

## STRATEGI KOMUNIKASI KOMIKA STAND UP INDO PEKANBARU DALAM MENGHIBUR PENONTON



UIN SUSKA RIAU

### SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**MUJIBUR RAHMAN**

**NIM. 12140311590**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Mujibur Rahman  
NIM : 12140311590  
Judul : Strategi Komunikasi Komika Stand Up Indo Pekanbaru dalam Menghibur Penonton

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 21 Mei 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Mei 2025

Dekan,



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA  
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd, CIIQA  
NIP. 19750927 2023211 005

Sekretaris/ Penguji II,

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom  
NIP. 19880801 202012 2 018

Penguji III,

Dr. Usman, S.Sos, M.I.Kom  
NIP. 19860526 202321 1 013

Penguji IV,

Suardi, S.Sos., M.I.Kom  
NIP. 19780912 201411 1 003



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengikatkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMIKA STAND UP INDO  
PEKANBARU DALAM MENGHIBUR PENONTON**

Disusun oleh :

**Mujibur Rahman**  
NIM. 12140311590

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 8 Mei 2025

Mengetahui,  
Pembimbing,

**Rafdeadi, S.Sos.I., M.A**  
NIP. 19821225 201101 1 011

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 8 Mei 2025

No. : Nota Dinas  
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
 Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
 di-

Tempat.

***Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.***

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya  
 terhadap Saudara:

Nama : Mujibur Rahman  
 NIM : 12140311590  
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Komika Stand Up Indo Pekanbaru Dalam  
 Menghibur Penonton

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian  
 Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk  
 mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat  
 dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan  
 Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak,  
 diucapkan terima kasih.

***Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.***

Mengetahui,  
 Pembimbing,

**Rafdeadi, S.Sos.I., M.A**  
 NIP. 19821225 201101 1 011

Mengetahui  
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
 NIP. 19810313 201101 1 004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mujibur Rahman  
Nim : 12140311590  
Tempat/Tanggal Lahir : Kota Lama, 17 september 2002  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Komika Stand Up Indo Pekanbaru Dalam Menghibur Penonton

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 9 Mei 2025  
Yang membuat pernyataan,

  
METERAL TEMPEL  
145CAAMX306602169

Mujibur Rahman  
NIM. 12140311590

## ABSTRAK

**Nama : Mujibur Rahman**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**NIM : 12140311590**  
**Judul : Strategi Komunikasi Komika Stand Up Indo Pekanbaru Dalam Menghibur Penonton**

Strategi komunikasi yang digunakan oleh komika dalam menghibur penonton memiliki peran penting dalam keberhasilan sebuah pertunjukan *Stand Up Comedy*. Namun, tidak semua komika berhasil menarik perhatian dan menciptakan tawa dari penonton melalui penampilannya. Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Komika Stand Up Indo Pekanbaru dalam menghibur penonton. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi oleh Anwar Arifin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komika Stand Up Indo Pekanbaru menerapkan strategi komunikasi melalui pendekatan mengenal karakteristik audiens, membangun komunikasi yang efektif, menyusun pesan yang relevan dan menarik, serta memilih metode penyampaian seperti redudansi, metode edukatif, informatif, canalizing persuasif, dan cursive method. Selain itu, media komunikasi yang digunakan meliputi media sosial dan pertunjukan langsung. Perencanaan dan pelaksanaan strategi ini terbukti efektif, ditandai dengan meningkatnya eksistensi dan branding diri para komika di media sosial dan pengakuan dari audiens yang lebih luas.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, *Stand Up Comedy*, Komika,



## ABSTRACT

**Nama : Mujibur Rahman**  
**Jurusan : Communication Studies**  
**NIM : 12140311590**  
**Judul : Communication Strategy of Stand Up Comedians in Pekanbaru in Entertaining the Audience**

This study is driven by the phenomenon in which not all stand-up comedians are successful in entertaining their audience effectively during their performances. This highlights the urgency of understanding the communication strategies used by comedians when delivering comedic material. The focus of this research is on the comedians from Stand Up Indo Pekanbaru. The research question posed is: "How do Stand Up Indo Pekanbaru comedians employ communication strategies to entertain their audience?" This study employs a qualitative descriptive method, utilizing observation, interviews, and documentation as data collection techniques. The research is grounded in Anwar Arifin's theory of communication strategy. The findings reveal that the comedians apply communication strategies in three main stages: (1) understanding the audience by establishing effective communication; (2) structuring the message content; and (3) selecting the most effective methods of message delivery, including redundancy, educational, informative, canalizing persuasive, and cursive methods. Additionally, the comedians leverage social media as a tool to build personal branding and broaden their audience reach. This strategy has proven to be effective, as evidenced by the increased interaction and visibility of these comedians across digital platforms.

**Keywords: Communication Strategy, Stand-Up Comedy, Comedians**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu*

Alhamdulillah robbil'alamin, puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga Skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Komika Stand Up Indo Pekanbaru Dalam Menghibur Penonton" dapat diselesaikan. Tidak lupa sholawat serta salam saya ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat dan karunianya.

Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis, skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan belum mencapai kata sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta semua pihak yang berkenan memanfaatkannya.

Pada proses penyusunan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, termasuk dari pihak keluarga khususnya kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan doa. Penulis mengucapkan terima kasih secara langsung dan tidak langsung kepada, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag. sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil Rektor I, Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag., Wakil Rektor II, Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd., Wakil Rektor III Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Se., Ph.D
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Wakil Dekan I Prof. Dr. Masduki, M.Ag., Wakil Dekan II Dr. Firdaus Elhadi, M.Sos, Sc, M.Si. dan Wakil Dekan III Dr. H. Arwan, M.Ag.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si., Selaku Kaprodi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Yudhi Martha Nugraha, S. SN., M. Ds selaku dosen pembimbing akademik (PA) yang telah membantu dan mengarahkan saya selama proses akademik berlangsung.
6. Bapak Rafdeadi, S.Sos.I., MA Dosen yang telah banyak membimbing dan memberikan masukan serta arahan kepada saya selama proses penyusunan Skripsi, dan juga dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran serta masukan yang bermanfaat bagi hasil Skripsi yang lebih baik.
7. Seluruh tim dosen beserta staff jajaran Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan limpahan ilmu kepada penulis dalam segala keperluan penunjang penyusunan Skripsi.
8. Kepada Bang Ragil Catur Kuncoro, Bang Bima Yulio Setiawan, Bang Adrian, dan Bang Frans Sticker selaku informan yang telah memberikan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

izin untuk peneliti melakukan penelitian serta kesediaannya meluangkan waktu untuk wawancara penelitian ini.

9. Teman-teman dan Abang-abang dari Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru, yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dengan para komika yang ada di komunitas Stand Up Indo Pekanbaru
10. panutanku, Ayahanda Joneidi. Beliau laki-laki yang penuh semangat dan beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya hingga sarjana.
11. Pintu surgaku, Ibunda Elwis Asmel, terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dukungan, kasih sayang, dan do'a yang tiada putus-putus nya diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis.
12. Saudariku, kakak dan adek kandung ku Rabiatal Adawiyah, Sa'adah ramadiyah, Riyadus sa'adah dan Afifah Asriati. Terima kasih sudah ikut serta dalam memberikan arahan, bimbingan, dukungan, dan kasih sayang selama ini. Terima kasih atas semangat, do'a, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
13. Terimakasih untuk SUSKA TV sebagai sarana dan media praktik untuk berkembangnya bakat saya dan telah memberikan saya pengalaman berharga yang tidak saya dapatkan di tempat lain.
14. Terimakasih Alciv Studio (*Digital Activity*) dan Azhar Riau Pamungkas, Mario Fernando Sinaga, dan Muhammad Taufik selaku *leader* yang telah memberikan wadah berkembang diluar kampus dan menambah pengalaman luar biasa saya
15. Seluruh teman-teman Emissio, terima kasih sudah menerima dengan baik segala sikap dan sifat penulis, sudah mau merangkul, menemani, membantu, memberikan dukungan, do'a dan kasih sayang. *See you on top, guys.*
16. Terimakasih kepada Astrid Tanya Prativi, Dieto Pratama, Elsyia Trinanda Habil Hamdi Ramadhan, Maulana Raja Irfan, Mohammad Rizqi Imam Al-Baqi, Muhammad Arif, Muhammad Ravi, dan Wulan Kurnia Putri, yang telah kebersamaian penulis selama masa perkuliahan yang selalu menjadi penyemangat penulis dan terimakasih sudah berproses serta memberi banyak pelajaran dalam kehidupan perkuliahan penulis.
17. Terimakasih kepada Adilla Kamiliyah Putri, Barie Ikhsan Kalvi, Fauziah Fitriani, Farhan Yazid Ismail, Putri Andani, Suci Dwi Ananda dan Zamratul Ikhwan yang menjadi sahabat penulis yang berbagi cerita dan semangat serta keluh kesah Bersama semasa penulisan skripsi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

18. Untuk semua kerabat, teman seperjuangan, teman sepermainan dan semua pihak yang telah berkontribusi baik secara langsung maupun secara tidak langsung membantu saya selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan Skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat memohon untuk dapat memberikan saran dan kritik yang bersifat membangun dan bermanfaat bagi Skripsi ini agar menjadi lebih baik. Akhir kata pengantar ini saya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca yang berkaitan dengan penerapan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di masa yang akan datang.

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Pekanbaru, 8 Mei 2025  
Penulis,

**Mujibur Rahman**  
NIM. 12140311590



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Penegasan Istilah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori .....	10
2.3 Kerangka Berfikir.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Sumber Data Penelitian.....	28
3.4 Informan penelitian .....	29
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.6 Validasi Data .....	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>32</b>
4.1 Profil Stand Up Indo Pekanbaru.....	32
4.2 Kegiatan Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru.....	33
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	38
5.2 Pembahasan.....	50
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
6.1 Kesimpulan.....	60
6.2 Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	29
Tabel 5.1 Informan Penelitian.....	38



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	27
Gambar 4.1 Logo Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru.....	32
Gambar 4.2 Kegiatan Open Mic .....	34
Gambar 4.3 Sanggar Komedi .....	35
Gambar 4.4 Pahala dalam Tawa.....	36
Gambar 4.5 Stand Up Nite .....	37

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam mencapai suatu tujuan baik individu ataupun suatu kelompok agar sesuai dengan apa yang di harapkan dibutuhkan strategi komunikasi yang matang sehingga apa yang disampaikan oleh seorang komunikator bisa diterima dan dipahami dengan baik oleh komunikan. Beberapa ahli berbeda pendapat dalam mendefenisikan strategi komunikasi. Namun secara umum pengerian yang mereka sampaikan memiliki maksud dan tujuan yang sama. Fzrch dan Kasper berpendapat strategi komunikasi bisa diartikan sebagai rencana yang disusun secara sadar untuk menyelesaikan sesuatu yang di anggap oleh individu dalam mencapai tujuan komunikasi tertentu.(Kusuma, 2021)

Pada dasarnya *stand up comedy* bertujuan untuk menghibur para audiens atau komunikan dengan materi-materi yang di sampaikan para komika didepan para audiens. Untuk tampil di depan audiens para komika tersebut harus mempersiapkan strategi komunikasi yang bagus dan matang agar tujuan utama menghibur dan menimbulkan tawa penonton bisa terealisasi dengan baik.(Walgunadi & Rahmawati, 2021)

Perkembangan dunia hiburan pada saat sekarang ini sudah semakin pesat salah satunya *stand Up comedy*. *Stand Up comedy* merupakan bentuk akulturasi budaya yang berasal dari budaya amerika yang berkaitan dengan lisan dan retorika seseorang. Seni pertunjukan ini cepat menjadi populer dikarenakan adanya media yang mempublikasikan kegiatan tersebut dan juga adanya ajang kontes *stand Up comedy* yang membuat para comika berlomba-lomba untuk bisa mengikuti kontes standup comedy tersebut.

Dikalangan mahasiswa dan pelajar *stand Up comedy* menjadi sebuah fenomena tersendiri untuk bisa menyampaikan atau mengutarakan pendapat maupun kritikan dengan media comedy ataupun humor, kalau dilihat dari segi budaya para pelaku budaya juga memanfaatkan fenomena *stand Up comedy* untuk menyampaikan dan melestarikan budaya seperti dagelan, pertunjukan seni ataupun drama yang di bumbui dengan humor.

Menurut Ramon Papana (Ramon, 2011) “*Stand Up comedy* adalah sebuah bentuk pertunjukan seni komedi. Biasanya, seorang komedian tampil di depan para penonton dan berbicara langsung kepada mereka”. Pandji pragiwaksono pernah menyatakan bahwasanya *stand Up comedy* di Indonesia berdiri sejak tahun 2011 dengan nama komunitas pertama kali yaitu *stand Up comedy* Indonesia hal ini di bentuk karena dilihat dari antusias dan perkembangan *comedy* solo sudah sangat berkembang di Indonesia. Di dalam komunitas tersebut para komika stand up akan belajar dan berlatih untuk





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

mengikuti open mic yang ada dan juga seluruh ajang *stand Up comedy* yang ada di Indonesia.

Dalam mempelajari *stand Up comedy*, para komika harus mengetahui bagaimana strategi komunikasi *stand Up comedy* tersebut, salah satu caranya yaitu memperhatikan materi yang di sampaikan dan bagaimana para audiens yang menikmati materi, *stand Up comedy* pada dasarnya terdiri dari *set up* dan *punchline* yang berasal dari keresahan pribadi yang di alami. (Beler, dany. “bikin materi *stand up* dari nol” *YouTube* , di unggah oleh Dany beler pada 27 Mei 2024, diakses pada 9 Januari 2025/ pukul 09.20 WIB (Dany Beler, 2024).

Ramon Papana (Ramon, 2011) menyampaikan ada beberapa istilah sederhana yang ada di dalam *stand Up comedy* yaitu:

1. *To kill*: tampil sukses, penonton menyukai anda dan tertawa
2. *To bomb*: tampil gagal, tidak mendapatkan tawa dari penonton
3. *Dying*: proses sebelum gagal
4. *Set up*: bagian “penjelasan” dari sebuah lelucon, bagian depan dari cerita
5. *Punchline*: bagian “lucu” dari sebuah lelucon, bagian ini yang mendapatkan tawa dari penonton
6. *Heckler*: seseorang penonton yang berbicara dan menginterupsi pelawak dengan cara yang mengganggu dengan maksud membuat si pelawak gagal
7. *Blue*: pelawak yang menggunakan kata jorok/kotor, dan membicarakan tentang *sex* dengan cara yang menjijikan.

Pada awalnya *stand Up comedy* Indonesia di dirikan oleh 5 orang yaitu Ernest Prakasa, Ryan Adriandhy, Raditya Dika, Pandji Pragiwaksono, dan Isman Haji Suryaman. Perkembangan *stand Up comedy* di Indonesia semakin pesat sehingga banyaknya stasiun televisi yang membuat acara *stand Up comedy* sehingga Masyarakat mulai mengetahui adanya seni *stand Up comedy* yang bisa di artikan ke Bahasa Indonesia dengan komedi Tunggal. Di karenakan antusiasme Masyarakat yang baik dan mendukung *stand Up comedy* Indonesia semakin berkembang pesat, banyak komunitas berdiri hampir setiap kota mempunyai komunitas *stand Up comedy* salah satunya stand up indo Pekanbaru.

Peneliti memutuskan untuk meneliti strategi komunikasi dalam menghibur penonton pada komunitas stand up Indo Pekanbaru, karena komunitas ini merupakan satu-satunya komunitas *stand Up comedy* yang masih aktif di Kota Pekanbaru. Komunitas tersebut memiliki beberapa komika yang pernah berhasil dalam kompetisi besar, seperti SUCI X Kompas tv (*Stand Up Comedy* Indonesia) yang disiarkan di Kompas TV. Beberapa informan yang terpilih untuk penelitian ini berasal dari berbagai latar belakang, seperti komika senior, komika amatir, komika wanita, dan lain-lain. Pemilihan informan dengan pengalaman, karakter, dan jenis materi yang berbeda-beda bertujuan

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan lengkap mengenai strategi komunikasi dalam menghibur penonton.

Stand Up Indo Pekanbaru pertama kali berdiri pada tahun 2011 dengan beranggotakan 9 orang. Lalu dengan semakin di kenal oleh Masyarakat maka pada tahun 2012 jumlah anggota Stand Up Indo Pekanbaru bertambah menjadi 6 orang namun pada saat sekarang ini jumlah anggota Stand Up Indo Pekanbaru sudah semakin banyak mencapai 50 orang. Stand Up Indo Pekanbaru juga sudah mengadakan beberapa *event stand up* dan mengundang para komika nasional seperti Aly Akbar, Indra Frimawan, Praz Teguh, Mamat Al-katiri, dan beberapa komika nasional lainnya dan para komika Stand Up Indo Pekanbaru akan tampil serta menjadi *opener* pada *event* yang dibuat oleh komika Stand Up Indo Pekanbaru, di antara eventnya yaitu SUN 11 (*stand up nite*) dimana Azhar Riau Pamungkas, Ragil Catur Kuncoro berhasil mendapatkan tawa penonton pada *event* tersebut, lalu pada event PCL (Pekanbaru comic league) Dimana Ihsan Ramadhan berhasil menjadi pemenang PCL pada divisi 1 dan pada divisi 2 Azhar Riau Pamungkas keluar jadi pemenang serta beberapa *event* lainnya. Bahkan para komika Stand Up Indo Pekanbaru juga menunjukkan prestasi yang baik di antaranya mengikuti audisi dan *event* nasional seperti SUCI Kompas tv, stand up fest, stand up jambore, somasi dan beberapa *event* lainnya. Hal ini menjadi sebuah tanda perkembangan yang baik dari stand up indo pku dan dapat bersaing dengan para komika dari komunitas stand up indo yang lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dan juga Teknik-teknik berkomedial yang digunakan oleh Komika Stand Up Indo Pekanbaru, namun dalam beberapa observasi penulis Ketika turun langsung ke lapangan mengikuti event stand up indo Pekanbaru dan melihat apa yang terjadi di lapangan yaitu ada beberapa komika stand up Indonesia Ketika tampil ada yang berhasil menimbulkan gelak dan tawa dari penonton dan ada juga yang tidak berhasil menimbulkan gelak tawa dari penonton, sehingga penulis berkeinginan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi komika stand up indo Pekanbaru dalam menghibur penonton, sebab jikalau ada orang yang ingin mencoba untuk melakukan *Stand Up comedy* tanpa mempelajari dan mengetahui Teknik dan strategi komunikasinya maka akan terasa garing dan *ngebomb* (sebutan untuk komika yang gagal mendapatkan tawa penonton). Maka dari itu, penelitian ini juga akan menyinggung tentang hal-hal terkait strategi komunikasi para komika, baik dalam hal teknik, penulisan materi, persona, dan juga cara mendapatkan perhatian audiens.

Permasalahannya adalah mengapa beberapa komika Stand Up Indo Pekanbaru tidak berhasil mendapatkan tawa penonton Ketika *open mic* ataupun *event* Stand Up Indo Pekanbaru sedangkan komika yang lainnya berhasil mendapatkan tawa penonton sebagaimana yang sudah penulis sebutkan di atas.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka peneliti merasa tertarik dengan permasalahan yang ada sehingga ingin mengadakan penelitian dengan judul penelitian “**STRATEGI KOMUNIKASI STAND UP INDO PEKANBARU DALAM MENGHIBUR PENONTON**”

### 1.2 Penegasan Istilah

Penegasan istilah dalam penelitian ini di buat untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami fokus penelitian, dibawah ini peneliti menyampaikan penegasan istilah sebagai berikut:

#### 1.2.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah cara yang efektif untuk menyampaikan pesan sehingga mudah dipahami dan diterima dengan baik oleh komunikan. sehingga dapat mengubah perilaku seseorang secara tidak langsung. Perusahaan, organisasi, atau lembaga menggunakan strategi komunikasi bisnis untuk mencapai tujuan jangka panjang (Shansis & Ratna, 2019).

Strategi komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi Stand Up Indo Pekanbaru dalam menghibur dan mendapatkan tawa dari penonton.

#### 1.2.2 Stand Up Comedy

*Stand Up comedy* adalah jenis komedi atau melawak yang disampaikan secara monolog kepada penonton. Ini biasanya dilakukan secara live dan komedian melakukan one-man show. Namun, komedian tidak selalu berdiri saat menyampaikan komedinya. Beberapa komedian melakukannya dengan duduk di kursi seolah-olah mereka berbicara (Teguh Aryawangsa et al., 2018).

#### 1.2.3 Menghibur

Menghibur adalah kegiatan yang dilakukan sebagai penghibur atau pelipur hati. Karena padatnya aktivitas manusia saat ini, hiburan telah menjadi salah satu kebutuhan mereka. Hiburan biasanya berbentuk film, musik, buku, dan bahkan olahraga. Saat ini, beberapa hiburan yang diminati banyak orang mengandung unsur komedi (Makmur Jaya & Rita Zahara, 2022).





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini ialah “Bagaimana strategi komunikasi komika Stand Up Indo Pekanbaru dalam menghibur penonton?”

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi komika Stand Up Indo Pekanbaru dalam menghibur penonton.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

#### 1.5.1 Secara Praktis

Sebagai bahan masukan dan tambahan pengetahuan bagi para pengkaji masalah komunikasi, khusus nya konsentrasi broadcasting yang ingin meneliti serta mencari pada permasalahan yang sama dan juga sebagai bahan perbandingan dengan karya ilmiah lainnya yang serupa.

#### 1.5.2 Secara Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu dan memperkaya wawasan mengenai pola komunikasi organisasi dan penelitian kualitatif dalam bidang Ilmu Komunikasi, mengingat sangat sedikit penelitian yang meneliti Analisis strategi komunikasi komika Stand Up Indo Pekanbaru dalam menghibur penonton.

### 1.6 Sistemika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, penulis membagi menjadi enam bab pembahasan, dimana masing-masing bab ini dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu:

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai latar belakang, penegasan istilah rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

Berisikan kajian teoritis, kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional dan kerangka berfikir.

#### BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data dan teknik dan analisis data.

#### BAB IV GAMBARAN UMUM

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambaran umum ini berisikan mengenai subyek penelitian yaitu berisikan tentang sejarah, visi dan misi, dan struktur organisasi.

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab V yang berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan.

**BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini merupakan bagian akhir penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian-penelitian selanjutnya sebagai masukan atau pertimbangan.

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN**

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti telah menelusuri beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema yang akan dikaji pada penelitian ini yang bertujuan sebagai bahan referensi bagi peneliti. Berikut peneliti mencantumkan berbagai hasil rangkuman dari penelitian terdahulu baik yang sudah terpublikasikan maupun yang belum terpublikasikan.

Pertama penelitian **Gina Sundari dan Veny purba** dengan judul **“strategi komunikasi podcaster awal minggu dalam Membuat konten podcast di spotify”** dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan study kasus. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teori komunikasi Harold D.Lasswell dan teori new media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh podcaster Awal Minggu: (1) konsisten; (2) melakukan promosi dengan menggunakan aset media sosial yang dimiliki dengan hashtag dan topik yang tepat serta (3) kolaborasi agar memperluas jangkauan pendengar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan teori komunikasi Harold D.lasswell Namun, perbedaannya terletak pada objek dan subjek kajian penelitiannya(Sundari & Purba, 2020)

Kedua penelitian oleh **Meli Astuti, eraskaita ginting, badarudin azzarkasy** dengan judul **“komunikasi cerdas komika pada penonton dalam penyampaian materi standup comedy”** dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun hasil dari penelitian ini adalah *stand up* termasuk dalam komedi yang menyajikan komunikasi cerdas karena dalam penyampaian tersusun baik dari materi hingga aksi panggung. Komika juga menggunakan tahapan pesan dalam mengajak penonton mengerti dengan materi yang dibawakan yakni tahapan Attention, Need, Statifaction, Visualization dan Action, serta yang menjadi fokus ialah materi dan Delivery (Cara penyampaian). Selain itu komunikasi hiburan yang cerdas ini juga menampilkan materi yang memiliki makna tersendiri yang ingin disampaikan oleh komika kepada penontonnya, dengan cara pembawaan yang berkelas. Dan yang menjadi nilai jual dari komedi ini ialah sudut pandang komika yang berbeda-beda, dalam memandang suatu fenomena. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan metode kualitatif Namun, perbedaannya terletak pada teori yang digunakan yaitu teori retorika Aristoteles.(Astuti et al., 2023)

Ketiga penelitian oleh **fierda sagita, agus Riyanto, afsun aulia** dengan judul **“Strategi Penciptaan Humor Stand Up Comedy dalam Channel Youtube Pandji Pragiwaksono World Tour dan Implikasinya**





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP”** dengan menggunakan metode penelitian kualitatif Adapun hasil penelitian ini yaitu strategi penciptaan humor dalam channel youtube Pandji Pragiwaksono, data yang diperoleh dalam penelitian ini terdapat 16 data yang dibagi menjadi lima bagian. Teknik aksen terdapat 1 data, Parodi terdapat 7 data, Analogi terdapat 3 data, Plesetan terdapat 3 data, Ironi terdapat 2 data. Dalam standup comedy Pandji Pragiwaksono data yang paling banyak digunakan berupa Teknik parodi sebanyak 7 data. Hasil pada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca, penulis, tenaga pendidik, dan peserta didik. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan metode kualitatif Namun, perbedaannya terletak pada objek dan subjek kajian penelitiannya. (Sagita et al., 2023)

Keempat penelitian dari **raka radhitia oktavianto dan Mukaromah** dengan judul **“Pemanfaatan Tren Artis Nyaleg Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Stand-Up Comedy 'Pragiwaksono World Tour' dengan metode penelitian deskriptif kualitatif”**, Adapun hasil dari penelitian ini yaitu diperoleh dari 14 (empat belas) poin penetapan strategi komunikasi yang disampaikan oleh Cangara, dimulai dari pemilihan komunikator yang tepat, media yang di pilih, hingga yang paling akhir langkah evaluasi atas strategi komunikasi pemasaran apabila tidak berjalan sesuai yg diharapkan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan metode kualitatif Namun, perbedaannya terletak pada teori yang digunakan yaitu komunikasi pemasaran. (Mukaromah, 2020)

Kelima penelitian dari **Alferdo Satya Kurniawan** dengan judul **“Analisis Strategi Komunikasi Radio Andika 105,7 FM Kediri Dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram”** dengan menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan deskriptif, Adapun hasil dari penelitian ini yaitu Radio Andika FM, perusahaan radio siaran di Kediri yang berdiri sejak tahun 1989, mengusung konsep citizen journalism untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat dalam menyebarkan informasi. Di tengah perkembangan teknologi dan menurunnya eksistensi radio, Radio Andika FM memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai bagian dari strategi komunikasinya. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi Radio Andika FM dalam memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi dan tetap relevan di era digital. Dengan mengadopsi teori strategi komunikasi Anwar Arifin, penelitian ini menunjukkan bahwa mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, dan seleksi penggunaan media menjadi langkah-langkah penting dalam keberhasilan strategi komunikasi Radio Andika FM. Pemanfaatan Instagram dengan konten yang sesuai kebutuhan lokal audiens, penggunaan metode informatif, persuasif, dan edukatif, serta pemilihan media yang tepat, memungkinkan Radio Andika FM tetap menjadi sumber informasi yang terpercaya di Kediri dan sekitarnya. Persamaan penelitian ini dengan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan metode kualitatif Namun, perbedaannya terletak pada teori yang digunakan yaitu object. (Alferdo Satya Kurniawan, 2021)

Keenam penelitian dari **Indah Ita Utami** dengan judul **“strategi humor pada acara stand Up comedy”** dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif Adapun hasilnya yaitu dari Strategi aspek kebahasaan dalam humor *stand Up comedy* komika anak yang paling banyak ditemukan yaitu, omong kosong, ejekan, ironi, dan kesalahpahaman. Fungsi humor *stand Up comedy* komika anak bertujuan memberi pemahaman kepada khalayak umum untuk mencari solusi dari suatu masalah melalui cara-cara disampaikan menyenangkan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan metode kualitatif Namun, perbedaannya terletak pada subjek dan objek pada kajian.(Utami et al., 2018)

Ketujuh penelitian dari **Adelia Masrifah Cahyani** dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MELAYANI DAN MENGGALI POTENSI MASYARAKAT MELALUI MEDIA SOSIAL”** dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif Dari hasil penelitian ini diperoleh empat temuan. Pertama, dalam menyampaikan pesan melalui sosial media Humas Pemkot Surabaya terlebih melakukan diskusi dengan tim media sosial sebelum menyampaikan pesan kepada khalayak. Kedua, konten media sosial yang begitu variatif sesuai dengan apa yang sedang marak di lingkungan masyarakat khususnya di Kota Surabaya. Ketiga, Humas Pemkot Surabaya mengadakan lomba foto di media sosial setiap bulannya. Hal itu juga sebagai tempat untuk memfasilitasi aspirasi dan karya dari warga kota Surabaya. Keempat, dalam penggunaan media sosial, Pemkot Surabaya memiliki segmentasi tersendiri yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memilah informasi yang dibutuhkan melalui sosial media. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan metode kualitatif Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian.(Ilham & Samatan, 202

Kedelapan penelitian dari **Kristina Retta Mayasari Saragih, Fariaman Purba, Tuahman Sipayung** dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PENSIAR RADIO KARINA PEMATANGSIANTAR DALAM PROGRAM NOSTALGIA”** menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan Adapun Penelitian ini bertujuan untuk mempertahankan eksistensi radio Karina 98 FM dari stasiun radio lain. Radio Karina 98 FM telah berdiri sejak tahun 2007 di wilayah Pematangsiantar, dengan tetap menjaga kualitas penyiar dan siaran atau program yang disajikan. Strategi komunikasi yang baik diterapkan dalam penyiaran khususnya pada program nostalgia agar tetap dapat memikat hati pendengarnya dimanapun. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggunaan metode kualitatif Namun, perbedaannya terletak pada objek penelitian (Saragih et al., 2021)

Kesembilan penelitian dari **Muhammad fazri Chandra, Zahra nabila azka** dengan judul **“strategi komunikasi box2box media network dalam persaingan industry podcast di Indonesia”** dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan data pengumpulannya dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi adapun hasilnya yaitu strategi komunikasi yang dilakukan di Box2Box adalah dengan membuat model bisnis yang dilakukan di Box2Box, salah satunya yaitu penempatan merek, yang mencakup berbagai kemungkinan, di luar media sosial sebagai bagiannya podcast vertikal, menjual podcaster sebagai bakat, akses dan koneksi ke sumber daya, baik itu talenta, editor, atau desainer atau tokoh lainnya, yang membuka peluang kolaborasi dan dapat meningkatkan kualitas Jaringan Media Box2Box Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan metode kualitatif Namun, perbedaannya terletak pada teori yang digunakan yaitu teori AIDDA. (Chandra & Azka, 2022)

Kesepuluh penelitian dari **Yemima Ika Puspitanian, Zon Vanel** dengan judul **“strategi komunikasi pasar payungi dala mmembangun image pasar kreatif”** dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang di lakukan dengan memahami sudut pandang suatu individu atau kelompok tertentu yang mengalaminya Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh pasar payungi dilakukan berdasarkan teori komunikasi pemasaran yaitu pengiklanan, hubungan masyarakat, sales promotion, event dan experience, serta direct sales. Peneliti juga merekomendasikan bahwa pemasaran sebaiknya lebih diperbanyak melalui media-media lain seperti media cetak Koran, Radio, baliho, banner agar mempermudah masyarakat luas yang masih belum mengenal media sosial. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan metode kualitatif Namun, perbedaannya terletak pada subjek dan objek pada kajian. (Puspitanian & Vanel, 2021)

## 2.2 Landasan Teori

Landasan teori adalah gambaran yang didalamnya terdapat pokok pokok pikiran dari permasalahan yang akan diteliti. Kerangka teori diperlukan sebagai acuan untuk menganalisis kajian permasalahan peneliti. Adapun fungsi dari teori terhadap sebuah penelitian ialah untuk membantu memahami fenomena yang terjadi dan menemukan titik temu dari permasalahan yang akan diteliti. Oleh karena itu, peneliti menjelaskan sebagai berikut:

### 2.2.1 Komunikasi Harold D Lasswell





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan teori Lasswell yang menjadi acuan penulis untuk pokok pembahasan dan penelitian “strategi komunikasi komika stand up indo Pekanbaru dalam menghibur penonton” Harold D Lasswell berpendapat bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. teori komunikasi menurut lasswell merupakan suatu cara untuk menggambarkan bagaimana proses komunikasi bisa berjalan baik dengan menjawab lima pertanyaan yang perlu ditanyakan dan di jawab yaitu *Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect?* (Asiva Noor Rachmayani, 2015)

- a. Jika ditelusuri lebih dalam pengertian model Lasswell, dapat dipahami bahwa pertanyaan "who" mengacu pada pihak yang memulai komunikasi, yaitu individu atau kelompok yang mengambil inisiatif untuk berkomunikasi. Pihak yang memulai komunikasi ini bisa berupa seorang individu atau sekelompok orang, seperti sebuah organisasi.
- b. Pertanyaan kedua dalam model Lasswell adalah, "Apa yang harus dikatakan?" Pertanyaan ini tentang isi komunikasi, atau pesan yang disampaikan dalam komunikasi.
- c. Pertanyaan keempat yaitu melalui media apa, Media mengacu pada sarana komunikasi seperti berbicara, bahasa tubuh, sentuhan, kontak mata, radio, televisi, surat, buku, foto, dll. Harap dicatat bahwa tidak semua media cocok untuk tujuan tertentu.
- d. Pertanyaan yang ketiga yaitu kepada siapa, pertanyaan ini bertujuan untuk mengetahui siapa yang akan menjadi audiens atau yang akan menerima pesan yang di sampaikan.
- e. Pertanyaan terakhir dalam model Lasswell adalah apa pengaruh atau dampak komunikasi? Pertanyaan tentang dampak komunikasi melibatkan dua hal: apa yang ingin dicapai dan apa yang akan dilakukan orang sebagai hasil komunikasi.

Teori lasswell bisa dikatakan teori yang sederhana, namun jika di pelajari lebih mendalam mengenai pertanyaan “apa efek yang diharapkan” memiliki pertanyaan lain yang perlu di jawab dengan seksama diantaranya yaitu:

- a. When (Kapan dilaksanakannya?)
- b. How (Bagaimana melaksanakannya?)
- c. Why (Mengapa dilaksanakan demikian?)

Harold D Laswell sebagaimana dikutip Mulyana dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar” memaparkan tentang komunikasi sebagai berikut “who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?”. Penjelasan ini menjelaskan unsur-unsur yang hadir dalam komunikasi. Berikut ini adalah penjelasan Laswell tentang unsur-unsur komunikasi: (Puspasari & Hermawati, 2021)



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### a. Sumber

Sumber adalah pihak yang mempunyai kebutuhan, minat, atau inisiatif untuk berkomunikasi. Sumber dapat berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan, dan bahkan negara. Sekitar tahun

#### b. Pesan

Pesan adalah serangkaian simbol verbal dan nonverbal yang mengungkapkan perasaan, nilai, ide, atau maksud suatu sumber. Sebuah pesan berisi informasi yang dikirim dengan maksud dan tujuan tertentu. Pesan lisan berada dalam bentuk tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, dan lain-lain, sedangkan pesan verbal disampaikan dalam bentuk percakapan tatap muka, percakapan telepon, percakapan radio, dan lain-lain. Pesan non-verbal disampaikan melalui gerak tubuh, gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan nada suara.

#### c. Saluran (media)

adalah alat atau media yang digunakan oleh sumber untuk mengirimkan pesan atau informasi kepada penerima. Saluran itu sendiri mengacu pada format pesan yang dikirim dan cara pesan tersebut disajikan.

#### d. Penerima

Istilah lain untuk penerima meliputi komunikator, dekoder, audiens, pendengar, dan penerjemah. Penerima adalah orang yang menjadi audiens yang dituju untuk suatu pesan.

#### e. Efek

Apa yang terjadi kepada penerima pesan setelah ia menerima pesan dari komunikator atau sumber. Berupa akibat atau hasil dari diterimanya informasi dari diterimanya informasi yang dikirim dari sumber dan melalui media tertentu.

Terdapat 5 faktor dalam merumuskan strategi komunikasi tersebut harus dikuasai oleh seorang komunikator. Komunikator harus mengetahui siapa khalayaknya (komunikannya), karena audiens akan memudahkan komunikator dalam menentukan pokok persoalan apa yang akan dibahas, maupun hal apa yang menjadi ketertarikan komunikan dalam berkomunikasi. Dalam komunikasi, juga harus memerhatikan situasi dan kondisi komunikannya untuk mendapatkan efek yang baik yang diharapkan.

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dalla Burnett dalam buku *Techniques For Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

- a. *To secure understanding*
- b. *To establish acceptance*

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. *To motivate action*

Pertama, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterima. Kemudian apabila pesan sudah dapat diterima dan dimengerti, maka penerimaan pesan harus dibina. Pada akhirnya, pesan diharapkan dapat memotivasi dilakukannya suatu aksi atau kegiatan (Asiva Noor Rachmayani, 2015).

Adapun kelebihan dan Kekurangan dari teori Komunikasi Lasswell yang harus diketahui yaitu:

a. Kelebihan teori Komunikasi Lasswell:

1. Teori Lasswell masih berfokus pada komunikasi verbal yang berlangsung satu arah, tetapi pada saat itu teori ini dianggap teori komunikasi yang paling maju sebelum teori-teori komunikasi lainnya bermunculan.
2. Teori Lasswell lebih memfokuskan tujuan komunikasi sebagai hasil proses dari pesan yang telah disampaikan,
3. Komunikasi dengan menggunakan model Lasswell telah berhasil melepaskan diri dari pengaruh komunikasi yang didominasi oleh media periklanan yang saat itu mendominasi.
4. Teori Lasswell lebih sederhana dan mudah diterapkan.

b. Kekurangan Model Komunikasi Lasswell:

1. Teori Lasswell hanya memfokuskan dan menyimpulkan teori satu arah.
2. Tidak disebutkan adanya timbal balik dari hasil komunikasi.
3. Tidak semua komunikasi mendapatkan umpan balik yang lancar.
4. Teori Lasswell menitikberatkan pada model komunikasi dengan cara menyebarluaskan informasi melalui media massa hingga mencapai dan memperoleh umpan balik dari khalayak. (Nur Hayati et al., 2024)

## 2.1.2 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan penyatuan dari rencana (planning) dan manajemen (management). Dengan demikian strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, taktik, cara yang akan dipergunakan dalam mencapai tujuan komunikasi dengan memperhatikan aspek-aspek yang ada pada proses komunikasi (Chandra & Azka, 2022).

Menurut Ranguti "Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan organisasi dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas sumber daya. Sedangkan Menurut onung uchjana strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang berbeda. Dari perspektif pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menetapkan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya. Dalam strategi ini, manajemen memainkan peran aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi perusahaan. Strategi ini lebih sering digunakan dalam lingkungan yang terus berubah (Mardiyanto & Slamet, 2019).

Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah tentang perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, suatu strategi tidak hanya harus berupa peta jalan yang memberikan arah, tetapi juga taktik operasional. Strategi komunikasi merupakan pedoman untuk merencanakan dan mengelola komunikasi untuk mencapai tujuan (Asri, 2022).

Menurut (Anwar, 1982) dalam bukunya yang berjudul strategi komunikasi: Suatu Pengantar Ringkas, menyebutkan beberapa langkah yang harus dijalankan untuk menyusun strategi komunikasi yaitu:

- a. Mengenal Khalayak  
Pemilihan khalayak harus didasarkan pada pengetahuan dan pemahaman yang tepat. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dalam pesan tersebut adalah mampu untuk membangkitkan perhatian dari khalayak tersebut.
- b. Menyusun Pesan  
Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka Langkah kedua dalam penyusunan strategi adalah dengan Menyusun pesan. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi.
- c. Menentukan Tujuan  
Tujuan komunikasi menentukan kearah mana focus strategi yang akan digunakan.
- d. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan  
Untuk mencapai efektivitas dari suatu komunikasi selain akan tergantung dari kemantapan isi pesan yang diselenggarakan dengan kondisi khalayak dan sebagainya, maka juga akan diturut di pengaruhi oleh metode metode penyampaian nya kepada sasaran.

Dalam menetapkan dan membuat strategi komunikasi diperlukan suatu tujuan yang akan dicapai. Begitu pula dengan strategi komunikasinya pedoman perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan ini Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan caranya operasi taktis yang harus dilakukan. Dalam arti lain bahwa pendekatannya mungkin berbeda kapan saja tergantung pada situasi dan kondisi. (Puspasari & Hermawati, 2021).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lasswell dalam Daddy Mulyana mengemukakan komponen-komponen strategi komunikasi sebagai berikut:

a. Strategi pemilihan komunikator

Strategi pemilihan komunikator harus memenuhi kriteria dan standar-standar tertentu bagi seorang komunikator. Kriteria dan standar-standar tersebut terdiri atas latarbelakang, kredibilitas dan daya tarik komunikator. Penentuan kriteria dan standar tersebut bertujuan untuk memperoleh hasil terbaik dalam proses komunikasi yang efektif. Komunikator menjalankan peran yang paling penting akan sukses tidaknya proses komunikasi. Seorang komunikator harus memiliki latar belakang sesuai ruang lingkup yang dihadapi. Begitu pun dengan kredibilitas yang harus tinggi untuk menjadi komunikator yang baik. Komunikator harus mempunyai daya tarik tersendiri dalam dirinya sehingga berguna untuk menarik perhatian dari komunikan.

b. Strategi Menentukan Pesan

Menentukan pesan yaitu menentukan tema atau materi yang merupakan hal terpenting. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam Menyusun pesan yaitu menata tema, materi, dan struktur. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk symbol, tanda yang di apresiasi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.

c. Strategi Pemilihan media

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan serta sebagai sarana atau alat yang digunakan untuk mempermudah proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Media komunikasi banyak jenisnya, mulai dari media cetak, tulis hingga media elektronik.

d. Strategi Pemilihan Khalayak

Memahami khalayak terutama yang menjadi target sasaran program komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab semua aktivitas komunikasi diarahkan kepada mereka. Khalayak tidaklah pasif tetapi aktif. (Puspasari & Hermawati, 2021)

Dalam strategi komunikasi tentunya memiliki dua bentuk yaitu strategi kelompok dan juga strategi antarpribadi atau individu. Strategi komunikasi kelompok merupakan cara atau kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan sebuah pendekatan yang berkaitan dengan perencanaan hingga pelaksanaan sebuah komunikasi yang akan dilakukan kepada kelompok. Dengan kata lain, strategi komunikasi kelompok merupakan sarana untuk menciptakan, merancang dan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengatur terjadinya suatu pertukaran informasi ataupun pesan yang terjadi dalam suatu kelompok. Dalam membuat strategi komunikasi yang efektif kepada suatu kelompok mengharuskan terlibat langsung di dalamnya mulai pengumpulan fakta atau merumuskan masalah, perencanaan, implementasi kegiatan dan evaluasi. Langkah-langkah tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut (Suryadi, 2018)

- a. Pengumpulan fakta  
Tahap ini mencakup kegiatan pengumpulan fakta, opini, sikap dan perilaku dari pihak-pihak terkait dengan kelompok. Sehingga dapat dirumuskan masalah apa saja yang sedang dihadapi oleh kelompok tersebut.
- b. Perencanaan komunikasi  
Tahap ini merupakan tahap membuat keputusan tentang penetapan strategi komunikasi untuk pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan. Dalam tahap ini terdiri beberapa tahapan yaitu menetapkan komunikator, menyusun pesan, penetapan metode dan seleksi penggunaan media dan mengenali khalayak.
- c. Implementasi  
Implementasi merupakan aksi mengkomunikasikan yang mengarah pada pelaksanaan program pembinaan kepada kelompok secara sistematis sehingga persepsi khalayak dapat terbentuk dengan baik dan mudah.
- d. Evaluasi  
Pada tahap ini, kegiatan komunikasi difokuskan pada usaha untuk melakukan penilaian atas pengumpulan fakta, perencanaan komunikasi, implementasi kegiatan yang telah dilakukan. Apabila kegiatan tersebut masih dinilai kurang optimal maka akan membentuk atau melengkapi strategi komunikasi yang telah dilakukan untuk program kegiatan selanjutnya.

Dalam melakukan strategi komunikasi kelompok ada beberapa langkah perencanaan komunikasi yang harus diperhatikan agar tujuan dari strategi komunikasi kelompok tersebut bisa tercapai. Antara lain:

- a. Memilih dan Menetapkan Komunikator (Sumber)  
Penyampain informasi kepada komunikan akan lebih mudah diterima jika komunikator memiliki:
  1. Kredibilitas  
Menurut Rogers (1986) kredibilitas yang dimiliki komunikator dibagi menjadi dua jenis. Pertama, kredibilitas yang berkaitan dengan status/kedudukan formal (competence





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

credibility). Upaya persuasi akan lebih efektif bila dilakukan tidak hanya oleh orang-orang yang mempunyai competence credibility. Kedua, orang-orang yang dipandang lebih jujur dan terbuka.

#### 2. Daya Tarik

Daya tarik merupakan karakteristik yang menentukan keberhasilan, bila komunikator dinilai menarik oleh komunikan, maka upaya persuasi akan lebih cepat berhasil, adanya proses identifikasi dalam diri pihak komunikan akan membuat komunikan sama dengan komunikator. Namun perlu dipertimbangkan bahwa proses identifikasi seringkali bersifat temporer dalam arti pihak komunikan dalam mengidentifikasi dirinya kedalam di komunikator, selama komunikator tersebut dinilai masih menarik.

#### 3. Kekuasaan

Faktor kekuasaan dapat dipandang dari empat cara yaitu (1) kharisma, kharisma adalah faktor bawaan yang terdapat pada diri seseorang dan mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi seseorang. (2) wibawa otoritas, faktor ini berhubungan dengan kedudukan atau otoritas 38 formal, misalnya seorang tokoh masyarakat yang memiliki kekuatan formal untuk mempengaruhi anggota dalam suatu kelompok masyarakat. (3) kompetensi atau keahlian. Kompetensi adalah sesuatu yang diperoleh dari seseorang melalui proses belajar, dan dapat dimiliki setiap orang, bukan merupakan bawaan atau pemberian, artinya seseorang mempunyai kekuatan pengaruh dalam suatu bidang tertentu, bila ia memang dipandang mempunyai keahlian. (4) Pemenuhan. Sumber nilai yang mempunyai kekuasaan, bila ia mampu memberikan imbalan dan hukuman pada penerima, dalam arti kata seseorang/kelompok menerima suatu ide atau anjuran karena adanya harapan untuk memperoleh imbalan atau untuk menghindari hukuman atau sanksi. Proses ini disebut pemenuhan.

#### b. Teknik Menyusun Pesan

Dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada suatu kelompok teknik penyajian pesan merupakan faktor yang menentukan berhasil tidaknya upaya persuasi yang dilakukan oleh komunikator. Secara umum ada dua faktor yang harus diperhatikan dalam merancang suatu pesan yang efektif yaitu struktur pesan dan daya tarik pesan.

##### 1. Struktur Pesan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Struktur pesan menunjuk pada pengorganisasian elemen-elemen pokok dalam pesan, ada tiga hal yang harus diperhatikan:

## a) Sisi Pesan

Sisi pesan dapat disusun secara satu sisi atau dua sisi. Penyusunan pesan satu sisi memberikan penekanan hanya pada posisi kepentingan penekanan pada aspek positif, juga menyampaikan hal-hal yang negatif. Faktor yang perlu diperhatikan adalah Tingkat perhatian komunikan, Pendapat komunikan tentang ide atau hal yang akan dijadikan pokok pesan, dan Kemungkinan penguasaan komunikan atas argument yang menantang. Adapun karakteristik teknik penyusunan pesan satu sisi cukup tepat bagi komunikan yang sasarannya ialah Tingkat pendidikan relatif rendah, Tidak mempunyai pandangan atau penilaian yang bertentangan atau negatif, Tidak terkena oleh argumen yang menantang. Sedangkan karakteristik penyusunan pesan dua sisi dipandang efektif bagi Komunikan yang mempunyai pendidikan relatif tinggi, Komunikan yang mempunyai pengetahuan dan pengalaman, dan Terdapat pro dan kontra tentang hal yang dikomunikasikan

## b) Urutan penyajian pesan

Ada dua macam pesan yakni climax versus anticlimax order dan recency and primacy. Climax versus anticlimax order berkaitan dengan teknik penyajian pesan yang bersifat satu sisi. Model menunjukkan cara penyusunan, dimana argument terpenting dari isi pesan ditempatkan pada bagian akhir. Apabila hal ini penting dari isi pesan didapat pada bagian awal, disebut anticlimax order, dan pyramidal order. Recency and primacy merupakan model penyajian atau penyusunan pesan yang bersifat dua sisi. Primacy menunjukkan pada teknik penyajian atau penyusunan pesan, dimana aspek positif atau kekuatan dari ide ditempatkan pada bagian akhirnya disebut recency model.

## c) Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan atas isi penyelesain tentang suatu gagasan yang disampaikan kepada komunikan, hendaknya dilakukan secara langsung dan jelas serta gamblang. Penarikan kesimpulan digunakan bagi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kelompok sasaran komunikan yang berpendidikan atau berpengetahuan relatif rendah atas isi pesan yang dikomunikasikan. Oleh karena itu, penarikan kesimpulan yang langsung dan jelas dipandang lebih efektif.

## 2. Daya Tarik Pesan

Teknik penyusunan suatu pesan dapat dilakukan dengan *fear appeals* yaitu suatu penampilan pesan yang menonjolkan unsur-unsur ancaman. Sedangkan *emotional appeals* yaitu penyajian pesan yang diarahkan pada upaya memberikan gambaran tentang keindahan, kesedihan, kasih sayang dan lain-lain menyangkut perasaan. *Fear appeals* akan lebih efektif bila pesan yang disampaikan berisikan intruksi atau penjelasan. *Emotional appeals* lebih tepat ditujukan bagi kelompok komunikan sasaran yang berpendidikan relatif rendah, sedangkan *relational appeals* komunikan yang sasarannya berpendidikan tinggi.

### c. Memilih Media (Saluran Komunikasi)

Dalam penyebaran informasi atau pesan ada dua saluran, yakni saluran komunikasi personal dan saluran komunikasi yang menggunakan media massa. Saluran komunikasi personal lebih persuasif dibanding media massa, disebabkan beberapa faktor: (1) penyampaian pesan melalui saluran komunikasi personal dapat dilakukan pada sasaran atau komunikan yang dituju, bersifat pribadi, (2) lebih rinci dan lebih fleksibel disesuaikan dengan kondisi nyata komunikan, (3) keterlibatan komunikan lebih tinggi, (4) dapat mengetahui langsung reaksi, umpan balik dan tanggapan dari pihak komunikan atas isi pesan yang telah dikomunikasikan, (5) pihak komunikator dapat dengan segera memberikan penjelasan bila terdapat kesalahpahaman atau kesalahan persepsi dari komunikan atas pesan yang disampaikan.

### d. Mengenali Target Sasaran (komunikan/penerima)

Komunikan merupakan faktor penentu keberhasilan dari komunikasi, keberhasilan komunikasi yang dilakukan bila informasi yang disampaikan melalui media atau saluran dapat diterima dan dipahami oleh komunikan dan mendapat tanggapan positif, dalam arti sesuai harapan komunikator.

Strategi komunikasi antar pribadi menjadi bagian dari pola kendali komunikasi individu apabila ia memperoleh informasi baru mengenai pendekatan yang lebih efektif guna memperoleh respon yang



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dinginkan. Miller dan Steinberg membaginya dalam lima strategi: (Muhammad Budyatna, 2011)

a. Strategi wortel terurai

Strategi wortel terurai atau *dangling carrot strategies* berupa pemberian imbalan oleh komunikator kepada pihak lain. Strategi ini berasumsi bahwa komunikator dapat meningkatkan probabilitas untuk memperoleh respons yang diinginkan apabila komunikator memberikan kepada seseorang imbalan. Hakikat dari strategi ini terdapat dalam berbagai bentuk, yaitu berupa objek atau benda yang nyata maupun berupa jasa.

Tujuan dari strategi ini adalah untuk mengubah Tingkat, arah dan substansi mengenai perilaku-perilaku dan memperkuat *reinforce*. Dua prosedur dasar bagi implementasi strategi wortel terurai adalah dengan menciptakan rangkaian-rangkaian *stimulus-respons-reward* dan menghasilkan pengembangan strategi wortel pada orang lain.

b. Strategi pedang tergantung

Strategi pedang tergantung didasarkan pada asumsi bahwa komunikator akan mengulang perilaku yang sama dengan perilaku yang menyebabkan dirinya diberi imbalan. Sedangkan komunikator yang hendak mengurangi probabilitas respons yang tidak diinginkan akan berlindung pada strategi pedang tergantung. Strategi ini merupakan hukuman. (Muhammad Budyatna, 2011)

Strategi pedang tergantung ini mirip dengan strategi wortel, karena efektivitas kedua strategi ini bergantung kepada apakah responden merasakan adanya keuntungan atau manfaat pribadi dengan memberikan respons yang diinginkan pengendali. Taktik utama dari pengendalian strategi pedang ialah memicu strategi-strategi komplementer dari responden.

c. Strategi katalisator

Strategi kendali katalisator ini terjadi dimana seseorang mencoba memancing untuk mendapatkan respons yang sesuai dengan apa yang dia inginkan, tetapi sebaliknya bukan memberikan imbalan atau hukuman seperti pada kedua strategi sebelumnya. Komunikator sekedar mengingatkan kepada yang bersangkutan akan suatu tindakan yang dapat diterima dan diinginkan oleh yang bersangkutan. Metode ini bergantung kepada keefektifan menjadikan individu berperilaku berdasarkan kesadarannya sendiri tanpa harus diberikan imbalan atau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hukuman baginya. Komunikator harus membekali dengan pesan atau informasi yang membangkitkan semangat untuk memicu proses ini, tetapi individu sebagian besar bertindak atas kemauan sendiri. (Muhammad Budyatna, 2011)

d. Strategi kembar siam

Strategi kembar siam bukan bertujuan untuk menciptakan suatu hubungan yang diinginkan melainkan merupakan hasil dari suatu hubungan yang sudah terbentuk. Strategi ini hanya dapat diimplementasikan pada hubungan yang telah terbina dalam arti kedua belah pihak sangat bergantung satu sama lain. Mereka yakin bahwa kebahagiaan hanya dapat tercapai apabila mereka satu sama lain tetap menjalin hubungan dan mereka saling bergantung guna mendapatkan kepuasan pribadi.

Karena memelihara hubungan antara kedua individu merupakan prioritas komunikasi yang utama, maka seringkali mereka mengorbankan tujuan pribadi jangka pendek. Terdapat dua syarat hubungan yang menyebabkan keberhasilan strategi kembar siam yaitu: *Pertama*, adanya tingkat ketergantungan yang tinggi antara para komunikator (dalam komunikasi antarpribadi kedua partisipan disebut komunikator). *Kedua*, tidak seorang pun dari keduanya lebih berkuasa terhadap yang lain. (Muhammad Budyatna, 2011)

e. Strategi dunia khayal

Strategi dunia khayal mengandalkan pada ilusi dan khayalan pada perasaan-perasaan yang ditimbulkan sendiri mengenai kendali. Khayalan-khayalan ini dapat memberikan semacam hiburan atau ketenangan dari perasaan cemas, tetapi memiliki dasar realitas yang tidak seberapa dan tidak cukup untuk menggantikan suatu strategi kendali. Komunikator yang menggunakan strategi ini sulit menerima keterbatasan kemampuannya untuk mendapatkan respons yang diinginkan. Akhirnya mereka sering menghabiskan waktu untuk sekedar mengkhayal.

Taktik yang digunakan oleh pengguna strategi dunia khayal yaitu mengabaikan respons-respons yang tidak diinginkan. Taktik lainnya adalah memutarbalikkan respon yang tidak diinginkan dengan memberikan penafsiran yang positif (Muhammad Budyatna, 2011)

Mengukur keberhasilan strategi komunikasi sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan efektif dan



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendukung pencapaian tujuan suatu komunikasi. Berikut beberapa indicator ataupun metode untuk mengukur strategi komunikasi

1. Evaluasi Berbasis Tujuan (Goal-Based Evaluation)
  - a. Menetapkan tujuan komunikasi yang spesifik dan terukur, seperti peningkatan kesadaran merek, perubahan sikap, atau peningkatan partisipasi audiens.
  - b. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil aktual dengan tujuan yang telah ditetapkan.
  - c. evaluasi strategis harus menjadi bagian integral dari proses manajemen komunikasi untuk menilai kontribusinya terhadap pencapaian misi dan strategi organisasi.
2. Survei Kepuasan dan Umpan Balik Audiens
  - a. Mengumpulkan data dari audiens melalui survei atau wawancara untuk menilai persepsi mereka terhadap efektivitas komunikasi.
  - b. Misalnya, survei kepuasan pelanggan atau karyawan dapat memberikan wawasan tentang seberapa baik pesan diterima dan dipahami.
  - c. Salah satu studi menunjukkan bahwa persepsi efektivitas komunikasi oleh audiens memberikan wawasan penting tentang keberhasilan strategi implementasi.
3. Analisis Media dan Citra Merek
  - a. Menggunakan alat analisis media untuk memantau eksposur pesan di berbagai saluran komunikasi.
  - b. Mengukur perubahan dalam citra merek atau persepsi publik terhadap organisasi setelah kampanye komunikasi.
  - c. Strategi komunikasi yang efektif dapat diukur melalui survei kepuasan, analisis umpan balik karyawan, dan pengukuran citra merek (Bachtiar et al., 2024)

### 2.1.3 Stand Up comedy

Terdapat perbedaan pendapat terkait sejarah awal *Stand Up Comedy* muncul di dunia. Beberapa peneliti *Stand Up Comedy* menyebutkan bahwa *stand up comedy* dimulai di Amerika pada Tahun 1800-an. Sejarah awal *stand up comedy* berasal dari Amerika di tahun 1800-an di Amerika yang saat itu masih berwujud pertunjukan teater dan salah satu yang pernah tercatat adalah yang bernama The Minstrel Show (Papana Ramon, 2016)

Artemus Ward memiliki nama asli Charles F. Browne, memulai karir sebagai wartawan di Cleveland Plain-Dealer, dan pada Januari 1858, Ward menerbitkan surat-surat lucu. Pada 26 November 1861, Artemus Ward menampilkan sebuah pertunjukan komedi tunggal





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan judul “Babes in The Wood”. Aksi komedi Ward menjadi terkenal dan beberapa sejarawan menyebut konsep terobosannya sebagai lahirnya *stand up comedy*.

Setelah era Artemus Ward, muncul nama Mark Twain yang membuka seminar melancholy comedy pada Tahun 1869. Mark Twain dikenal dengan buku buku dan artikel-artikel yang bagus, dan hal tersebut membuatnya berhasil melakukan tur ke Amerika Serikat, Kanada, Inggris, Australia, Italia, Jerman, Selandia Baru, Afrika Selatan, Austria, India, dan Hongaria. Delapan puluh delapan tahun setelah kematiannya, Center Kennedy, mulai menganugerahkan penghargaan Mark Twain tahunan, dikarenakan Mark Twain merupakan individu yang telah membuat dampak komedi yang signifikan pada budaya Amerika.

Kemudian muncul nama Bert Williams. Beberapa orang menyebut Bert Williams sebagai pelawak kulit hitam pertama di Amerika. Bert Williams dikenal sebagai pelawak pantomime. Williams juga melakukan tur di Amerika Serikat pada Tahun 1893 dalam melakukan pertunjukan musikal orisinal, dan merupakan penulis, sutradara, dan membintangi film bisu pendek untuk Biograph Studios. Aksi Bert Williams terdiri dari lagu, tarian, pantomim, dan beberapa cerita komedi yang disebut sebagai “lies”.

Pada Tahun 1902, muncul nama Will Rogers atau biasa disebut dengan “Cherokee Kid”. Rogers adalah penduduk asli Amerika yang bermain koboi, dan memulai karirnya melalui pertunjukan Wild West. Pertunjukan Wild West merupakan pameran yang terinspirasi dari sirkus yang berfokus menampilkan aksi berbasis barat seperti; penunggang kuda, penembak jitu, bucking bronco, koboi, dan demonstrasi lasso. Selama bertahun-tahun, Rogers memasukkan lebih banyak unsur komedi ke dalam aksi tipuan talinya. Kemudian, Rogers mulai memberanikan dirinya menjadi legenda komedi verbal dengan country boy style dan ciri khas mengunyah permen karet saat tampil.

Satu tahun sebelum kematiannya, Rogers menjadi komedian pertama untuk menjadi tuan rumah Academy Awards Ceremony. Hal tersebut membukakan pintu untuk pertunjukan yang didambakan para komedian hingga 2018, seperti Kevin Hart, Richard Pryor, Jerry Lewis, Chris Rock, dan komedian lainnya yang merupakan komika ternama hingga sekarang.

*Stand Up Comedy* adalah sebuah acara komedi yang dibawakan seorang pelawak di atas panggung kemudian melakukan monolog di depan audiensnya dan menyampaikan suatu topik atau materi (Ramon, 2012). Seseorang yang melakukan *Stand Up Comedy* disebut sebagai comic. *Stand Up comedy* pada awalnya muncul pada abad ke 18 di



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Eropa dan Amerika. Para komika biasanya membawakan materi yang berisikan cerita humor, lelucon pendek, kritik-kritik berupa sindirian terhadap sesuatu yang bersifat cenderung dengan menggunakan Gerakan tubuh ataupun gaya. Bahkan beberapa komika ada juga yang menggunakan alat tambahan untuk menyampaikan materi Ketika di atas panggung (Kurniati, 2019).

Perkembangan *Stand Up Comedy* terjadi di awal tahun 2000an diawali oleh almarhum Taufik Savalas melalui acara “comedy café” dan juga acara Ramon Papana selaku pemilik Comedy Café. Mulanya acara ini kurang disambut oleh masyarakat akan tetapi, kegiatan berupa workshop tentang *stand Up comedy* dan open mic ini secara terus menerus dilakukan oleh Ramon Papana sehingga memberikan dampak positif untuk perkembangan *stand Up comedy* di Indonesia (Astuti et al., 2023).

Sekarang stand-up comedy kembali mencuat di dunia entertainment Indonesia, dimana pada saat sekarang ini stand-up comedy di Indonesia di angkat oleh Raditdya Dika & Pandji Pragiwaksono yang bekerjasama dengan Kompas Tv. *Stand Up Comedy Indonesia* (SUCI) adalah ajang kompetisi *stand Up comedy* yang diikuti oleh pelawak tunggal berbakat melalui hasil seleksi dari seluruh wilayah di Indonesia yang diselenggarakan oleh Kompas TV. Berbeda dengan *Stand Up Comedy Show* yang ditayangkan oleh Metro TV yang berformat acara hiburan. Acara *Stand Up Comedy Indonesia* Kompas Tv memiliki tagline “Let's Make Laugh!” (Strategi Komunikasi Pemasaran *Stand Up Comedy Indonesia* (SUCI)

*Stand Up comedy* merupakan seni berbicara yang lebih dominan untuk menghibur dan mengedukasi, hal itu karena komedi yang baik adalah menghibur dengan tersisip pesan moral di dalamnya. Tidak hanya sekedar melucu, namun juga memberi informasi dan mengedukasi. *Stand Up comedy* merupakan keresahan yang dilucukan, bukan hanya cerita-cerita humor dari teman ke teman, melainkan apa yang menjadi keresahan kemudian diberi unsur-unsur komedi di dalamnya.

Materi untuk *stand Up comedy* berasal dari pengalaman dan pengamatan komedian terhadap dunianya sendiri dan dunia di sekitarnya. Ia mengamati berbagai hal di sekelilingnya dan kemudian dengan nada jenaka mengkomunikasikan temuannya kepada hadirin. Panji juga menjelaskan bahwa komedian itu sensitif dan harus selalu memperhatikan perkembangan terkini (Pandji, 2012).

Dalam *stand up comedy* para comika harus mengetahui dan menguasai Teknik-teknik yang ada di *stand Up comedy*, yang berfungsi



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mempermudah para komika dalam menyampaikan materi di depan penonton ataupun audiens diantaranya yaitu:

- a. *Rule Of Three*  
*Rule of three* adalah teknik penggunaan tiga kalimat, dua kalimat awal digunakan sebagai set up, satu kalimat terakhir digunakan sebagai punchline.
- b. *One liner*  
*One liner* adalah bit singkat yang hanya terdiri dari satu sampai tiga kalimat.
- c. *Act out*  
*Act out* adalah menunjukkan dengan gerakan. *Act out* sering digunakan dalam Stand Up Comedy karena mudah dan keberhasilan tinggi.
- d. *Impersonation*  
*Impersonation* adalah menirukan sosok yang sudah terkenal atau menirukan penampilan comic lain. Teknik ini biasanya mengambil gaya bicara, gerakan, atau kata-kata khas.
- e. *Roasting*  
*Roasting* adalah memanaskan dan mencela orang lain. Biasanya comic melakukan roasting kepada comic lain, dewan juri, atau tokoh terkenal.
- f. *Riffing*  
*Riffing* adalah mengajak penonton untuk berinteraksi. Biasanya menjadikan penonton sebagai objek joke.
- g. *Comparisons*  
*Comparisons* adalah joke dengan membandingkan sesuatu dengan suatu yang lainnya. Punchline terletak pada perbedaan sesuatu yang dibandingkan tersebut.
- h. *Simile*  
*Simile* adalah memperjelas sesuatu dengan melambangkan penggambaran seperti hal lain (ibarat)
- i. *Observation*  
*Observation* adalah menyampaikan materi dengan cara menunjukkan betapa gila kehidupan sehari-hari kita atau keanehan orang-orang di kehidupan kita sehari-hari.
- j. *Call back*  
*Call back* adalah teknik yang menggunakan punchline dari set up yang sudah disampaikan dulu, untuk set up lain beberapa bit berikutnya. Biasanya punchline yang digunakan sebagai call back adalah punchline yang paling lucu. Dan Call back sering digunakan untuk penutup. Tapi call back juga tidak harus ditaruh diakhir.



k. *Heckler handling*

*Heckler Handling* adalah teknik perubahan *heckler* (gangguan) menjadi suatu joke yang bertujuan untuk mengundang menyuruh diam tawa dan pengganggu. (Muhammad, 2017)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.3 Kerangka Berfikir

Guna mengarahkan penelitian ini agar tepat pada sasaran, peneliti menyajikan dalam bentuk tabel kerangka pikir agar pembaca dapat memahami dengan baik untuk melanjutkan pembahasan yang akan dilakukan. Ada beberapa indikator dalam strategi komunikasi Stand Up Indo Pekanbaru.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir Penelitian**



Sumber: Olahan Penulis, Januari 2025

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berfikir dan bertindak dalam melakukan suatu penelitian. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi atau pengukuran. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif, adapun metodologi penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Theresiana & Setyanto, 2019).

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan sanggar stand up indo pku tepatnya di sintesa space Jl. Duyung No.3, Tengkerang Barat, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau 28122. Stand up indo Pekanbaru adalah sebuah komunitas stand up yang menjadi wadah para komika untuk menyalurkan komedi-komedi agar didengar oleh para penonton. Adapun alasan dipilihnya lokasi penelitian ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi komika stand up indo Pekanbaru dalam menghibur para penonton. Adapun waktu dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu dilakukan sejak bulan Januari hingga April 2025.

### 3.3 Sumber Data Penelitian

#### 3.3.1 Sumber Data Primer

Menurut Arikunto (2013) Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh peneliti langsung dari sumber informan dan wawancara komika stand up indo Pekanbaru (Tambunan & Simanjuntak, 2022).

#### 3.3.2 Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumentasi, arsip, dan bahan lainnya yang dapat dijadikan bukti atau penguat dari fenomena yang diteliti.





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang paling memahami informasi tentang penelitian sebagai pelaku atau orang lain yang memahami objek penelitian. Dalam penelitian ini untuk menentukan siapa saja yang akan menjadi informan, peneliti menggunakan teknik purposive, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Informan penelitian terdiri dari dua bagian, yakni informan kunci atau inti dan informan pendukung.

**Tabel 3.1 Daftar Nama Informan**

No.	Nama	Keterangan
1.	BIMA YULIO SETIAWAN	KOMIKA STAND UP INDO PEKANBARU
2.	FRANS STICKER	KOMIKA STAND UP INDO PEKANBARU
3.	ADRIANSAH P.N BATU BARA	KOMIKA STAND UP INDO PEKANBARU
4.	RAGIL CATUR KUNCORO	KOMIKA STAND UP INDO PEKANBARU

Sumber: Olahan Penulis, januari 2025

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menemukan data yang valid berdasarkan permasalahan yang akan diteliti. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini, adalah:

#### a. Wawancara

Menurut Meleong, wawancara adalah aktivitas percakapan dengan maksud tertentu yang dapat dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yaitu orang yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yaitu orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Wawancara juga merupakan sebuah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan dari sebuah penelitian dengan melakukan Tanya jawab antara pewawancara dan yang diwawancarai. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara langsung (tatap muka) dan juga secara daring social media (whatsapp) (Yusra et al., 2021).

#### b. Observasi

Observasi Karl Weick merupakan sebuah observasi perilaku yang terjadi antara stakeholders dengan tujuan-tujuan yang empiris. Observasi dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang turun lapangan dan mengamati secara langsung terhadap suatu objek untuk mengetahui lebih dekat dengan fenomena yang akan diteliti. Observasi ini sendiri dilakukan



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk dapat mengetahui strategi komunikasi komika stand indo Pekanbaru dalam menghibur penonton (Tanujaya, 2017).

### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah dokumen yang membantu peneliti dalam mengumpulkan data, dengan membaca surat pengumuman, notulensi rapat, pernyataan tertulis kebijakan, dan dokumen yang didalamnya terdapat nilai nilai yang dianut oleh objek peneliti (Prasanti, 2018).

### 3.6 Validasi Data

Validasi data merupakan hasil kecocokan dari fenomena yang terjadi dengan apa yang di amati oleh peneliti. Validasi data disebut juga dengan keabsahan data sehingga instrument yang digunakan dapat diyakini kebenarannya.

Adapun dalam penelitian ini, untuk mendapatkan hasil data yang akurat, ada berbagai cara yang dapat dilakukan, salah satunya yaitu triangulasi. Menurut Moleong, Triangulasi merupakan teknik yang digunakan dalam memeriksa keabsahan data yang menggunakan sumber lain sebagai pembanding, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik, teori dalam penyidikan secara kualitatif. Triangulasi yang digukan bertujuan sebagai pembanding dari data yang didapatkan dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi data dokumentasi (Budiman & Parandani, 2018).

Dalam penelitian ini untuk menguji validasi data yang akan digunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil data penelitian dilakukan oleh peneliti yang diperoleh dari narasumber satu dengan lainnya, kemudian dibandingkan antara sumber satu dengan sumber lainnya.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Dalam penelitian deskriptif ini, peneliti menggunakan model Miles dan Humbermen dalam buku “Metode Penelitian Kualitatif” yang meliputi: (Hidayat, 2007)

#### 1. Pengumpulan Data

Data yang didapat peneliti dikumpulkan berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah dipaparkan diatas melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

#### 2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yag tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan dan verifikasi.

#### 3. Penyajian Data

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Data data yang diperoleh langsung dilapangan berupa hasil wawancara, dokumentasi, dan penelusuran data online akan dianalisis sesuai dengan teori yang telah dipaparkan sebelumnya.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan merupakan hal yang paling penting dalam setiap penelitian dimana kesimpulan sendiri merupakan hasil dari apa yang peneliti cari dalam sebuah penelitian yang didasarkan pada penggabungan informasi yang disusun secara tepat dalam penyajian data.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### 4.1. Profil Stand Up Indo Pekanbaru



**Gambar 4.1 Logo komunitas Stand up indo pekanbaru**

Perkembangan dan popularitas *Stand Up Comedy* yang terus berkembang membuat banyak Kalangan Masyarakat Pekanbaru tertarik untuk mempelajari *Stand Up Comedy* dan menjadi seorang pelaku *Stand Up Comedy* atau disebut dengan *comic*. Dengan adanya beberapa *comic* yang muncul di Pekanbaru, *comic-comic* tersebut tidak bergerak sendiri dalam kegiatan *Stand Up Comedy*, para *comic* ini membentuk sebuah komunitas yang bernama Stand Up Indo Pekanbaru. Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru adalah komunitas yang mewadahi orang-orang di Pekanbaru yang mencintai seni lawakan komedi seperti *Stand Up Comedy*.

Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru pada awalnya terbentuk pada tanggal 4 November 2011, pada hari tersebut dilakukannya *open mic* pertama Stand Up Indo Pekanbaru yang berlokasi di Plasa Soto. Stand Up Indo Pekanbaru pada awal berdiri hanya beranggotakan 9 orang, namun pada saat sekarang ini Stand Up Indo Pekanbaru sudah beranggotakan kurang lebih 50 orang yang resmi terdaftar sebagai anggota komunitas Stand Up Indo Pekanbaru dengan rentang usia 18- 35 tahun dan berasal dari latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda di antaranya yaitu mahasiswa, wiraswasta, pegawai sipil, *content creator* dan lain sebagainya.

Tujuan utama komunitas Stand Up Indo Pekanbaru yaitu menjadi wadah untuk membentuk kemampuan *comic* dalam mendalami dan mempelajari tentang *Stand Up Comedy* dan juga menjadi wadah para *comic* untuk mengelola *event Stand Up Comedy* yang baik yang di lakukan oleh komunitas langsung ataupun berkolaborasi dengan pihak lainnya yang menjalin kerja sama langsung dengan *Stand Up Indo Pekanbaru*.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru juga telah mengadakan beberapa event yang juga mengundang *comic* terkenal seperti Praz Teguh, Mamat al-katiri, Indra Frimawan, Ridwan Remin dan beberapa *comic* terkenal Indonesia lainnya. Tidak kalah dengan para *comic* terkenal, bahkan beberapa *comic* Stand Up Indo Pekanbaru juga menunjukkan prestasi yang baik diantaranya dengan tampil dan mengikuti audisi nasional yang diadakan oleh KOMPAS TV seperti acara *Stand Up Comedy* Indonesia (SUCI), SOMASI, STAND UP JAMBORE dan beberapa dari mereka menjuarai beberapa event nasional tersebut. Hal tersebut menandakan perkembangan yang baik pada komunitas Stand Up Indo Pekanbaru, memiliki kualitas yang dapat bersaing dengan *comic* dari komunitas *Stand Up Comedy* lainnya yang ada di Indonesia.

Adapun *base camp* Stand Up Indo Pekanbaru sekarang yaitu di Sintesa Space yang berada di jalan Duyung No.3, Tengkerang Barat, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau 28122. Disana lah komunitas Stand Up Indo Pekanbaru melakukan kegiatan Bersama para *comic* seperti *open mic*, *combud* ataupun hanya sekedar nongkrong ataupun berdiskusi dengan anggota komunitas yang lainnya. (Muhammad, 2017)

## 4.2. Kegiatan Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru

### 4.2.1. Open mic Stand Up Indo Pekanbaru

*Open mic* merupakan kegiatan yang dibuat oleh komunitas Stand Up Indo Pekanbaru, yang disajikan sebagai ajang latihan bagi para komedian untuk mencoba materi yang baru saja mereka tulis atau bagi mereka yang ingin mencoba *stand up Comedy*. Semua materi yang dikirimkan harus asli dan tidak boleh diganti tanpa izin. *Open mic* dilakukan seminggu sekali pada sabtu malam di Sintesa Space yang berada di jalan Duyung No.3 Tangkerang Barat Silakan datang dan kunjungi kami.

Dari sini, komunitas akan menarik anggota baru yang berbakat di dunia seni komedi solo. *Open mic* biasanya diadakan di kafe, bar, dan lokasi umum lainnya dengan penonton kecil. *Open mic* dapat dianggap sebagai laboratorium komedi bagi para komedian. *Open mic* juga digunakan sebagai acara latihan dan uji coba bagi para komedian untuk mengasah keterampilan mereka sebelum tampil di panggung yang lebih besar atau di sebuah acara. (Stand Up Indo Pekanbaru, Open Mic, 2025)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 4.2 kegiatan *open mic***

Sumber: instagram stand up indo Pekanbaru

**4.2.2. Sanggar komedi**

Sanggar komedi merupakan ajang untuk belajar menulis materi *stand up comedy* yang di lakukan dan di dampingi langsung oleh para *comika* komunitas Stand Up Indo Pekanbaru. Kegiatan ini bertempat di Lokasi yang strategis untuk penyampaian materi, dalam waktu belakangan ini sanggar komedi di lakukan di Tjokro Hotel pekanbaru pada tanggal 30 November 2024.

Sanggar komedi ini tidak hanya di peruntukkan kepada para *comika* namun juga difasilitasi untuk orang-orang yang ingin belajar dan mengetahui bagaimana cara menulis *jokes*, menggali ide dalam penulisan serta mempelajari tekni yang terkandung di dalam *stand up comedy* dan juga di akhir sesi para peserta sanggar komedi bisa langsung mempraktekan bagaimana cara penyampaian materi *stand up comedy* langsung di depan para peserta sanggar komedi. (Stand Up Indo Pekanbaru, Sanggar Komedi Kelas Menulis, 2024)



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 4.3 Sanggar komedi**

Sumber: Instagram stand up indo Pekanbaru

**4.2.3. Pahala dalam tawa**

Pahala dalam tawa merupakan suatu segmentasi *podcast* yang di taja langsung oleh anggota komunitas stand up indo Pekanbaru yang di lakukan Ketika bulan puasa *Ramadhan*. Kegiatan ini biasanya di siarkan langsung di *youtube* Stand Up Indo Pekanbaru yang bertujuan untuk mengisi waktu kosong di sore hari Ketika bulan *Ramadhan* (ngabuburit).

Biasanya di akhir bulan *Ramadhan* kegiatan pahala dalam tawa akan dilakukan secara langsung di tempat seperti *café*, *ballroom* dan lain sebagainya dengan rangkaian acara seperti berbuka Bersama, *tausiyah*, penampilan *stand up comedy* dari para *comika*. (Stand Up Indo Pekanbaru, *Pahala Dalam Tawa*, 2025)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 4.4 Pahala Dalam Tawa**

Sumber: Instagram stand up indo Pekanbaru

**4.2.4. Stand Up nite**

Stand Up Nite (SUN) merupakan event komersil yang digagas oleh komunitas Stand Up Indo yang sifatnya berbayar. Event tersebut merupakan wujud untuk menjadikan *stand up comedy* sebagai suatu profesi. Stand Up Nite merupakan event besar tahunan yang diadakan dalam rangka merayakan ulang tahun komunitas Stand Up Indo Pekanbaru, begitu juga dengan komunitas *stand up comedy* lainnya di kota lainnya. Format acara di dalam Stand Up Nite juga dikemas dengan sangat menarik dan bervariasi, tergantung kreatifitas dan inovasi yang dibuat oleh komunitas tersebut di setiap tahunnya, dari komedi tunggal (komtung) hingga *improve comedy*.

Di dalam acara ini komunitas juga mengajak beberapa korporasi untuk mengambil bagian sebagai sponsor acara. Biasanya Stand Up Nite diadakan di ballroom hotel. Event tahunan tersebut juga menampilkan komika dengan kualitas yang mumpuni dan juga jam terbang yang sudah banyak di Stand Up Indo PKU. (*Stand Up Indo Pekanbaru, Stand Up Nite, 2025*)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.5 Stand Up Nite



Sumber: instagram stand up indo Pekanbaru



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi komika Stand Up Indo Pekanbaru dalam menghibur penonton, dapat disimpulkan bahwa:

1. Mengetahui khalayak, komika perlu mengetahui khalayaknya dengan baik agar materi yang disampaikan dapat diterima dan mengundang tawa secara efektif. Untuk itu, komika biasanya melakukan riset terlebih dahulu mengenai latar belakang audiens, seperti rentang usia, profesi, hingga jenis acara yang dihadiri. Informasi ini menjadi dasar penting dalam menyesuaikan materi, baik dari segi topik, gaya penyampaian, maupun jenis humor yang digunakan. Penyesuaian ini membantu komika menciptakan keterhubungan yang lebih kuat dengan penonton dan menghindari potensi kesalahpahaman atau ketidaksesuaian dalam menyampaikan materi.
2. Menyusun pesan, dalam materi komedi dimulai dari sumber utama yaitu keresahan pribadi, pengalaman hidup, dan observasi sosial. Komika menggali hal-hal yang dekat dengan keseharian, seperti kegelisahan terhadap rutinitas, dinamika keluarga, percintaan, atau bahkan fenomena sosial yang sedang hangat. Dari hal-hal ini, mereka merangkai materi yang terasa autentik dan dapat dikaitkan oleh banyak orang. Struktur materi tersebut biasanya dibangun dalam bentuk set-up dan punchline. Set-up berfungsi sebagai pengantar atau latar belakang cerita, seringkali berupa situasi yang tampak biasa atau serius. Punchline kemudian hadir sebagai kejutan lucu yang memutarbalikkan ekspektasi dan menghadirkan tawa.
3. Menentukan tujuan, Tujuan utama komika bukan sekadar menghibur, tetapi juga menyampaikan pesan moral atau kritik sosial lewat candaan. Di balik tawa penonton, ada kesadaran bahwa humor menjadi jembatan untuk menyampaikan hal-hal serius dengan cara yang lebih ringan dan mudah diterima. Tawa pun menjadi tanda bahwa audiens memahami dan menerima pesan yang disampaikan.
4. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan, Komika Stand Up Indo Pekanbaru menyampaikan materi dengan teknik stand-up yang beragam seperti *riffing*, *act-out*, *impersonation*, *one-liner*, dan *callback*. Mereka tampil di *open mic*, *event stand-up*, serta aktif di media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas. Dalam penyampaian, mereka efektif memadukan teknik *redundancy* dan *canalizing*, serta mengangkat storytelling dan bahasa lokal untuk membangun kedekatan dengan penonton. Materi yang dibawakan bersifat informatif, persuasif, dan edukatif. Media sosial juga dimanfaatkan sebagai alat branding dan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penyebaran karakter komedi, mencerminkan peran penting media dalam membentuk persepsi publik di era digital.

### 6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran peneliti sebagai berikut:

1. Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru diharapkan rutin mengadakan pelatihan komunikasi intensif, evaluasi pasca-penampilan, dan program pendampingan mentor untuk membantu komika baru membangun persona, materi, dan ritme penyampaian.
2. Komika disarankan memahami karakter audiens, mengeksplorasi gaya dan jenis humor sesuai kepribadian, serta menjadikan penampilan kurang berhasil sebagai evaluasi untuk memperbaiki materi dan strategi komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisty Permata Maharani, F. M. R. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI AREA MANAGER JAWA TENGAH DALAM MENINGKATKAN KNERJA AGENT RELATIONSHIP OFFICER OTO.COM CABANG SOLO COMMUNICATION. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.  
[http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Alferdo Satya Kurniawan. (2021). *Analisis Strategi Komunikasi Radio Andika 105,7 FM Kediri Dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram*. 6.
- Annisa, U. (2020). Miss STRATEGI KOMUNIKASI PIMPINAN BIRO ADMINISTRASI PIMPINAN SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI RIAU DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI 1Annisa,. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 2(4).
- Anwar, A. (1982). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Armico.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM GENRE (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Program GenRe kepada Remaja Untuk Menjadi PS (Pendidik Sebaya) dan KS (Konselor Sebaya) PIK KRR di Kab. Wonogiri)*. 2, 6.
- Asri, I. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administasi Kemennterian Agama RI. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 267–285.  
<https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2615>
- Astuti, M., Ginting, E., & Azarkasyi, B. (2023). Komunikasi Cerdas Komika Pada Penonton Dalam Penyampaian Materi Stand Up Comedy (Studi Padakomunitas Stand Up Comedy Palembang) Intelligent Communication Of Comics To The Audience In The Delivery Of Stand Up Comedy Material (Study On Stand Up Comedy Commu. 01, 02, 55–69.  
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom>
- Bachtiar, A., Barizki, R. N., & Pranawukir, I. (2024). *Strategi Komunikasi Efektif Dalam Menjalin Hubungan Baik dengan Stakeholder Korporat dan Politik*. 11(April), 96–113.
- Budiman, A. S., & Parandani, X. A. (2018). Uji Akurasi Klasifikasi Dan Validasi Data Pada Penggunaan Metode Membership Function Dan Algoritma C4 . 5 Dalam. *Jurnal SIMETRIS*, 9(1), 565–578.
- Cangara, H. (2013). No Title. In *Perencanaan dan strategi komunikasi* (p. 33). Raja Grafindo Persada.
- Chandra, M. F., & Azka, Z. N. (2022). Strategi Komunikasi Box2Box Media Network Dalam Persaingan Industri Podcast Di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 60–66.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hakipta milik UIN Suska Riau

Stateslamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

<https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/4820>

Dany Beler. (2024). *Bikin materi stand up dari nol*. Dany Beler.

[https://www.youtube.com/watch?v=TiGGRFQDusA&ab\\_channel=DanyBeler](https://www.youtube.com/watch?v=TiGGRFQDusA&ab_channel=DanyBeler)

Fikruzzaman, D. (2022). Strategi Komunikasi Aparat Desa Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat ( Studi Kasus Pembinaan Kegiatan Usaha Ekonomi Produktif Desa Cinangka Kecamatan Ciampea ). *Jurnal Oratio Directa*, 4(1), 708–719.

<http://www.ejurnal.ubk.ac.id/index.php/oratio/article/view/217%0Ahttps://www.ejurnal.ubk.ac.id/index.php/oratio/article/download/217/155>

Hasan, A. F., Sarwani, S., & Ramadhani, M. M. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI RADIO dBs 101,9 FM BANJARMASIN DALAM MENARIK PARTISIPASI PENDENGAR PADA PROGRAM REQUEST LAGU. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).

<https://doi.org/10.31602/jm.v4i1.4939>

Hidayat, A. A. (2007). *Metode penelitian keperawatan dan teknik analisis data*. 1(2), 1–208.

Ilham, R., & Samatan, N. (2021). Retorika Stand Up Comedy dan Public Speaking Komunitas Stand Up Indo Lampung. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(1), 17–24.

<https://doi.org/10.24076/pikma.v4i1.583>

Kurniati, I. A. (2019). Stand Up Comedy, Retorika Generasi Milenial. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 29–43.

<https://doi.org/10.33822/jep.v1i02.955>

Kusuma, Y. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi dalam Berkomunikasi. *Journal: Sudut Pandang*, 2(1), 1–5.

Makmur Jaya, & Rita Zahara. (2022). Hiburan Media (Teori Teori Universal Hiburan Media , Hiburan Sebagai Mesin Emosi, Hiburan Sebagai Komunikasi, Teori Hiburan Interaksi). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(1), 71–87. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i1.237>

Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE DI KEDAI DIGITAL 8 SOLO (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran). *Surakarta Management Journal*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329>

Muhammad Budyatna. (2011a). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. kencana prenada media group.

Muhammad Budyatna. (2011b). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. kencana prenada media group.

Muhammad Budyatna. (2011c). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. kencana prenada media group.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Muhammad Budyatna. (2011d). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. kencana prenada media group.
- Muhammad Budyatna. (2011e). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. kencana prenada media group.
- Muhammad, O. and N. N. (2017). Gaya Komunikasi Comic Komunitas Stand Up Indo PKU Pekanbaru. *Jom Fisip*, 4(1).  
<https://www.neliti.com/publications/115783/gaya-komunikasi-comic-komunitas-stand-up-indo-pku-pekanbaru>
- Mukaromah, R. R. O. (2020). Pemanfaatan Tren Artis Nyaleg Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Stand-Up Comedy “Pragiwaksono World Tour.” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 69–87.  
<https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.477>
- Nur Hayati, U., Minamas, P., & Subandi. (2024). Teori Komunikasi Dalam Supervisi Pendidikan. *Jma*, 2(5), 3031–5220.
- Pandji, P. (2012). *Merdeka Dalam Belajar*. Bentang.
- Papana Ramon. (2016). *Buku Besar Stand Up Comedy*. PT. Elex Media Komputindo.
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Puspasari, N. A., & Hermawati, T. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(1), 1–8.
- Puspitanita, Y. I., & Vanel, Z. (2021). Strategi Komunikasi Pasar Payungi Dalam Membangun Image Pasar Kreatif. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 197–210. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1604>
- Ramon, P. (2011). *THE BASIC OF STAND UP COMEDY : PROGRAM MENTORING FINALIS AUDISI STAND UP COMEDY INDONESIA KOMPAS TV*. Comedy Cafe/ Indonesia Stand Up Comedy Club.
- Ramon, P. (2012). *Kiat Tahap Awal Belajar Stand UP Comedy*. Media Kita.
- Sagita, F., Riyanto, A., & Aulia, A. (2023). Strategi Penciptaan Humor Stand Up Comedy dalam Channel Youtube Pandji Pragiwaksono World Tour dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27259–27268.
- SANGGAR KOMEDI, *KELAS MENULIS STAND UP COMEDY*. (n.d.).  
INSTAGRAM STAND UP INDO PEKANBARU.  
[https://www.instagram.com/p/DCwQ7-MSsL/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DCwQ7-MSsL/?img_index=1)
- Saragih, K. R. M., Purba, F., & Sipayung, T. (2021). Strategi Komunikasi Penyiar Radio KARINA Pematangsiantar Dalam Program Nostalgia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 3(2), 187–195. <https://doi.org/10.36985/x0p4kg07>
- Shansis, Y. T., & Ratna, V. (2019). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Meningkatkan Penjualan Produk Vivelle Di Shan Hair Beauty Care. *Jurnal Teknik*, 8(1), 1–11.
- Stand Up Indo Pekanbaru, Open Mic*. (2025). INSTAGRAM STAND UP INDO PEKANBARU. [https://www.instagram.com/standupindo\\_pku/p/DIVbyPPS3Js](https://www.instagram.com/standupindo_pku/p/DIVbyPPS3Js)
- Stand Up Indo Pekanbaru, Pahala Dalam Tawa*. (2025). INSTAGRAM STAND UP INDO PEKANBARU. [https://www.instagram.com/standupindo\\_pku/reel/DHbGx11yw5/](https://www.instagram.com/standupindo_pku/reel/DHbGx11yw5/)
- Stand Up Indo Pekanbaru, Sanggar Komedi Kelas Menulis*. (2024). INSTAGRAM STAND UP INDO PEKANBARU. [https://www.instagram.com/p/DCwQ7-MSssL/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/DCwQ7-MSssL/?img_index=1)
- Stand Up Indo Pekanbaru, Stand Up Nite*. (2025). INSTAGRAM STAND UP INDO PEKANBARU. [https://www.instagram.com/standupindo\\_pku/p/DB0-zYFPjF/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/standupindo_pku/p/DB0-zYFPjF/?img_index=1)
- Sudarman, A. (2018). Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 39–58. <https://doi.org/10.15575/cjik.v2i1.5056>
- Sundari, G., & Purba, V. (2020). Podcaster'S Awal Minggu Communication Strategy in Creating Podcast Content on the Spotify. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 3(2), 148–156. <https://doi.org/10.17933/diakom.v3i2.82>
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Tambunan, B. H., & Simanjuntak, J. F. (2022). Analisis Pelaksanaan Kas Kecil (Petty Cash) Pada Pt Deli Jaya Samudera. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 41–48. <https://doi.org/10.36655/jeb.v3i1.701>
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 90–95.
- Teguh Aryawangsa, C., Ali Azhar, M., & Dwita Apriani, K. (2018). Humor sebagai Bentuk Komunikasi Politik di Indonesia (Studi Kasus: Stand-Up Comedy Sammy Notaslimboy Menjelang Pilpres 2014). *Universitas Udayana*, 1, 1–15.
- Theresiana, L., & Setyanto, Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Guten Morgen Coffee Lab and Shop untuk Menarik Konsumen. *Prologia*, 2(2), 392. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3717>
- Tulandi, E. V. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Mengenai Kesehatan Mental. *Jurnal Petik*, 7(2), 136–143. <https://doi.org/10.31980/jpetik.v7i2.1196>
- Utami, I. I., Ilmu, M., Fakultas, L., Budaya, I., Jember, U., & Timur-indonesia, J. (2018). A . *PENDAHULUAN Bahasa sebagai alat komunikasi digunakan manusia jika berinteraksi dengan manusia yang lain . Interaksi sosial akan hidup berkat adanya aktivitas berbicara antaranggota pemakai bahasa .*





## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Manusia akan kesulitan untuk memahami ataupun mengerti. II(2), 219–245.*

Walgunadi, V. V., & Rahmawati, A. (2021). Analisis Wacana Kritik Sosial Dalam Stand Up Comedy Mamat Alkatiri. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1100–1107.

Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino, S. (2021). Pengelolaan Lkp Pada Masa Pendmik Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22.  
<https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>

Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies, Volume 2 N*, 25–37.



UIN SUSKA RIAU

## Lampiran 1

### INSTRUMENT WAWANCARA

#### STRATEGI KOMUNIKASI KOMIKA STAND UP INDO PEKANBARU DALAM MENGHIBUR PENONTON

##### Informan penelitian

1. Bima Yulio Setiawan (komika Stand up Indo Pekanbaru)
2. Frans Sticker (komika Stand Up Indo Pekanbaru)
3. Adriansah P.N Batu Bara (komika Stand Up Indo Pekanbaru)
4. Ragil Catur Kuncoro (komik Stand Up Indo Pekanbaru)

##### 1. Mengenal Khalayak

- Bagaimana Anda memahami karakteristik audiens Anda (latar belakang, usia, minat, dll.)?
- Apakah ada perbedaan dalam pendekatan materi ketika tampil di berbagai jenis acara atau tempat?
- Bagaimana cara Anda menyesuaikan materi dengan budaya dan selera humor audiens di Pekanbaru?
- Apakah Anda melakukan riset atau observasi khusus sebelum tampil untuk mengenali audiens?

##### 2. Menyusun Pesan (Materi)

- Apa yang menjadi sumber inspirasi utama dalam menyusun materi stand-up comedy Anda?
- Bagaimana proses kreatif dalam menyusun set-up dan punchline agar materi bisa diterima dengan baik oleh penonton?
- Bagaimana anda memilih strategi tertentu dalam menyusun materi agar relevan dengan kondisi sosial atau tren terkini?
- Bagaimana Anda menguji materi Anda sebelum ditampilkan di depan umum?
- Apakah Anda mempertimbangkan pesan atau nilai tertentu yang ingin Anda sampaikan melalui komedi Anda?

##### 3. Menentukan Tujuan

- Apakah setiap pertunjukan memiliki tujuan komunikasi yang spesifik, misalnya sekadar menghibur atau menyampaikan kritik sosial?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Se jauh mana Anda mempertimbangkan dampak dari materi yang disampaikan terhadap audiens?
- Bagaimana Anda mengukur keberhasilan Anda dalam mencapai tujuan tersebut?

**4. Menetapkan Metode dan Media**

- Bagaimana Anda memilih teknik penyampaian yang paling efektif untuk suatu materi (misalnya one-liner, act-out, riffing, atau roasting)?
- Bagaimana Anda membangun persona panggung Anda dan menyesuaikannya dengan materi Anda?
- Apakah Anda menggunakan media sosial untuk mendukung strategi komunikasi Anda? Jika ya, bagaimana pengaruhnya terhadap interaksi dengan audiens?
- Se jauh mana media digital (YouTube, Instagram, TikTok) berperan dalam membangun branding sebagai komika?

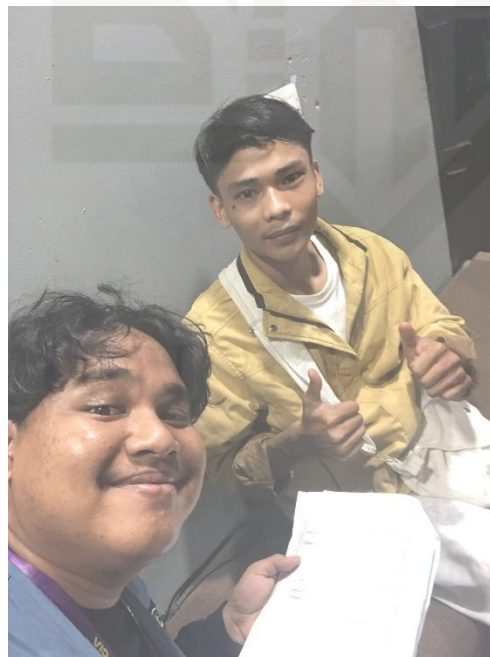


## Lampiran 2

### FOTO DOKUMENTASI



Dokumentasi wawancara Bersama komika Stand Up Indo Pekanbaru bang Frans Sticker



Dokumentasi wawancara Bersama komika Stand Up Indo Pekanbaru bang Adriansah P.N Batu Bara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

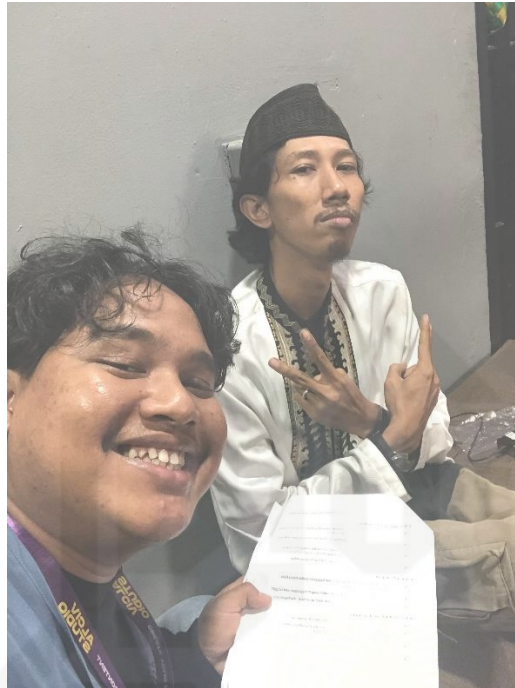
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dokumentasi wawancara Bersama komika Stand Up Indo Pekanbaru bang Ragil Catur Kuncoro



Dokumentasi wawancara Bersama komika Stand Up Indo Pekanbaru bang Bima yulio Setiawan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



*Sumber: Instagram stand up indo Pekanbaru*

Foto dokumentasi anggota komunitas Stand Up Comedy pada event Stand Up Nite ke 13 di Idrus Tintin Pekanbaru



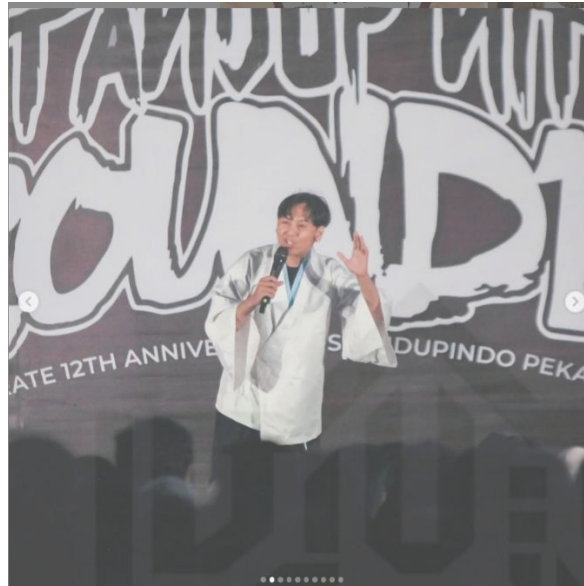
*Sumber: Instagram stand up indo Pekanbaru*

Foto dokumentasi penampilan Frans Sticker sebagai perwakilan komika local pada Event Stand up Nite ke-13



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: Instagram stand up indo Pekanbaru

Foto dokumentasi penampilan Bima Yulio Setiawan sebagai perwakilan komika local pada *Event Stand up Nite* ke-12



Sumber: Instagram mickystudio.id

Foto dokumentasi penampilan Ragil Catur Kuncoro sebagai perwakilan komika local pada *Event Stand up Nite* ke-12

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



*Sumber: Instagram stand up indo Pekanbaru*

Foto dokumentasi Frans Sticker *open mic* rutin perminggu yang dilakukan oleh komunitas Stand Up Indo Pekanbaru



*Sumber: Instagram stand up indo Pekanbaru*

Foto dokumentasi Adrian *open mic* rutin perminggu yang dilakukan oleh komunitas Stand Up Indo Pekanbaru