

# Teknik Humor dalam Film Komedi yang Dibintangi oleh *Stand Up Comedian*

Vania Dewi Sugiarto, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya,  
vaniadesu20@gmail.com

## Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh film komedi, yang pada tahun 2013-2015 dapat meraih banyak penonton. Film-film komedi yang dapat meraih banyak penonton tersebut adalah film komedi yang dibintangi *stand up comedian*. Oleh karena itu, dari 69 film komedi sepanjang 2013-2015, diambil 7 film komedi terlaris yang dibintangi oleh *stand up comedian* untuk dijadikan sampel. Ketujuh film yang akan diteliti tersebut adalah "Cinta Brontosaurus", "Manusia Setengah Salmon", "Marmut Merah Jambu", "Bajaj Bajuri *the Movie*", "Comic 8", "Comic 8 : *Casino Kings Part 1*", dan "Ngenest". Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif.

Dengan menggunakan teori teknik humor yang dikemukakan oleh Arthur Asa Berger, yaitu 4 dimensi teknik humor dengan total indikator sebanyak 45, peneliti ingin mengetahui teknik humor apa saja yang digunakan dalam film komedi 2013-2015 yang dibintangi oleh *stand up comedian*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi terbesar yang digunakan adalah *ridicule*, yang menunjukkan bahwa *sarcasm* dan *satire* belum terbiasa digunakan dan diterima oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, adanya dimensi *identity* sebagai dimensi terbesar kedua yang digunakan juga cocok dengan sifat masyarakat Indonesia yang cenderung ingin tahu eksistensi orang lain. Ditambah lagi, materi lawakan monolog berupa isu-isu sosial yang menjadi ciri khas tiap *stand up comedian* ikut diangkat dalam film yang diteliti, dan program *stand up comedy* juga sedang digemari oleh masyarakat Indonesia. Hal-hal tersebutlah yang menyebabkan film komedi yang dibintangi oleh *stand up comedian* tersebut banyak disukai penonton.

**Kata Kunci:** Teknik Humor, Film Komedi, *Stand Up Comedian*

## Pendahuluan

Humor atau kelucuan bisa berasal dari mana saja, terutama yang berkaitan dengan hal yang tidak wajar, aneh atau menyimpang. Hal-hal itu tadi yang bisa disebut juga dengan humor, yang memiliki fungsi hiburan untuk manusia. Humor sendiri dapat didefinisikan sebagai rasa atau gejala yang merangsang kita untuk tertawa, atau cenderung tertawa secara mental akibat rasa atau kesadaran di dalam diri kita, atau bisa juga berupa hasil cipta dari dalam atau luar diri kita. Bila dihadapkan pada humor, manusia bisa langsung tertawa lepas atau hanya tertawa saja, misalnya tersenyum atau tergelitik. Rangsangan yang ditimbulkan juga haruslah rangsangan mental, bukan rangsangan fisik seperti dikitik-kitik atau digelitik. Belakangan ini, istilah humor yang paling awam adalah sesuatu yang lucu, yang menimbulkan kegelian atau tawa (Setiawan dalam Rahmanadji, 2007, p. 213-215).

Sementara itu, humor yang dapat menghibur, mengundang perhatian, menimbulkan ketertarikan dengan adanya reaksi tertawa tersebut mengandung sejumlah teknik yang berbeda dan digunakan pada waktu bersamaan, meski tetap ada yang dominan. Sejumlah teknik tersebut dapat dilihat dari berbagai media, salah satunya adalah media audiovisual seperti film. (Cangara dalam Hartono, 2014, p. 1).

Film merupakan salah satu media audio visual yang tergolong dalam komunikasi massa, sehingga film juga dapat menyampaikan pesan kepada khalayak (Cangara dalam Hartono, 2014, p. 1). Salah satu dari ragam fungsi yang dimiliki media massa adalah menghibur (Severin & Tankard dalam Hartono, 2014, p. 1). Fungsi menghibur dari media massa bisa disalurkan lewat film, yang mana memiliki kemampuan untuk menarik perhatian dan mengantarkan pesan yang unik dan berbeda dalam penyampainannya (McQuail, 1987, p.14). Film sendiri akan terbagi dalam berbagai genre, dan film bergenre komedi adalah film yang menempatkan humor sebagai konten utamanya (Berger, 2012, p. 2).

Film komedi menempatkan humor sebagai konten utama yang dapat menghibur dan mengundang perhatian, serta menimbulkan ketertarikan bagi seseorang, dengan adanya reaksi, yakni tertawa. Film komedi juga memiliki plot yang riang dan sengaja dirancang untuk menghibur serta mengundang tawa dengan melebih-lebihkan situasi, bahasa, tindakan, hubungan, dan karakter (Berger, 2012, p.2).

Film komedi yang terkenal di dunia adalah Charlie Chaplin yang mana merupakan inspirasi besar bagi perkembangan humor. Sejak adanya film Charlie Chaplin, humor menjadi salah satu objek penelitian dari berbagai cabang ilmu komunikasi (Rahmanadji, 2007, p. 214-215). Sedangkan di Indonesia, film komedi telah ada sejak 1954 yang berjudul "Heboh" dengan bintang film Tjepot dan Mang Udel (Bapak Film Komedi Indonesia, 2010). Film komedi semakin terkenal di era 1970-1980an, yang saat itu dimainkan oleh seorang pelawak atau grup lawak seperti Benyamin Sueb, para pemain srimulat (Karjo AC/DC), Surya Grup, dan Warkop DKI. Di era tersebut, semua judul film komedi menggunakan nama grup sebagai aksinya di tiap kesempatan, salah satunya dalam film (Badil & Indro dalam Hartono, 2014, p. 3).

Tahun 2012 dapat disebut sebagai masa kejayaan bagi film nasional, setelah di tahun 2011 tidak ada satu pun film nasional yang mampu menembus angka satu juta penonton. Kondisi perfilman Indonesia berbeda lagi pada tahun 2013, dimana hanya ada satu film nasional yang dapat meraih angka satu juta penonton. Kendati demikian, tahun 2013 bisa disebut sebagai masa kejayaan bagi film Indonesia bergenre komedi. Pada tahun 2012, tidak ada film komedi yang berhasil masuk dalam 10 film terlaris. Namun, ada 3 dari 24 judul film bergenre komedi yang berhasil masuk ke dalam 10 film terlaris pada tahun 2013. Film komedi tersebut adalah "Cinta Brontosaurus" (892.915 penonton), "Manusia Setengah Salmon" (442.631 penonton), dan "Get Married" (315.390 penonton).

Film komedi semakin laris di tahun 2014. Hal ini dibuktikan oleh tiga dari 20 film bergenre komedi yang juga berhasil masuk ke dalam 10 film terlaris pada tahun

2014. Jumlah penonton dari 3 film komedi ini juga lebih banyak dibanding 3 film komedi di tahun 2013.

Sementara itu, pada tahun 2015, terdapat 3 judul film nasional yang berhasil meraih penonton di atas satu juta orang dan masuk ke dalam 10 film terlaris pada tahun tersebut. Dua dari 3 film tersebut merupakan film bergenre komedi yang berjudul “*Single*” (1.351.324 penonton) dan film “*Comic 8 : Casino Kings Part I*” (1.141.023 penonton). Sedangkan untuk film komedi sendiri, terdapat 4 dari 25 judul yang berhasil masuk ke dalam 10 film terlaris pada tahun tersebut. Selain “*Single*” dan “*Comic 8 : Casino Kings Part I*”, dua film lainnya adalah “*Ngenest*” (785.786 penonton) dan “*3 Dara*” (666.183) (Olahan peneliti, 2016).

Berdasarkan data-data di atas tadi, peneliti melihat bahwa film komedi mulai mendapat posisi yang istimewa bagi penonton sejak tahun 2013. Hal yang peneliti anggap unik adalah kehadiran *stand up comedian* pada film-film komedi terlaris tersebut. Tahun 2013 yang merupakan tahun dimana film komedi dinilai mulai menggeliat kembali, terdapat dua dari 3 film komedi yang menduduki 10 film terlaris pada tahun tersebut, yaitu film “*Cinta Brontosaurus*” dan “*Manusia Setengah Salmon*” adalah film komedi yang dibintangi oleh *stand up comedian* bernama Raditya Dika (Olahan peneliti, 2016).

Raditya Dika bisa dianggap sebagai *stand up comedian* pertama yang menjadi *trendsetter* bagi *stand up comedian* lain untuk membintangi film dan menjadikan film komedi yang dibintangi oleh *stand up comedian* lebih disukai dibanding film komedi tanpa *stand up comedian* pada tahun-tahun berikutnya (Olahan peneliti, 2016).

Fenomena tren *stand up comedian* membintangi film komedi layar lebar masih terus berlanjut pada tahun 2014, di mana semua judul film komedi yang berhasil menduduki 10 film terlaris pada tahun 2014 juga dibintangi oleh *stand up comedian*.

Sementara itu, pada tahun 2015, terdapat 3 film komedi yang dibintangi oleh *stand up comedian* dari 4 judul film komedi yang berhasil masuk ke dalam 10 film terlaris pada tahun tersebut.

Peneliti menilai bahwa kehadiran *stand up comedian* membuat film komedi lebih menarik dan disukai daripada film komedi tanpa *stand up comedian*. Jika melihat tren *stand up comedian* yang sukses membintangi film komedi dan bisa disebut menghadirkan tren baru dalam film komedi, tentu hal tersebut juga tidak lepas dari munculnya program *stand up comedy* pada tahun 2011.

*Stand up comedy* sendiri adalah “komedi cerdas”, dimana kritik, sindiran, dan keresahan *stand up comedian* sendiri yang disampaikan dalam bentuk lawakan, dan disampaikan dengan monolog (hukumonline.com, 2015). Di Indonesia, *stand up comedian* baru diperkenalkan di Indonesia pada 2005 oleh Taufik Savalas dan Ramon Papan. Tetapi, pada saat itu, *stand up comedian* kurang diminati oleh masyarakat. Pada tahun 2011, barulah *stand up comedian* diminati oleh masyarakat setelah diperkenalkan oleh Raditya Dika dan Pandji Pragiwaksono

dengan tema kafe. Terlebih lagi, dua stasiun televisi Indonesia, Kompas TV dan Metro TV menyediakan wadah khusus bagi *stand up comedian* berupa kontes *stand up comedy* (tabloidbintang.com, 2015).

Pesan humor dalam film komedi tersebut disampaikan dengan menggunakan teknik humor. Keberadaan teknik humor ini membuat penonton tidak lagi bertanya-tanya mengapa film komedi lucu. Akan tetapi, dengan mengetahui teknik humor, pemirsa dapat mengetahui mengapa dirinya bisa tertawa saat diterpa humor (Berger, 2012, p. 16).

Teknik humor menjadikan film komedi lebih hidup dan menarik perhatian, serta mengundang tawa masyarakat. Teknik humor sendiri merupakan pesan yang disampaikan dalam film atau tayangan komedi, yang memiliki fungsi untuk memberikan rasa lega, mempererat hubungan satu dengan lainnya, menimbulkan kegembiraan, dan menyembunyikan adanya tekanan (Berger, 2010, p.60).

Dalam kajian ilmu komunikasi, penyampaian humor dapat dikatakan berhasil saat penonton mengerti dari stimulus humor yang disampaikan oleh komedian. Stimulus humor yang dimaksud adalah kelucuan yang memunculkan senyum atau tawa akibat menerima humor (Rahmanadji, 2007, p.218). Sementara itu, setiap humor memiliki teknik yang bisa menghasilkan kekocakan (Berger, 2012, p.17).

Berger memaparkan 4 kategori dasar teknik humor, yakni *language* (humor yang diciptakan melalui perkataan, cara bicara, makna kata, atau akibat dari kata-kata), *logic* (humor yang tercipta melalui hasil pemikiran, misalnya menjadikan seseorang sebagai bahan ejekan atau olok-olok), *identity* (humor yang diciptakan melalui identitas diri pemain, seperti karakter yang diperankan dan penampilannya), dan *action* (humor yang diciptakan melalui tindakan fisik atau komunikasi non verbal) (Berger, 2012, p.17).

Teknik humor yang peneliti gunakan adalah teknik humor Berger 2012, yang terdiri dari 15 dimensi untuk kategori dasar teknik humor *language*, 12 dimensi untuk kategori dasar teknik humor *logic*, 14 dimensi untuk kategori dasar teknik humor *identity*, dan 4 dimensi untuk kategori dasar teknik humor *action*. Untuk dapat meneliti hal tersebut, peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi kuantitatif adalah metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan dari fenomena dengan memanfaatkan dokumen/teks (Eriyanto, 2011, p.10) Dalam penelitian ini, teks yang dimanfaatkan adalah 7 film komedi yang dibintangi oleh *stand up comedian*.

## Tinjauan Pustaka

### Teknik Humor dalam Media Audiovisual

Berger telah membuat daftar mengenai teknik humor (melalui peninjauan dan analisis dari sejumlah karya yang berbeda terkait humor), memberikan contoh dari tiap teknik humor dan menjelaskan bagaimana fungsi tiap teknik. Temuan Berger ini dapat digunakan untuk setiap contoh humor yang dibuat sewaktu-waktu

dalam genre dan media apapun, serta menunjukkan apa yang menghasilkan humor dan memancing tawa, atau keadaan apapun yang kita rasakan saat menghadapi sesuatu yang lucu (Berger, 2012, p.15).

Teknik humor digunakan oleh siapapun yang menciptakan humor. Ada empat kategori dasar yang mencakup teknik humor:

1. *Language. The humor is verbal.*
2. *Logic. The humor is ideational.*
3. *Identity. The humor is existential.*
4. *Action. The humor is physical or nonverbal.*

Kategori ini berguna untuk mengetahui humor apa yang diproduksi. Teknik humor adalah hal penting yang digunakan untuk menganalisis humor. Hampir semua teknik yang dijelaskan dalam daftar istilah teknik Berger, dapat ditinjau berdasarkan fungsinya. Daftar istilah yang telah dibuat oleh Berger membuat kita memahami mekanisme yang terlibat dalam pembentukan humor. Adanya teknik humor ini juga berguna untuk menghasilkan humor sendiri bagi yang ingin menciptakannya (Berger, 2012, p. 17).

Berikut ini adalah teknik humor Berger (2012):

#### 1. *Language*

Humor diciptakan melalui kata-kata, cara berbicara, makna kata, ataupun akibat dari kata-kata. Saat penggunaan kata-kata, cara berbicara, makna kata, atau akibat dari kata-kata menonjol dalam sebuah film, hal ini menunjukkan bahwa dialog yang telah disiapkan produsen film menjadi hal yang disorot (Jubilee dalam Hartono, 2014, p. 15). Berikut ini adalah dimensi dari teknik humor *language*:

- a. *Allusion*: menyindir dengan kiasan yang seringkali berkaitan dengan seksual, sifat seseorang, karakteristik perilaku, dan lain sebagainya yang bisa jadi mempermalukan seseorang tapi tidak menyakitkan
- b. *Bombast*: mencoba berbicara sesuatu yang dipaksa masuk akal dengan bicara berlebihan atau muluk-muluk
- c. *Definition*: membuat pengertian terhadap sesuatu atau sebuah istilah secara tidak serius, seperti mendefinisikan seseorang yang membosankan sebagai seseorang yang terus bicara saat dirinya diminta untuk mendengarkan
- d. *Exaggeration*: sesuatu yang dilebih-lebihkan dapat menjadi lucu dan hal tersebut dapat kita imajinasikan karena ada sesuatu yang tidak masuk akal
- e. *Facetiousness*: mengolah kata dan membetuk kalimat yang ambigu karena ketidakseriusan dari yang mengucapkan
- f. *Insults*: melakukan penyerangan” secara terang-terangan, seperti menghina atau meremehkan orang lain
- g. *Infatilism*: memanipulasi kata dan suara, membolak-balik kata, menyamakan suara orang
- h. *Irony*: menyindir secara halus
- i. *Misunderstanding*: kesalahpahaman atau salah mengartikan suatu yang bersifat verbal

- j. *Over Literalness*: mengartikan suatu hal dengan tidak semestinya sehingga menimbulkan salah paham dan tampak bodoh
- k. *Puns, Word Play*: permainan kata, plesetan kata, celetukan
- l. *Repartee*: menjawab pernyataan dengan pernyataan, tidak mau kalah
- m. *Ridicule*: menyerang dengan ungkapan langsung, bentuk penolakan terhadap suatu hal/ orang/ ide dan pemikiran
- n. *Sarcasm*: menyindir dengan nada tajam
- o. *Satire*: menyindir untuk mempermalukan suatu hal/ situasi/ orang

## 2. Logic

Humor diciptakan melalui hasil pemikiran, seperti menjadikan seseorang sebagai objek humor dengan mengolok-olok atau adanya perubahan konsep cerita. Humor tidak sekadar memberi hiburan, tetapi juga menjadi ajakan berpikir untuk seseorang dapat merenungkan isi humor (Hermintoyo, 2010, p. 15). Dibutuhkan imajinasi dari produsen film agar dapat menentukan *setting*, latar, maupun alur cerita (Jubilee dalam Hartono, 2014, p. 16). Berikut ini adalah dimensi dari teknik humor *logic*:

- a. *Absurdity*: pernyataan atau sikap yang tidak masuk akal, menimbulkan kebingungan, dan menunjukkan hal atau situasi yang tidak mungkin atau mustahil
- b. *Accident*: kejadian sepele yang terjadi tanpa disengaja
- c. *Comparisons*: Membandingkan suatu hal yang kontras untuk menghina
- d. *Catalogue*: menggunakan istilah yang seharusnya tidak sesuai fungsi dan logika, tanpa diketahui orang lain
- e. *Coincidence*: kejadian yang tidak terduga atau kebetulan, mengarah pada rasa malu
- f. *Disappointment*: situasi yang mengarah pada kekecewaan atau tidak sesuai harapan
- g. *Ignorance*: sesuatu yang ditertawakan saat seseorang menganggap lawan bicara benar karena tidak tahu kalau sedang dibohongi, kenaifan
- h. *Mistakes*: kesalahan karena ketidak-tahuan, kelalaian, atau salah paham
- i. *Repetition*: pengulangan dari situasi yang sama.
- j. *Reversal*: situasi yang berkebalikan
- k. *Rigidity*: seseorang yang kaku dan berpikir sempit merasa canggung dengan situasi yang dibuat oleh orang yang merasa lebih “berkuasa” di atas dirinya
- l. *Theme/ Variation*: menceritakan satu hal dengan inti sama tetapi dengan cara penyampaian yang berbeda.

## 3. Identity

Humor diciptakan melalui identitas diri pemain, seperti karakter yang digunakan atau penampilan yang digunakan. Humor juga diciptakan melalui karakter yang digunakan atau penampilan yang digunakan, sehingga produsen film menunjukkan kreativitasnya sejak membuat konsep cerita. Saat karakter digambarkan kuat pada tiap tokohnya, maka pemirsanya juga akan dapat lebih mengerti pesan dari film tersebut (Jubilee dalam Hartono, 2014, p. 17). Berikut ini adalah dimensi dari teknik humor *identity*:

- a. *Before/ After*: perbedaan penampilan seseorang/ sesuatu/ situasi

- b. *Burlesque*: menjadikan orang lain sebagai korban humor, memancing orang tertawa melihat kemalangan orang lain, humor kasar.
- c. *Caricature*: gambar atau permainan kata secara visual yang dicuplik dari orang atau sesuatu dengan penampilan yang fantastis
- d. *Eccentricity*: seseorang yang menyimpang dari norma atau karakter aneh
- e. *Embarassment*: situasi yang memalukan karena kesalahan atau kesalahpahaman yang muncul, bukan karena kebetulan
- f. *Exposure*: mengungkapkan sesuatu tentang diri sendiri
- g. *Grotesque*: penampilan yang fantastis.
- h. *Imitation*: penampilan meniru gaya orang lain
- i. *Impersonation*, meniru identitas orang lain (profesi)
- j. *Mimicry*: cara meniru, mempertahankan identitas, tetapi menggunakan identitas orang lain yang terkenal
- k. *Parody*: meniru gaya atau genre literatur media orang lain
- l. *Scale*: objek yang ukurannya di luar logika manusia (besar/ kecil)
- m. *Stereotype*: melabel atau menganggap semuanya memiliki karakter sama karena pandangan terhadap kelompok tertentu yang digeneralisasi
- n. *Unmasking*: membuka kedok, dilakukan oleh orang lain.

#### 4. Action

Humor yang diciptakan melalui tindakan fisik atau komunikasi nonverbal. Berikut ini dimensi dari teknik humor *action*:

- a. *Chase*: mengejar seseorang atau sesuatu, melarikan diri dari hukuman atau sesuatu yang mempermalukannya
- b. *Slapstick*: gurauan yang kasar secara fisik
- c. *Speed*: kecepatan dalam berbicara atau bergerak yang tiba-tiba meningkat atau menurun karena “dikejar”
- d. *Time*: kesesuaian waktu dengan adegan.

#### Analisis Isi

Analisis isi ada kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif dikenal dengan aliran transmisi yang melihat komunikasi sebagai bentuk pengiriman pesan, dimana komunikasi tersebut bersifat statis dan dapat dilihat secara linier dari pengirim ke penerima. Dalam penelitian ini, yang menjadi pusat perhatian peneliti adalah menghitung dan mengukur secara akurat aspek atau dimensi yang dapat dilihat, didengar, atau dirasakan dari teks (Eriyanto, 2011, p. 4).

Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media (surat kabar, radio, film, dan televisi) menggunakan analisis isi. Lewat analisis isi, peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi (Eriyanto, 2011, p.11).

Salah satu ciri terpenting dari analisis isi adalah objektif. Analisis isi disebut objektif jika peneliti benar-benar melihat apa yang ada dalam teks dan tidak memasukkan subjektivitas (kecenderungan, bias) (Eriyanto, 2011, p. 17).

Analisis isi dapat dipakai untuk melihat semua karakteristik isi, baik yang tampak maupun yang tidak tampak. Ciri khas dari analisis isi kuantitatif adalah hanya bisa dipakai untuk meneliti pesan yang tampak (Eriyanto, 2011, p. 23-29).

Analisis isi termasuk dalam penelitian bertipe nomotetik, yang ditujukan untuk membuat generalisasi dari pesan (Eriyanto, 2011, p. 29).

Hasil dari analisis isi dimaksudkan untuk memberikan gambaran populasi. Analisis isi tidak dimaksudkan untuk menganalisis secara detail satu demi satu kasus (Eriyanto, 2011, p. 30).

Tujuan dari analisis isi adalah menggambarkan karakteristik pesan, dengan menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan, mulai dari situasi, pesan pada khalayak, maupun pesan dari komunikator yang berbeda. Analisis isi juga dipakai untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan, tidak hanya mendeskripsikan isi pesan, tetapi juga menjawab pertanyaan mengapa isi muncul dalam bentuk tertentu (Eriyanto, 2011, 32-42).

Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang menggambarkan secara detail suatu pesan atau suatu teks tertentu. Desain analisis ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan di antara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan. (Eriyanto, 2011, p. 45-53). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi deskriptif, dimana peneliti hanya pesan atau teks secara detail sesuai dimensi dari semua kategori dasar teknik humor Berger 2012. Peneliti tidak menguji hipotesis dan peneliti juga tidak menguji hubungan di antara variabel (Olahan peneliti, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan koding pada adegan di 7 film komedi terlaris yang dibintangi oleh *stand up comedian*, yakni film yang berjudul “*Comic 8*”, “*Comic 8 : Casino Kings Part 1*”, “*Single*”, “*Cinta Brontosaurus*”, “*Ngenest*”, “*Marmut Merah Jambu*”, dan “*Bajaj Bajuri the Movie*” yang menunjukkan adanya dimensi teknik humor yang digunakan dalam film tersebut. Namun, sesuai dengan apa yang peneliti jelaskan di batasan penelitian, yakni dimana film “*Single*” tidak dapat diteliti karena tidak dikemas dalam bentuk DVD dan tidak dipublikasikan melalui internet, peneliti menggantinya dengan film “*Manusia Setengah Salmon*”. Jadi, film yang akan diteliti adalah “*Comic 8*”, “*Comic 8 : Casino Kings Part 1*”, “*Cinta Brontosaurus*”, “*Ngenest*”, “*Marmut Merah Jambu*”, “*Bajaj Bajuri the Movie*”, dan “*Manusia Setengah Salmon*”.

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan metode analisis isi. Penelitian ini menggambarkan secara tepat sifat-sifat individu, keadaan gejala atau kelompok tertentu untuk menentukan frekuensi penyebaran

gejala (frekuensi mengenai adanya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lainnya) (Abdurrahman, 2005, p. 22). Penelitian ini juga menggambarkan suatu pesan dalam teks tertentu secara detail (Eriyanto, 2011, p. 47). Dengan penelitian kuantitatif deskriptif ini, peneliti menghitung frekuensi teknik humor yang terdapat dalam film komedi yang memunculkan *stand up comedian* berdasarkan pada variabel yang ada serta mengambil kesimpulan dari data yang terkumpul. Setelah dikumpulkan dan dihitung, peneliti akan menjelaskan hasil dari data yang didapat.

Peneliti menggunakan metode analisis isi untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Selain itu, analisis isi kuantitatif juga mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2012, p. 15). Dalam penelitian ini, gambaran karakteristik isi yang akan ditarik inferensinya adalah teknik humor dalam film yang dibintangi oleh *stand up comedian*.

### *Subjek Penelitian*

Subjek dalam penelitian ini adalah film komedi yang memunculkan *stand up comedian*. Sedangkan objek penelitiannya adalah teknik humor yang digunakan dalam film komedi yang dibintangi oleh *stand up comedian*.

Populasi adalah semua anggota dari objek yang ingin diketahui isinya (Eriyanto, 2011, p. 109). Dalam penelitian ini, populasi adalah semua film komedi layar lebar mulai tahun 2013 hingga 2015. Jumlah semua film komedi pada tahun 2013 hingga tahun 2015 adalah sebanyak 69 film, yakni 24 film komedi pada tahun 2013, 20 film komedi pada tahun 2014, dan 25 film komedi pada tahun 2015. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif. Oleh karena itu, sampel dapat diambil 10% dari populasi.

### *Analisis Data*

Dalam menganalisis data peneliti menggunakan lembar koding yang berisi 45 indikator dalam teknik humor Arthur Asa Berger 2012. Lembar koding tersebut dibuat untuk per *stand up comedian* dalam tiap film yang dibintanginya, sesuai dengan jumlah *scene* yang sudah dilihat terlebih dahulu.

## **Temuan Data**

Dalam 7 film yang diteliti, dimensi teknik humor yang paling banyak digunakan adalah *language*, dengan indikator yang paling banyak digunakan adalah *ridicule*, *insults*, dan *puns*, *word play*. Dimensi kedua yang paling banyak digunakan adalah *identity*, dengan indikator yang paling banyak digunakan *before/after*, *grotesque*, dan *exposure*. Dimensi ketiga adalah *action* dan yang terakhir adalah *logic*.

## Analisis dan Interpretasi

Hal ini disebabkan karena kekuatan verbal, dimana kategori *language* adalah humor yang disampaikan secara verbal, dapat mewakili kategori lainnya seperti *logic* (humor yang berasal dari ide atau pemikiran), *identity* (humor yang berasal dari identitas atau eksistensi seseorang). Contohnya, indikator *exposure* (salah satu indikator dalam kategori *identity* yang paling banyak digunakan dalam 7 film yang diteliti) adalah sesuatu yang ditertawakan karena seseorang membuka topeng atau mengungkapkan sesuatu tentang dirinya sendiri. Untuk melakukan indikator tersebut, seseorang tentu perlu menggunakan pesan verbal.

Seperti yang diketahui pesan verbal memiliki beberapa kekuatan seperti jarang terjadi kesalahpahaman jika digunakan dengan komunikasi yang memiliki persamaan budaya dan sering digunakan untuk berdiskusi dan menyelesaikan masalah. Selain itu pesan verbal juga digunakan untuk menyampaikan pemikiran atau ide (Khairuzaman, 2016). Film komedi yang diteliti adalah film Indonesia yang kebanyakan komunikannya juga memiliki kebudayaan yang sama. Oleh karena itulah kategori *language* banyak digunakan agar penonton lebih mudah memahami pesan. Sementara itu, pesan verbal sendiri memiliki kelemahan seperti keterbatasan kosakata yang juga bisa menimbulkan kesalahpahaman, terutama jika komunikasi memiliki kebudayaan yang berbeda (Khairuzaman, 2016). Sedangkan kesalahpahaman itu sendiri juga merupakan bagian dari sumber kelucuan. *Misunderstanding* sendiri merupakan penyimpangan dalam komunikasi karena penutur dan lawan tuturnya memiliki perbedaan dan pengetahuan. Namun, kesalahpahaman tersebut dapat menarik perhatian penonton untuk tertawa (Hermintoyo dalam Hartono, 2014). Oleh karena itu, dapat diketahui pula bahwa kategori teknik humor *language* banyak digunakan karena fungsi-fungsi di atas tadi.

Selain itu, para *stand up comedian* yang membintangi film tersebut adalah pelawak tunggal yang sering bermonolog di atas panggung untuk menyampaikan materi berupa opini (mengutarakan pendapat, mengutarakan keresahan, melakukan pengamatan, memotret kehidupan sosial, dan mengangkat kenyataan atau pengalaman pribadi). Opini tersebut berasal dari sebuah hal yang dilihat dari sudut pandang komedi (metrotvnews.com, 2015).

Sedangkan kategori *identity*, yang mana merupakan indikator teknik humor yang juga banyak digunakan (kedua setelah indikator *language*), juga sering digunakan karena karakter penonton Indonesia yang *KEPO*, terutama mengenai kehidupan pribadi orang lain.

Sementara itu, indikator dalam teknik humor *language* yang paling banyak dipakai adalah *ridicule*, *insults*, dan *puns*, *word play*. Sedangkan yang paling jarang dipakai adalah *satire* dan *sarcasm*. Masyarakat Indonesia yang belum terbiasa menerima kritik secara tajam ini dikarenakan adanya budaya timur yang masih dianut oleh masyarakat Indonesia seperti malu, ramah, sungkan, dan tidak mudah marah (pusakaindonesia.org, 2014). Selain itu, KPI (Komisi Penyiaran Indonesia), dalam pasal 27 ayat 1, melarang penggunaan kata-kata kasar dan makian, baik yang diungkapkan secara verbal dan non verbal, yang mempunyai

kecenderungan menghina atau merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/ mesum/ cabul/ serta menghina agama dan Tuhan (Koswara, 2014, p. 4).

Dimensi kedua yang banyak digunakan adalah *identity*, yang mana merupakan teknik humor yang mengangkat identitas atau eksistensi seseorang. Masyarakat memiliki kecenderungan untuk mengetahui identitas orang lain. Hal ini sesuai dengan fungsi media massa sebagai interpretasi informasi dan lingkungan. Ada cara reaksi seseorang terhadap suatu kejadian (rasa ingin tahu penonton) (Severin&Tankard dalam Hartono, 2014). Selain itu, fakta unik tentang orang Indonesia adalah *KEPO (Knowing Every Particular Object)*. Dalam masyarakat Indonesia, istilah tersebut diartikan sebagai selalu ingin tahu. Tingkat keingin-tahuan orang Indonesia tersebut dapat dilihat dari acara *infotainment* yang telah mengisi 63% tayangan televisi Indonesia. Artinya, minat orang Indonesia untuk menonton *infotainment* sangat tinggi, terutama untuk mengetahui kehidupan pribadi selebritis (googleweblight.com, 2011). Dengan dimensi *identity (before/after, grotesque, dan exposure)* yang juga banyak digunakan dalam teknik humor, dapat diketahui bahwa minat orang Indonesia untuk cenderung ingin mengetahui kehidupan pribadi orang lain juga dapat terpenuhi dalam film komedi.

## Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi dalam teknik humor yang paling banyak digunakan adalah *language*, khususnya indikator *ridicule*. Indikator *ridicule* yang banyak digunakan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia belum terbiasa menggunakan sindiran kasar dan bahasa satir. Hal itu dikarenakan masyarakat Indonesia yang masih menganut budaya timur, yakni yang sopan, sungkan, dan ramah. Terlebih lagi, KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) juga melarang penggunaan kata-kata yang kasar.

Sementara itu, dimensi kedua yang banyak digunakan adalah *identity*, dimana humor mengangkat identitas atau eksistensi seseorang. Hal itu sesuai dengan sifat masyarakat Indonesia yang cenderung ingin tahu.

Di sisi lain, indikator *comparisons* (menyamakan dua hal kontras untuk menghina) dalam dimensi *logic* juga tidak digunakan dalam film yang diteliti. Hal itu serupa dengan minimnya penggunaan *sarcasm* dan *satire* dalam dimensi *language*, karena tidak sesuai dengan budaya masyarakat Indonesia dan dilarang oleh KPI.

Dengan melihat hal-hal tersebut, dapat diketahui bahwa teknik humor yang digunakan oleh *stand up comedian* dalam 7 film yang diteliti tersebut sesuai dengan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, tidak heran jika 7 film tersebut menjadi laris, ditambah program *stand up comedy* di televisi swasta Indonesia juga sedang digemari dan materi isu sosial yang menjadi ciri khas setiap *stand up comedian* ketika bermonolog, diangkat pula dalam film yang diteliti.

## Daftar Referensi

### Buku

Berger, Arthur Asa. 2012. *An Anatomy of Humor*. United States of America : Transaction Publishers.

Eriyanto. 2011. *Analisis Isi*. Jakarta : Kencana.

Hartono, Lisa Amelia Anggelina. 2014. *Teknik Humor dalam Film Warkop DKI*. Surabaya : Universitas Kristen Petra.

Soebianto, Yohanna S. 2015. *Analisis Isi Teknik Humor MEME Bertema Gender dalam Akun Instagram :Dagelan*. Surabaya : Universitas Kristen Petra

### Non Buku

<http://suc.metrotvnews.com/article/kolom/13>

[https://www.instagram.com/film\\_indonesia/?hl=en](https://www.instagram.com/film_indonesia/?hl=en)

Rahmanadji, Didiek. 2007. *Sejarah, Teori, Jenis, dan Fungsi Humor*. *Jurnal Bahasa dan Seni*. Universitas Negeri Malang. Vol 35 No. 2 Tahun 2007.