

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi sering kali digunakan oleh manusia sebagai sarana untuk memahami satu sama lain. Sebagai makhluk sosial manusia tidak dapat terlepas dari aktivitas komunikasi, berbagai kegiatan yang dilakukan manusia disetiap hari pasti terikat dengan komunikasi. Keterkaitan manusia dengan komunikasi ini menjadi sebuah fakta yang dapat dilihat dan sangat fundamental, mulai dari komunikasi yang melibatkan individu dengan individu hingga pada jumlah pelaku komunikasi yang besar. Selain itu, ada komunikasi intrapersonal yang menjadi salah satu faktor penting dalam berjalannya komunikasi-komunikasi dalam konteks lainnya.

Secara umum komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antarmanusia (Soyomukti, 2010: 56). Komunikasi juga dapat dilihat dari jumlah orang yang terlibat, yang dapat dibedakan atas satu orang, banyak orang, hingga komunikasi massa (Soyomukti, 2010: 98). Komunikasi pada umumnya melibatkan manusia sebagai pelaku penyampaian pesan serta sebagai penerima pesannya. Komunikasi ini akan terjadi apabila ada komunikator yang menyampaikan pesan untuk diterima oleh komunikan kemudian menimbulkan umpan balik.

Seiring perkembangan jaman, manusia semakin memahami komunikasi sebagai suatu hal yang penting, hingga pada saat ini komunikasi menjadi barang umum untuk dimanfaatkan dalam kegiatan manusia. Jika pada awalnya komunikasi hanya bertujuan untuk menyampaikan pesan, saat ini komunikasi sudah dimanfaatkan disegala bidang untuk mendapatkan keuntungan bagi manusia. Cukup sering manusia memakai komunikasi sebagai tujuan-tujuan yang menguntungkan dalam sebuah pekerjaan mulai dari komunikasi sebagai kegiatan promosi, memandu sebuah kelompok kerja, hingga menyampaikan informasi melalui media massa. Bukti-bukti itu sudah menjadi fakta, bahwa komunikasi

merupakan sebuah hal yang sangat penting, bahkan komunikasi dengan diri sendiri sering kali dimanfaatkan manusia untuk berpikir mengenai sebuah rencana atau hal lainnya.

Cukup banyak manfaat komunikasi bagi manusia, sehingga komunikasi menjadi suatu hal yang dibutuhkan oleh manusia. Laksana menyatakan dalam bukunya, bahwa kebutuhan berkomunikasi adalah kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat (Laksana, 2015: 16). Kebutuhan komunikasi secara fundamental ini tidak hanya terjadi dalam kehidupan bermasyarakat, melainkan keterlibatan komunikasi intrapersonal sering kali sangat dibutuhkan demi kelancaran jalannya komunikasi pada konteks yang lebih luas.

Komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi dengan menggunakan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator (Laksana, 2015: 47). Proses mengelolah informasi yang disebut komunikasi intrapersonal meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir (Rakhmat, 2012: 48). Di dalam ilmu komunikasi dikenal ada sebuah konteks komunikasi intrapersonal, didefinisikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh seorang individu di dalam dirinya sendiri, bertindak sebagai komunikator sekaligus komunikan dan memberikan umpan balik pada dirinya sendiri, proses ini terus berkelanjutan. Komunikasi intrapersonal terkadang digunakan sebagai proses dalam memberikan makna pada kegiatan komunikasi yang lainnya. Aktivitas komunikasi intrapersonal dapat dikatakan sebagai bentuk dari proses berpikir bagi manusia dan menjadi salah satu faktor paling penting dan dibutuhkan oleh manusia karena tanpa komunikasi intrapersonal manusia mungkin saja tidak dapat memahami sebuah informasi yang datang pada dirinya. Oleh karena itu, komunikasi intrapersonal ini menjadi fokus utama pada beberapa kegiatan manusia, misalnya dalam kegiatan merenung, mengingat, memecahkan masalah, ataupun menyusun sebuah rencana.

Meninjau kepentingan komunikasi bagi manusia, maka komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang tidak dapat diabaikan. Dapat dikatakan bahwa komunikasi intrapersonal sebagai salah satu konteks komunikasi yang paling dibutuhkan manusia dalam kehidupannya. Oleh karena itu, beberapa

kegiatan manusia saat ini cukup banyak yang terlibat dengan komunikasi intrapersonal untuk mencari atau menemukan suatu jalan keluar. Hingga pada saat ini, berbagai profesi sering kali menggunakan komunikasi intrapersonal sebagai salah satu jalan untuk membuat rencana. Salah satu profesi yang paling mengandalkan komunikasi intrapersonal dalam penyusunan rencana yaitu profesi pelawak dalam pertunjukan *stand-up comedy*.

Pertunjukan *stand-up comedy* adalah salah satu jenis profesi melawak yang pelawaknya berada di atas panggung seorang diri, untuk membawakan karya komedi dengan bermonolog mengenai sesuatu topik. Orang yang melakukan kegiatan ini dikenal sebagai *stand-up comic* atau secara singkat disebut *comic*. Pragiwaksono dalam bukunya menjelaskan mengenai pertama kali pertunjukan *stand-up comedy* masuk ke Indonesia, bahwa *stand-up comedy* mulai berkiprah di Indonesia pada tahun 2000-an hingga meledaknya *stand-up comedy* pada 13 Juli 2011. Tepat pada 13 Juli adalah tanggal penting untuk *stand-up comedy* di Indonesia, ini adalah tanggal berdirinya komunitas *stand-up Indo* (Pragiwaksono, 2012: 8). Kemunculan *stand-up comedy* di Indonesia menjadi salah satu bukti bahwa jenis komedi ini dapat bersaing dalam bidang hiburan. Setiap tahunnya *stand-up comedy* selalu berkembang di Indonesia dan setiap tahunnya para penikmatnya semakin meluas, hal ini dibuktikan dengan adanya tayang-tayangan televisi atau pertunjukan *stand-up comedy* yang sengaja ditampilkan pada beberapa acara festival dan acara lainnya.

Perkembangan *stand-up comedy* sudah menyebar ke beberapa daerah-daerah di Indonesia, sehingga setiap daerah memiliki komunitas masing-masing. Umumnya *comic* yang berada di Indonesia berkembang dalam sebuah komunitas, hingga mereka dapat menjadi *comic* profesional. Di dalam komunitas *stand-up comedy* biasanya para *comic* akan dibantu untuk belajar, berdiskusi, dan menguji sebuah materinya. Beberapa aktivitas komunikasi dalam sebuah komunikasi akan terjalin, lebih seringnya tentu komunikasi interpersonal. Akan tetapi, komunikasi dengan diri sendiri masih bisa dikatakan sangat dominan dalam proses pembuatan materi karena seorang *comic* membuat materinya berdasarkan peristiwa yang mereka alami.

Salah satu komunitas *stand-up comedy* yang sudah lama berdiri di Indonesia dan telah menghadirkan beberapa *comic* profesional adalah Komunitas *Stand-Up Comedy* Surabaya yang terbentuk pada tanggal 23 oktober 2011. Komunitas ini berperan dengan semestinya sebagai tempat belajar, berdiskusi dan berkembangnya para *comic* menjadi penampil yang profesional. Walaupun begitu, para *comic* harus tetap berusaha sendiri untuk menjadi penampil yang bagus, karena pada semestinya *stand-up comedy* tetaplah sebuah pertunjukan komedi yang lebih fokus pada diri sendiri.

Sebagai sebuah profesi atau keahlian, *stand-up comedy* menuntut pelakunya untuk dapat berkomunikasi dengan publik secara baik, pertunjukan ini akan dinilai berhasil jika *comic* dapat membuat penonton tertawa. Selain itu, *stand-up comedy* juga memerlukan kemampuan komunikasi intrapersonal dalam membuat materinya. Walaupun cukup banyak bidang profesi yang melibatkan komunikasi intrapersonal, namun *stand-up comedy* merupakan salah satu yang paling menuntut pelakunya untuk pandai dalam berkomunikasi dengan dirinya sendiri, artinya seorang yang akan melakukan pertunjukan *stand-up comedy* harus merencanakan dan membuat materi atau topik dengan cara berkomunikasi pada dirinya sendiri. Jika pelaku pertunjukan *stand-up comedy* ini tidak melakukan pembuatan materi terlebih dahulu, maka kemungkinan gagal dalam pertunjukan diatas panggung semakin besar.

Sebenarnya pertunjukan *stand-up comedy* tidak berbeda dengan pertunjukan lawak pada umumnya, penampilnya bisa dikatakan sebagai pelawak yang bertujuan untuk membawakan sebuah materi komedi sehingga para penonton dapat tertawa. Pelawak adalah orang yang menghibur penonton dengan menyajikan karya komedi untuk membuat penonton tertawa. Karya dari seorang pelawak ini berupa komedi, yang sifatnya merupakan pesan-pesan yang dapat menghibur dan menimbulkan tawa. Komedi dipertunjukkan dengan cara-cara berkomunikasi, mereka akan menjadikan komunikasi menjadi pesan-pesan yang memiliki nilai hiburan.

Semestinya *stand-up comedy* merupakan jenis dari pertunjukan komedi dan dapat disamakan dengan pertunjukan lawak pada umumnya. Akan tetapi,

pertunjukan *stand-up comedy* memiliki perbedaan yang mendasar dengan pertunjukan komedi lainnya. Pertunjukan *stand-up comedy* akan menuntut seorang *comic* tampil sendiri dan membuat materinya seorang diri, sedangkan pertunjukan komedi yang lain mengandalkan spontanitas atau mendiskusikan materi dengan rekan satu tim. Artinya, jenis komedi lain tidak terlalu berfokus pada komunikasi intrapersonal saat membuat materi, sedangkan *stand-up comedy* sering kali menjadikan komunikasi intrapersonal sebagai faktor utama dalam pembuatan materinya.

Materi *stand-up comedy* dibuat berdasarkan tahapan-tahapan yang sudah dirancang oleh *comic* sendiri, mulai dari awal pembuatan hingga menjadi sebuah materi *stand-up comedy* yang siap untuk ditampilkan. Sebagai persiapan dalam pertunjukan *stand-up comedy* para *comic* akan bekerja untuk membuat materi sebagai topik pembicaraan diatas panggung. Persiapan ini merupakan bagian yang sangat penting karena seorang *comic* harus menemukan topik-topik menarik yang mereka ketahui untuk dirancang menjadi komedi. Papana menjelaskan pada bukunya, bahwa semua bahan yang anda perlukan ada di dalam diri anda sendiri. Dalam hidup anda, lingkungan, keluarga, pergaulan, sekolah, dan pikira, perhatian atau masalah anda (Papana, 2016: 47). Seorang *comic* lebih cenderung untuk membuat materi sesuai dengan pengalaman sendiri ataupun dengan dunia sekitarnya. Oleh karena itu, faktor komunikasi intrapersonal menjadi faktor penting dalam diri seorang *comic* untuk mengingat peristiwa, pengalaman atau menerima stimulus dari sekitarnya, yang kemudian dituangkan pada materi *stand-up comedy*.

Penjelasan-penjelasan di atas memberikan gambaran singkat mengenai pertunjukan *stand-up comedy*. Beberapa hal dari pertunjukan *stand-up comedy* menarik untuk diteliti dalam kajian komunikasi intrapersonal, khususnya mengenai fenomena pertunjukan ini yang menuntut seorang *comic* untuk tampil seorang diri dan membuat materi sendiri karena dari sekian banyak jenis pertunjukan komedi, *stand-up comedy* menjadi minoritas pertunjukan komedi yang mengharuskan pelakunya untuk membuat materi sendiri dan tampil seorang diri. Setiap tahapan dalam membuat materi *stand-up comedy* dimungkinkan

terjadi proses pengolahan informasi yang meliputi sensasi, persepsi, memori, berpikir. Selain itu, penulis menyadari ada pola pikir yang perlu diteliti dari para *comic* dalam merancang pesan pada materinya sehingga menghasilkan materi-materi berupa pernyataan yang menarik dan menghibur. Oleh karena itu, proses komunikasi intrapersonal ini yang akan coba diteliti pada diri *comic* disetiap tahapan dalam membuat materi *stand-up comedy*, mulai dari awal menemukan ide hingga menjadi sebuah materi yang siap untuk ditampilkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, ada beberapa pemaparan yang membahas mengenai pokok-pokok masalah yang akan diteliti. Oleh karena itu, penulis merumuskan masalah untuk diteliti, yaitu:

1. Bagaimana komunikasi intrapersonal *comic* dalam membuat materi *stand-up comedy*?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang sudah dibuat. Oleh karena itu, penulis telah membuat tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui komunikasi intrapersonal *comic* dalam membuat materi *stand-up comedy*.

1.4 Manfaat

Penelitian ini dibuat dengan maksud dapat memberikan manfaat-manfaat tertentu. Oleh karena itu, penulis berusaha untuk menghasilkan manfaat dalam penelitian ini. Berdasarkan tujuan dari penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis. Manfaat tersebut meliputi:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis adalah sebagai berikut ini:

1. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai literatur ilmiah untuk menambah wawasan mengenai kajian komunikasi intrapersonal.
2. Penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan pengetahuan mengenai pertunjukan komedi, khususnya *stand-up comedy*.
3. Penelitian ini dapat menambah kajian ilmu komunikasi dalam mengenal komunikasi psikologi pada proses komunikasi intrapersonal seorang *comic* dalam membuat materi *stand-up comedy*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat secara praktis sebagai berikut ini:

1. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai panduan dalam memanfaatkan potensi komunikasi intrapersonal untuk diaplikasikan ke dalam sebuah kegiatan, terutama dalam merancang sebuah pesan.
2. Hasil penelitian dapat bermanfaat untuk dijadikan acuan dalam berkarya pada bidang komedi, khususnya dalam bidang *stand-up comedy*.
3. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai panduan dalam membuat materi *stand-up comedy*.