

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Podcast dengan sentuhan obrolan yang ringan dan dikemas dengan humor khas yang dilontarkan Praz Teguh bersama bintang tamu, kini *Podcast Warung Kopi* telah menjadi salah satu *podcast* paling populer di Indonesia dengan setiap episodenya rata-rata ditonton oleh jutaan penonton. Di Indonesia, ada berbagai macam genre *podcast* yang menawarkan sudut pandang unik, mulai dari hiburan, pendidikan, hingga topik sosial. Dua *podcast* yang cukup populer dan memiliki gaya yang berbeda adalah *Podcast Warung Kopi* dipandu oleh Praz Teguh dan *Podcast Close The Door* yang dipandu oleh Deddy Corbuzier.

Podcast Warung Kopi menawarkan obrolan ringan dan santai dengan suasana akrab, seperti di warung kopi. Kontennya lebih kasual dan improvisatif, membahas topik sehari-hari yang relatable bagi pendengar yang mencari hiburan ringan. Sebaliknya, *Podcast Close The Door* oleh Deddy Corbuzier mengusung format yang lebih terstruktur dan serius, dengan diskusi mendalam tentang isu sosial, politik, dan bisnis. *Podcast* ini sering menghadirkan narasumber terkenal, menargetkan audiens yang tertarik pada topik kontroversial atau relevan secara sosial. Kedua *podcast* ini populer, namun *Warung Kopi* lebih membumi dan santai, sedangkan *Close The Door* lebih kritis dan informatif. *Podcast* ini, sebagaimana namanya, menghadirkan suasana mirip dengan pada saat berada di warung kopi dengan bantuan seorang asisten, yaitu Yanti. Yanti adalah seorang asisten di *Podcast Warung Kopi* yang membantu membuat minuman dan makanan untuk Praz Teguh dan bintang tamu. Bintang tamu yang diundang adalah narasumber-narasumber yang belum pernah terpikirkan oleh siapapun. Mulai dari artis ternama hingga seorang narasumber yang belum pernah tampil di banyak media. *Podcast Warung Kopi* adalah salah satu program *podcast* yang cukup menarik perhatian masyarakat Indonesia akhir-akhir ini terutama generasi milenial dan generasi Z. Yang dapat diakses pada saluran YouTube HAS Creative yang memiliki 3,36 Juta

subscriber pada bulan Mei 2024. Saluran YouTube HAS Creative ini adalah sebuah media digital dengan *tagline* “*From Thinking To Something*” yang menampilkan berbagai konten seru, menarik dan menghibur dengan mengundang para *figure* dan artis ternama. Beberapa program dari saluran Youtube HAS Creative yaitu *Podcast Warung Kopi (PWK)*, *The HasTag*, *Mamat Keliling (Maling)*, *Bapak Bapak Emang Gitu (BBEG)*, *Undang Makan Random (UMR)*, dan *Takjil*.

Podcast Warung Kopi dibawakan langsung oleh Teguh Prasetyo atau yang lebih dikenal dengan Praz Teguh, seorang komika tunggal yang berasal dari Sumatera Barat. Menurut artikel pada *media online iNews.id* (2024), Praz Teguh memiliki latar pendidikan yang bisa dibilang cukup gagal, karena Praz menyelesaikan masa SMA nya di dua sekolah yang berbeda dan memilih mengundurkan diri dari studi sastra Inggris untuk mengejar karier sebagai pelawak tunggal meskipun sempat ditentang keluarganya. Meraih popularitas melalui ajang *Stand Up Comedy Indonesia Kompas TV*. Dikenal dengan kemampuan *act out* yang ekspresif dan aktif sebagai penulis kreatif serta memiliki saluran YouTube dengan program yang berjudul “*Pacah Paruik*” untuk mengenalkan budaya Minangkabau melalui komedi.

HAS Creative mengonsep video podcast warung kopi atau PWK yang diunggahnya menjadi seperti warkop atau warmindo yang dipilih sebagai latar podcastnya. Latar tempat dibuat semirip mungkin pada saat makan ataupun minum di warkop dan setiap bintang tamu bisa merasakan pengalaman makan dan minum di warkop. Hal lain yang membuat podcast ini menarik yaitu *gimmick* ‘Yanti’ yang memang tidak ditampilkan wajahnya pada setiap video podcast dan sentuhan dari *editing* dengan tampilan kepala dari bintang tamu yang tiba-tiba besar dan muncul ekspresi wajah ‘kocak’ serta didukung dengan *sound effect* yang sesuai.

Podcast warung kopi menunjukkan konsistensi dalam mengunggah konten video dengan mempublikasikan satu video setiap minggu. Penonton yang berlangganan *channel* YouTube HAS Creative *podcast* warung kopi akan mendapatkan pemberitahuan tentang konten yang baru diunggah melalui fitur notifikasi YouTube. Setiap video yang diunggah berhasil menarik jumlah penonton yang stabil, dengan rata-rata sekitar satu juta penonton dalam beberapa tahun

terakhir. Durasi setiap video juga konsisten, yaitu hampir satu jam atau lebih, menjadikan *podcast* warung kopi cukup ideal untuk menemani penonton selama melakukan berbagai kegiatan yang memakan waktu cukup lama.

Mengutip data GlobalWebIndekx (GWI) dalam laman databoks, persentase pendengar *podcast* di Indonesia menjadi yang terbesar kedua di dunia per kuartal III 2021, pendengar *podcast* di Indonesia mencapai 35,6% dari total pengguna internet berumur 16-64 tahun. Pendengarnya menikmati layanan dalam format *audio* maupun *audio* dan *video*. Menampilkan beragam pembahasan dan berbagai topik yang dapat dipilih sesuai dengan pilihan masing-masing. Seperti berita, percakapan, olahraga, misteri, *talkshow*, musik, komedi, seni, hiburan, dan pengalaman sehari-hari. Fenomena ini menjadikan *podcast* sebagai alternatif yang diminati. Dalam waktu belakangan, *podcast* menjadi perhatian utama sebagai medium baru, dan pertumbuhannya akan sangat bergantung pada kualitas dan ragam konten yang ditampilkan. Tidak hanya itu, menurut Allifiansyah (2018), eksistensi *podcast* kedepannya juga dipengaruhi oleh aspek sosial, *trend* dan kesempatan untuk mengaksesnya (Septarina, 2021).

Dalam beberapa tahun terakhir, *podcast* warung kopi Praz Teguh telah menunjukkan pertumbuhan jumlah penonton yang konsisten di *platform* YouTube. Berdasarkan data dari *channel* YouTube *podcast* ini, pada tahun 2021 jumlah rata-rata penonton mencapai 1.684.200. Di tahun kedua, jumlah tersebut meningkat menjadi 2.736.600 penonton. Pada tahun ketiga, penonton mencapai 4.196.943, dan hingga bulan Mei 2024 di tahun keempat, jumlah penonton telah mencapai 5.267.166. Data ini menunjukkan bahwa rata-rata jumlah penonton *podcast* ini terus meningkat dari tahun ke tahun. Berbagai episode dari *podcast* warung kopi telah berhasil menarik perhatian banyak penonton. Salah satu episode yang menonjol yaitu episode keanehan Tretan Muslim yang menunjukkan hingga saat ini besarnya minat penonton terhadap topik yang signifikan mengenai humor verbal yang ditampilkan pada YouTube *podcast* warung kopi episode Tretan Muslim tersebut.

Episode Tretan Muslim pada YouTube Podcast Warung Kopi merupakan salah satu episode yang cukup banyak menarik perhatian penonton setia YouTube Podcast Warung Kopi untuk menonton. Konten YouTube Podcast Warung Kopi

pada Episode Tretan Muslim dirilis pada awal tahun 2022. Isi yang disajikan oleh Praz Teguh dan Tretan Muslim dalam podcast ini berbeda dengan podcast lain, Karena pada episode podcast tersebut Tretan Muslim mengungkapkan keanehan-keanehan yang dimiliki dan diselingi oleh diskusi ringan dan sedikit sensitif mengenai budaya populer yang ada di masyarakat salah satunya trend yang ada di media sosial dengan humor mereka. Hal ini dikarenakan pembahasan yang disampaikan mereka didalamnya terdapat beberapa unsur *dark jokes* atau jenis humor yang menggunakan topik-topik serius (tabu) seperti kematian dan tragedi untuk menciptakan kelucuan yang sering kali dianggap sensitif oleh sebagian orang.

Sebelum terjun dalam dunia *stand up comedy*, Tretan merupakan lulusan D-3 Keperawatan dan bekerja sebagai seorang perawat di salah satu rumah sakit di Surabaya. Sementara pada tahun 2014, Tretan bersama Praz Teguh dan Arif Alfiansyah membentuk Trio komika yang bernama *Overacting* yang telah melakukan *Tour* di beberapa kota di Indonesia. Dan nama Tretan Muslim makin dikenal publik sejak kemunculannya pada *Stand Up Comedy Indonesia 3* atau disingkat dengan SUCI 3. Tretan sebagai seorang kontestan Madura pertama dari ajang *Stand Up Comedy Indonesia Kompas TV* musim ketiga pada tahun 2013. Tretan menyebut dirinya dengan gelar "MM", kepanjangan dari singkatan tersebut yaitu Madura *Move on* karena menurutnya orang madura kalau tampil di acara TV selalu jadi tukang sate, maka lewat dirinya lah Madura dapat kemajuan saat tampil di TV.

Setiap manusia memerlukan humor sebagai cara untuk mengurangi stres dan kejenuhan saat menjalani kegiatan yang menuntut banyak konsentrasi yang tinggi. Kehadiran humor dapat menciptakan perasaan sukacita, keceriaan, dan relaksasi pada otak. Berbagai bentuk humor, seperti percakapan sehari-hari, film, musik, *stand up comedy*, *talkshow*, *meme* dan lainnya. Humor adalah segala sesuatu yang mampu membuat seseorang tertawa, merasa terhibur dan merasakan kesenangan. Menurut Wijana (2004), humor merupakan rangsangan verbal atau visual yang secara spontan dimaksudkan dapat memancing senyum dan tawa pendengar atau orang yang melihatnya. Rangsangan tersebut mencakup segala

bentuk tindakan manusia yang mampu menimbulkan perasaan gembira, geli, lucu pada pendengar, penonton, dan pembaca (Fatonah, 2017).

Kualitas humor sangat bergantung pada kecerdasan dan kreativitas pembicara atau penulis dalam menemukan makna-makna kata yang kreatif. Hal ini penting, mengingat humor yang mencela penampilan fisik seseorang tidak dianggap bermutu, sehingga humor yang pintar dan kreatif dengan memanfaatkan makna kata tanpa merugikan pihak lain lebih disukai oleh masyarakat. Lawakan yang sederhana namun disampaikan dengan bahasa yang terstruktur, tetapi memiliki logika *absurd* yang mendorong pendengar untuk berpikir sebelum tertawa, menjadi daya tarik tersendiri dalam humor. Menurut Suhadi (1989) humor akan menghadirkan kelucuan bergantung pada pemilihan bunyi/intonasi, makna, dan pertentangan atau penyelewangan dari suatu aturan, kebiasaan atau budaya tertentu. Humor muncul ketika pendengar mengalami situasi yang tidak terduga dalam apa yang disampaikan oleh seorang komedian, mengakibatkan tawa karena adanya ketidakcocokan antara konsep dan realitas. Fungsi humor adalah menjaga rasa diri seseorang, yaitu dengan memberikan cara yang sehat untuk merasa terhubung dengan ‘jarak’ antara dirinya dengan masalah, serta melihat masalah dari sudut pandang yang berbeda dan menghindarinya (Yuwana, 2019).

Bentuk distribusi penyiaran berbasis suara yang awalnya hanya diakses melalui radio, kini telah mulai bergeser dengan hadirnya media *audio-streaming*, seperti *podcast* sebagai media alternatif yang berkembang di ranah internet. Menurut Merriam Webster dalam (Kencana, 2020), pengertian *Podcast* adalah program audio digital yang dilampirkan ke RSS (*Really Simple Syndication*) dan didistribusikan melalui internet untuk pemutar media *portable* dan komputer. Istilah *podcast* berasal dari kata “*Ipod*” dan “*Broadcast*”. Awal kemunculan *podcast* pada tahun 2000-an dan memperoleh popularitas yang signifikan pada tahun 2004, ketika *iPod* sedang *booming*. Pada saat itu, teknologi berkembang untuk memfasilitasi berlangganan *feed* dengan tautan langsung ke *file audio* yang bisa diunduh, sehingga pengguna tidak perlu lagi mengunjungi *situs web* atau *blog* tertentu untuk menikmati acara *audio* yang disukai. *Podcast* memanfaatkan perangkat lunak untuk melakukan “langganan” dan memberi notifikasi secara

otomatis ketika *episode* baru telah tersedia. Karena sebagian besar orang memiliki keterbatasan kecepatan maksimum jaringan untuk *transfer* data, mengunduh *file* untuk mendengarkan secara *offline* menjadi sangat bermanfaat.

Dari beberapa konten video podcast warung kopi yang diunggah, video dengan penonton 10 juta lebih salah satunya ialah video percakapan Praz Teguh dengan Tretan Muslim yang saat video diunggah pada 21 Januari 2022, Praz berteman dengan Tretan setelah *stand up comedy* Indonesia 4 sejak 2015.

Dalam video yang memiliki durasi satu jam sepuluh menit, Praz Teguh dan Tretan Muslim membahas tentang keanehan Tretan Muslim terkait budaya populer yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dan bagaimana seharusnya memahami tanda dari percakapan Praz Teguh dan Tretan Muslim. Berikut beberapa cuplikan dialog Praz Teguh dan Tretan Muslim.

Praz Teguh : ”Emang Muslim ini, gimana ya cara bersahabat dia, dia ini *care* banget sama orang, tapi bukan berarti, aku loh nelfon dia, ‘ngapain nelfon bangsat?’ nelfon mau nanyain jadwal nih, besok dimana, ‘ngapain nelfon, WhatsApp aja udah’ gitu, ga suka ditelfon-telfon”

Tretan Muslim : ”Ternyata orang tuh, kayak coki tuh sering nelfon siapa, aku tuh ditelfon orang tuh, aneh anjir, kek ‘apa, pembahasan apa ini fak’ gitu, tapi aku yang lebih seneng kalo orang ke rumah, aku seneng mengundang orang kerumah, tapi kalo aku kerumah orang trus nongkrong di cafe, itu kayak, ngapain gitu, jadi aku *introvert* *ekstrovert* anak jaman sekarang gitu”



Gambar 1. 1 Video Dialog Praz Teguh dan Tretan Muslim

Berdasarkan cuplikan tersebut, singkat namun sudah mampu menggambarkan nilai budaya populer yang tersembunyi di balik guyonan mereka. Dimana Praz Teguh menyoroti kebiasaan Tretan Muslim yang lebih suka berkomunikasi melalui pesan teks WhatsApp daripada di telepon, mencerminkan

tren komunikasi digital di kalangan anak muda saat ini. Kemudian, Tretan Muslim menambahkan perspektifnya tentang interaksi sosial yang lebih nyaman di rumah daripada di tempat umum seperti kafe, yang menunjukkan preferensi anak muda masa kini yang sering merasa lebih nyaman untuk berinteraksi dalam ruang privat daripada ruang publik.

Menurut Silaban (2020), pengaturan mengenai penyelenggaraan penyiaran di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Undang-Undang Penyiaran). Adanya Undang-Undang Penyiaran merupakan tujuan yang diinginkan dalam upaya mewujudkan demokratisasi dalam bidang penyiaran di Indonesia. Dengan digitalisasi penyiaran seperti *podcast* yang menyebarkan siarannya melalui internet, ketiadaan pengaturan izin penyelenggaraan penyiaran dalam Undang-Undang Penyiaran menyebabkan ketidaksesuaian dengan prinsip-prinsip yang diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Undang-Undang Penyiaran hanya mengatur cakupan penyelenggaraan penyiaran melalui televisi dan radio saja, sehingga izin penyelenggaraan untuk *podcast* belum jelas diatur dalam undang-undang penyiaran.

Sebagai sebuah metode analisis, terdapat beberapa model pendekatan yang dapat digunakan untuk melakukan analisis semiotika. Dalam konteks penelitian ini, untuk mengkaji percakapan antara Praz Teguh sebagai *host* dan Tretan Muslim sebagai bintang tamu dalam *channel* youtube Podcast Warung Kopi, analisis data yang digunakan adalah analisis semiotika Charles Sanders Peirce dengan teori segitiga makna yang dikembangkannya. Peirce melihat tanda (*representament*) sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari objek referensinya serta pemahaman subjek atas tanda (*interpretant*). Model triadik Peirce (*representamen + objek + interpretan = tanda*) memperlihatkan peran besar subjek dalam proses transformasi bahasa.

Model triadik Pierce ini memperlihatkan tiga elemen utama pembentuk tanda, yaitu *representamen* (sesuatu yang merepresentasikan sesuatu yang lain), *objek* (sesuatu yang direpresentasikan) dan *interpretant* (interpretasi seseorang tentang tanda). Sehingga, untuk menunjukkan bentuk representasi humor verbal

yang ada dalam episode Tretan Muslim pada Podcast Warung Kopi tersebut, peneliti akan memaparkan dalam bentuk tabel sesuai dengan model triadic Pierce tersebut.

Ditinjau dari latar belakang ini, penulis tertarik untuk meneliti *Podcast Warung Kopi Praz Teguh* untuk mengidentifikasi **Representasi Humor Verbal dalam YouTube Podcast Warung Kopi pada episode keanehan Tretan Muslim (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)**.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang diatas, maka yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah Bagaimana representasi humor verbal dalam YouTube *Podcast Warung Kopi* pada episode keanehan Tretan Muslim?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah serta fokus penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah, untuk mengetahui representasi humor verbal dalam YouTube *Podcast Warung Kopi* pada episode keanehan Tretan Muslim.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Setelah dilakukan penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang representasi humor verbal dalam YouTube *podcast* warung kopi pada episode keanehan Tretan Muslim. Kajian mengenai representasi humor sudah cukup beragam, namun yang spesifik fokus pada perspektif komunikasinya masih cukup sulit untuk ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu menyediakan referensi baru tentang pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh YouTube *podcast* warung kopi pada episode keanehan Tretan Muslim.

1.4.2 Manfaat Praktis

Setelah dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat melalui analisis yang telah dipaparkan. Melalui penelitian ini dapat juga

memicu ide-ide baru dan meningkatkan kreativitas dalam pembuatan konten podcast yang mengandung unsur humor bagi kreator ataupun bagi orang awam untuk memahami konteks humor dalam mengenali tanda-tanda atau simbol dari semiotika Peirce.