam gaya *improvisionalist comedian*.

Bicara tentang *stand up comedy* maka akan berbicara juga mengenai *public speaking*. Dalam *public speaking* penampilan seseorang dalam menyampaikan pesannya di depan *public* sangat berpengaruh terhadap pembentukan kesan kepada *audiens*. Maka peneliti menggunakan teori *symbolic convergence theory* dari ernest bormann, john cragan, donald shield sebagai teori yang relevan untuk mengkonfirmasi hasil temuan. *Symbolic convergence theory* sebagai gaya bercerita dalam komunikasi. Teori ini berbunyi bahwa: gambaran *individu* tentang realitas dituntun oleh cerita – cerita yang menggambarkan bagaimana segala sesuatu diyakini ada. Dan cerita – cerita atau tema-tema fantasi ini diciptakan dalam interaksi simbolis dalam kelompok – kelompok kecil serta mereka berpindah dari satu orang ke orang lain dan dari satu kelompok ke kelompok lain untuk berbagi sebuah pandangan tentang dunia. Temuan teori ini sangat relevan dengan temuan yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka :

Perfomance seorang comic sangat berperan penting dalam menentukan gaya dalam berkomunikasi didepan audiens. Karena kesiapan diri dan materi cerita yang disampaikan akan sangat menentukan keberhasilan seorang comic. Dan performance setiap comic diatas panggung akan menggambarkan identitas dirinya sehingga gaya yang disampaikan akan lebih mudah udah dikenali. Presentasi diri juga disebut *speak performance* bisa diartikan sebagai *public speaking* yang artinya adalah kemampuan mengekspresikan gagasan di hadapan *public* melalui kompetensi berpidato. Dalam menyajikan gagasan di hadapan publik, dibutuhkan seluruh kemampuan komunikator untuk mendukung setiap kata dan kalimat yang meluncur. Ketidaksiapan dan ketidakyakinan penyaji atas

komprehensivitas materi yang hendak disajikan seringkali menjauhkannya dari keberhasilan melakukan public speaking.

Disetiap penampilan seorang comic speak performance merupakan hal yang sangat penting karena dengan speak performance akan mendukung cerita yang disampaikan oleh comic dengan menonjolkan gaya yang dimilikinya sebagai ciri khasnya. Sehingga audiens bisa lebih cepat mengetahui gaya yang disampaikan oleh seorang comic. Dan aktifitas ini bisa mengembangkan kemampuan yang dimiliki oleh seorang comic dengan kemampuan berbicara seorang comic mampu mengatasi kebosanan seorang audiens dengan cerita yang telah disampaikannya. Disetiap ceritanya akan terdapat joke – joke yang lucu dan akhirnya akan ditonjolkan oleh seorang comic. Maka keaktifan berbicara dan kreatifitasan seorang comic akan berbicara dihadapan audiens maka akan menentukan gaya yang akan disampaikan oleh comic. sehingga ketika menyajikan gagasan di hadapan *public*, dibutuhkan seluruh kemampuan komunikator untuk mendukung setiap kata dan kalimat yang meluncur. Ketidaksiapan dan ketidakyakinan penyaji atas komprehensivitas materi yang hendak disajikan seringkali menjauhkannya dari keberhasilan melakukan *public speaking*. Hal ini akan menjadi parah ketika sang penyaji tidak cukup memiliki bekal dalam berkomunikasi dengan publik. Maka dalam *speak performance* juga dipengaruhi beberapa hal diantaranya:

Pertama, *science* berasal dari bahasa latin yang berarti pengetahuan. *Science* adalah elemen yang memperlengkapi para peserta didik dengan kompetensi konseptual di bidang kompetensi yang hendak digelutinya. Maka dengan memiliki ilmu pengetahuan yang luas akan mempengaruhi kemampuan seorang *comic* dalam menyampaikan cerita dihadapan *audiens*. Sehingga *comic* akan lebih cepat menemukan kata – kata baru yang dikemas menjadi kata – kata lucu yang bisa menarik perhatian *audiens*.

Kedua, *skills* adalah untuk memperlengkapi para peserta didik dengan kompetensi teknikal yang sangat dibutuhkan dalam mengimplementasikan kompetensi konseptualnya. Kemampuan dalam penelitian ini merupakan tehnik atau cara seorang komedian dalam menyampaikan pesannya maka akan mendukung seorang *comic* disetiap penampilannya dengan gaya yang ingin disampaikan.

Ketiga, *arts* adalah untuk memberikan kemampuan intuisi dan *feeling* kepada para peserta didik di dalam meningkatkan kualitas ketepatan arah yang diambil. Dalam aktifitas *stand up comedy arts* dan *feeling* merupakan kemampuan yang penting karena ketepatan atau *feeling* dalam memilih *joke* serta ketepatan waktu juga akan sangat menentukan keberhasilan seorang komedian.

Keempat, *soul* adalah elemen dasar yang menjadi lem perekat sekaligus penjaga moral agar setiap pemikiran, perkataan, perbuatan dan perilaku dalam mengamalkan kompetensi profesional seseorang. Karena dengan menjiwai karakter yang ditampilkan sebagai ciri khasnya maka seorang *comic* akan bisa lebih mudah untuk bermain diatas panggung dengan cerita-cerita yang lucu, unik dan mencerdaskan.

Dengan demikian, hal ini akan menimbulkan kesan dan gaya tersendiri terhadap *audiens* ketika *comic* pada komunitas *stand up* indo bandung ini melakukan aksinya diatas panggung dengan menggunakan *self presentation* yang tinggi. Seorang *comic* yang mempunyai *self presentation* yang tinggi tidak diragukan lagi pesan yang disampaikannya akan lebih mudah dipahami oleh *audiens* karena *comic* akan lebih menjiwai perannya.

Selanjutnya, gaya komunikasi yang dilakukan oleh komunitas *stand up* indo bandung disetiap aksinya diantaranya menggunakan *style* komediannya sendiri yang terbentuk dari interaksi simbolis disetiap aksi serta perpindahan para *comic* dari satu komunitas ke komunitas lain sehingga muncullah tema – tema fantasi yang membentuk gaya bercerita dalam komunikasinya. Dengan menggunakan gaya komunikasinya sendiri maka pesan yang akan disampaikannya lebih mudah untuk dipahami oleh *audiens*. Diantaranya gaya tersebut adalah :

- a) *Observational comedian* : mengomentari sesuatu yang nyata terjadi setiap hari dan kemudian memberikan sebuah pandangan baru yang pastinya lucu. Misalnya tentang gaya pacaran atau perbedaan cewek dan cowok. Komedian gaya ini : Bill Cosboy, Richard Pryor, Jay Leno, David Letterman, Jerry Seinfeld, Janeane Garofalo, Russel Brand, Chris Rock.
- b) *Political* atau *topical comedian*: jenis *stand up* ini tersulit karena politik dan *religi* adalah dua hal yang menjadi *topic* utama jenis ini. Komedian gaya ini : Lenny Bruce (komedian pertama yang berani melakukan gaya ini dan berkali – kali dituntut secara hukum) dan Dennis Miller.
- c) *Character comedian* : komedian memainkan sebuah karakter lain dari dirinya setiap kali naik panggung. Komedian gaya ini : Paul Reubens yang selalu membawa karakter komik dirinya, Pee-Wee Herman, Paul Foot dengan karakter Skeleton Johnson buatannya.
- d) *Props comedian* : komedian yang membawa berbagai macam barang ke atas panggung dan memberikan komentar lucu atas barang – barang itu. Komedian gaya ini : Carrot Top yang sering kali membawa berbagai macam barang banyak banget ke atas panggung, Gallagher yang suka melemparkan semangka di atas panggung.
- e) *Physical comedian* : komedian yang menggunakan tubuh sebagai “senjata” utama mereka untuk melawak. Komedian gaya ini : Jim Carey yang suka memukul atau menjatuhkan dirinya sendiri.
- f) *Impressionist comedian* : komedian yang menirukan gaya atau suara sesuatu atau seseorang yang terkenal. Komedian gaya ini : Will Ferrel, Mike Myers.
- g) *Improvisationalist comedian* : sebagian besar aksi komedian *type* ini di atas panggung adalah merupakan aksi atau perbuatan yang spontanitas. Komedian gaya ini : Robin Williams.

IV. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Proses komunikasi yang disajikan oleh komunitas stand up indo bandung adalah pertama, open mic merupakan pembukaan acara dalam stand up comedy yang dipertunjukkan secara langsung oleh penampilan para new comers dengan cerita yang lebih fresh dan baru yang dilakukan dihadapan audiens. Selanjutnya, dalam tahap open mic terdapat tahap review step. Pada tahap ini setiap penampilan new comers akan ditampilkan kembali namun tidak semua cerita yang telah disampaikan oleh new comers. Dalam wrapping, senior comic mendapatkan inspirasi cerita baru dari penampilan new comers sehingga cerita dari senior comic lebih menarik daripada cerita yang dibawakan oleh new comers. Kemudian, master of ceremony menyambut penampilan senior comic untuk tampil di atas panggung. Dalam penampilannya senior comic juga melakukan tugasnya yaitu me-review kembali joke – joke yang telah disampaikan oleh new comers yang sebelumnya dengan menyempurnakan kembali joke yang sebelumnya telah disampaikan. Terakhir closing line. Pada tahap ini berarti tahap joke terakhir dari penampilan comic yang harusnya mendapat sambutan besar. Maka dengan proses komunikasi seperti itulah komunitas stand up indo bandung ini menghibur audiens, dan proses seperti itu juga yang akan melahirkan comic – comic yang berbakat dan akan menimbulkan gaya tersendiri bagi seorang comic yang akan mudah dikenal oleh para pecinta stand up comedy serta gaya itulah yang akan menjadi ciri khas mereka.
2. Gaya komunikasi yang dilakukan oleh komunitas stand up comedy indo bandung diantaranya menggunakan style komediannya masing-masing, sehingga pesan yang disampaikan kepada audiens lebih mudah dipahami. Namun gaya yang ingin dikembangkan oleh komunitas ini

pertama adalah gaya impressionist comedian improvisasi menirukan gaya atau suara sesuatu atau seseorang yang terkenal, kemudian gaya physical comedian menggunakan tubuh sebagai “senjata” utama mereka untuk melawak, terakhir gaya improvisionalist comedian aksi spontanitas di atas panggung.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2005). Manajemen Penelitian. Cetakan Ke-7. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arni, M. (2005). Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bent, M. (2009). The Everything Guide To Comedy Writing. Newyork: Adams Media.
- Bungin, B. (2011). Penelitian Kualitatif ; Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan lainnya. Jakarta: Kencana Prenada, Media Grup.
- Effendi, U. (2005). Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Jalaludin, R. (2000). Retorika Modern: Pendekatan Praktis. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Krisyantono, R. (2012). Public Relation dan Crisis Management: Pendekatan Critical. Jakarta: Kencana Prenada, Media Grup.
- Kuswarno, E. (2009). Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi. Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung. Bandung: Widya Pajajaran.
- Liaw, P. (2005). Understanding Your Communication Style: Memahami Gaya Komunikasi Anda. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Liliwari, A. (2011). Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. J. (2005). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). Teori Komunikasi: Individu Hingga Masa . Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, D. (2008). Metodologi Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mustamu, R. H. (2012). Jurnal Komunikasi Islam (Vol. 02). Surabaya.
- Nugroho, P. (2012). Potret Stand Up Comedy: Strategi Menjadi Komedian Handal. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Pawito. (2007). Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: LkiS.
- Rosady, R. (2006). Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi (1 ed.). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saphiere, D. H. (2005). Communication highwire: leveraging the power of diverse. Boston: Intercultural Press.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabet.
- Turner. (2008). Pengantar Ilmu Komunikasi 2: Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.