

2. LANDASAN TEORI

2.1 TEKNIK HUMOR DALAM MEDIA AUDIOVISUAL

Berger telah membuat daftar mengenai teknik humor (melalui peninjauan dan analisis dari sejumlah karya yang berbeda terkait humor), memberikan contoh dari tiap teknik humor, dan menjelaskan bagaimana fungsi tiap teknik. Temuan Berger ini dapat digunakan untuk setiap contoh humor yang dibuat sewaktu-waktu dalam genre dan media apapun, serta menunjukkan apa yang menghasilkan humor dan memancing tawa – atau keadaan apapun yang kita rasakan ketika menghadapi sesuatu yang lucu (Berger, 2012, p. 15).

Dalam sebuah cerita terdapat fungsi. Fungsi adalah hal yang ditunjukkan dari tindakan karakter yang berkaitan dengan alur cerita. Apa yang dimaksudkan karakter yang bertindak, berbicara, maupun berpenampilan. Fungsi ini merupakan hal inti yang dapat menghidupkan sebuah cerita narasi. Teknik humor merupakan fungsi yang membuat audiensnya tidak lagi bertanya-tanya mengapa film komedi lucu, tetapi dengan adanya teknik humor, audiens dapat mengetahui, mengapa ia bisa tertawa saat diterpa humor (sebagai konten utama film komedi) (Berger, 2012, p. 16).

Humor memiliki aspek proses yang dapat digolongkan menjadi beberapa bagian dan kemudian dianalisis (Berger, 2012, p. 17). Karya humor sangat kompleks, sehingga seringkali ditemukan sejumlah teknik yang berbeda digunakan dalam waktu bersamaan, meski tetap ada salah satu yang lebih dominan. Berger telah memberi penjelasan singkat terkait tiap teknik yang ada, dan memungkinkan untuk digunakan pada berbagai media, secara khusus media audiovisual (Berger, 2012, p. 15).

Berger menggunakan lelucon dalam sebagian besar daftar istilah teknik humor. Hal ini dikarenakan lelucon merupakan salah satu bentuk humor yang singkat dan mudah dibuat ulang, serta memiliki kemungkinan untuk terkait langsung dengan teknik humor. Menceritakan lelucon belum tentu dapat membuat seseorang tampak lucu. Dalam menyampaikan lelucon, ada *punch line*, seperti yang biasa dilakukan para *comic (stand up comedian)*. Saat kita menceritakan

lelucon, seringkali materi yang digunakan sama dengan materi orang lain. Beberapa orang dapat melucu menggunakan materi orang lain dengan baik, tetapi tidak semua orang bisa melakukannya. Melalui penggunaan berbagai teknik humor Berger yang tercantum dan dijelaskan dalam daftar istilah teknik humor ini, seharusnya pelaku humor dapat membuat leluconnya sendiri, tanpa perlu menggunakan materi orang lain (Berger, 2012, p. 15-16).

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

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

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

2.1.1 Teknik Humor Berger (1998) dan Berger (2012)

Teknik humor disebutkan dalam buku Arthur Asa Berger yang berjudul *An Anatomy of Humor*. Berger mengeluarkan dua buku yang diterbitkan tahun 1998 dan 2012. *An Anatomy of Humor* tahun 1998 dan 2012 menyebutkan ada empat kategori dasar, yakni *language*, *logic*, *identity*, dan *action*. Kedua buku tersebut memiliki perbedaan jumlah dimensi dari masing-masing kategori. Pada teknik humor Berger 1998, antara lain:

1. *Language*

Humor yang diciptakan melalui kata-kata, cara berbicara, makna kata, atau akibat dari kata-kata.

Tabel 2.1 Teknik Humor *Language*, Berger (1998)

Dimensi	Pengertian
<i>Bombast</i>	Bicara berlebihan, muluk-muluk, mengada-ada, seperti: merayu
<i>Infantilism</i>	Manipulasi kata dan suara: membolak-balik kata, menyamarkan suara orang
<i>Irony</i>	Menyindir secara halus
<i>Misunderstanding</i>	Kesalahpahaman, salah mengartikan sesuatu
<i>Puns</i>	Permainan kata, pelesetan kata, celetukan
<i>Repartee</i>	Menjawab pernyataan dengan pernyataan, tidak mau kalah
<i>Ridicule</i>	Menyerang dengan ungkapan langsung, bentuk penolakan terhadap sesuatu hal/orang/ide-pemikiran
<i>Sarcasm</i>	Menyindir dengan nada tajam
<i>Satire</i>	Menyindir untuk mempermalukan suatu hal/situasi/orang
<i>Sexual Allusion</i>	Membuat sindirian mengenai hal yang berkaitan dengan seksual
<i>Outwitting</i>	Memberi pertanyaan atas pernyataan orang lain

Sumber: Berger, 1998, p. 18-19

2. *Logic*

Humor diciptakan melalui hasil pemikiran, seperti menjadikan seseorang sebagai objek humor dengan mengolok-olok atau perubahan konsep cerita.

Tabel 2.2 Teknik Humor *Logic*, Berger (1998)

Dimensi	Pengertian
<i>Irrelevant Behavior</i>	Tidak sesuai perintah otoritas/standar yang berlaku
<i>Malicious Pleasure</i>	Menertawai kemalangan orang lain, menjadikan orang lain sebagai korban humor
<i>Absurdity</i>	Situasi/hal yang tidak sesuai logika, tidak masuk akal
<i>Coincidence</i>	Kejadian yang tidak terduga
<i>Conceptual Surprise</i>	Mengelabui dengan perubahan konsep secara tiba-tiba
<i>Disappointment</i>	Situasi yang mengarah pada kekecewaan
<i>Ignorance</i>	Menganggap lawan bicara benar karena tidak tahu kalau sedang dibohongi
<i>Repetition</i>	Pengulangan dari situasi yang sama
<i>Rigidity</i>	Seseorang yang kaku, berpikir sempit

Sumber: Berger, 1998, p. 20

3. Identity

Humor diciptakan melalui identitas diri pemain, seperti karakter yang diperankan atau penampilan yang digunakan.

Tabel 2.3 Teknik Humor *Identity*, Berger (1998)

Dimensi	Pengertian
<i>Anthropomorphism</i>	Benda/binatang yang memiliki ciri manusia
<i>Eccentricity</i>	Seseorang yang menyimpang dari norma, karakter aneh
<i>Embarrassment</i>	Situasi canggung yang memunculkan rasa malu
<i>Grotesque Appearance</i>	Seseorang dengan penampilan aneh, mencolok, berlebihan
<i>Imitation</i>	Meniru penampilan orang lain, tetap menjaga identitas diri
<i>Impersonation</i>	Meniru penampilan, menggunakan identitas orang lain
<i>Parody</i>	Meniru gaya/literature media lain
<i>Scale</i>	Objek yang berukuran sangat besar/kecil (di luar logika)
<i>Stereotype</i>	Memberi label/melakukan generalisasi pada orang/sesuatu
<i>Transformation</i>	Seseorang/sesuatu yang berubah menjadi bentuk lain
<i>Visual Surprise</i>	Perubahan wujud secara tiba-tiba

Sumber: Berger, 1998, p. 21-22

4. Action

Humor diciptakan melalui tindakan fisik/komunikasi nonverbal, seperti gerakan kaki, tangan, ekspresi, dan suara.

Tabel 2.4 Teknik Humor *Action*, Berger (1998)

Dimensi	Pengertian
<i>Clownish Behavior</i>	Membuat gerakan berlebihan menggunakan lengan dan kaki
<i>Clumsiness</i>	Sikap canggung/kaku
<i>Chase</i>	Mengejar seseorang atau sesuatu
<i>Exaggeration</i>	Beraksi dengan cara berlebihan/melebih-lebihkan
<i>Peculiar Face</i>	Menunjukkan ekspresi wajah yang lucu
<i>Peculiar Music</i>	Musik yang lucu/tidak biasa
<i>Peculiar Sound</i>	Bunyi yang tidak biasa, seperti kartun
<i>Peculiar Voice</i>	Suara yang tidak biasa/lucu
<i>Slapstick</i>	Gurauan kasar secara fisik
<i>Speed</i>	Berbicara dengan sangat cepat/lambat

Sumber: Berger, 1998, p. 23

Sementara pada teknik humor Berger 2012, antara lain:

1. *Language*

Humor diciptakan melalui kata-kata, cara berbicara, makna kata, ataupun akibat dari kata-kata.

Tabel 2.5 Teknik Humor *Language*, Berger 2012

Dimensi	Pengertian
<i>Allusion</i>	Menyindir dengan kiasan yang seringkali berkaitan dengan seksual
<i>Bombast</i>	Bicara berlebihan, muluk-muluk, mengada-ada, seperti: merayu
<i>Definition</i>	Membuat pengertian terhadap sesuatu/sebuah istilah
<i>Exaggeration</i>	Menceritakan/bereaksi suatu hal/kejadian dengan berlebihan
<i>Facetiousness</i>	Mengolah kata membentuk kalimat yang rancu, membingungkan
<i>Insults</i>	Menghina, meremehkan orang lain
<i>Infantilism</i>	Memanipulasi kata dan suara: membolak-balik kata, menyamarkan suara orang
<i>Irony</i>	Menyindir secara halus
<i>Misunderstanding</i>	Kesalahpahaman, salah mengartikan sesuatu
<i>Over Literalness</i>	Menjawab pertanyaan/ Pernyataan yang belum diketahui, tampak bodoh
<i>Puns, Word Play</i>	Permainan kata, pelesetan kata, celetukan
<i>Repartee</i>	Menjawab pernyataan dengan pernyataan, tidak mau kalah
<i>Ridicule</i>	Menyerang dengan ungkapan langsung, bentuk penolakan terhadap sesuatu hal/orang/ide-pemikiran
<i>Sarcasm</i>	Menyindir dengan nada tajam
<i>Satire</i>	Menyindir untuk mempermalukan suatu hal/situasi/orang

Sumber: Berger, 2012, p. 18

Saat penggunaan kata-kata, cara berbicara, makna kata, atau akibat dari kata-kata menonjol dalam sebuah film, hal ini menunjukkan dialog yang telah disiapkan oleh produsen film menjadi hal yang disorot. Atensi masyarakat besar pada film tersebut, menunjukkan bahwa film tersebut dapat memuaskan penonton (Jubilee, 2010, p. 173).

2. *Logic*

Humor diciptakan melalui hasil pemikiran, seperti menjadikan seseorang sebagai objek humor dengan mengolok-olok atau adanya perubahan konsep cerita.

Tabel 2.6 Teknik Humor *Logic*, Berger 2012

Dimensi	Pengertian
<i>Absurdity</i>	Pernyataan/sikap yang tidak masuk akal, menimbulkan kebingungan, dan menunjukkan hal/situasi yang tidak mungkin/mustahil
<i>Accident</i>	Kesalahan yang terjadi tanpa sengaja
<i>Analogy</i>	Memperbandingkan sesuatu hal/orang/situasi
<i>Catalogue</i>	Menggunakan istilah yang seharusnya tidak sesuai fungsi dan logika, tanpa diketahui orang lain
<i>Coincidence</i>	Kejadian yang tak terduga/kebetulan, mengarah pada rasa malu
<i>Disappointment</i>	Situasi yang mengarah pada kekecewaan/tidak sesuai harapan
<i>Ignorance</i>	Menganggap lawan bicara benar karena tidak tahu kalau sedang dibohongi
<i>Mistakes</i>	Kesalahan karena ketidaktahuan/kelalaian
<i>Repetition</i>	Pengulangan dari situasi yang sama
<i>Reversal</i>	Situasi yang berkebalikan
<i>Rigidity</i>	Seseorang yang kaku, berpikir sempit
<i>Theme/Variation</i>	Menceritakan satu hal dengan inti sama, beda cara penyampaian

Sumber: Berger, 2012, p. 18

Humor tidak sekedar memberi hiburan, tetapi juga menjadi ajakan berpikir untuk seseorang dapat merenungkan isi humor (Hermintoyo, 2011, p. 15). Dibutuhkan imajinasi dari produsen film agar dapat menentukan *setting*, latar, maupun alur cerita (Jubilee, 2010, p. 171).

3. Identity

Humor diciptakan melalui identitas diri pemain, seperti: karakter yang diperankan atau penampilan yang digunakan.

Tabel 2.7 Teknik Humor *Identity*, Berger 2012

Dimensi	Pengertian
<i>Before/After</i>	Perbedaan penampilan seseorang/sesuatu/situasi
<i>Burlesque</i>	Menjadikan orang lain sebagai korban humor, memancing orang tertawa melihat kemalangan orang lain, humor kasar
<i>Caricature</i>	Gambar/permainan kata secara visual yang dicuplik dari orang/sesuatu dengan penampilan yang fantastis
<i>Eccentricity</i>	Seseorang yang menyimpang dari norma/karakter aneh
<i>Embarrassment</i>	Situasi yang memalukan karena kesalahan atau kesalahpahaman yang muncul, bukan karena kebetulan
<i>Exposure</i>	Mengungkapkan sesuatu tentang diri sendiri
<i>Grotesque</i>	Penampilan yang fantastis
<i>Imitation</i>	Penampilan meniru gaya orang lain
<i>Impersonation</i>	Meniru identitas orang lain (profesi)
<i>Mimicry</i>	Cara meniru, mempertahankan identitas, tetapi menggunakan identitas orang lain yang familiar
<i>Parody</i>	Meniru gaya atau genre literatur media lain
<i>Scale</i>	Objek ukurannya di luar logika manusia (besar/kecil)
<i>Stereotype</i>	Melabel/menganggap semuanya memiliki karakter sama
<i>Unmasking</i>	Membuka kedok, dilakukan oleh orang lain

Sumber: Berger, 2012, p. 18

Humor juga dapat diciptakan melalui karakter yang diperankan atau penampilan yang digunakan, sehingga produsen film menunjukkan kreatifitasnya sejak pada pengkonsepan cerita. Saat karakter digambarkan kuat pada tiap tokohnya, maka pemirsanya juga akan dapat lebih mengerti pesan dari film tersebut (Jubilee, 2010, p. 173).

4. Action

Humor diciptakan melalui tindakan fisik/komunikasi nonverbal

Tabel 2.8 Teknik Humor *Action*, Berger 2012

Dimensi	Pengertian
<i>Chase</i>	Mengejar seseorang/sesuatu
<i>Slapstick</i>	Gurauan yang kasar secara fisik
<i>Speed</i>	Berbicara/bergerak dengan sangat lambat/cepat
<i>Time</i>	Kesesuaian waktu dengan adegan

Sumber: Berger, 2012, p. 18

Penggambaran langsung dalam film yang menyesuaikan dengan sosial budaya lingkungan dari sasaran penonton film dapat membuat pemirsa mengerti secara langsung maksud dari adegan tersebut (Jubilee, 2010, p. 173). Oleh karena itu, humor yang digambarkan melalui tindakan fisik, maupun suara dapat diterima secara langsung oleh masyarakat.

Dalam penelitian ini, teknik humor yang digunakan adalah teknik humor Arthur Asa Berger (2012). Teknik-teknik ini dapat digunakan untuk membuat analisis isi dari semua jenis humor di berbagai media, sehingga sebagai skema klasifikasi, teknik ini harus menyeluruh dan saling terpisah. Dalam Berger dikatakan bahwa fokus pada teknik berarti memperlakukan topik-topik tertentu, seperti parodi, sebagai teknik, bukan bentuk ataupun genre (Berger, 2012, p. 18).

2.2 FILM SEBAGAI MEDIA MASSA

2.2.1 FUNGSI MEDIA MASSA

Media menjadi medium masyarakat (massa) untuk dapat menjalankan proses komunikasi (p. XIII-XIV). Media massa merupakan hal penting yang dibutuhkan oleh kehidupan manusia. Manusia seolah mati saat hidupnya tidak berdampingan dengan media massa. Kebanyakan orang menentukan apa yang baik dan yang tidak baik berdasarkan pada informasi yang didapat dari media massa. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa sangat penting untuk seseorang berkomunikasi massa (Nuruddin, 2009, p. 2).

Beberapa anggapan mengenai kelebihan dari media massa adalah

1. Mampu mengatasi hambatan ruang dan waktu. Media massa merupakan alat-alat komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audiens yang luas dan heterogen (Nuruddin, 2009, p. 9).
2. Mampu mempengaruhi proses komunikasi masyarakat. Masyarakat sulit menghindar dari ketergantungan pada media. Setiap apa yang disajikan oleh media massa, dianggap sebagai isu yang bermanfaat, selain itu juga, media massa dianggap dapat menyajikan informasi terbaru dan teraktual mengenai hal-hal yang terjadi di sekitar (Nuruddin, 2009, p. 33-34).
3. Mampu membentuk dan menentukan tujuan hidup manusia di masa mendatang. Perkembangan media massa selalu mengikuti perkembangan manusia, dan komunikasi yang dilakukan melalui media massa dapat mempengaruhi perkembangan pemikiran, tingkah laku, dan budaya manusia (Nuruddin, 2009, p. 38-39).

Sementara fungsi dari media massa menurut Lasswell & Wright dalam Severin & Tankard (2009), antara lain:

1. Pengawasan (*surveillance*), dimana media massa memberi informasi dan menyediakan berita bagi pemirsa. Dalam hal ini, berita terkadang diartikan sebagai hal yang tidak biasa (p. 386-387).
2. Korelasi (*correlation*), merupakan seleksi dan interpretasi informasi mengenai lingkungan. Seringkali terdapat kritik dan cara reaksi seseorang terhadap suatu kejadian. Fungsi ini untuk menjalankan norma sosial dan mengekspos penyimpangan, serta menghalangi ancaman terhadap stabilitas sosial yang mampu memonitor/mengatur opini publik (p. 387).
3. Penyampaian Warisan Sosial (*transmission of the social heritage*), dimana media menyampaikan informasi, nilai, dan norma bagi generasi berikutnya, ataupun bagi masyarakat pendatang. Hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan kesatuan masyarakat dengan memperluas pengalaman umumnya (p. 388).
4. Hiburan (*entertainment*), media massa berfungsi untuk memberi waktu istirahat, mengisi waktu luang, memberi rasa senang, dan membantu seseorang untuk melepas penat (p. 388).

2.2.2 FILM

Menurut Soegiono dalam buku *Media Film Indonesia* (1984), film merupakan rekaman gambar hidup/bergerak, dengan atau tanpa suara yang dibuat di atas pita seluloid, jalur pita *magnetic*, piringan audiovisual, dan benda hasil teknik kimiawi atau elektronik lainnya yang ditentukan oleh kemajuan teknologi dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran, baik hitam-putih, maupun berwarna yang disajikan kembali sebagai tontonan di atas layar proyeksi dengan sarana mekanis dari segala macam bentuk peralatan proyeksi (p.13).

Sementara dalam buku *Studi Ilmu Komunikasi* (1986), Palapah & Syamsudin mendefinisikan film sebagai salah satu media yang berkarakteristik massal, dan merupakan kombinasi antara gambar-gambar bergerak dan perkataan (p. 114).

Nuruddin, dalam buku *Komunikasi Massa* (2009) mengungkapkan bahwa film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang telah memiliki teknologi modern (p. 5).

Kemudian, Mc. Quail (1987) dalam bukunya yang berjudul *Teori Komunikasi Massa* menyatakan bahwa film merupakan media massa yang memiliki kemampuan untuk menarik perhatian orang dan sebagian lagi didasari oleh alasan bahwa film mempunyai alasan mengantar pesan secara unik yang bervariasi (p.14).

Dari definisi tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa film merupakan media massa yang menyajikan berbagai gambar bergerak dengan melakukan proyeksi menggunakan sarana mekanis/teknologi modern, dan dalam perkembangannya dapat dinikmati audiens secara audiovisual (dapat didengar dan dilihat), serta dapat mengantar pesan secara unik dan dapat menarik perhatian audiens (Olahan peneliti, 2014).

Film sebagai media massa memiliki pengaruh yang sangat besar dan umumnya berlangsung hingga waktu yang cukup lama. Pengaruh tersebut dapat timbul sampai pada aktivitas keseharian seseorang. Anak-anak dan pemuda lebih mudah terpengaruh, sehingga mereka sering meniru gaya dan tingkah laku para bintang film. Hal ini lebih lanjut dikenal dengan istilah “mengalihkan dunia”, yang bermakna bahwa penonton mengimajinasikan dirinya sebagai tokoh yang dia

lihat dalam cerita tersebut, sehingga dapat menimbulkan perasaan, seperti rasa simpati atau antipati (Effendy, 2005, p. 208).

Dari hal tersebut, dapat dilihat bahwa film memiliki “*power of influence*” yang besar, yang bersumber dari perasaan emosi penonton. Beberapa faktor yang dapat menyebabkan sebuah film mempunyai “*power of influence*”, antara lain:

- a. Keberadaan film tersebut menyebabkan audiens memberikan tanggapan secara langsung.
- b. Pemeran utama dalam film itu seakan-akan membuat penonton untuk memikirkan dan merasakan hal sesuai dalam adegan.
- c. Secara psikologis, cahaya yang berbeda-beda mampu menimbulkan perasaan yang lain terhadap seseorang, termasuk cahaya dalam film.
- d. Musik pengiring dalam film mampu memberikan sugesti pada penonton.
- e. Gerakan yang harmonis antara gambar dan cahaya memperlihatkan adanya kombinasi antara gambar yang visual dan auditif dalam membentuk perasaan penonton.
- f. Penempatan (*angle*) kamera atau sudut pengambilan adegan.

(Arifin, 1984, p. 84)

Film dapat mendemonstrasikan secara jelas kepada masyarakat yang terpilih bagaimana menjalankan aktivitas yang dapat mengembangkan kehidupan dan memperlihatkan pada audiens dalam gambar yang menginspirasi, bagaimana kehidupannya dapat menjadi lebih baik. Dengan kata lain, film dapat menjadi jawaban dalam membuat perubahan. Banyak cara untuk membuat film dapat memberi pengetahuan yang penting untuk audiens. Pesan edukatif dalam film menggambarkan pemikiran dan logika audiens (De Fossard & Riber, 2005, p. 17-18).

2.3 GENRE FILM DAN FILM KOMEDI

Genre dalam konteks film merupakan jenis atau klasifikasi dari sekelompok film yang memiliki karakter atau pola yang sama, seperti: *setting*, isi dan subyek cerita, tema, struktur cerita, aksi, peristiwa, periode, gaya, situasi, ikon, *mood*, serta karakter. Hal-hal tersebut kemudian menghasilkan klasifikasi genre film populer, seperti aksi, petualangan, drama, komedi, horor, *western*, noir, roman, dan sebagainya. Fungsi utama genre adalah untuk memudahkan klasifikasi sebuah film dan membantu audiens untuk memilih film berdasarkan spesifikasinya (Pratista dalam Chandra, 2010, p. 14).

Ada genre yang dimiliki oleh setiap film. genre induk terdiri dari dua kelompok, yakni genre induk primer dan sekunder. Genre induk yang lebih dibahas dalam penelitian ini adalah genre induk primer. Genre induk primer adalah genre pokok dari sebuah film yang telah ada sejak awal perkembangan sinema era 1900-1930an. Genre film tersebut antara lain: aksi, drama, epic, sejarah, fantasi, fiksi ilmiah, horor, komedi, kriminal, musical, petualangan, perang, dan *western* (Pratista dalam Chandra, 2010, p. 15-21). Dalam penelitian ini, peneliti fokus pada genre film komedi.

Dalam film komedi terdapat humor sebagai konten utama yang dapat menarik perhatian dan menimbulkan ketertarikan bagi seseorang. Film komedi memiliki plot yang konsisten dengan keriangannya, dan sengaja dirancang untuk menghibur, serta mengundang tawa, dengan melebih-lebihkan situasi, bahasa, tindakan, hubungan, dan karakter (Berger, 2012, p. 2). Film komedi merupakan drama ringan yang melebih-lebihkan aksi, situasi, bahasa, maupun karakter, dan akhir ceritanya selalu *happy ending*. Sasaran film komedi umumnya penonton anak-anak, remaja, dan keluarga. Film komedi ada dua macam, yakni komedi situasi, unsur komedi menyatu dengan cerita; dan komedi lawakan, unsur komedi bergantung pada figur komedian (Pratista dalam Chandra, 2010, p.18-19).

Film komedi merupakan film yang dapat memancing tawa pemirsanya. Ada beberapa format film komedi, antara lain: film *gross-out* (menggunakan gaya *scatological* (pengkajian tentang kotoran) gambar hidup komedi, produsen mengarahkan penonton dengan humor yang agak menjijikan, seperti lelucon “kamar kecil” – menonjolkan tinja, kentut, ingus, dsb); film *parody* (menyindir

gaya film atau film klasik lainnya dengan mengubah bagian cerita dan membuatnya sebagai lelucon), film komedi romantis (alur ceritanya menunjukkan dua orang yang bertemu, menjalin cinta, tetapi ada hal yang membuat lucu, sehingga tidak sepenuhnya berisi hal-hal romantis); film komedi *slapstick* (berisi lelucon kasar, seperti sakit yang tidak ada konsekuensi nyata, membuat situasi yang lebih tidak realistis, sehingga terkadang membuat penonton bingung, serta menggunakan bunyi sebagai pengganti hal yang sulit dilakukan) (Riwong, 2005, p. 8-9). Dari beberapa format tersebut dapat dilihat bahwa film komedi sering dikombinasi dengan genre lainnya, seperti drama, musikal, roman, dan sebagainya.

Terdapat beberapa elemen dalam film komedi sebagai salah satu sarana berkomunikasi, antara lain: komedian, penulis, *cartoonist*, badut, dan aktor sebagai komunikator (penyampai pesan); informasi sebagai pesannya yang berupa gurauan dan teknik humor; audiens sebagai komunikan; TV, Radio, media cetak, film sebagai medium; dan efek saat komunikan diterpa pesan, yakni terhibur, tertawa, dan bahagia. Teknik humor sebagai pesan yang disampaikan dalam film/tayangan komedi memiliki fungsi untuk memberikan rasa lega, mempererat hubungan satu dengan lainnya, menimbulkan kegembiraan, dan menyembunyikan adanya tekanan (Berger, 2012, p. 60).

Dari penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa film komedi adalah salah satu genre pada media massa audiovisual (film) yang memiliki humor sebagai konten utama, memiliki plot yang konsisten dengan keriangannya dan secara sengaja dirancang untuk menghibur, serta mengundang tawa dengan melebih-lebihkan situasi, bahasa, tindakan, hubungan dan karakter (Olahan peneliti, 2014).

2.4 HUMOR

Humor sudah ada sejak 400 SM. Saat itu ada empat cairan tubuh manusia yang dianggap menentukan suasana hati seseorang. Teori Plato tersebut, merupakan langkah awal untuk mengartikan humor, meskipun sudah tidak lagi relevan dengan humor zaman sekarang. Sejak abad ke-16, humor terus berkembang. Mulai dari Inggris, terdapat penulis dan pemain teater humor/pemain komedi yang membuat humor dalam bentuk kata-kata dan tingkah laku, yakni Ben Johnson. Karya Ben Johnson adalah *Man Out of His Humor*. Pada abad ke-17, humor di Inggris berkembang terutama dalam hal teater komedi dan naskah humor. Di pertengahan abad ke-18, teater humor menjadi tren di seluruh daratan Eropa. Kemudian di abad ke-19, humor di Eropa menentukan bentuk baru dalam wujud komik yang banyak diproduksi oleh Jerman dan meluas hingga ke Amerika dan Asia. Pada abad ke-20, humor memasuki era baru. Humor menjadi sangat dominan dalam teater komedi dan film (Rahmanadji, 2007, p. 214-215). Dalam perkembangannya, humor dikenal sebagai hal yang membuat orang menjadi tertawa dan gembira.

Di Indonesia, humor sudah menjadi bagian dari kesenian rakyat, seperti ludruk, ketoprak, lenong, wayang kulit, wayang golek, dan sebagainya. Humor menjadi semakin terlembaga setelah Indonesia merdeka (setelah 1945). Banyak muncul grup-grup lawak, seperti Atmonadi Cs, Kwartet Jaya, Loka Ria, Srimulat, Surya Grup, dan sebagainya. Pada tahun 1960-an, humor berkembang dalam media cetak, seperti majalah STOP yang memiliki rubrik khusus untuk humor: cerita lucu, karikatur, dan kartun (Rahmanadji, 2007, p. 215).

Humor dapat menjadi sisipan dalam berbicara agar komunikasi tidak monoton dan kaku. Humor verbal merupakan wujud nyata tindak komunikasi yang tercipta karena adanya kebingungan terhadap makna antara penikmat dan pencinta humor. Kebingungan bisa terjadi karena kesalahan dalam memberi makna, konteks, ataupun penggunaan bahasa, yang kemudian disebut dengan penyimpangan. Penyimpangan tersebut menyebabkan adanya kelucuan dalam setiap percakapan humor. Penyimpangan yang mampu menimbulkan kesalahpahaman tersebut juga dikarenakan adanya perbedaan pengalaman/pengetahuan yang dimiliki oleh penutur dan lawan tuturnya. Dalam

humor ada yang memiliki maksud serius, tetapi digambarkan secara main-main. Humor yang semacam ini disebut juga humor konflik. Setelah penonton dapat menangkap hal itu, barulah mereka dapat tertawa. Humor sindiran ini dapat berfungsi sebagai alat kritik (Hermintoyo, 2011, p.15-16).

Humor merupakan subjek yang mengundang perhatian dan ketertarikan (Berger, 2012, p. 2). Humor dapat berasal dari hal-hal yang aneh atau *nyeleneh* (tidak wajar) (Rahmanadji, 2007, p. 213). Semua hal yang ada dalam dunia ini dapat menjadi bahan lelucon. Humor merupakan sarana hiburan yang sangat penting dan dapat tampil sebagai penyegar pikiran, serta menyalurkan perasaan (menyampaikan sindiran/kritikan, sarana persuasi) tanpa menimbulkan rasa tidak menyenangkan (Rahmanadji, 2007, p. 213-214). Humor dapat menjadi bahan kajian ilmu. Semakin kritis masyarakat, maka permintaan humor semakin tinggi (Rahmanadji, 2007, p. 214).

Humor jumlahnya sangat banyak dan bervariasi, sehingga sangat sulit untuk mendeskripsikan humor secara menyeluruh, karena semuanya saling berpengaruh. Secara awam, humor adalah sesuatu yang lucu dan menimbulkan kegelian/tawa. Humor memang merupakan kualitas untuk menghimbau rasa geli/lucu karena keganjilan, paduan antara rasa kelucuan yang ada dalam diri manusia dan kesadaran hidup yang iba dengan sikap simpatik. Selain itu, humor dapat berasal dari luar maupun dalam diri, yang menghasilkan gejala tertentu. Rangsangan yang ditimbulkan dari humor haruslah rangsangan mental untuk tertawa, bukan rangsangan fisik, seperti digelitik yang mendatangkan rasa geli (bukan karena humor) (Rahmanadji, 2007, p. 215-216).

Dari beberapa pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa humor adalah sesuatu yang dapat muncul dari adanya penyimpangan verbal, keanehan, keganjilan, ketidakwajaran dan memunculkan tawa pada individu karena rangsangan dari dalam (bukan rangsangan fisik), maupun luar yang mengundang perhatian dan ketertarikan bagi orang lain, serta dapat tampil sebagai penyegar pikiran dan menyalurkan perasaan tanpa menimbulkan rasa tidak menyenangkan.

2.5 ANALISIS ISI

Analisis isi ada kuantitatif dan kualitatif. Dalam Eriyanto (2011), analisis isi kuantitatif dikenal dengan aliran transmisi yang melihat komunikasi sebagai bentuk pengiriman pesan, dimana komunikasi tersebut bersifat statis dan dapat dilihat secara linier dari pengirim ke penerima. Dalam penelitian ini, yang menjadi pusat perhatian peneliti adalah menghitung dan mengukur secara akurat aspek atau dimensi yang dapat dilihat, didengar, atau dirasakan dari teks (p. 4). Sementara analisis isi kualitatif dikenal dengan aliran produksi dan pertukaran makna. Banyak metode analisis yang dihasilkan, seperti analisis *framing*, wacana semiotika, dan naratif. Pada metode ini juga, penekanan terdapat pada penafsiran/pemaknaan. Hal ini dikarenakan pesan tidak dapat dilihat secara langsung, sehingga yang dilihat adalah makna dari teks tersebut (Eriyanto, 2011, p. 5).

Analisis isi banyak digunakan dalam kajian ilmu komunikasi. Analisis isi juga merupakan metode utama dalam disiplin ilmu komunikasi, terutama untuk menganalisis isi media cetak dan media elektronik, serta untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi asalkan terdapat dokumen yang tersedia (Eriyanto, 2011, p. 10). Ada tiga aspek penggunaan analisis isi, antara lain sebagai metode utama, sebagai salah satu metode dalam penelitian, dan sebagai bahan pembandingan (Eriyanto, 2011, p. 11). Dengan menggunakan analisis isi, peneliti dapat mempelajari isi media, seperti gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi (Eriyanto, 2011, p. 11). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif.

Analisis isi kuantitatif memiliki karakteristik yang berbeda dengan analisis isi lainnya. Analisis isi kuantitatif merupakan suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dengan objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011, p. 15). Adapun dari pengertian tersebut kemudian dapat diketahui ciri analisis isi kuantitatif yang dijelaskan dalam Eriyanto (2011), antara lain:

- a. Objektif, dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari isi secara apa adanya, tanpa campur tangan peneliti. Peneliti menghilangkan bias, keberpihakan, atau

kecenderungannya. Aspek penting dalam objektivitas adalah reliabilitas dan validitas (p. 16).

- b. Sistematis, ada tahapan-tahapan dan proses penelitian yang telah dirumuskan secara jelas. Masing-masing bagian dari penelitian saling berkaitan, dan setiap kategori yang dipakai menggunakan definisi tertentu, serta nantinya bahan yang dianalisis menggunakan kategori dan definisi yang sama (p. 18-19).
- c. Replikabel, penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama, sepanjang menggunakan bahan dan teknik yang sama. Hal ini berlaku untuk peneliti, waktu, dan konteks yang berbeda (p. 21).
- d. Isi yang tampak (*manifest*), dalam hal ini, analisis isi hanya dapat digunakan untuk melihat pada pesan yang tampak karena apabila melihat pada pesan yang tidak tampak, nilai objektif dapat berubah menjadi subjektif, tidak reliabel, dan tidak replikabel (p. 29).
- e. Generalisasi, analisis isi tidak hanya untuk perangkuman, tetapi lebih untuk memberikan gambaran populasi (p. 30).

Dalam *Analisis Isi* (2011), Eriyanto menyatakan tujuan dari analisis isi (p. 32-42), antara lain:

1. Analisis isi yang dipakai untuk menggambarkan karakteristik pesan, dengan menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan, mulai dari situasi, pesan pada khalayak, maupun pesan dari komunikator yang berbeda.
2. Analisis isi dipakai untuk menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan, tidak hanya mendeskripsikan isi pesan, tetapi juga menjawab pertanyaan mengapa isi muncul dalam bentuk tertentu.

Analisis isi memiliki beberapa pendekatan, yakni deskriptif, ekplanatif, dan prediktif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif. Pada pendekatan deskriptif, peneliti hanya menggambarkan secara detail teks tertentu, tidak ada hipotesis, dan menggambarkan aspek-aspek/karakteristik dari suatu pesan (Eriyanto, 2011, p. 47). Dalam penelitian analisis isi, peneliti juga harus memilih unit analisis untuk dapat mempertimbangkan/menentukan aspek apa dari teks yang dilihat dan pada akhirnya hasil apa yang didapat. Dengan

menentukan unit analisis yang tepat dapat menghasilkan data yang valid dan menjawab tujuan dari penelitian (Eriyanto, 2011, p. 59).

Adapun dalam *Analisis Isi* (2011), Eriyanto menjelaskan bentuk dari unit analisis (p. 61-62), antara lain:

1. Unit sampel, bagian dari objek yang dipilih untuk didalami, ditentukan melalui topik dan tujuan dari riset. Penelitian menentukan secara tegas isi mana yang akan diteliti.
2. Unit pencatatan, isi dari teks mempunyai unsur/elemen sebagai dasar dalam melakukan pencatatan, misalnya dalam film, terdapat karakter, sudut pengambilan gambar, tata cahaya, jalan cerita, dan pengadeganan, dimana unsur/elemen tersebut yang nanti akan dicatat.
3. Unit konteks, konteks apa yang diberikan oleh peneliti untuk dapat memahami dan memberi arti bagi hasil pencatatan. Misalnya: ingin mengetahui status sosial-ekonomi dalam karakter di film, unit pencatatannya antara lain: pakaian, cara berbicara, perhiasan, bentuk tubuh, dan sebagainya. Dari unit pencatatan tersebut kemudian diberi konteks. Seseorang dengan pakaian bagus, cara bicara runtut, berbahasa asing, menggunakan perhiasan adalah karakter orang kalangan atas.

Dalam penelitian analisis isi kuantitatif ini, peneliti akan melakukan koding pada adegan di 5 film terlaris Warkop DKI yang menunjukkan adanya dimensi teknik humor yang digunakan dalam film terkait.

2.6 NISBAH ANTAR KONSEP

Teknik humor digunakan untuk menunjukkan humor. Teknik humor membuat seseorang mengetahui mengapa ia tertawa saat diterpa humor, terutama pada media elektronik/media audiovisual. Teknik humor terdapat dalam setiap program komedi dan memiliki empat kategori dasar teknik humor, antara lain *language* (humor dengan kata-kata), *logic* (humor yang merupakan hasil penciptaan), *identity* (humor yang diciptakan melalui identitas pemain), dan *action* (humor melalui tindakan fisik/komunikasi nonverbal).

Salah satu media audiovisual adalah film, yang bersifat massa. Film sebagai media massa memiliki beberapa fungsi salah satunya adalah hiburan. Fungsi hiburan ini merujuk pada fungsi media massa yang mampu memberi rasa senang, dapat mengisi waktu luang, dan memberi waktu istirahat. Selain itu, film juga merupakan media massa yang mampu menarik perhatian dengan keunikannya dalam menyampaikan pesan. Film mampu mempengaruhi kehidupan manusia sehari-hari, seperti menirukan gaya/tingkah laku aktor/aktris yang terdapat dalam film terkait.

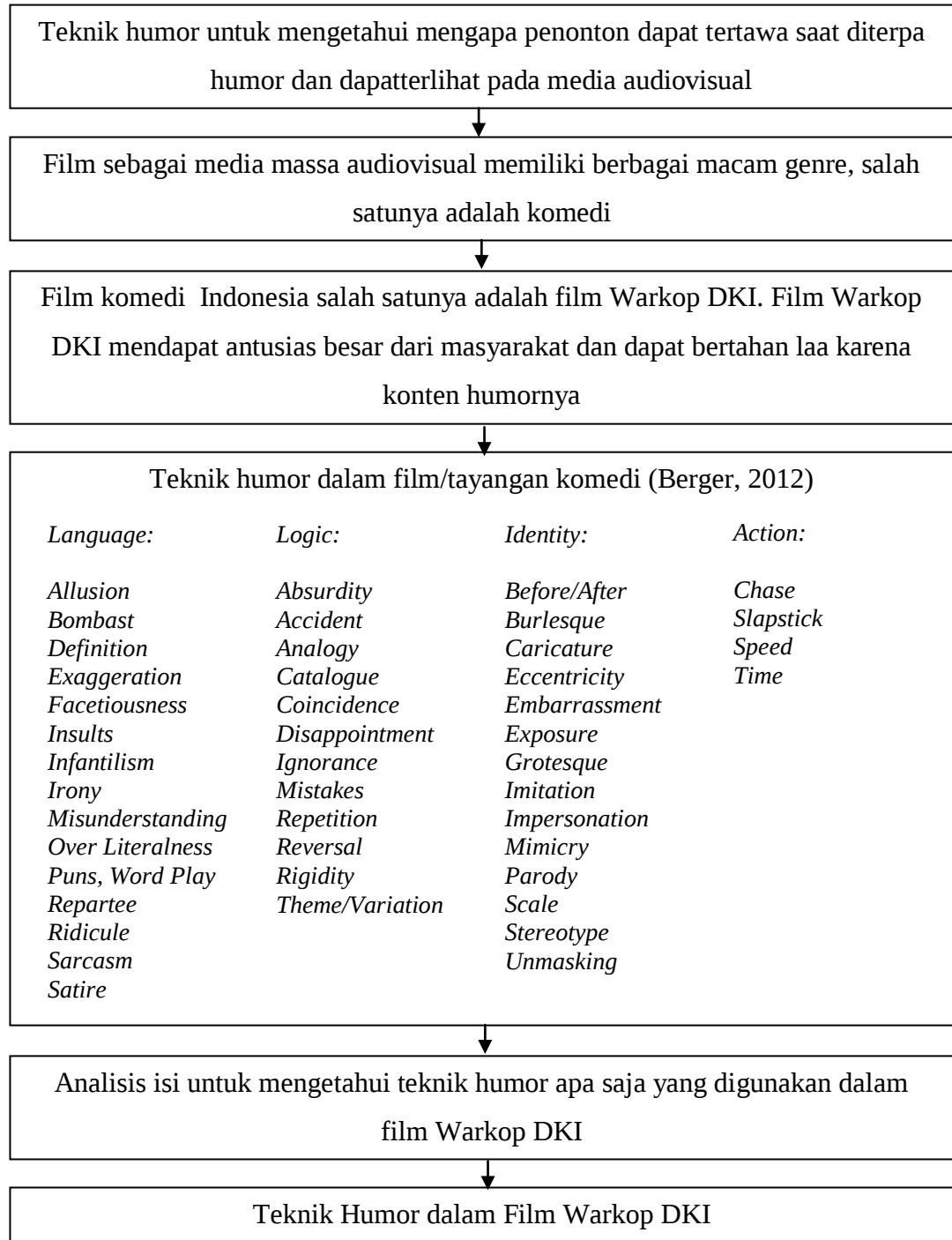
Humor dalam film ditunjukkan dalam salah satu genre film, yakni film komedi, yang menempatkan humor sebagai konten utamanya. Humor merupakan sesuatu yang dapat mengundang perhatian dan ketertarikan bagi orang yang diterpanya dengan tertawa sebagai reaksinya. Film sebagai media komunikasi massa dan humor, memiliki kesamaan yang saling mendukung dan terkait. Keduanya memiliki fungsi menghibur dan mampu menarik perhatian, serta menimbulkan ketertarikan. Sebagai alat yang menghibur, keduanya juga dapat memberi rasa senang bagi pemirsa yang diterpanya.

Salah satu film komedi Indonesia yang mampu menarik perhatian masyarakat adalah film Warkop DKI. Masyarakat dapat terhibur dengan celetukan humor, improvisasi cerita, maupun karakter dalam film tersebut. Melihat masyarakat yang merasa terhibur dengan adanya konten humor dalam film Warkop DKI, maka peneliti mengangkat topik “Teknik Humor dalam Film Warkop DKI”.

Analisis isi kuantitatif merupakan suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi media cetak dan media elektronik, serta untuk mempelajari isi semua konteks komunikasi asalkan terdapat dokumen yang tersedia. Penelitian analisis isi dilakukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dengan objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi. Demikian pula dengan penelitian mengenai “Teknik Humor dalam Film Warkop DKI” dilakukan agar dapat mengetahui gambaran teknik humor apa yang terdapat dalam film Warkop DKI melalui komunikasi yang tampak dan pada akhirnya akan ditarik inferensinya menggunakan analisis isi kuantitatif deskriptif.

2.7 KERANGKA TEORI

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan peneliti, 2014