

**ANALISIS TEKNIK RIFFING *PUBLIC SPEAKING* KOMIKA
RAMOS AMBARITA DALAM MENARIK MINAT AUDIENS
UNTUK MENONTON *STAND UP COMEDY***

SKRIPSI

Oleh:

ADE SATRIA TANJUNG
198530084



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)9/11/23

**ANALISIS TEKNIK RIFFING *PUBLIC SPEAKING* KOMIKA
RAMOS AMBARITA DALAM MENARIK MINAT AUDIENS
UNTUK MENONTON *STAND UP COMEDY***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memproleh Gelar Sarjana
S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Medan Area

Oleh:

ADE SATRIA TANJUNG


198530084

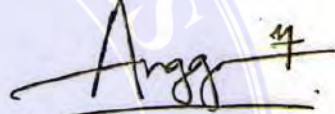
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Teknik Riffing *Public Speaking* Komika Ramos
Ambarita Dalam Menarik Minat Audiens Untuk Menonton
Stand Up Comedy
Nama : Ade Satria Tanjung
NPM : 198530084
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui oleh,
Komisi Pembimbing


Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.si
Pembimbing I


Angga Tinova Yudha S.I.Kom., M.I.Kom
Pembimbing II


Dr. Chaiti Juliana Hasibuan, M.Si
Dekan


Angga Tinova Yudha, B.Comm, M.Sc
Ka. Prodi

Tanggal Lulus: 26 September 2023

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang telah saya tulis yang berjudul "ANALISIS TEKNIK RIFFING *PUBLIC SPEAKING* KOMIKA RAMOS AMBARITA DALAM MENARIK MINAT AUDIENS UNTUK MENONTON *STAND UP COMEDY*" ini adalah benar karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan tiruan baik dilingkup Universitas Medan Area maupun di Perguruan Tinggi yang lain. Adapun beberapa tambahan yang saya kutip dari karya ilmiah milik orang lain sudah saya sertakan sumber referensinya sebagai pendukung penulisan skripsi saya.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab karena itu saya sebagai peneliti bersedia bertanggung jawab serta menerima sanksi-sanksi berdasarkan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan hasil plagiat dalam skripsi yang telah saya tulis.

Medan, 24 Juli 2023

Peneliti,


10000
METERAI
TEMPEL
02705A0X34279084
Ade Satria Tanjung
198530084

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ade Satria Tanjung
NPM : 198530084
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir/ Skripsi/ Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area *Hak Bebas Royalti NonEklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul **ANALISIS TEKNIK RIFFING PUBLIC SPEAKING KOMIKA RAMOS AMBARITA DALAM MENARIK MINAT AUDIENS UNTUK MENONTON STAND UP COMEDY** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir/ skripsi/ tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan

Pada Tanggal 24 Juli 2023

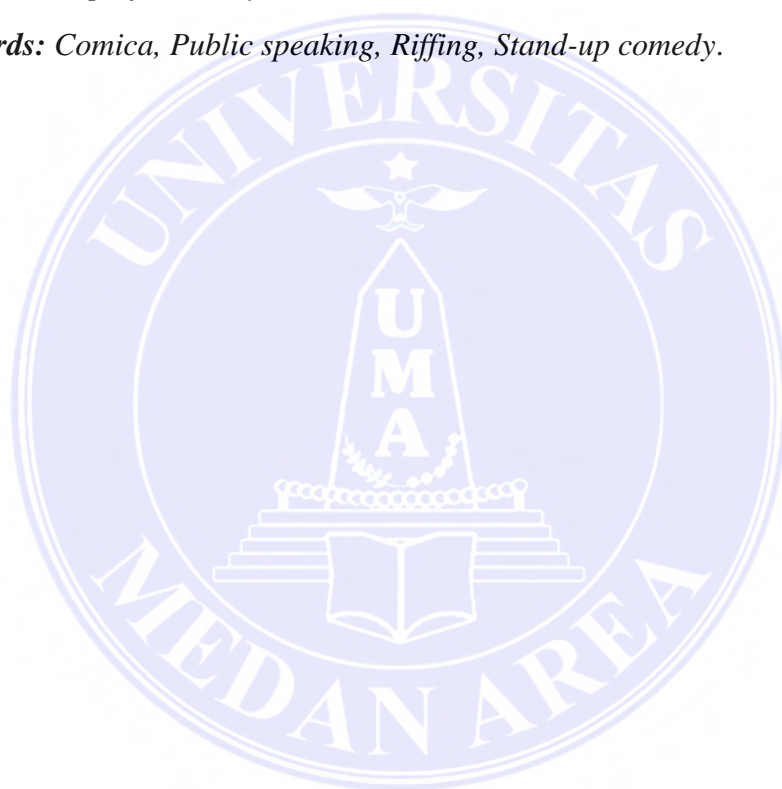
Yang Menyatakan,


7603CAKX37291348
(Ade Satria Tanjung)

ABSTRACT

Public speaking skills have become very important in the global era as the demands of technology and the current era force individuals to compete with each other to improve their quality of life. Stand-up comedy is a new genre in American and British comedy. Comics are said to be successful when performing Stand-up comedy and the audience has an enthusiastic sense of humor or can laugh. This research uses a descriptive qualitative method where the stand-up comedy video that is made into research material will be made into a descriptive text form and then analyzed based on the text that has been transcribed from the video. Based on the results of the data analysis, this study shows that the wordplay riffing technique and audience interaction are the most prominent techniques in stand-up comedy performances performed by comedian Ramos Ambarita.

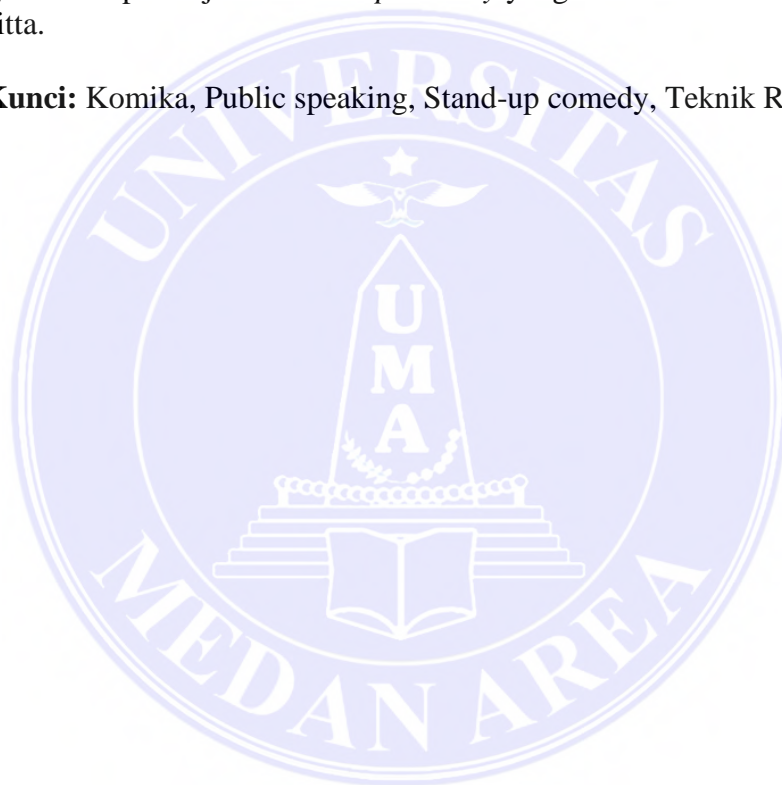
Keywords: *Comica, Public speaking, Riffing, Stand-up comedy.*



ABSTRAK

Keterampilan berbicara (*public speaking*) di depan umum saat ini menjadi yang sangat penting di era global karena tuntutan teknologi dan jaman saat ini memaksa individu untuk saling bersaing untuk meningkatkan hidup mereka yang berkualitas. Tidak terkecuali Stand up comedy adalah genre baru dalam komedi Amerika dan Inggris. Komika dikatakan sukses ketika menampilkan Stand up comedy dan penontonnya memiliki selera humor yang antusias atau bisa tertawa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana video *stand up comedy* yang di jadikan bahan penelitian akan di buat kedalam bentuk teks yang bersifat deskriptif kemudian di analisa berdasarkan teks yang sudah di transkrip dari video. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa teknik *riffing* wordplay dan audience interaction menjadi teknik yang paling menonjol dalam pertunjukan *stand up comedy* yang dilakukan oleh komika Ramos Ambaritta.

Kata Kunci: Komika, Public speaking, Stand-up comedy, Teknik Riffing



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

Nama : Ade Satria Tanjung
Tempat/ Tgl Lahir : Medan, 08 April 2000
Jensi Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Anak ke : 4 dari 4 bersaudara
Warganegara : Indonesia
Alamat : Jl. M. Yakub Lubis Gg. Khasrad No. 16 Dusun II
Desa Bandar Khalifah, Kec. Percut Sei Tuan,
Kab. Deli Serdang
Email : satriatanjung711@gmail.com

2. Data Orang Tua

Nama Ayah : Risman Tanjung
Nama Ibu : Arnita Rangkuti
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. M. Yakub Lubis Gg. Khasrad No. 16 Dusun II
Desa Bandar Khalifah, Kec. Percut Sei Tuan,
Kab. Deli Serdang

3. Pendidikan

2006-2012 : SD Muhammadiyah 25
2012-2015 : SMP Swasta Prayatna Medan
2015-2018 : SMA Swasta Budisatrya Medan
2019-Sekarang : Universitas Medan Area

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS TEKNIK RIFFING PUBLIC SPEAKING KOMIKA RAMOS AMBARITA DALAM MENARIK MINAT AUDIENS UNTUK MENONTON STAND UP COMEDY”. Skripsi tersusunya Skripsi ini dilakukan demi tercapainya gelar Sarjana-S1 atau Strata Satu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Medan Area

Penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat selama penyusunan penelitian ini. Oleh karenanya, saya ingin berterimakasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa, terutama kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, karunia, kesempatan, dalam bentuk rezeky dan kesehatan bagi saya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dengan baik dan tepat waktu dengan seraya bekerja.
2. Kedua orang tua Bapak Risman Tanjung dan Ibu Arnita Rangkuti yang masih dalam keadaan sehat wal afiat sehingga selalu memberikan dukungan dan do'a sehingga saya mampu menyelesaikan kuliah sambil bekerja.
3. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

6. Ibu Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan wawasan dan kesabaran untuk penyelesaian skripsi.
7. Bapak Angga Tinova Yudha, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing II yang memberikan segala kemudahan untuk mencapai tahap sidang.
8. Abang Beng Syandi, S.Pd, selaku abang kandung yang sudah banyak membantu dalam segi materi dari awal masuk kuliah sampai sekarang.
9. Arka, Irfan, Andri, Andre, Ruth, Nisa, Febri sahabat kampus yang masih selalu membuka diskusi untuk saling mendorong semangat.
10. Pradana inawa sahabat terbaik saya yang tidak bisa saya nilai kebaikannya karena telah mendampingi minta tanda tangan dosen, seminar proposal, dan seminar hasil.
11. Wahyu fauzi sahabat kecil yang sudah banyak memberikan pertolongan dalam melakukan administrasi pembayaran kuliah saya.
12. Bapak Wildan Zulfiansyah selaku ACEE MEDAN 2 yang tidak pernah bosan mempertanyakan kapan kuliah nya selesai untuk mempersiapkan saya berpeluang dalam perusahaan impian saya.
13. Bapak Indra Aryudanto selaku SCE MEDAN 2 yang selalu menjadi wadah berdiskusi untuk mencapai pekerjaan saya impian
14. Ibu Tarisa Nurahma Ar-rasyid selaku SCE MEDAN 2 yang telah membantu dalam memberikan arahan penyelesaian cv dan portopolio untuk bekerja nanti.
15. Ibu Andam S.P Sulthan selaku SCE MEDAN 2 yang senang memberikan informasi kepada saya untuk tahap memasukin perusahaan impian saya.
16. Bapak Nanda Wahyu Asriya dan Ibu Kamela selaku pimpinan saya di tempat bekerja yang mempermudah cuti saya sehingga bisa menanganin urusan kampus.

17. Ramos Ambarita selaku komika yang menjadi perorangan penelitian dalam skripsi saya.
18. Winda Aulia, sahabat SMA saya yang telah saya anggap seperti adik sendiri yang sudah memberikan bantuan di akhir skripsi ini.
19. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu dalam penyelesaian skripsi ini.
20. Ade Satria Tanjung yang sudah menjadi pribadi yang kuat dan hebat yang tidak menyangka bahwa mampu pagi bekerja, sore kuliah, malam meeting event project & job master of ceremony, di hari libur tetap mencari pekerjaan sampingan sesuai potensi diri untuk mencukupi kebutuhan pribadi maupun kuliah.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Hanya Allah yang dapat membalas semua bantuan dan kebaikan yang kalian berikan.

Medan, Agustus 2023

Peneliti,

Ade Satria Tanjung
198530084

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLISH	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Peneletian	5
1.5 Tujuan Peneletian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1 Manfaat Ilmu Pengetahuan.....	6
1.6.2 Manfaat Praktis	6
1.6.3 Manfaat Akademis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Public Speaking.....	8
2.2 Karakter <i>Public Speaking</i>	11
2.2.1 Pembicara	13
2.2.2 Pendengar (<i>audience</i>)	15
2.2.3 Pesan.....	17
2.2.4 Medium	19

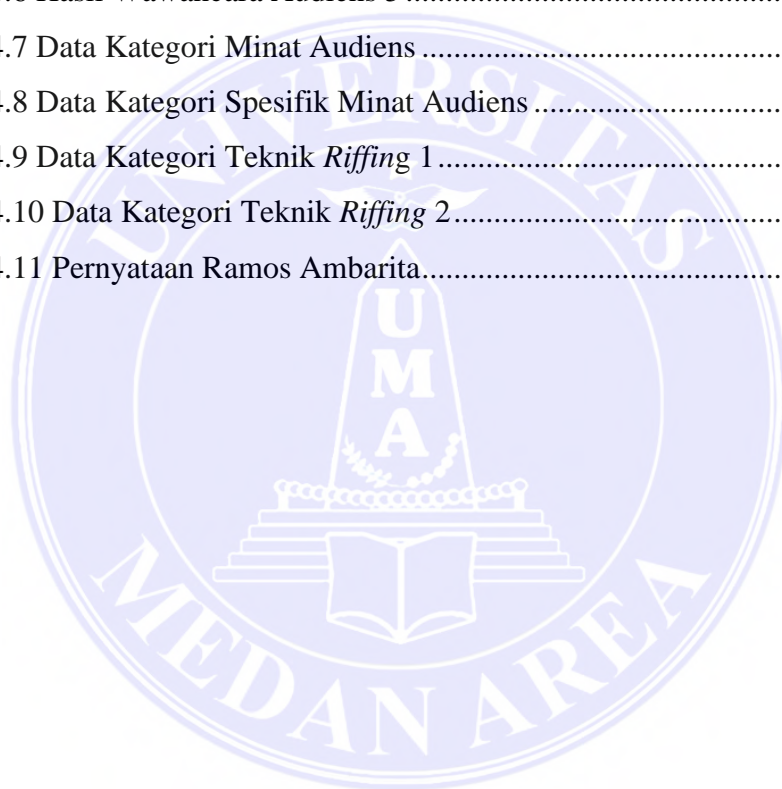
2.2.5 Umpan Balik (<i>feedback</i>).....	21
2.2.6 Gangguan (<i>interference</i>).....	23
2.3 Teknik Dasar <i>Public Speaking</i>	24
2.3.1 Persiapan Materi.....	25
2.3.2 Melatih Keterampilan Membaca	26
2.3.3 Menguasai Panggung	26
2.4 Teknik Khusus <i>Stand up Comedy</i>	27
2.4.1 <i>Rule of Three</i>	29
2.4.2 <i>One Line</i>	29
2.4.3 <i>Act Out</i>	29
2.4.4 <i>Impersonation</i>	29
2.4.5 <i>Roasting</i>	31
2.4.6 <i>Riffing</i>	33
2.4.7 <i>Callback</i>	33
2.5 Audience.....	34
2.6 Penelitian Terdahulu	36
2.7 Kerangka Berpikir	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	43
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	43
3.3 Sumber Data dan Data Penelitian	43
3.3.1 Sumber Data.....	43
3.3.2 Data Penelitian	43
3.4 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Teknik <i>Riffing</i>	46
4.2 Analisis Tematik	48
4.3 Komunikasi	50
4.3.1 Teori Komunikasi	52
4.3.2 Teori Komunikasi Interaksi Simbolik.....	54
4.4 Audiens	56
4.4.1 Teknik Wawancara Terstruktur	57
4.5 Sumber Data dan Data Penelitian	59

4.6	Pembahasan	80
4.7	Hasil Analisa	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
4.1	Simpulan	97
4.2	Saran	100
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4.1 Hasil Wawancara Ramos Ambarita	61
Tabel 4.2 Hasil Wawancara Audiens 1	63
Tabel 4.3 Hasil Wawancara Audiens 2	65
Tabel 4.4 Hasil Wawancara Audiens 3	67
Tabel 4.5 Hasil Wawancara Audiens 4	69
Tabel 4.6 Hasil Wawancara Audiens 5	70
Tabel 4.7 Data Kategori Minat Audiens	72
Tabel 4.8 Data Kategori Spesifik Minat Audiens	73
Tabel 4.9 Data Kategori Teknik <i>Riffing</i> 1	74
Tabel 4.10 Data Kategori Teknik <i>Riffing</i> 2	76
Tabel 4.11 Pernyataan Ramos Ambarita.....	78



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1 Persentase Data Minat Audiens <i>Stand-Up Comedy</i> Ramos	88
Gambar 4.2 Persentase Data Teknik <i>Wordplay</i> dan <i>Audience Interaction</i>	89



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Dokumentasi.....	100



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa adalah alat manusia berkomunikasi dan berhubungan dengan manusia lainnya. Bagiya (2017:2) memaparkan bahwa bahasa merupakan alat yang dipakai manusia untuk berhubungan dengan orang lain baik secara jasmani maupun rohani. Bahasa sebenarnya adalah alat komunikasi dengan tujuan tertentu. Proses bahasa manusia melahirkan bahasa. Tuturan yang dimaksud ini merupakan bentuk tindak tutur yang muncul dari kegiatan komunikasi antara pembicara dan lawan bicara dalam sebuah konteks tertentu. Dalam linguistik, bahasa dapat dianalisis atau dipelajari melalui bentuk linguistik dari bahasa itu sendiri. Wujud bahasa dapat diketahui dan dijumpai dalam bentuk wacana. Berbicara di depan umum adalah salah satu bentuk tindakan yang dilakukan oleh penutur dalam bahasa yang digunakannya (Wijaya, 2015: 92).

Seseorang yang melakukan komunikasi setiap hari dengan bahasa, baik lisan maupun tulisan, tetapi komunikasi yang sering digunakan adalah lisan. Bukanlah hal yang mudah untuk berbicara didepan umum, dibutuhkan latihan untuk berbicara dengan cara yang lebih baik. *Public Speaking* adalah kemampuan berbicara dan berkomunikasi secara profesional dan sistematis untuk banyak orang, baik dalam komunikasi bilateral maupun komunikasi kelompok. Semakin terampil seseorang di Bikarta, semakin dalam dan mudah untuk menyaring ide, gagasan, pendapat dan persuasifnya kepada orang lain, dan semakin jernih pemikirannya, karena semakin banyak bahasa Siyarekus, semakin mengasyikkan. Berkomunikasi atau bertutur dengan orang lain merupakan bagian dari kebutuhan kehidupan manusia karena berada dilingkungan sosial. Komunikasi yang efektif melibatkan penyampaian ide,

gagasan, pendapat dan pengetahuan. Saat ini banyak remaja yang kurang komunikasi persuasif, takut mengikuti dan tampil di depan banyak orang. Selain itu, komunikasi kontemporer dapat berlangsung secara digital dengan menggunakan berbagai macam aplikasi dan media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, Line dan banyak platform jaringan lainnya yang sangat mempengaruhi citra komunikasi antar individu. Bukan hanya menjadi sarana berkomunikasi di kehidupan sehari-hari, fenomena media baru ini telah menjadi bagian dari gaya hidup. Seiring dengan tumbuhnya layanan internet Wi-Fi di berbagai tempat dan juga fasilitas umum memudahkan komunikasi antar manusia (Arifana, 2019: 53).

Dalam perkembangannya yang cukup pesat, Public Speaking atau yang dikenal dengan retorika dimulai pada abad ke-5 SM. (SM) Sedang diselidiki. Kemampuan berbicara di depan umum sangat erat kaitannya dengan keterampilan kepemimpinan. Dalam sejarah peradaban kehidupan manusia, tidak ada pemimpin yang hebat tetapi keterampilan berbicara di depan umum yang kurang baik. Hampir seluruh pemimpin memiliki pengaruh di dunia, dari klasik sampai modern, memiliki keterampilan berbicara di depan umum yang sangat baik.

Berbicara di depan khalayak umum, seperti yang biasa dikenal, dipahami sebagai seni menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Secara ilmiah, Public Speaking juga merupakan salah satu bagian dari ilmu komunikasi. Hal ini disebabkan karena komunikasi merupakan proses manusia berinteraksi antara satu dengan yang lainnya. Jika melihat sejarahnya, awal dari proses komunikasi cukup sederhana, dimulai dari sekumpulan ide/pemikiran abstrak di otak, mencari data atau memberikan informasi dan menuangkannya dalam sebuah pesan dapat

dikomunikasikan secara langsung ataupun tidak. Berkomunikasi di depan khalayak luas yang dikenal dengan Public Speaking adalah salah satunya.

Keterampilan berbicara di depan umum saat ini menjadi yang sangat penting di era global karena tuntutan teknologi dan jaman saat ini memaksa individu untuk saling bersaing untuk meningkatkan hidup mereka yang berkualitas. Pengertian Public Speaking tidak dapat dipisahkan dari pengertian *Public Speaking*. Secara etimologi, *Public Speaking* meliputi “*public*”, artinya seseorang akan berbicara pada orang lain; sedangkan berbicara berarti menyampaikan bagaimana. Setiap orang bisa berbicara, tetapi hanya sedikit yang dapat menciptakan kata-kata dalam bahasa yang indah dan menarik audiens untuk mendengarnya. Jadi, berbicara di depan umum berarti kemampuan untuk berbicara dan memainkan permainan bahasa di depan audiens.

Tidak terkecuali *Stand up comedy* adalah genre baru dalam komedi Amerika dan Inggris. Lelucon ini dibuat oleh seseorang yang disebut komik. Komika berbicara tentang tema dan kemudian berkembang menjadi bahan komedi. Prank ini biasanya dilakukan di tengah panggung dan disaksikan oleh penonton. Komik biasanya menyajikan topik berupa fenomena kehidupan sosial sehari-hari. Kehadiran *Stand up comedy* sangat membutuhkan kehadiran penonton karena kehadiran penonton sangat penting dalam *Stand up comedy*. karena komik kebanyakan menuntut penonton untuk bereaksi terhadap lelucon yang diberikan. Komika dikatakan sukses ketika menampilkan *Stand up comedy* dan penontonnya memiliki selera humor yang antusias atau bisa tertawa. Kehadiran publik diperlukan agar komik tetap ada.

Papana (2016) berpendapat bahwa perbedaan lingkungan sosial budaya antara Inggris, Amerika, dan Indonesia menyebabkan banyak teori dan formula Stand up comedy yang berlaku di luar negeri, tetapi tidak dapat seluruhnya diterapkan di Indonesia. Hal ini karena ada norma dalam masyarakat, dan membatasi komik untuk membicarakan hal-hal yang berada di luar norma Indonesia.

Ada banyak nama tokoh stand up comedy di Indonesia yang dianggap memiliki pengaruh besar dalam perkembangan stand up comedy, diantaranya adalah Ramos Ambarita.

Ramos Ambarita adalah pria asal Medan yang berhasil mengikuti salah satu ajang acara stand up comedy terbesar di Indonesia. Ia memulai karirnya sebagai komedian menonton stand up comedy di TV saat tahun 2015 dan pada tahun 2016 ia termotivasi untuk belajar dan bergabung dengan komunitas stand up comedy. di tingkat nasional Dengan ciri khas logat medan dan suaranya yang unik serta membawakan materi berdasarkan keresahan atau pengalaman hidupnya serta interaksi yang menarik kepada penonton Ramos Ambarita berhasil dalam menarik minat audiens untuk menonton Stand up comedy.

Stand up comedy Academy (SUCA) Ini adalah bentuk pidato seni pertunjukan lucu yang dirancang untuk membuat pihak lain atau penonton menertawakan maksud humor dari pidato tersebut. Papana (2012: 4-5) memaparkan bahwa stand up comedy merupakan seni pertunjukan yang bertujuan untuk membuat penonton langsung tertawa. Para seniman ini sering disebut sebagai komik, atau stand up comedian. Komedian ini sering bercerita pendek dan lucu. Tampaknya stand-up comedy hanyalah dunia komedi, tetapi sekali lagi, karakter ini sering kali memiliki makna atau maksud yang disarankan oleh kata-kata komedian.

Terkadang makna tuturan bisa berarti kritis, menyalahkan atau bahkan tidak sengaja menyakiti. Dalam hal ini akan menjadi informasi baru dan ide-ide baru bagi orang biasa.

1.2 Fokus Penelitian

Berbicara di depan umum adalah seni berbicara yang dapat digunakan untuk menangkap minat audiens dan melibatkan mereka dalam presentasi. Fokus Penelitian ini adalah teknik Riffing Stand up comedy yang dibawakan oleh Komika Ramos Ambarita untuk menarik minat audiens menonton Stand up comedy

1.3 Batasan Masalah

Retorika adalah istilah yang mengacu pada kemampuan bahasa. Kita mungkin sudah sering mendengar istilah ini di media massa. Biasanya hal ini berkaitan dengan kemampuan berbicara para figur publik, khususnya komika.

Alasan untuk memilih Ramos Ambarita sebagai subjek penelitian ini karena tertarik dengan teknik berbicara yang dilakukan oleh Komika Ramos Ambarita dan ingin mengetahui minat audiens pada stand-up comedian yang dibawakan oleh Ramos Ambarita

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Teknik Riffing Komika Ramos Ambarita dalam menarik minat audiens menonton Stand up comedy?

2. Apa faktor penghambat dan faktor pendukung bagi Komika Ramos Ambarita dalam melakukan Teknik Riffing di setiap penampilannya ketika melakukan Stand up comedy ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini dilaksanakan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Teknik Riffing Komika Ramos Ambarita dalam menarik minat audiens menonton Stand up comedy
2. Untuk Mengetahui Apa faktor penghambat dan faktor pendukung bagi Komika Ramos Ambarita dalam melakukan Teknik Riffing di setiap penampilannya ketika melakukan Stand up comedy

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1.6.1 Manfaat teoretis

Secara teoretis Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pada bidang Ilmu Komunikasi , khususnya tentang bagaimana menumbuhkan daya tarik pada audiens pada Ilmu *Public Speaking*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini untuk memahami penggunaan salah satu teknik dalam *Public Speaking* yakni

Teknik Riffing untuk menarik minat audiens dalam menonton pertunjukan Stand up comedy.

1.6.3 Manfaat Akademis

Manfaat Akademis Adapun Secara Akademis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembelajaran bidang ilmu komunikasi khususnya *Public Speaking*.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Public Speaking*

Public Speaking merupakan aset dan investasi yang sangat berharga dan menguntungkan *Public Speaking* saat ini memberikan begitu banyak kesempatan bagi kita semua untuk meningkatkan karir talenta kepemimpinan kemampuan percaya diri bahkan sebagai sebuah sarana untuk memperbanyak jumlah teman, sahabat, kolega, kenalan dan lainnya (Sirait, 2013).

Komunikator (pendengar/audiens), media dan efek (efek pertunjukan pada penonton). Tujuan berbicara di depan umum sangat beragam, mulailah tentang menyampaikan informasi, memotivasi orang atau sekadar bercerita. Pembicara yang berhasil dapat mempengaruhi pikiran dan perasaan audiens. Saat ini, pidato publik diperlukan dalam banyak konteks yang berbeda, juga dalam manajemen, sebagai motivasi, dalam konteks agama, dalam pendidikan, bisnis, layanan pelanggan, komunikasi di televisi atau berbicara dengan pendengar radio.

Public Speaking merupakan sebuah kemampuan untuk berbicara di depan publik dengan tujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan tertentu. Kemampuan ini sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari karir hingga kehidupan sosial. Keterampilan *Public Speaking* yang baik dapat membantu seseorang dalam mempengaruhi orang lain, memotivasi, membangun kepercayaan, dan membuka peluang yang lebih luas.

Berkomunikasi atau menyampaikan sebuah materi tidaklah sederhana seperti apa yang diharapkan dibutuhkan pelatihan-pelatihan dan keterampilan serta pengetahuan yang memadai sehingga pesan yang akan disampaikan mudah

diserap oleh pendengar, keterbatasan pemahaman di lapangan menunjukkan terkadang membuat jenuh audiens dan dalam menyerap materi yang disampaikan kemampuan berbicara di muka umum *Public Speaking* sangat penting dikuasai oleh para pengajar baik para dosen maupun guru di sekolah (Widjaja, 2002).

Dalam kajian teoritis ini, akan dibahas tentang aspek-aspek penting dalam *Public Speaking*, yaitu penggunaan bahasa, konten materi, serta teknik penyampaian yang efektif.

Penggunaan Bahasa merupakan alat komunikasi yang sangat penting dalam *Public Speaking*. Seorang pembicara harus dapat menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens, tanpa menghilangkan esensi dari pesan yang ingin disampaikan. Bahasa yang dipilih juga harus cocok dengan karakteristik audiens, agar pesan dapat disampaikan dengan lebih efektif.

Selain itu, penggunaan bahasa juga berkaitan dengan penggunaan kata yang tepat dan penggunaan gaya bahasa yang cocok dengan tema yang akan disampaikan. Gaya bahasa yang baik dan benar akan membantu pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh audiens, dan memberikan kesan yang positif terhadap pembicara.

Konten materi adalah salah satu aspek penting dalam *Public Speaking*. Seorang pembicara harus mampu menyajikan materi dengan baik dan sesuai dengan topik yang sedang dibicarakan. Materi yang disampaikan harus memiliki fokus dan tujuan yang jelas, sehingga audiens dapat memahami pesan yang ingin disampaikan dengan mudah.

Selain itu, konten materi juga berkaitan dengan penggunaan argumen yang kuat, data yang valid, dan contoh yang relevan. Hal ini akan membantu

audiens untuk lebih memahami pesan yang disampaikan, dan memberikan kesan bahwa pembicara memiliki pemahaman yang mendalam tentang topik yang dibahas.

Teknik Penyampaian Teknik penyampaian adalah aspek penting lainnya dalam *Public Speaking*. Seorang pembicara harus mampu menyampaikan pesan dengan cara yang efektif, agar audiens dapat memahami dengan baik dan pesan dapat disampaikan dengan efektif. Beberapa teknik penyampaian yang efektif antara lain:

1. Penggunaan nada suara yang bervariasi dan ekspresif, sehingga pesan dapat disampaikan dengan lebih jelas dan menarik perhatian audiens.
2. Penggunaan gerakan tubuh yang tepat dan terkontrol, sehingga dapat memberikan kesan yang positif dan meningkatkan kepercayaan diri.
3. Penggunaan kontak mata yang baik, agar audiens merasa diperhatikan dan lebih terhubung dengan pembicara.
4. Penggunaan visual aids, seperti slide presentasi atau video, untuk membantu audiens memahami pesan dengan lebih baik.
5. Penggunaan humor yang tepat, untuk membuat suasana menjadi lebih santai dan menarik perhatian audiens.

Tarigan (1998) memaparkan bahwa tuturan adalah alat mengomunikasikan gagasan dan ide-ide yang dikumpulkan dan dikembangkan tergantung kebutuhan pendengar atau pendengarnya. Bicara sebagai kemampuan untuk menyampaikan pesan bahasa lisan. Pendengar menerima pesan ketika disampaikan dengan nada seragam dan jelas.

2.2 Karakteristik *Public Speaking*

Public Speaking merupakan kemampuan untuk berbicara di depan umum dan mempengaruhi pikiran dan emosi pendengar dengan tujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi. Kemampuan *Public Speaking* yang baik merupakan keahlian yang sangat penting dalam kehidupan profesional, terutama dalam bidang bisnis, politik, dan akademik. Ada beberapa karakteristik kunci yang harus dimiliki oleh seorang yang efektif, yaitu:

1. Kredibilitas

Kredibilitas merupakan karakteristik penting yang harus dimiliki oleh seorang *public speaker*. Kredibilitas dapat diperoleh dengan memiliki pengetahuan yang luas tentang topik yang akan dibahas, pengalaman, dan latar belakang pendidikan yang relevan dengan topik yang disampaikan. *Public speaker* yang memiliki kredibilitas tinggi akan lebih mudah meyakinkan audiens karena mereka dipercaya memiliki informasi yang akurat dan kompetensi yang cukup.

2. Kemampuan berkomunikasi dengan baik

Public speaker yang efektif harus mampu berkomunikasi dengan baik dengan audiensnya. Hal ini meliputi kemampuan menyampaikan pesan dengan jelas dan lugas, menggunakan bahasa tubuh yang tepat, dan memilih kata-kata yang tepat dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, *public speaker* juga harus dapat membaca respons audiens, menyesuaikan gaya berbicara, dan memotivasi audiens untuk bertindak.

3. Kepercayaan diri

Kepercayaan diri merupakan karakteristik penting bagi seorang public speaker. *Public speaker* yang percaya diri cenderung lebih mudah menarik perhatian audiens dan mempengaruhi pikiran mereka. Untuk meningkatkan kepercayaan diri, *public speaker* dapat mempersiapkan diri dengan baik sebelum presentasi, seperti berlatih secara berkala, mempelajari topik secara mendalam, dan membuat skenario presentasi.

4. Empati

Empati adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan perasaan audiens. Seorang *public speaker* yang empatik akan lebih mudah memahami kebutuhan dan harapan audiensnya, serta dapat menyesuaikan pesan atau bahasa yang digunakan sesuai dengan audiensnya.

5. Kreativitas

Kreativitas merupakan karakteristik penting yang harus dimiliki oleh seorang public speaker untuk membuat presentasinya lebih menarik dan efektif. *Public speaker* yang kreatif dapat menggunakan berbagai teknik dan strategi presentasi, seperti humor, cerita, atau analogi, untuk membuat presentasi menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens

Speech communication adalah komunikasi yang dilakukan dengan berbicara sebagai alat utamanya dan *speech communication* adalah karakteristik *Public Speaking*. *Speech communication* memiliki elemen sebagai berikut

(Gregory, 2004):

2.2.1 Pembicara

Selama proses komunikasi, selalu ada pesan dari pembicara untuk sekelompok pendengar. Baik jika Anda berbicara kepada 50 atau 500 pendengar, pembicara adalah kunci terpenting untuk sukses *Public Speaking*. Syarat utama seorang pembicara yaitu menyampaikan pesan yang dapat dipahami oleh pendengar. Artinya, pembicara harus mampu menciptakan audiens untuk menyentuh pikiran dan perasaannya.

Pembicara dalam karakteristik komunikasi merupakan individu atau kelompok yang berperan dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada pihak lain atau kelompok. Pada umumnya, pembicara memiliki tujuan tertentu dalam berkomunikasi, seperti memberikan informasi, membujuk atau meyakinkan, atau menghibur. Dalam konteks tertentu, seperti pidato atau presentasi, pembicara juga bertanggung jawab untuk mempersiapkan isi pesan dan mempresentasikannya dengan cara yang menarik dan efektif.

Sebagai individu yang bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan, seorang pembicara harus mampu menguasai teknik-teknik komunikasi yang efektif, seperti menyusun isi pesan dengan baik, menyampaikan pesan dengan gaya yang menarik dan menarik perhatian, dan memilih bahasa yang sesuai dengan audiens yang dituju. Selain itu, pembicara juga perlu memiliki keterampilan dalam membaca dan memahami audiens, sehingga dapat menyampaikan pesan dengan cara yang tepat dan efektif.

Dalam berkomunikasi, seorang pembicara dapat menggunakan berbagai jenis bahasa dan gaya komunikasi, tergantung pada konteks dan tujuan dari komunikasi tersebut. Misalnya, dalam pidato atau presentasi formal, seorang pembicara cenderung menggunakan bahasa yang lebih formal dan menghindari bahasa yang kurang pantas atau slang. Di sisi lain, dalam situasi yang lebih santai atau informal, pembicara dapat menggunakan bahasa yang lebih santai dan lebih mudah dipahami oleh audiens.

Selain itu, pembicara juga dapat menggunakan teknik-teknik komunikasi tertentu untuk meningkatkan efektivitas komunikasinya. Salah satu teknik yang populer dalam komunikasi adalah storytelling, yaitu menggunakan cerita untuk menyampaikan pesan atau informasi. Teknik lainnya adalah memanfaatkan humor untuk menarik perhatian audiens dan menciptakan iklim yang lebih santai dalam komunikasi. Pembicara juga dapat menggunakan media visual seperti gambar atau video untuk mendukung presentasinya dan membuat pesan lebih mudah dipahami oleh audiens.

Selain itu, penting bagi seorang pembicara untuk mampu mengelola dan mengatasi kecemasan atau stres yang mungkin timbul selama berkomunikasi. Beberapa teknik yang dapat membantu mengatasi kecemasan adalah bernapas dalam-dalam, menghilangkan pikiran negatif, dan fokus pada pesan yang akan disampaikan

2.2.2. Pendengar (audiens)

Pendengar adalah sebagai penerima pesan yang disampaikan dari pembicara. keberhasilan berbicara di depan umum bukan hanya sekedar seorang pembicara bisa menyampaikan dengan dinamis dan lancar, namun diukur dari apakah audiens menerima dan menafsirkan pesan yang disampaikan dengan benar. Kegagalan pada proses berkomunikasi dapat disebabkan oleh pembicara atau pendengar. Meskipun pembicara merupakan faktor utama, namun pendengar juga salah satu hal yang penting. Untuk menjadi pendengar yang baik seseorang harus dapat mengambil pesan yang disampaikan melalui pikiran yang terbuka, mendengarkan dengan seksama dan tidak menghakimi pembicara.

Audiens atau yang juga dikenal sebagai khalayak adalah pihak yang menjadi sasaran atau tujuan dari suatu komunikasi. Dalam konteks komunikasi, audiens sangat penting karena merupakan faktor penentu keberhasilan komunikasi itu sendiri. Oleh karena itu, penting bagi pengirim pesan untuk memahami karakteristik audiens agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh audiens dengan baik.

Ada beberapa karakteristik audiens dalam konteks komunikasi, di antaranya adalah:

1. Pengetahuan dan Kepentingan

Audiens memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda-beda terkait topik yang disampaikan. Oleh karena itu, penting bagi pengirim pesan untuk mengetahui tingkat pengetahuan audiens agar pesan yang disampaikan dapat disesuaikan dengan pemahaman audiens. Selain itu,

audiens juga memiliki berbagai macam kepentingan yang berbeda, sehingga pesan yang disampaikan harus mampu memenuhi kepentingan tersebut.

2. Karakteristik Demografi

Karakteristik demografi audiens seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan lain sebagainya juga mempengaruhi cara audiens menerima pesan. Misalnya, audiens yang berusia muda mungkin lebih mudah menerima pesan yang disajikan dengan bahasa yang informal dan mengikuti tren terkini, sementara audiens yang berusia tua mungkin lebih menyukai pesan yang disajikan dengan bahasa yang formal dan menghormati tradisi.

3. Sikap dan Nilai

Sikap dan nilai yang dimiliki oleh audiens juga sangat mempengaruhi cara mereka menerima pesan. Jika audiens memiliki sikap dan nilai yang positif terhadap topik yang disampaikan, maka mereka cenderung lebih mudah menerima pesan tersebut. Sebaliknya, jika audiens memiliki sikap dan nilai yang negatif terhadap topik tersebut, maka pesan yang disampaikan harus disesuaikan dengan cara yang lebih persuasif.

4. Gaya Belajar

Audiens memiliki gaya belajar yang berbeda-beda, ada yang lebih

suka belajar dengan mendengarkan, ada yang lebih suka belajar dengan membaca, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pengirim pesan perlu menyesuaikan gaya penyajian pesan agar dapat disesuaikan dengan gaya belajar audiens.

5. Konteks Komunikasi

Konteks komunikasi juga menjadi salah satu karakteristik audiens yang penting. Misalnya, apakah audiens sedang berada dalam suasana yang tenang atau sedang dalam situasi yang bising dan ramai. Hal ini dapat mempengaruhi cara audiens menerima pesan yang disampaikan.

2.2.3 Pesan

Pesan dimaknai sebagai isi yang disampaikan pembicara kepada pendengar, ada dua jenis pesan yaitu pesan verbal dan nonverbal. Bahasa tergolong dalam pesan verbal sedangkan kontak mata, ekspresi wajah, suara, gerak tubuh, postur tubuh dan penampilan tergolong pesan non-verbal. Idealnya, pesan verbal dan nonverbal harus saling bekerjasama dan melengkapi secara seimbang. Jika tidak, pendengar akan menerima pesan campuran, dengan maksud pendengar akan memilih untuk menerima pesan verbal atau non-verbal. Untuk mengatasi permasalahan ini, pembicara harus bisa memastikan bahwa pesan nonverbal yang mereka sampaikan melengkapi pesan verbal yang mereka ucapkan.

Dalam *Public Speaking*, pesan atau informasi yang ingin disampaikan harus memiliki karakteristik yang jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Oleh karena itu, pesan dalam *Public Speaking* harus memenuhi beberapa

karakteristik sebagai berikut:

1. Relevansi: Pesan yang disampaikan harus relevan dengan konteks dan kebutuhan audiens. Sebelum memulai pidato, pembicara harus melakukan penelitian terlebih dahulu mengenai audiens dan tujuan acara agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.
2. Klaritas: Pesan harus disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Pembicara harus memilih kata-kata yang sederhana dan tepat sehingga audiens tidak kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan.
3. Struktur: Pesan yang disampaikan harus memiliki struktur yang jelas dan teratur. Pembicara harus memulai dengan pengantar yang menarik, kemudian mengembangkan isi pidato dengan baik, dan mengakhiri dengan kesimpulan yang kuat.
4. Daya tarik: Pesan yang disampaikan harus memiliki daya tarik yang kuat agar audiens tertarik untuk mendengarkan pidato sampai selesai. Pembicara bisa menggunakan teknik-teknik seperti humor, analogi, atau cerita pendek untuk menarik perhatian audiens.
5. Kesederhanaan: Pesan yang disampaikan harus sederhana dan mudah diingat oleh audiens. Pembicara harus menghindari penggunaan kata-kata yang rumit atau jargon yang sulit dipahami oleh audiens.
6. Kesesuaian: Pesan yang disampaikan harus sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat. Pembicara harus memperhatikan konteks sosial dan budaya dalam menyampaikan pesan agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau konflik dengan audiens.

Dalam *Public Speaking*, pesan yang disampaikan harus disesuaikan dengan karakteristik audiens. Pembicara harus memahami audiens dan memilih pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Selain itu, pembicara juga harus memperhatikan gaya bahasa dan penampilan diri agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

2.2.4. Medium

Pesan yang disampaikan melalui media disebut dengan medium. Suara, radio, televisi, alamat publik, dan multimedia merupakan beberapa cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Misalnya, ketika berbicara di kelas, sarana utama yang dipakai adalah suara dan alat bantu visual seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, dan alat bantu visual. Untuk berbicara di lingkungan tempat kerja, media yang digunakan bisa berupa pidato di depan umum. Format ruangan dan suara yang baik akan mendukung bekerjanya media yang digunakan untuk menyampaikan pesan.

Medium dalam karakteristik *Public Speaking* merupakan alat atau sarana yang digunakan oleh seorang pembicara untuk menyampaikan pesannya kepada audiens. Medium ini dapat berupa berbagai macam bentuk, seperti ucapan langsung, presentasi, pidato, ceramah, dan lain sebagainya.

Pemilihan medium dalam *Public Speaking* harus disesuaikan dengan tujuan dan konteks dari presentasi tersebut. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memilih medium antara lain jumlah audiens, lokasi, durasi presentasi, serta topik yang akan dibahas.

Salah satu medium yang paling umum digunakan dalam *Public Speaking* adalah slide presentasi. Pada slide presentasi, seorang pembicara menggunakan bahan visual seperti gambar, grafik, atau tabel untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Slide presentasi biasanya digunakan dalam presentasi bisnis, presentasi akademis, atau dalam seminar dan konferensi.

Selain itu, media sosial juga menjadi medium yang semakin banyak digunakan dalam *Public Speaking*. Pembicara dapat memanfaatkan platform media sosial seperti Twitter, Facebook, dan Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas, serta mempromosikan acara atau presentasi yang akan dilakukan.

Sementara itu, medium audio dan video juga menjadi pilihan dalam *Public Speaking*. Pembicara dapat merekam presentasi dan menyimpannya dalam format audio atau video untuk disebarkean ke audiens yang tidak dapat menghadiri acara tersebut secara langsung. Medium audio dan video juga dapat digunakan untuk membuat konten edukatif seperti podcast atau vlog yang dapat diakses kapan saja oleh audiens.

Dalam pemilihan medium dalam *Public Speaking*, juga perlu diperhatikan kelebihan dan kekurangan masing-masing medium tersebut. Sebagai contoh, jika menggunakan slide presentasi, pembicara perlu memastikan bahwa slide tersebut memiliki tampilan yang menarik dan mudah dibaca oleh audiens. Jika menggunakan media sosial, pembicara perlu memastikan bahwa pesannya singkat, jelas, dan mudah dipahami oleh audiens.

Dalam hal ini, kemampuan seorang pembicara untuk memilih medium yang tepat dan memanfaatkannya dengan baik dapat meningkatkan kualitas presentasi dan memperkuat pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, seorang pembicara perlu memperhatikan karakteristik dari medium yang digunakan dan mempersiapkan diri dengan baik sebelum memulai presentasi.

2.2.5 Umpan Balik (*feedback*)

Umpan balik dapat berupa verbal dan non-verbal. Umpan balik berupa verbal biasanya dapat disampaikan dalam bentuk pertanyaan ataupun juga komentar dari satu (ataupun lebih) penonton. Umumnya audiens tidak akan berkomentar sampai pembicara selesai menyampaikan materi atau sudah pada saat sesi tanya jawab dimulai. Umpan balik non-verbal juga dapat disampaikan oleh penonton. Jika pendengar tersenyum ataupun mengangguk, itu berarti mereka setuju dengan pesan pembicara. Saat pendengar mengerutkan kening atau menyilangkan tangan, mereka sering tidak ataupun kurang setuju dengan apa yang dikatakan pembicara. Saat pendengar menguap ataupun menatap, itu sebenarnya tanda bahwa mereka bosan atau lelah. Seorang penulis Inggris, G.K. Chesterton, menyatakan bahwa "menguap adalah tangisan tanpa suara". Ketika pembicara menerima umpan balik negatif, pembicara yang baik harus "membantu" pendengar dengan memodifikasi pesan atau mengubah cara pesan disampaikan untuk membuat konten lebih jelas. Ada kalanya perilaku penonton sangat membingungkan. Misalnya, jika seorang penonton

menguap, itu tidak berarti percakapan itu membosankan, bisa juga karena ruangnya terlalu penuh atau dia mengantuk karena kurang tidur .

Feedback atau umpan balik adalah respon yang diberikan oleh audiens terhadap pesan yang disampaikan oleh pembicara dalam *Public Speaking*. *Feedback* dapat diberikan secara verbal maupun nonverbal. Umpan balik yang diberikan oleh audiens sangat penting dalam *Public Speaking* karena dapat membantu pembicara untuk mengetahui keberhasilan atau kegagalan dalam menyampaikan pesan dan untuk meningkatkan keterampilan *Public Speaking* mereka di masa depan.

Dalam karakteristik *Public Speaking*, *feedback* merupakan salah satu elemen penting karena dapat membantu pembicara untuk meningkatkan kualitas presentasi mereka. *Feedback* dapat diberikan oleh audiens melalui berbagai cara, seperti dengan memberikan apresiasi atau kritik setelah presentasi, memberikan respon nonverbal seperti senyum atau tepuk tangan, atau dengan cara menanggapi pertanyaan yang diajukan oleh pembicara. Selain itu, *feedback* juga dapat diberikan melalui media sosial atau email setelah presentasi.

Dalam memberikan *feedback*, audiens perlu memberikan umpan balik yang konstruktif dan tidak menyinggung perasaan pembicara. Umpan balik konstruktif adalah umpan balik yang membantu pembicara untuk meningkatkan kualitas presentasi mereka. Umpan balik seperti "saya suka bagaimana Anda memulai presentasi dengan narasi yang menarik" atau "saya merasa terganggu dengan slide yang terlalu banyak teksnya" adalah contoh dari umpan balik yang konstruktif. Sedangkan umpan balik yang tidak konstruktif seperti "Anda terlalu membosankan" atau "Anda tidak tahu

apa yang Anda bicarakan" hanya akan menurunkan semangat dan kepercayaan diri pembicara.

Pembicara juga perlu membuka diri terhadap umpan balik dari audiens dan bersedia untuk menerima kritik dengan lapang dada. Dengan menerima umpan balik, pembicara dapat memahami kekuatan dan kelemahan presentasi mereka dan meningkatkan kualitas presentasi di masa depan. Pembicara juga dapat meminta umpan balik dari audiens dengan cara yang jelas dan terstruktur. Contohnya dengan menanyakan pertanyaan seperti "Apakah ada hal yang perlu saya tingkatkan?" atau "Bagaimana menurut Anda tentang cara saya menyampaikan pesan?".

Selain itu, penting juga bagi pembicara untuk mengevaluasi dan menganalisis umpan balik yang diberikan oleh audiens. Pembicara perlu mempertimbangkan umpan balik yang positif dan negatif dan mencari cara untuk memperbaiki kelemahan mereka. Pembicara juga perlu menghindari untuk merespon umpan balik secara emosional dan mempertimbangkan umpan balik secara obyektif.

2.2.6 Gangguan (*interference*)

Gangguan merupakan segala bentuk yang mengganggu atau mencegah ppenyampaian pesan yang benar dalam komunikasi. Ada tiga jenis interferensi:

External noise adalah noise yang berasal dari luar pendengar; Misalnya bayi yang menangis, lalu lintas dari luar ruangan, AC dengan suhu yang terlalu dingin, atau kondisi ruangan yang tidak nyaman. Kondisi yang

tidak nyaman membuat pendengar sulit berkonsentrasi. Gangguan yang berasal dari pendengar itu sendiri disebut dengan gangguan internal. Untuk dapat mengatasi gangguan internal ini seorang pembicara dapat mengatasinya dengan membuat pidato atau presentasi semenarik dan sepositif mungkin agar audiens tertarik untuk memperhatikan. Interferensi speaker internal dapat terjadi ketika pembicara menggunakan kata-kata yang asing bagi pendengar atau ketika isi pesan tidak ditafsirkan oleh pendengar sebagaimana dimaksud. Bisa jadi, jika pembicara berpakaian terlalu buruk, pendengar akan memperhatikan pakaiannya, bukan hanya isi pembicaraannya. Terkadang pendengar akan mencoba mengatasi gangguan mereka sendiri. Namun pendengar juga tidak akan mencoba mengatasi gangguan. Jika ini terjadi, komunikasi tidak akan berlangsung dengan baik. Pembicara harus menyadari tanda-tanda gangguan dan bekerja untuk mengatasi gangguan tersebut.

2.3 Teknik Dasar *Public Speaking*

Public Speaking merupakan kemampuan yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari karir hingga kehidupan sosial. Kemampuan *Public Speaking* yang baik dapat membantu seseorang dalam mempengaruhi orang lain, memotivasi, membangun kepercayaan, dan membuka peluang yang lebih luas. Dalam kajian teoritis ini, akan dibahas tentang teknik dasar dalam *Public Speaking*, yaitu pengaturan nafas, postur tubuh, dan pengaturan suara.

Pengaturan Nafas Pengaturan nafas adalah teknik dasar dalam *Public Speaking* yang sangat penting. Dalam berbicara di depan publik, seorang pembicara

harus mampu mengontrol nafasnya agar tidak terburu-buru dan terdengar cemas. Teknik pernapasan yang tepat akan membantu pembicara untuk mengatasi rasa gugup dan memberikan efek menenangkan pada diri sendiri.

Teknik pernapasan yang tepat adalah dengan mengambil napas yang dalam dan perlahan melalui hidung, kemudian menghembuskan napas perlahan melalui mulut. Saat berbicara, seorang pembicara harus mampu mengambil napas secara teratur dan dalam pada tempat yang tepat untuk memberikan kesan yang lebih tenang dan percaya diri.

Postur Tubuh Postur tubuh yang tepat adalah teknik dasar lainnya dalam *Public Speaking* yang sangat penting. Postur tubuh yang baik akan membantu pembicara untuk terlihat percaya diri dan profesional. Beberapa tips dalam mengatur postur tubuh yang baik adalah:

Public Speaking merupakan kemampuan yang dapat disempurnakan dan dipelajari oleh seluruh kalangan. Kunci utamanya adalah memiliki rasa percaya diri untuk berbicara di depan khalayak banyak. Berbicara di depan umum sangat penting bagi siapa pun yang bekerja di bidang pekerjaan seperti bisnis dll. Orang dengan keterampilan berbicara di depan umum seringkali bisa menyampaikan pesan di depan audiens. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang *Public Speaking*, berikut adalah teknik dasar untuk *Public Speaking* :

2.3.1 Persiapan Materi

Sebelum melakukan kegiatan *Public Speaking*, seseorang yang mengikuti kegiatan harus mempersiapkan materi sebelum mempresentasikannya kepada publik. Selain dari isi dokumen harus

dilakukan dengan baik, proses komunikasi juga harus dijaga. Misalnya, agar audiens tidak jenuh, pembicara mungkin memulai percakapan dengan sesuatu hal yang menarik seperti narasi. Hal itu bisa sebagai pembuka yang kuat dalam berbicara publik speaking. Jadi, sebelum Anda mulai *Public Speaking*, ada baiknya Anda mempersiapkan dan membuat rencana pidato yang efektif.

2.3.2 Melatih Keterampilan Membaca

Teknik dasar berbicara di depan umum melibatkan keterampilan berbicara di depan umum. Pidato yang mengesankan dapat dibuat dengan keterampilan komunikasi yang diasah. Seseorang yang ingin mengasah keterampilan berbicara di depan umum dapat mencoba beberapa cara, seperti melatih suaranya dari tinggi ke rendah, bahasa tubuh, postur, keterampilan berbicara dan komunikasi.

2.3.3 Menguasai Panggung

Hal berikutnya yang perlu diingat ketika berbicara di depan umum, tidak boleh sepihak atau sepihak. Intinya, seorang pembicara harus berusaha melibatkan audiens dalam proses komunikasi. Audiens harus dapat merasakan kehadiran dan tertarik untuk memperhatikan pembicara. Misalnya, memberikan kesempatan kepada audiens untuk merenungkan apa yang sedang dijadikan topik pembahasan. Kalimat yang terlalu buru-buru dapat menyebabkan kebingungan dan ambiguitas, sehingga pesan yang berasal dari topik yang disampaikan pembicaraan tidak sampai ke

komunikator (*audience*).

2.4 Teknik Khusus *Stand-up Comedy*

Stand up comedy adalah penyampaian cerita lucu, ataupun lelucon yang dilakukan oleh seorang komedian di atas panggung. Cerita lucu tersebut akan muncul dengan segudang kata-kata kreatif yang membuat penonton tertawa. Dari pembuatan materi hingga tampil di atas panggung, teknik-teknik khusus digunakan para penampil *stand up comedy*.

Menurut *Creative Stand Up*, topik yang dibawakan untuk *Stand up comedy* berbentuk monolog berdasarkan pengamatan, keprihatinan, dan opini dalam komik. Itulah yang membentuk genre komedi yang disebut komedi "*Stand Up*". yang mana seseorang penampil *stand up* tersebut dapat mengutarakan pendapatnya secara bebas terhadap sesuatu cerita atau pun *topic* melalui cara yang menghibur. Teknik khusus yang dipakai para komika dalam melakukan *Stand up comedy* ada tujuh menurut (Pragiwaksono, 2012).

2.4.1 *Rule of Three*

Penggunaan 3 kalimat, 2 kalimat di awal digunakan sebagai set up. Sementara satu kalimat terakhir, digunakan sebagai punchline yang disebut dengan Teknik *Rule of Three*.

Rule of Three merupakan salah satu teknik yang sering digunakan dalam *stand up comedy* untuk membuat materi komedi lebih efektif dan terstruktur. Teknik ini melibatkan penggunaan tiga elemen atau gagasan yang saling berkaitan dalam sebuah materi komedi.

Konsep ini memiliki sejarah panjang dalam seni pertunjukan,

bahkan sejak zaman Romawi kuno, di mana gagasan ini disebut sebagai “*tricolon*”. Di dunia *stand up comedy*, *Rule of Three* sering digunakan sebagai teknik penulisan, pengaturan, dan pengiriman materi komedi.

Penggunaan *Rule of Three* dalam *stand up comedy* membuat materi komedi lebih efektif dan mudah diingat oleh penonton. Hal ini karena otak manusia cenderung lebih mudah memproses informasi dalam kelompok tiga, dan tiga elemen dalam sebuah materi komedi memberikan keseimbangan yang baik antara humor, ritme, dan kejutan.

Berikut adalah beberapa contoh penggunaan *Rule of Three* dalam *stand up comedy*:

1. Setup, Punchline, dan Tagline Penggunaan *Rule of Three* paling sering terlihat dalam pengaturan *setup*, *punchline*, dan *tagline*. *Setup* merupakan bagian materi komedi di mana komedian membangun kisah atau situasi yang lucu. *Punchline* adalah elemen penting dalam materi komedi yang menjadi puncak humor. *Tagline* adalah kalimat penutup yang melengkapi *punchline* dan membuat penonton tertawa lebih keras.
2. Penjelasan dengan tiga elemen Komika juga sering menggunakan *Rule of Three* untuk memberikan penjelasan dengan tiga elemen yang salingberkaitan. Contohnya, "Saya tidak bisa memasak. Saya tidak bisa membersihkan dapur. Dan saya tidak bisa membeli bahan makanan." Dalam contoh ini, tiga elemen tersebut membentuk suatu keseluruhan yang membuat penonton tertawa.
3. Tiga karakteristik atau sifat Penggunaan *Rule of Three* juga dapat dilakukan dengan mengaitkan tiga karakteristik atau sifat yang berbeda

dari suatu objek atau situasi. Misalnya, "Bersepeda adalah menyenangkan, sehat, dan murah. Tapi kemudian saya menyadari saya tidak suka olahraga, tidak tahan panas, dan tidak punya sepeda."

Dalam penggunaan *Rule of Three*, perlu diingat bahwa ketiga elemen tersebut harus saling berkaitan dan memiliki keseimbangan yang baik untuk menghasilkan efek humor yang optimal. Terlalu banyak atau terlalu sedikit elemen dalam penggunaan *Rule of Three* dapat menghilangkan efek humor yang diharapkan.

2.4.2 *One line*

Bit ringkas yang cuma terdiri dari satu hingga tiga kalimat disebut dengan *one liner*. Teknik ini merupakan teknik yang berada ditingkat paling sederhana yang dibawakan oleh para komika saat *Stand up comedy*. Teknik ini juga memerlukan pemikiran yang cukup keras daripada teknik lainnya walaupun *one liner* ini teknik sederhana.

2.4.3 *Act out*

Act out, teknik ini ditunjukkan melalui gerakan. *Act out* sangat sering dipakai dalam *Stand-up comedy* karena tidak sulit dan memiliki keberhasilan tinggi. Seringnya, *Act out* dibangun sebagai *punchline*.

2.4.4 *Impersonation*

Impersonation adalah mencontoh dan mengikuti sosok yang terkenal atau mencoba menirukan penampilan dari komika lain. *Impersonation*

biasanya akan meniru gaya bicara, gerakan, atau kata-kata khas dari sosok yang ditirukan.

Impersonation atau mengimpersonasi merupakan salah satu teknik yang sering digunakan oleh pelawak dalam *stand up comedy* untuk menambahkan unsur humor dan membuat penonton tertawa. Teknik ini melibatkan menirukan atau memerankan seseorang atau karakter tertentu dengan cara mengubah suara, bahasa tubuh, dan gaya bicara. Dalam *stand up comedy*, *impersonation* seringkali digunakan untuk membuat parodi dari orang-orang terkenal atau karakter fiksi.

Salah satu contoh *impersonation* yang terkenal adalah saat pelawak Amerika, Tina Fey, menirukan mantan wakil presiden Amerika Serikat, Sarah Palin, dalam salah satu pertunjukan *stand up comedy*-nya. Fey mengenakan pakaian dan wig yang mirip dengan Palin dan menirukan aksent dan gaya bicaranya. Parodi tersebut menjadi sangat populer dan seringkali dikutip oleh media dan masyarakat.

Impersonation juga sering digunakan dalam *stand up comedy* untuk mengekspresikan gagasan atau kritik terhadap orang-orang terkenal atau kelompok tertentu. Sebagai contoh, pelawak Amerika, Dave Chappelle, sering menirukan tokoh-tokoh publik seperti Bill Cosby atau Presiden Amerika Serikat, Donald Trump, dalam pertunjukan *stand up comedy*-nya. Dengan cara ini, Chappelle mampu mengkritik mereka dengan cara yang lucu dan menghibur.

Namun, penting untuk diingat bahwa *impersonation* dalam *stand up comedy* harus dilakukan dengan hati-hati dan dengan menghormati orang

atau kelompok yang ditiru. Pelawak harus berhati-hati agar tidak menyinggung atau menyakiti perasaan orang lain. Selain itu, *impersonation* harus digunakan dengan tujuan humor dan hiburan, bukan untuk menyebarkan kebencian atau prasangka.

Dalam teknik *impersonation*, pelawak juga harus memiliki kemampuan untuk menirukan suara, gaya bicara, bahasa tubuh, dan mannerism karakter yang dituju. Mereka juga harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang karakter atau tokoh yang ingin mereka tiru, sehingga mereka dapat membuat parodi yang lucu dan efektif.

Dalam beberapa kasus, *impersonation* dalam *stand up comedy* dapat menjadi kontroversial dan menimbulkan kontroversi. Beberapa orang atau kelompok mungkin merasa tersinggung atau tidak suka dengan *impersonation* mereka, terutama jika itu dianggap sebagai penghinaan atau pelecehan. Oleh karena itu, pelawak harus berhati-hati dan mempertimbangkan apakah *impersonation* yang mereka lakukan akan diterima dengan baik oleh audiens dan orang-orang yang dituju.

2.4.5 *Roasting*

Roasting adalah usaha untuk menjelekkan ataupun mencela orang lain. Tetapi, unsur materi *Roasting* ini masih memiliki batas yaitu sekedar komedi atau lelucon belaka. komika biasanya memilih untuk *Roasting* kepada komika lain, tokoh pejabat terkenal ataupun dewan juri.

Roasting adalah suatu teknik stand-up comedy yang mengolok-olok seseorang secara terbuka dan terus terang di depan publik. Biasanya, teknik ini digunakan untuk mengolok-olok selebriti atau orang yang dikenal luas

masyarakat. *Roasting* seringkali digunakan dalam acara penghargaan atau acara televisi yang khusus disiapkan untuk acara tersebut.

Dalam teknik *Roasting*, seorang komedian akan memilih seseorang yang akan menjadi korban, biasanya orang yang dikenal atau publik figur. Kemudian, komedian akan membahas tentang segala hal yang berkaitan dengan korban, baik itu dari segi penampilan, karakter, kebiasaan, bahkan kehidupan pribadinya. Tujuan utama dari *Roasting* adalah untuk menghibur publik dengan mengolok-olok korban secara humoris.

Namun, *Roasting* juga memiliki beberapa risiko. Jika tidak dilakukan dengan tepat, *Roasting* dapat menyakiti perasaan korban dan bahkan dapat memicu reaksi yang negatif dari publik. Oleh karena itu, penting bagi seorang komedian untuk melakukan *Roasting* dengan bijaksana dan memperhatikan batasan-batasan yang ada.

Dalam stand-up comedy, teknik *Roasting* seringkali digunakan sebagai bagian dari penampilan. Banyak komedian yang terkenal dengan teknik *Roasting* yang mereka miliki, seperti Jeff Ross, Lisa Lampenelli, atau Greg Giraldo. Namun, sebagai seorang komedian, penting untuk memperhatikan publik yang hadir dan memastikan bahwa *Roasting* yang dilakukan tidak terlalu kasar atau menyakiti perasaan orang lain.

Seorang komedian yang sukses dalam teknik *Roasting* harus memiliki kemampuan untuk mengamati orang dan situasi dengan baik. Selain itu, dia juga harus mampu berpikir cepat dan menemukan humor dari segala situasi. Kemampuan untuk berimprovisasi juga sangat penting, karena dalam teknik *Roasting*, banyak hal yang terjadi secara spontan dan

tidak terduga.

Dalam *Roasting*, *Rule of Three* juga dapat digunakan untuk menciptakan punchline yang kuat dan menghibur. Seorang komedian dapat mengolok-olok korban tiga kali dengan tema yang berbeda, dan kemudian mengakhiri dengan sebuah punchline yang mengejutkan dan mengundang tawa dari publik.

Dalam beberapa kasus, *Roasting* juga dapat menjadi bentuk bully dan menjadi sangat tidak pantas jika tidak dilakukan dengan tepat dan bijaksana. Oleh karena itu, penting bagi komedian untuk memperhatikan batasan-batasan yang ada dan memastikan bahwa *Roasting* yang dilakukan benar-benar menghibur tanpa menyinggung perasaan orang lain

2.4.6 Riffing

Teknik ini digunakan untuk mengundang penonton berinteraksi. Dan teknik ini biasanya menjadikan audiens ataupun penonton sebagai objek untuk lawakan.

2.4.7 Callback

Teknik *Call back* ini adalah teknik yang memerlukan penggunaan *punchline* dari set-up komika yang telah disampaikan terlebih dahulu untuk *set-up* berikutnya yang berada di beberapa *bit* selanjutnya. Seringnya, *punchline* yang diperlukan sebagai *call back* adalah *punchline* yang paling lucu. Selain itu, teknik *call back* ini pun juga sering dipakai untuk penutup, akan tetapi tidak semua *call back* harus digunakan di akhir.

2.5 Audiens

Pada umumnya, publik diartikan sebagai pengguna media. Tetapi dalam perkembangannya, kesadaran masyarakat telah berubah dengan semakin bermacamnya penggunaan media dengan tujuan yang berbeda-beda; bukan hanya untuk penyebaran luasan informasi, tetapi juga untuk kampanye politik dan pemasaran sebuah produk serta untuk peserta aktif.

Virginia Nightingale mendefinisikan 4 posisi audiens yang dilihat dari hubungan dengan media, yaitu audiens, komunitas, pasar, dan penggemar (Nightingale, 2004). Audiens dianggap audiens saat komunikator menilai bahwa audiens memiliki berbagai kepentingan politik. Sedangkan audiens dianggap sebagai target pasar saat membidik iklan produk melalui media. Ketika audiens dilihat sebagai salah satu bagian dari budaya yang menunjukkan identitas mereka melalui media tertulis, yang kami maksud adalah komunitas. Terakhir, kata *fan* berasal dari asal kata “*fanatic*” yang mengacu pada seseorang yang tingkahnya menunjukkan sangat dipengaruhi oleh orang lain yang telah menjadi salah satu idolanya (Sullivan, 2013). Jika berakar pada histori perkembangan teknologi komunikasi, Abercrombie & Longhurst (1998) membagi audiens menjadi tiga tahapan:

Audiens sederhana, audiens massal, dan audiens siaran. Penonton tunggal atau *single audience* adalah penonton dalam komunikasi yang secara langsung (*face to face communication*) seperti penonton pada konser atau pertunjukan opera. Penelitian ini terutama dilakukan ketika teknologi komunikasi belum banyak digunakan oleh manusia pada abad ke-19. Masyarakat umum adalah masyarakat umum yang membaca koran, mendengarkan radio dan menonton

televisi. Dalam perkembangan teknologi media berbeda yang kini berkembang pesat, khalayak cenderung mengakses beberapa media dalam waktu bersamaan, yang dikenal dengan istilah *broadcasting audience*. Misalnya, seseorang membaca koran sambil menonton acara berita di televisi atau menjelajah Internet sambil mendengarkan radio.

Tradisi analisis khalayak mulai berkembang pada tahun 1920-an dengan lahirnya dan meluasnya penggunaan media radio. Beberapa ahli telah mencoba mengkategorikan tradisi analisis khalayak ini, seperti Jaynes dan Rosengren (1990), Webster (1998) dan Marie Gillespie (2005). Jensen & Rosengren (1990) mengkategorikan tradisi penelitian audiens ke dalam lima kategori: efek media, penggunaan dan kepuasan, pemeriksaan kritis media tekstual, studi budaya, dan analisis persepsi. Di sisi lain, James J. Webster (1998) berpendapat bahwa hubungan media-audiens dapat dilihat dalam tiga model utama, yaitu audiens dijadikan sebagai objek (*audience as outcome*), audiens dijadikan sebagai massa (*audience as mass*), dan audiens dijadikan sebagai agen (*audience sebagai agen*) (Webster, 1998). Pada model pertama, media memainkan peran penting dalam mempengaruhi publik, yang meliputi teori pengaruh, perubahan sikap, propaganda, dan teori film. Dalam model kedua, audiens dipandang sebagai kelompok besar, anonim, dan tersebar luas yang tidak mengenal satu sama lain. Riset dalam kategori ini meliputi skor audiens dan produk, perilaku massa, dan fenomena media. Model terakhir, audiens sebagai agen, memandang audiens tidak memiliki batasan dalam memilih media dan kebebasan menginterpretasikan isi media berdasarkan pengalaman dan pengetahuan sendiri (Sullivan, 2013). Selanjutnya, Marie Gillespie (2005) membagi tradisi media dan hubungan

masyarakat menjadi 2 bagian: tradisi efek media dan tradisi menggunakan dan menginterpretasikan media. Kajian tradisi yang pertama menekankan pada pengaruh media terhadap audiens. Dalam hal ini, khalayak dianggap pasif (*passive audience*). Tradisi penelitian lain menekankan pada peran aktif audiens (*active audience*) dalam pemilihan dan konsumsi konten media dan juga peran aktif dalam interpretasi konten media (Gillespie, 2005).

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dari penelitian ini adalah berupa upaya menemukan perbandingan dan dengan begitu menemukan inspirasi yang baru untuk penelitian lanjutan, sedangkan penelitian sebelumnya membantu penelitian yang mana memposisikan dan menunjukkan keunikannya. Untuk bagian ini, peneliti menjabarkan hasil dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian merangkumnya, baik pada penelitian yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Berikut adalah penjabaran penelitian terdahulu yang masih relevan dengan topik yang akan dijadikan penelitian oleh penuli

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Skripsi	Tujuan	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan
1	Gusti Agung Arta Sastya (UMA)	Strategi komunikasi komika stand up indo binjai dalam menghibur audiens	Mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh para komika Stand Up Indo Binjai dan juga	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, dalam menghibur audiens, komika dalam komunitas Stand Up Indo Binjai	Penelitian ini Berfokus untuk meneliti strategi komunikasi dengan tujuan mengetahui strategi apa yang digunakan sehingga dapat menghibur audiens.

			persona maupun teknik-teknik apa saja yang digunakan dalam seni berkomedo para komika Stand Up Indo Binjai.		mempersiapkan strategi komunikasi demi mendukung penampilan mereka dalam melakukan <i>Stand up comedy</i> . Beberapa strategi komunikasi yang dipersiapkan atau dilakukan oleh Komika tersebut diantaranya : 1. Mempersiapkan/ menulis materi, menguasai materi Mengetahui dan menguasai audiens Memainkan persona dan teknik Komedi	Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah di bagian tujuan dimana penelitian ini memiliki tujuan seperti yang disebutkan namun peneliti memfokuskan penelitian dalam teknik stand up comedy dalam menarik minat audiens
2	Idham Syafutra (USU)	Persepsi mahasiswa Terhadap tayangan <i>Stand up comedy</i>	Untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap tayangan <i>Stand up comedy</i>	Kuantitatif	Lebih dari setengah total responden dalam hal ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya USU memberikan pernyataan positif	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan jelas terlihat dimana penelitian ini membahas persepsi, sedangkan peneliti meneliti teknik
3	Nidia Ika Saputri (UII)	Apresiasi Penonton Terhadap <i>Stand up comedy</i>	Mendeskripsikan apresiasi penonton terhadap <i>Stand up comedy</i>	Kualitatif deskriptif	Penonton memiliki apresiasi yang tinggi karena acara ini dianggap sangat menghibur, lawakannya up to date serta sindiran bersifat kritis	Penelitian ini berfokus kepada <i>feedback</i> penonton atau audiens sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berfokus

						pada teknik
4	Emy Rizka Fadilah (UNNES)	Humor dalam Wacana Stand-up Comedy Indonesia Season 4	<p>1)Menjelaskan teknik penciptaan humor yang digunakan dalam wacana humor Stand-up Comedy Indonesia Season 4 di Kompas TV</p> <p>2)Menjelaskan fungsi humor dalam wacana humor Stand-up Comedy Indonesia Season 4 di Kompas TV</p>	Teoritis dan Metodologis	Penciptaan humor Stand-up Comedy Indonesia Season 4 menggunakan teknik praanggapan, teknik implikatur, dan teknik dunia kemungkinan. Teknik yang paling sering digunakan adalah teknik praanggapan dan yang paling jarang digunakan adalah teknik dunia kemungkinan.	Variabelnya
5	Muhammad Noer (UINRIL)	Stand up Comedy Sebagai Media Dakwah& Kritik Sosial terhadap Karya Dzawin Nur	<p>1)Memperoleh gambaran mengenai isi materi stand up comedy Dzawin Nur Ikram</p> <p>2)Mengetahui nilai Dakwah yang muncul dalam stand up comedy Dzawin NurIkram</p> <p>3)Mengetahui nilai kritik sosial yang muncul dalam stand up comedy Dzawin Nur Ikram</p>	Kuantitatif	Stand up comedy merupakan sebuah bentuk pertunjukan seni komedi yang Dibawakan secara Monolog oleh Seoran comic. Media adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada Khalayak dengan berbagai alat/cara dalam berkomunikasi . Media juga dapat menjadi sumber dominan yang dikonsumsi oleh	Di dalam penelitian ini fokusnya amerujuk kepada pengaruh dan Penggunaan Stand up dalam Dakwah Berbeda dengan Penelitian yang penilitilakukan Berfokus kepada Analisa

					masyarakat untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial baik secara individu maupun kolektif	
6	Ulfareski (UNISMUH)	Penggunaan gaya bahasa sarkasme pada stand-up comedy abdur di Youtube	Mendeskripsikan bentuk gaya bahasa sarkasme pada Stand up comedy Abdur di Youtube	Kualitatif	Hasil analisis data dan bahasa, ditemukan jumlah keseluruhan data sebanyak 18 kutipan yang termasuk ke dalam bentuk- bentuk gaya bahasa sarkasme tersebut antara lain: dog, nepotisme, terumbu karang, anak setan, bonggol, preman, bangsat, bajingan, cumi-cumi, berhala, simpanan pejabat.	Penelitian ini berfokus dalam menganalisa bentuk Bahasa sarkasme
7	Nurfadhela Faizti (UII)	Humor maskulin dalam materi stand-up comedy raditya dika	Tujuan dari Penelitian ini tidaklah jauh dari Rumusan masalah yang diambil, yaitu untuk mengetahui representasi humor maskulin pada materi stand-up comedy dalam tayangan Youtube Stand-up comedy Raditya Dika.	Kualitatif	Arepresentasi humor maskulin dalam SUCRD adalah seputar bagaimana laki- laki dalam mengambil tindakan, bersikap, memperhatikan penampilan, dan bentuk fisik tubuh. Dalam hal ini kecenderungan Raditya Dika dalam membawakan	Perbedaan penelitian ini adalah fokus analisa yang menganalisa makna dari sebuah Stand up Comedy

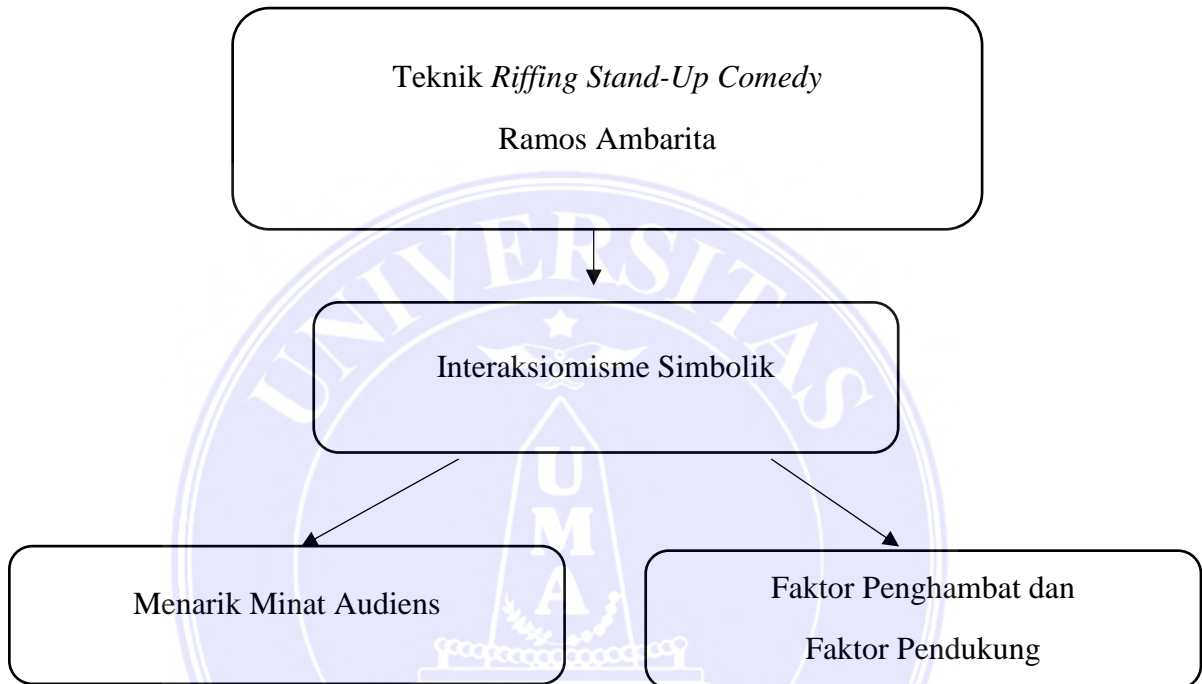
					humor maskulin ke dalam materi SUCRD-nya bercerita tentang bagaimana laki- laki dalam	
8	Marius Peng Mitang (USD)	Wacana humor kritik sosial dalam <i>stand up comedy</i> indonesia season 4 di Kompas tv: tinjauan pragmatik	1)Mendeskrpsi kan siapa sasaran kritik dan apa hal yang dikritikdalam WHKS SUCI 4. 2)Mendeskrpsi kan kepatuhan dan ketakpatuhan tuturan dalam WHKS SUCI 4 pada prinsip kerja sama Grice.	Kualitiatif	Hasil penelitian ialah sebagai berikut. Pertama, pihak yang dikritik dan hal yang dikritik adalah: (a) pemerintah (kebijakan diskriminatif, kinerja, dan kegagalan penegakan aturan); (b) anggota DPR (kinerja, kebiasaan tidur saat rapat, dan perilaku korupsi	Penelitian ini memiliki tujuan dan fokus yang brbeda dengan yang peneliti lakukan perbedaan terlihat dari tujuan penelitian
9	Andi Sulaeman (Uniga)	KOMUNIKASI RETORIKA DALAM STAND UP COMEDY		Kualitatif	Pada pembahas an ini peneliti akan memapar kan berbagai hal yang terjadi di lapangan berdasark an dengan hasi sebenarnya yang ditemuka n dan dirasakan oleh peneliti berkaitan dengan judul peneliti yaitu Komunik	Perbedaan mendasar terletak dimanapenel itian ini hanya berfokus mendeskrips ikan sedangkan peneliti menganalisa retorika dalam stand up comedy

					asi Retorika Dalam Stand up comedy . Berbagai data yang telah peneliti peroleh di lapangan, disusun dan dialokasikan sebagai suatu hasil dari penelitian	
10	Ariosakti Laurung (UB)	STRATEGI RETORIKA DALAM STAND-UP COMEDY MESAKKE BANGSAKU PANDJI PRAGIWAKSONO	Mengetahui strategi retorika Pandji Pragiwaksono menyampaikan pesannya melalui seni stand-up comedy	Kualitatif	Hasil dan pembahasan dari penelitian ini adalah Pandji mendapatkan jokes atau materi berdasarkan pengalaman dan data yang ada serta Melakukan observasi dalam membuat materi stand upnya, dan pemilihan Kata dalam jokesnya yang dijadikan jokes melalui perspektif dengan cara yang unik.	Perbedaan terlihat dimana peneliti ini menjelaskan strategi Stand up comedy sedangkan peneliti menganalisa

Sumber : Diolah Ade Satria Tanjung (2023)

2.7 Kerangka Berpikir

Dilihat dari penjabaran di atas, maka dapat dibuat kerangka konseptual seperti di bawah ini



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Sumber : Diolah Ade Satria Tanjung (2023)

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Salah satu hal yang sangat penting dalam penelitian adalah metode penelitian. Metode dalam penelitian sangat membantu peneliti dalam mencapai hasil dan tujuan sebuah penelitian. Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif yang memiliki tujuan akhir mendeskripsikan tuturan subjek berdasarkan dengan gambaran yang sebenarnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk menganalisis data berupa data tekstual, visual dan non numerik. Dalam penelitian ini digunakan metode dan teknik dalam proses pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana video *stand up comedy* yang di jadikan bahan penelitian akan di buat kedalam bentuk teks yang bersifat deskriptif kemudian di analisa berdasarkan teks yang sudah di transkrip dari video.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah direncanakan akan mulai pada bulan Desember 2022 sampai Februari 2023, Lokasi penelitian ini kondisional mengikuti jadwal tampil komika Ramos Ambarita dan melalui analisa video stand up Ramos Ambarita.

3.3 Sumber Data dan Data Penelitian

3.3.1 Sumber Data

Salah satu bagian penting dari penelitian adalah data, karena kemudian data akan diolah dan dianalisis hingga sampai pada hasil penelitian. *Stand up* Ramos Ambarita dalam sebuah event menjadi sumber

data pada penelitian ini. Kemudian diikuti oleh sumber data primer yaitu komika Ramos Ambarita itu sendiri, dan 10 orang sampel data audiens sebagai pendukung sumber dalam penelitian ini.

3.3.2 Data Penelitian

Seluruh *Stand Up* Ramos Ambarita dalam event tersebut menjadi data untuk penelitian ini. Peneliti menggunakan karya referensi yang relevan sebagai pendukung untuk mengkonfirmasi informasi.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan pada analisis data dalam penelitian kualitatif terjadi ketika pengumpulan dilakukan secara interaktif dan lebih jauh. Analisis data, reduksi data Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung., lalu penyajian data Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan , dan fungsi kesimpulan/verifikasi data Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis (peneliti)

selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Melakukan penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Disini peneliti menampilkan atau mendeskripsikan data dan menelaah apa yang dilihat dan didengar.
2. Mereduksi data atau memfokuskan data. Peneliti memfokuskan dan mempertimbangkan segala informasi yang telah diperoleh untuk lebih memfokuskan permasalahan.
3. Kesimpulan/verifikasi. Pada tahap ini peneliti menelaah dan lebih memfokuskan atas apa yang telah diterapkan menjadi lebih rinci.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam Penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa teknik *riffing* yang dilakukan oleh komika ramos ambarita sangat berpengaruh kepada minat penonton dalam menonton *stand up comedy* dimana riffing merupakan teknik improvisasi yang digunakan dalam melakukan *stand up comedy* ketika mengalami beberapa aspek yang gagal sesuai rencana namun juga perlu diperhatikan karena teknik improvisasi ini juga memiliki kekurangan jika dilakukan sembarangan. Teknik ini sangat cocok diterapkan oleh komika berdasarkan respon dari audiens yang menyukai komika karena bisa meng- improvisasi keadaan sekitar sewaktu melakukan *stand up comedy*.

Berdasarkan hasil analisa wawancara yang telah dilakukan dengan menggunakan komunikasi simbolik, dapat ditarik kesimpulan bahwa teknik *riffing* merupakan salah satu teknik komunikasi yang efektif dalam membawa pengaruh terhadap minat penonton dalam *stand up comedy*. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, terlihat bahwa teknik *riffing* wordplay dan audience interaction menjadi teknik yang paling menonjol dalam pertunjukan *stand up comedy* yang dilakukan oleh komika Ramos Ambaritta.

Dalam teknik *riffing* wordplay, Ramos mampu membuat penggunaan kata-kata yang cerdas dan kreatif untuk menciptakan humor, yang diakui oleh 80% dari responden sebagai teknik yang paling menonjol dalam pertunjukan *stand up comedy*. Sedangkan teknik *audience interaction*, yang melibatkan audiens dalam pertunjukan, juga berhasil mendapat respon yang positif dari 60% responden. Namun, teknik *audience interaction* ini masih kalah populer dibandingkan dengan

teknik *riffing wordplay*.

Kesimpulan dari hasil analisa ini dapat memberikan gambaran bahwa teknik *riffing wordplay* adalah teknik komunikasi yang paling efektif dalam menarik minat penonton dalam pertunjukan *stand up comedy*. Sebagai seorang komika, keberhasilan dalam menggunakan teknik ini dapat membantu dalam membangun hubungan yang kuat dengan penonton, sehingga mampu menciptakan suatu pertunjukan yang sukses.

Selain itu, kesimpulan ini juga memberikan pandangan tentang pengaruh dari teknik komunikasi dalam *stand up comedy* terhadap minat penonton. Dalam hal ini, teknik *riffing wordplay* terbukti lebih efektif dalam membangkitkan minat penonton, dibandingkan dengan teknik audience interaction. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknik yang tepat dapat memberikan dampak positif pada keberhasilan sebuah pertunjukan.

Namun, perlu diingat bahwa kesuksesan *stand up comedy* tidak hanya bergantung pada teknik komunikasi yang digunakan oleh seorang komika. Terdapat faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi keberhasilan sebuah pertunjukan, seperti konten materi, gaya panggung, dan kepribadian seorang komika. Oleh karena itu, komika harus selalu berusaha untuk memperbaiki dan mengembangkan diri, sehingga mampu memberikan pertunjukan yang semakin baik dan memuaskan bagi penonton.

Dalam kesimpulannya, analisa data wawancara menggunakan komunikasi simbolik dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang teknik komunikasi dalam *stand up comedy* dan pengaruhnya terhadap minat penonton. Dengan pemahaman ini, seorang komika dapat lebih memahami bagaimana cara

menggunakan teknik komunikasi yang tepat untuk menciptakan pertunjukan yang sukses dan memuaskan bagi penonton

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis merekomendasikan beberapa saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Melakukan penelitian yang lebih mendalam dan komprehensif dengan melibatkan lebih banyak responden.
2. Menggunakan teknik atau metode penelitian yang lebih canggih dan tepat untuk menghasilkan data yang lebih akurat dan valid.
3. Menerapkan pendekatan atau teori yang berbeda dalam penelitian ini untuk memperluas wawasan terhadap topik yang sama.
4. Melakukan penelitian lanjutan yang lebih fokus pada aspek tertentu dari topik yang telah diinvestigasi.
5. Menerapkan hasil penelitian ini dalam konteks yang lebih luas untuk memberikan dampak yang lebih positif pada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asiyah, S. (2017). *Public Speaking* dan kontribusinya terhadap kompetensi dai. In *siti asiyah Public Speaking dan kontribusinya... Jurnal ilmu dakwah*, 37(2).
- Bagiya. 2017. "Infleksi Dan Derivasi Dalam Bahasa Indonesia." *Journal of Language Learning and Research (JOLLAR)*, 1(1), 32–40. doi: <https://doi.org/10.22236/jollar.v1i1.1240>.
- Chaniago, R. H. (2017). Analisis Perkembangan Film Komedi Indonesia. *Journal of Communication (Nyimak)*, 1(2), 189–195.
- Charles, Bonar Sirait. (2013). *The Power of Public Speaking*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fathoni, T., Asfahani, A., Munazatun, E., & Setiani, L. (2021). Upaya Peningkatan Kemampuan *Public Speaking* Pemuda Sragi Ponorogo. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(1), 23–32. <https://doi.org/10.37680/amalee.v2i1.581>
- Fitri, F., Mahyuni, M., & Sudirman, S. (2019). Skemata wacana humor *stand-up comedy* indonesia. *Lingua: Journal of Language, Literature and Teaching*, 16(1), 65–76. <https://doi.org/10.30957/lingua.v16i1.575>.
- Gillespie, M. (2005). *Media Audiences*. Bekshire, England: Open University.
- Girsang, L. R. (n.d.). "Public Speaking" sebagai bagian dari komunikasi efektif (kegiatan pkm di sma kristoforus 2, jakarta barat). In *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan* (Vol. 2, Issue 2). <https://kristo.sch.id/pages/main/value->
- Greene dan Petty, Tarigan 1998. *Pengembangan Keterampilan Berbahasa di Sekolah Dasar*. Boston: Allyn and Bacon, Inc
- Gregory, Anne. 2004. *Public Relations Dalam Praktik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krista Pratama dan Asep Purwo Yudi Utomo, R. (2020). Analisis Tindak Tutur Ekspresif dalam Wacana *Stand up comedy* Indonesia Sesi 3 Babe Cabita di Kompas Tv. In *CARAKA* (Vol. 6, Issue 2).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Monika Kulsum, N. (2017). *Modul Public Speaking nieke monika kulsum, se., Msi modul Public Speaking*.
- Nurcandrani, P. S., Asriandhini, B., & Turistiati, A. T. (n.d.). *Pelatihan Public Speaking untuk Membangun Kepercayaan Diri dan Keterampilan Berbicara pada Anak- Anak di Sanggar Ar-Rosyid Purwokerto*. <https://doi.org/10.32509/am.v3i01.979>.
- Papana, Ramon. (2012). *Kiat Tahap Awal Stand Up Comedy Indonesia Kitab Suci*. Jakarta Selatan: Medikita.

- Papana, Ramon. (2016). *Buku Besar Stand-Up Comedy Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Pragiwaksono, Panji. (2012). *Merdeka Dalam Bercanda*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Putra Fajar, D., Kurnia Illahi, A., & Saputra, M. I. (n.d.). *Persepsi Khalayak terhadap Social Media Influencer Berdasarkan Perspektif Communiobiology*.
- Santoso, S. (2020). Analisis resepsi audiens terhadap berita kasus meiliana di media online. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2).
- Siregar,S.S,Nina. (2022). Buku Ajar *Public Speaking*. Scopindo Media Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=Y-JwEAAAQBAJ>
- Sullivan, J. L. (2013). *Media Audiences Effects, Users, Institutions and Power*. California: Sage Publication Inc.
- Sulaiman, A., Anisah, N., & Si, M. (2019). Analysis of *Public Speaking* Ability on the Principals of State Junior High Schools in Banda Aceh. In Nur Anisah, M.Si) *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah* (Vol. 4, Issue 2). www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP.
- Nightingale, V. (2004). Contemporary Television Audiences Publics, Market, Communities and Fans. In J. D. Downing (Ed.), *The Sage Handbook of Media Studies (Vol. 1)*. California: Sage Pubication Inc.
- Webster, J. G. (1998). The Audience. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 42(2), 190-207.
- Widjaja, A. W. (2002). *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wijaya, Arief Rahman, (2015). Pengaruh Komunikasi Terhadap Semangat Kerja Dan Kinerja (Studi Pada Karyawan PT Sumber Cipta Multiniaga Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1(1), 1-7.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi



Wawancara bersama Ramos Ambarita
pada 2 Februari 2023



Wawancara bersama para audiens
pada 2 Februari 2023