

Komika stand up comedy dalam perspektif industri budaya

Nunik Triana

Universitas Indonesia

Kampus UI Salemba, Jakarta, Indonesia

Email: triana.nunik@gmail.com, Phone +621 7868619

How to Cite This Article: Triana, N. (2021). Komika stand up comedy dalam perspektif industri budaya. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(1). doi: 10.25139/jsk.v5i1.2952

Received: 31-08-2020,
Revision: 29-11-2020,
Acceptance: 17-12-2020,
Published online: 16-02-2021

English title: Stand up comedians in cultural industry perspective

Abstract *This paper reviews the position of stand up comic from the perspective of the culture industry by Theodor Adorno. In Adorno's view, the culture industry is always commercially oriented and therefore works or products that carry the character of artistic or cultural values will not be born because these products exist only to respond to market tastes formed by the capitalists. In this case, the artists will not be able to survive if they stick to idealism. With a qualitative approach and critical paradigm, the author takes stand up comic Pandji Pragiwaksono as a case study. The results of the analysis show that Pandji's figure as comic defeats Adorno's criticism. Pandji proves that art in culture industry is able to be an enlightening product, which do not just fulfill market tastes and follow homogeneous standards that set by capitalists. Especially on Pandji's works, it also has messages that can encourage people to think critically. Pandji also proved that he can make a good living by working as comic.*

Keywords: *Adorno; industry; culture; comics; comedy*

Abstrak Tulisan ini meninjau posisi komika *stand up comedy* dari perspektif kritik industri budaya Theodor Adorno. Dalam pandangan Adorno, industri budaya selalu berorientasi komersial dan oleh karenanya tidak akan lahir karya-karya yang membawa karakter produk budaya karena produk tersebut hadir hanya untuk menjawab selera pasar yang dibentuk oleh kaum kapitalis. Dalam hal ini, para seniman tidak akan mampu bertahan hidup jika memegang teguh idealisme. Penulis mengambil komika Pandji Pragiwaksono sebagai studi kasus dengan pendekatan kualitatif dan paradigma kritis. Hasil analisa menunjukkan bahwa sosok Pandji mematahkan kritik Adorno karena Pandji membuktikan seni yang masuk dalam industri budaya mampu membawa karakter produk yang mencerahkan, yang tidak hanya sekedar menjawab selera pasar dan mengikuti standar homogen yang ditetapkan oleh kaum kapitalis. Karya-karya Pandji juga berisi pesan yang mampu mendorong orang untuk berpikir

kritis. Pandji juga membuktikan ia dapat memperoleh penghidupan yang baik dengan berkarya sebagai seorang komika.

Kata Kunci: Adorno; Industri; Budaya; Komika; Komedi

PENGANTAR

Dunia hiburan khususnya komedi di Indonesia telah menjadi bagian dari industri dengan mayoritas mengangkat gaya lawakan yang serupa, yaitu mengedepankan unsur *slapstick* dan seksualitas (Kuncoro, 2014). Namun begitu, dalam perkembangannya muncul pertunjukkan komedi bernama *stand up comedy* atau lawakan tunggal yang kini populer di masyarakat. Gaya lawakan *stand up comedy* berbeda karena selain membicarakan isu keseharian juga banyak mengangkat isu sosial dan politik (Cooper, 2019; Lindfors, 2019; Ruiz-gurillo, 2019), isu yang jarang diangkat dalam industri hiburan, khususnya komedi.

Stand Up comedy sebenarnya bukanlah hal yang baru. Gaya lawakan ini bahkan disebut sebagai yang tertua, banyak digunakan, mendasar, dan bentuk signifikan dari ekspresi humor (Mintz, 1985). Kajian terkait *stand up comedy* sudah banyak dilakukan, beberapa diantaranya terkait teknik bahasa yang digunakan (Ruiz-gurillo, 2019), pola interaksi komika (Filani, 2015), hingga isu gender dalam *stand up comedy* (Cooper, 2019). Beberapa penelitian *stand up comedy* di Indonesia banyak mengangkat terkait isi pesan (Ahmad Yusril Firdaus, Sulis Setiawati, 2018; Siswanto & Febriana, 2017), pola pembukaan dan penutup *stand up comedy* (Afidah & Wahyudi, 2014), atau fenomena *stand up comedy* di Indonesia (Marlin et al., 2017).

Untuk memperkaya kajian terkait *stand up comedy*, tulisan ini akan meninjau komika *stand up comedy* dalam perspektif kritik industri budaya yang diusung oleh Theodor Adorno. Dalam pandangan Adorno (2002), industri budaya telah menginfeksi segala sesuatu dengan pola yang sama. Saluran produk budaya seperti film, radio, dan majalah telah membentuk sistem. Setiap cabang budaya dibentuk dan tampak serupa. Industri budaya dalam hal ini telah menciptakan masyarakat yang tidak berdaya, dimana siapa pun yang tidak menyesuaikan diri maka akan 'dikutuk' menjadi lemah ekonomi yang berkepanjangan dalam kondisi tidak berdaya secara intelektual. Ia akan menjadi penyendiri yang eksentrik, terputus dari arus utama, dan mudah terhukum karena ketidakmampuannya (Horkheimer & Adorno, 2002). Menurut Adorno hal ini adalah bentuk dari dampak kapitalisme pada industri budaya, dimana konsumennya adalah para pekerja, karyawan yang digaji, petani, serta borjuis kecil, yang pada gilirannya tidak dapat menolak gagasan apa pun yang ditawarkan kaum kapitalis kepada mereka (Khandizaji, 2019).

Bagi Adorno, seni dan industri budaya adalah hal yang berbeda. Seni mampu memberikan pengalaman baru, autentik dan berharga pada konsumennya yang kemudian mampu memajukan pengembangan kepekaan yang memungkinkan untuk mempertahankan kesadaran akan adanya pilihan atau kemungkinan alternatif. Sedangkan Industri

budaya, sebaliknya, ia menipu massa dengan memanipulasi dan meniadakan 'rasa kemungkinan' mereka (Horkheimer & Adorno, 2002). Industri budaya bekerja untuk membatasi pilihan konsumen yang melihat karyanya. Hal ini mengikat pada pilihan pekerja seni dan melegitimasi pilihan konsumen yang telah ditentukan. Bahkan mereka yang berusaha untuk menghindari pengaruh industri budaya dengan melepaskan diri sepenuhnya tidak dibiarkan (Horkheimer & Adorno, 2002). Hasilnya, hidup seseorang seperti telah diatur sejak ia lahir. Seperti yang dikatakan Adorno dalam "*The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*" (Horkheimer & Adorno, 2002), "segala sesuatu entah bagaimana tampak 'ditakdirkan'."

Industri budaya selalu berorientasi komersial dan oleh karenanya tidak akan lahir karya-karya yang membawa karakter produk budaya karena produk tersebut hadir hanya untuk menjawab selera pasar yang dibentuk oleh kaum kapitalis. Pekerja seni di industri budaya dilukiskan Adorno layaknya buruh pabrik yang bekerja sesuai dengan standar dan aturan dari pemilik modal.

Sejarah kemunculan industri budaya diawali dari revolusi industri yang telah mendorong pergerakan urbanisasi masyarakat Amerika Serikat ke kota besar untuk bekerja di pabrik-pabrik baru (Crothers, 2018). Untuk melepas lelah mereka menikmati berbagai hiburan, melalui musik, film, buku dan berbagai macam media hiburan lainnya yang dihasilkan oleh perkembangan teknologi. Hiburan yang diterima oleh masyarakat kala itu adalah hiburan yang diproduksi oleh para pemodal (kapitalis). Hiburan yang akhirnya melahirnya apa yang disebut budaya pop.

Adorno, teoretisi asal Frankfurt School, Jerman, yang saat itu sedang bermukim di Amerika Serikat mengkritisi hal ini. Ia menyatakan seni yang dikonsumsi oleh masyarakat saat itu telah mengubah seni menjadi barang konsumsi yang bernilai rendah yaitu sintesis, palsu, dan tidak memiliki nilai seni. Baginya hal ini adalah bentuk kesewenang-wenangan terhadap produk budaya (Khandizaji, 2019). Seni yang diproduksi oleh para kapitalis disebutnya sebagai industri budaya.

Adorno dalam "*Dialectic of Enlightenment*" (Horkheimer & Adorno, 2002) juga mengatakan budaya yang telah masuk dalam ranah industri pasti tergolong budaya rendah karena kaum kapitalis hanya mementingkan keuntungan. Padahal, estetika adalah otonomi, yang berarti bahwa fungsi seni bersifat non fungsional. Selain itu, menurut Adorno, seni adalah suatu bidang yang autentik dan imanen yang tidak dapat dijelaskan dengan referensi untuk sebuah tujuan, misalnya, lembaga politik, agama, atau ekonomi (Brown, 1992).

Adorno dan Max Horkheimer mengkritisi kehadiran budaya yang masif dalam masyarakat kapitalis sebagai budaya yang berasal dari produk industri semata dan tidak berasal dari ekspresi kultural masyarakat, seperti karya musik Mozart atau Beethoven. Industri budaya, yang membawa hasil kerja seni sebagai pembungkus produknya, hanya mengutamakan aspek ekonomi dalam rasionalitas

kapitalis dibanding membawa pencerahan ke dalam masyarakat. Karya seni seharusnya menjadi sebuah pencerahan bagi kemanusiaan, namun industri budaya, dalam pandangan Adorno dan Horkheimer, malah menyebabkan kemunduran terhadap otonomi individu atau regresi terhadap makna sebenarnya dari pencerahan (Khandizaji, 2019).

Kontrol dan dominasi terhadap massa adalah salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh para pencipta industri budaya. Dalam proses penciptaannya, budaya diproduksi atau direproduksi secara mekanis agar dominasi terhadap massa dapat terus dipertahankan (Subijanto, 2013 dalam Nusantara, 2018). Massa yang telah didominasi merupakan aspek penting untuk mencapai tujuan utama industri budaya, yaitu untuk memperoleh keuntungan. Penciptaan yang semata-mata untuk kepentingan laba, menggerus esensi dari budaya itu sendiri.

Adorno, dalam bab tentang industri budaya di "*Dialectic of Enlightenment*," yang berjudul "*The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*" (Horkheimer & Adorno, 2002), mengatakan industri budaya menggunakan tawa (*laugh*) untuk menipu konsumennya tentang keadaan nyata yang ada pada masyarakat kapitalis. Dia menegaskan bahwa industri budaya menjanjikan pelarian kesenangan dari kesedihan sehari-hari bagi para konsumen, terutama bagi mereka yang menyadari telah dimanfaatkan oleh kaum kapitalis. Dalam industri budaya para konsumen akan merasakan apa yang disebut Adorno sebagai *pseudo-pleasure*, yaitu kesenangan semu yang tujuan utamanya adalah untuk meredakan konsumen yang tidak bahagia dengan keberadaan kaum kapitalis, sehingga para konsumen menyerah pada pemikiran untuk menolak dan mengubah keadaan yang ada (Khandizaji, 2019). Akibatnya, industri budaya pun dapat meningkatkan kepatuhan konsumen dengan tatanan kapitalis. Kesenangan atau tawa memainkan peranan kunci untuk melanggengkan kapitalisme.

Adorno mengembangkan teorisasi tawa dalam esai ini karena menanggapi teori kritis Walter Benjamin dalam "*The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*" yang menunjukkan bahwa tawa kolektif yang dihasilkan oleh industri budaya pada khalayaknya dapat membantu transformasi politik. Benjamin berpendapat bahwa *slapstick* pada komedi atau film Disney di Amerika Serikat dapat memicu tawa kolektif penonton yang mampu berfungsi sebagai terapi dari impuls kekerasan yang tidak disadari sekaligus mampu mencegah wabah kekerasan massal (Khandizaji, 2019).

Namun, Adorno berpikir sebaliknya. Meskipun ia setuju dengan Benjamin bahwa tawa atau kesenangan memiliki potensi emansipatif, namun ia tidak setuju konsepsi tawa semata-mata sebagai alat emansipasi yang kemudian mengabaikan kenyataan tawa juga digunakan sebagai mekanisme kontrol sosial dan dominasi (Khandizaji, 2019). Adorno dan Horkheimer melihat industri budaya sebagai sebuah alat untuk memanipulasi massa dalam arti menghilangkan perilaku dan berpikir kritis serta mudah untuk dikontrol dan disubordinasi.

Perusahaan-perusahaan produsen industri budaya lebih mengedepankan apa yang disebut Adorno sebagai standardisasi dan teknik distribusi di dalam sistem kapitalisme. Standardisasi oleh para produsen membantu terbentuknya selera dalam masyarakat. Oleh karenanya tidak mengherankan akan ditemukan 'resep' menguntungkan untuk produk budaya, seperti tema cinta untuk musik, atau film tema percintaan dengan aktor dan aktris muda cantik dan tampan. Dapat dikatakan budaya massa yang ada dalam masyarakat merupakan hasil propaganda dari para pencipta produk industri budaya. Karena monopoli, semua budaya massa menjadi identik (Horkheimer & Adorno, 2002).

Oleh karena hal ini pula, kaum kapitalis enggan menciptakan sesuatu yang baru karena mereka tidak akan mendapat jaminan keuntungan dan bahkan malah berujung kepada kerugian. Mereka lebih memilih mengadopsi sesuatu yang sudah dikenal dalam masyarakat. Seperti dikatakan Adorno, industri budaya menggabungkan 'yang lama' dan 'familier' ke dalam suatu kualitas baru (Nusantara, 2018).

Hal inilah yang menjadi penghalang terhadap kreativitas produksi individual yang mau tidak mau harus mengikuti standar yang telah ditetapkan. Orang-orang kreatif yang memiliki ide-ide baru dan lebih mengutamakan mutu, dibatasi kerjanya dan dituntut untuk lebih mengutamakan penciptaan karya-karya yang dapat dikomersialkan. Adorno mengatakan hal ini dapat menciptakan konflik berkelanjutan antara seniman yang aktif dalam industri budaya dan pihak yang memiliki kekuasaan dalam industri tersebut (Horkheimer & Adorno, 2002). Produksi seni yang homogen menciptakan seniman dan masyarakat yang pasif dan tunduk kepada pemilik modal. Dalam hal ini para pekerja seni pada industri budaya layaknya pekerja dalam pabrik yang tugasnya hanya mereproduksi tanpa memiliki nilai seni.

Herbert J. Gans dalam bukunya "*Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste*" (1974) membahas dengan studi kritis tentang pembelaan budaya populer terhadap pihak-pihak yang menyatakan bahwa hanya budaya tinggi yang dianggap memiliki nilai budaya. Menurut Gans budaya populer merefleksikan dan mengekspresikan nilai estetik dan keinginan banyak orang, dimana semua orang memiliki hak pada budaya apa yang ia inginkan, apakah itu budaya tinggi atau populer. Menurutnya tidak hanya pakar budaya yang mengetahui budaya apa yang baik untuk seseorang dan masyarakat (Gans, 1974).

Dalam buku yang merupakan studi sosiologi tentang *popular culture* dan *high culture* pada masyarakat Amerika Serikat ini, Gans menjelaskan perbedaan produk-produk budaya adalah cermin perbedaan standar estetika atau soal selera, ia menyebutnya sebagai *taste culture*. Hal ini berarti budaya tinggi tidak lebih baik daripada budaya rendah (*low culture*). Kritik terhadap *pop culture* mencerminkan selera yang terbentuk karena kelas sosial ekonomi.

Terkait dengan hal ini Gans menyebut lima tipe selera, pertama *High Culture* adalah budaya yang biasanya dinikmati oleh kalangan yang sangat elite dalam masyarakat atau elitis dalam menilai produk budaya seperti kritikus seni atau para *reviewer*, kelompok ini sangat sedikit ada dalam masyarakat. Kedua, *Upper-Middle Culture* merujuk pada sosial ekonomi elite yang tidak mempermasalahkan kedalaman substansi yang ditawarkan oleh media. Ketiga, *Lower Middle Culture* selera masyarakat menengah, seperti penyuka musik pop dan budaya populer. Keempat, *Low Culture* selera masyarakat menengah ke bawah, di Indonesia seperti penyuka dangdut. Kelima, *Quasi-Folk Low Culture* selera masyarakat kelas bawah, misalkan di Indonesia masyarakat dengan ekonomi ke bawah menyukai dangdut koplo.

Sebelumnya pada 1935, Walter Benjamin mengeluarkan pendapatnya tentang karya seni yang bisa direproduksi secara mekanik melalui esai "*The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*" (Benjamin, 2018), dalam arti Industri Budaya karya seni mampu untuk diperbanyak dan disebar ke banyak tempat. Seperti halnya lukisan Monalisa karya Da Vinci atau karya musik Mozart, menurut Benjamin keberadaan teknologi akan melahirkan inovasi dalam kesenian, meskipun saat maha karya direproduksi ulang dalam industri budaya ada unsur-unsur yang hilang seperti kualitas keaslian sebuah karya seni, aura atau otoritas dan autentisitas, atau posisi istimewa dalam tradisi. Meskipun ada unsur yang hilang, menurut Benjamin reproduksi mekanik mampu mengemansipasi karya seni dari ketergantungan pada ritus. Reproduksi mekanik juga mendemokratisasi produksi kebudayaan, sehingga dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat.

Kini, di era digital produk seni yang tidak masuk dalam industri bahkan dapat dipasarkan dan dinikmati kapan saja. Chris Anderson dalam artikelnya di majalah Wired mengemukakan konsep *Long Tail* dimana internet memungkinkan sebuah produk yang secara ekonomi tidak populer di pasaran (*non hits*) dalam jumlah besar dapat dijual (Crowcroft, 2007). Model ini banyak diterapkan pada retail online seperti amazon.com dan iTunes. Era digital juga mematikan teori kelangkaan karena internet memiliki kapasitas penyimpanan yang tidak terbatas (Long & Wall, 2012).

Dalam industri hiburan, pertunjukan komedi di Indonesia telah dimulai semenjak ratusan tahun yang lalu dalam bentuk wayang orang, ludruk, atau ketoprak. Pada konteks sejarah, perkembangan film komedi Indonesia dapat dibagi menjadi tiga periode yaitu era klasik 1960-1970, era pertengahan 1980-1990, serta era milenium 2000-hingga kini (Chaniago, 2018).

Pada era klasik, Nya' Abbas Akup, yang dianggap sebagai pelopor film komedi, banyak menyutradarai film komedi, seperti "Inem Pelayan Seksi," "Koboi Cengeng," serta "Tiga Buronan." Gaya komedi pada era klasik lebih kepada penguatan karakter dan permainan kata-kata didukung oleh ekspresi jenaka karena film komedi Indonesia era 1960-1970-an mengutamakan nilai-nilai dan tatanan sosial yang berlaku di

Indonesia yaitu memperhatikan asas kepatutan dan kesopanan walaupun terpaksa kepada banyol dan pola-pola komedi ekspresi wajah serta gestur tubuh.

Sedangkan perkembangan film komedi pada masa pertengahan Indonesia memunculkan kelompok-kelompok seperti Warung Kopi DKI (Warkop DKI) dan Pancaran Sinar Petromak (PSP). Film komedi Warkop DKI menampilkan gaya *incongruity*, *stupidity*, serta *physical comedy* (Chaniago, 2018). Oleh karena pada masa tersebut latar belakang mereka kebanyakan adalah kaum terpelajar Indonesia dan lulusan perguruan tinggi, maka materi lawakan cenderung humor intelektual dan politik satir.

Pada era 2000-an, film komedi Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pada era ini, film komedi yang diproduksi cenderung bernuansa komedi situasi. Pada 2004, film komedi yang memadukan sosok waria, unsur seksualitas dan kekerasan fisik, kembali muncul dan mampu menghibur para penonton (Chaniago, 2018).

Sementara di dunia pertelevisian, program acara hiburan seperti komedi menjadi acara yang mudah ditemui. Hampir semua stasiun televisi memiliki tayangan komedi, meskipun dengan konsep acara yang berbeda. Menjamurnya acara komedi dapat dipastikan bahwa acara komedi memiliki nilai jual yang cukup tinggi, terbukti dengan bertahannya acara komedi yang tayang di waktu *prime time*, seperti Trans Corporation yang terdiri dari Trans TV ("*Brownies*") dan Trans7 ("*Opera Van Java*", "*Warga +62*"), Net TV ("*Tonight Show*", "*TikTok-an*," "*Tawa-tawa Santai*"), Global TV ("*Awas Ada Sule*"), serta ANTV ("*Pesbukers*").

Film maupun tayangan komedi di televisi memiliki gaya serupa sebagai materi komedi yaitu *slapstick* dan seksualitas. *Slapstick* dalam "*Encyclopedia Britanica*" diterjemahkan sebagai suatu jenis komedi fisik bercirikan humor yang kasar, situasi absurd dan bersemangat, tak jarang menampilkan aksi kekerasan (Kuncoro, 2014). Seperti dalam acara komedi "*Pesbukers*" *slapstick* ditunjukkan dengan adegan seperti menampar, menjewer, menarik dengan keras, atau membedaki kepala salah satu pemain. Hal ini selalu terjadi berulang-ulang, dan keunggulan dalam acara komedi ini (Kuncoro, 2014). Sedangkan unsur seksualitas ditunjukkan dengan pemain perempuan yang berpakaian seksi dan sering menjadi objek dengan pesan komunikasi yang mengarah atau membentuk sebuah pemikiran tentang seksualitas atau dorongan seks.

Namun begitu, dalam perkembangan dunia hiburan komedi di Indonesia, muncul komedi dalam bentuk *Stand up Comedy*. *Stand up Comedy* menurut Mintz (1985) adalah komedi yang ditampilkan oleh seseorang dengan cara berdiri dan sendiri, ia berperilaku lucu dan atau mengatakan hal-hal yang lucu kepada penonton tanpa dukungan properti seperti kostum, pengaturan, dan kendaraan dramatis lainnya. Motif dan fungsi dari *stand up comedy* rumit, ambigu dan sampai batas tertentu ia bersifat paradoks (Mintz, 1985). Orang yang melakukannya

dinamakan *stand up comedian*, *stand up comic*, atau hanya disebut *comic* atau komika. Biasanya para komika membawakan materi mereka dengan gaya monolog, walaupun ada beberapa jurus yang mengharuskan mereka berinteraksi dengan penonton.

Stand up comedy telah menjadi bagian budaya populer di Eropa dan Amerika Serikat sejak awal abad ke-18 dan tampil untuk pertama kalinya berwujud teater. Lawakan saat itu masih berbentuk lawakan yang sangat sederhana, akan tetapi justru mendapatkan animo yang sangat besar dari warga Amerika Serikat, terutama dari kalangan menengah ke atas, hingga kemudian di awal abad ke-20 *stand up comedy* tampil dengan lawakan sejenis pidato yang isinya bersifat menyindir para politisi atau hanya sekedar membahas kehidupan sehari-hari. Tema ini memikat masyarakat dan dari sinilah kehidupan *stand up comedy* dimulai, *stand-up comedy* tidak hanya dikonsumsi oleh kalangan menengah atas tetapi juga menengah bawah (Marlin et al., 2017).

"*Stand up Comedy Open Mic*" pertama kali diadakan di Indonesia pada tahun 1997 di Comedy Cafe Indonesia, Kemang Jakarta Selatan yang didirikan oleh Ramon Papan. Hingga kemudian almarhum Taufik Savalas membawa acara Comedy Cafe di Trans TV pada 2004. Akan tetapi saat itu acara ini kurang mendapat respons dari masyarakat. Hingga kini, *stand up comedy* mulai muncul kembali dan menjadi bagian dari budaya populer.

Beberapa stasiun televisi yang pernah menayangkan *stand up comedy* adalah Kompas TV ("*Stand Up Comedy Indonesia*" atau "SUCI") tahun 2011, Metro TV ("*Stand Up Comedy Show*") tahun 2011, serta Indosiar ("*Stand Up Comedy Academy*" atau "SUCA") tahun 2015. *Stand up* membawa sebuah bentuk baru di dunia lawak Indonesia dengan menghadirkan komedi yang bukan hanya sebuah hiburan, tetapi membawa penonton untuk berpikir kritis mengenai hal-hal yang terjadi di kehidupan sosial maupun politik. Beberapa topik yang biasanya digunakan oleh komika adalah tentang ideologi, politik, etnis, serta permasalahan populer lainnya (Afidah & Wahyudi, 2014).

Abdul Rozak Mahbub Ali dalam penelitian menggunakan studi semiotik terhadap *stand up comedy* Indonesia periode 2011 –2018 di Kompas TV mengungkapkan bahwa *Stand up Comedy* Indonesia dapat menjadi sebuah medium untuk menyampaikan sebuah kritik satire mengenai diskriminasi (Ali, 2019).

Apri Damai Sagita Krissandi dan Setiawan (2018) dalam penelitiannya yang berjudul "Kritik Sosial *Stand up Comedy* Indonesia dalam Tinjauan Praxmatik" mengungkapkan *Stand up Comedy* merupakan salah satu jenis humor yang berkembang di masyarakat yang dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan kritik sosial karena dapat diungkapkan dengan bahasa yang harmonis dan mempunyai kesan santai serta menggelitik (Krissandi & Setiawan, 2018).

Materi *Stand up Comedy* yang sarat dengan kritik sosial menarik perhatian penulis karena meskipun berbeda dari industri hiburan komedi di Indonesia yang didominasi materi slapstick dan seksualitas, materi komedi yang mengangkat kritik sosial ternyata mampu dijual kepada masyarakat. Jika dilihat dari kaca mata industri budaya Adorno, para komika seharusnya tidak dapat bertahan secara ekonomi jika ia tetap membuat karya yang mengangkat tema sosial dan politik karena industri komedi didominasi oleh lawakan slapstick dan seksualitas. Pekerja seni yang tidak mengikuti industri maka akan menjadi pihak yang tidak berdaya karena dalam industri budaya siapa pun yang tidak menyesuaikan diri dengan keinginan industri maka akan 'dikutuk' menjadi lemah ekonomi yang berkepanjangan dan kondisi tidak berdaya. Ia juga akan terputus dari arus utama, dan mudah terancam karena ketidakmampuannya (Horkheimer & Adorno, 2002).

Namun disisi lain, pilihan mengonsumsi produk budaya adalah tentang selera. Seperti yang dikatakan oleh Gans (1974) bahwa perbedaan produk-produk budaya adalah cermin perbedaan standar estetika atau soal selera yang terbentuk karena kelas sosial ekonomi. Hal ini berarti masyarakat memiliki kemampuan untuk memilih produk budaya sesuai dengan selera mereka. Selain itu, perkembangan teknologi khususnya digital memungkinkan produksi industri budaya tidak hanya melibatkan perusahaan besar, tapi juga perusahaan-perusahaan independen yang melayani khalayak yang segmentasi. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Benjamin (2018) bahwa reproduksi mekanik, dalam hal ini teknologi, mampu mendemokratisasi produk kebudayaan.

Oleh karena hal tersebut, maka artikel ini akan menganalisis dan menjelaskan posisi komika jika dilihat dari perspektif industri budaya yang dikemukakan oleh Adorno. Artikel ini ingin mengetahui bagaimana komika mampu bertahan dengan karya yang berbeda dengan industri hiburan komedi yang ada saat ini.

Penelitian ini secara khusus mengambil studi kasus komika Pandji Pragiwaksono karena dalam penampilannya di panggung *stand up comedy*, Pandji kerap membawakan isu sosial dan politik (Siswanto & Febriana, 2017). Seperti pada "*Mesakke Bangsaku*," Pandji menyampaikan materi dalam bentuk satire terkait sikap minoritas dan mayoritas, menyuarakan kaum difabel yang tidak pernah mendapatkan haknya sebagai warga negara, membela kaum *gay* dan membahas jahatnya pendidikan di Indonesia (Ahmad Yusril Firdaus, Sulis Setiawati, 2018).

Pertunjukan *stand up comedy* Pandji lainnya yang juga mengangkat isu sosial dan politik di antaranya "*Bhinneka Tunggal Tawa*," "INDONESIA: (baca: "Indonesia Titik Dua"), "Juru Bicara," serta "Pragiwaksono." Melalui *Stand Up Comedy World Tour* bertajuk "*Mesakke Bangsaku*," Juru Bicara, serta Pragiwaksono, Pandji mendatangi puluhan kota di Indonesia dan negara lain (Ahmad Yusril Firdaus, Sulis Setiawati, 2018). Ia juga sempat meluncurkan buku

“Berani Mengubah.” Pandji juga dikenal sebagai salah satu pelawak yang membangkitkan kembali *stand up comedy* di Indonesia (Praisra, 2018) dan merupakan pencetus gagasan adanya kompetisi SUCI di Kompas TV pada 2011 dan menjadi pembawa acara di kompetisi tersebut pada 2011 hingga 2015 (Pamugarwati, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, pendekatan kualitatif, serta paradigma kritis. Studi kasus, digunakan karena dinilai mampu menjawab pertanyaan tentang apa yang dapat dipelajari secara khusus dari suatu kasus dengan segala keunikan dan latar belakang sejarahnya (Stake dalam Denzin, 2000). Metode ini berorientasi pada sifat-sifat unik (*casual*) dari unit-unit yang sedang diteliti berkenaan dengan permasalahan-permasalahan yang menjadi fokus penelitian (Pawito, 2007).

Data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan. Studi dokumentasi dipilih karena dokumen dan rekaman merupakan sumber informasi yang stabil, akurat, dan dapat dianalisis kembali; dokumen dan rekaman merupakan sumber informasi yang kaya secara kontekstual, relevan, dan mendasar dalam konteksnya; merupakan pernyataan legal yang dapat memenuhi akuntabilitas; serta bersifat non reaktif dalam arti mampu menyediakan data objektif untuk memahami perilaku subjek penelitian (Guba & Lincoln, 1981).

Tahapan penelitian dilaksanakan dengan menentukan tema atau permasalahan yang akan diteliti. Memilih beberapa artikel wawancara Pandji Pragiwaksono terkait dengan tema penelitian. Artikel diambil dari media massa nasional dan lokal. Membaca dan meringkas artikel-artikel tersebut dan mengelompokkan ke dalam beberapa tema besar dalam sebuah tabel. Dari tabel tersebut penulis menganalisis cakupan dan kedalaman dari masing-masing artikel. Untuk artikel dengan cakupan dan kedalaman tidak sesuai maka penulis mencari artikel lain, hingga akhirnya penulis mengambil 5 (lima) artikel terkait Pandji Pragiwaksono sebagai komika untuk dianalisis (lihat tabel 1).

Untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi pengamat, yaitu seseorang di luar peneliti turut memeriksa hasil pengumpulan data (Neuman, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti meminta bantuan kolega yang ahli dibidang media massa dan komunikasi untuk ikut membaca artikel yang akan dianalisis dan memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

Tabel 1. Daftar Artikel

No	Judul Artikel	Media	Tahun Publikasi
1	Pandji Pragiwaksono: Semua Demi Uang.	Detik.com	2019
2	<i>Ngobrol</i> Bareng Pandji Pragiwaksono soal Karier dan Keluarga	jawapos.com	2019
3	Ketika Pandji Bicara Tentang Pragiwaksono	www.goodnewsfromindonesia.id	2018
4	Profil Pandji Pragiwaksono, dari Penyiar Radio hingga Komika Ternama	Kompas.com	2020
5	Pandji Pragiwaksono: Stand Up Comedy Bisa Jadi Profesi	Kompas.com	2018

Sumber: Olahan Penelitian (2020)

TEMUAN HASIL DAN DISKUSI

Bagian ini akan menuliskan hasil yang diperoleh dari analisis kualitatif terkait pandangan Pandji tentang kesuksesan, profesi komika, serta karya sebagai komika.

Pandji Pragiwaksono dan kesuksesan

Menurut Pandji konsistensi adalah kunci kesuksesan. Menurutnya dalam segala bidang seseorang harus terlebih dahulu mencintai apa yang dilakukan, setelah itu barulah uang dan ketenaran akan datang menghampiri.

"Saya selalu bilang ke teman-teman bahwa loe tuh harus cinta stand-up comedy daripada hal-hal yang datang karena stand-up comedy... Kalau lebih senang stand-up dibanding hal-hal itu, kita akan kembali nulis dan terus menghasilkan karya," (Ginjar, 2019)

Pandji membuktikan konsistensi dan kecintaannya di dunia *stand up comedy* dengan rutin membuat acara dengan harapan dapat selalu berada di *top of mind* jika dirinya adalah seorang *stand up comedian*. Cara ini pula yang dinilainya memperpanjang umur *stand up comedy* di Indonesia karena ketika para senior masih aktif, maka para komika baru pun akan terinspirasi (Ginjar, 2019). Untuk menonton pertunjukan Pandji penonton harus mengeluarkan sejumlah uang, seperti untuk acara "*Komoidoumenoi Stand-Up Comedy World Tour*" yang dihargai Rp. 700.000 – Rp. 1.500.000.

Pandji Pragiwaksono dan Profesi Komika

Ia pun menyatakan *stand up comedy* tidak hanya sekedar pelepas hobi, namun jika dijalani secara serius bisa menjadi sebuah profesi. Dan pekerjaan seorang komika tidak terbatas hanya *open mic* di atas panggung.

"Komika yang baru merintis karier yang sedang belajar bisa melihat bahwa stand up comedy itu bukan sekadar hobi. Tetapi, bisa jadi profesi kalau mereka bisa fokus dan disiplin dalam membangun karier mereka... Artinya, lewat stand up comedy mereka bisa geser ke pemain film, penulis serial TV, film, bisa juga jadi comedy consultant," (Setiawan, 2018)

Pandji juga membuat platform comika.id. Para pelaku *stand up comedy* bisa menjual pertunjukan *stand up comedy*-nya baik *show stand up comedy tunggal* atau kelompok dalam bentuk *video digital download* dalam platform ini. Sehingga menurut Pandji seperti tertulis di laman web comika.id karya-karya komedi tidak hanya berhenti di hari pertunjukan saja, tapi bisa dinikmati kapan saja. Comika.id tidak hanya menjual karya *video digital download* namun juga tiket pertunjukan *stand up comedy* dan menjadi manajemen dan *event organizer* bagi para komika. Pandji juga aktif di berbagai kanal sosial media seperti YouTube, Instagram, ataupun Twitter.

Terkait dengan perkembangan *stand up comedy* di Indonesia, Pandji menilai perkembangannya sangat pesat karena didukung oleh komunitas *stand up comedy* yang cukup banyak, bahkan terbesar di dunia. Hal ini, menurutnya, sesuai dengan karakteristik masyarakat Indonesia yang senang berkumpul, sebuah karakter yang tidak dimiliki oleh semua negara. Sehingga jika seseorang ingin berkarier sebagai komika maka peluang untuk sukses juga besar.

"Kalau dipikir-pikir, komunitas itu kebiasaannya orang Indonesia banget. Jadi orang Indonesia pada prinsipnya memang senang nongkrong, berkumpul. Nah, komunitas stand up Comedy di Indonesia menjadi besar sekali karena dari Aceh sampai Papua ada. Hingga sekarang ada lebih dari 150 komunitas. Jadi memang pesat, bukan hanya dari pertumbuhan komunitas, prestasi dari komikanya juga menyenangkan. Banyak yang dipercaya untuk main film, nulis film, menyutradarai film, diminta jadi host program TV, sitkom, main sinetron. Jadi pertumbuhannya sangat keren kalau menurut saya," (Good News From Indonesia, 2018).

Terkait dengan kenyamanan, Pandji mengatakan menjalani profesi sebagai komika dengan tampil di panggung *stand up comedy* adalah hal yang membuatnya merasa bebas termasuk mencurahkan ide-ide idealisnya. Hal ini dipandanginya berbeda dengan cara kerja di dunia hiburan lainnya.

"Kalau nyaman sih paling nyaman stand up karena itu lebih bebas, sendiri, artinya nggak ngorbanin yang lain. Kalau salah akting, salah dialog, nggak enak sama aktor lain, nggak enak sama lighting, nggak enak sama yang di lokasi. Kalau stand up lebih bebas, idealis, dan lebih langsung reaksinya," (Febrian, 2019)

Karya Pandji Pragiwaksono

Pandji banyak mengangkat persoalan terkait kondisi sosial politik yang ada di Indonesia baik dalam show ataupun tur dunia, seperti saat Pilpres 2019. Pada World Tour 2018-2019 ia mengangkat tema Pragiwaksono karena selain merupakan nama belakangnya, namun juga dapat diartikan kebijaksanaan. Melalui tema ini ia banyak membicarakan soal kebijaksanaan dalam menghadapi segala hal, khususnya pemilu, seperti bijak dalam menanggapi berita, bijak dalam menanggapi hoax, bijak dalam berkampanye, bijak dalam cara kita mendukung, serta bijak dalam cara kita menangani perbedaan pendapat.

"Pragiwaksono, artinya kebijaksanaan. Mengapa kita angkat tema ini? Salah satunya adalah bahwa kalau kita ingin tetap utuh sebagai sebuah bangsa mutlak dibutuhkan kebijaksanaan dalam banyak hal. Bijak dalam menanggapi berita, bijak dalam menanggapi hoax, bijak dalam berkampanye, bijak dalam cara kita mendukung, bijak dalam cara kita menangani perbedaan pendapat. Hal-hal seperti ini perlu dibahas karena ada yang kurang matang dari pemahaman bangsa Indonesia akan persatuan, itu menurut saya. Kita masih sering berpikir, 'Lihat saya, kita beda ras, beda agama, beda suku, tapi kita bersatu. Pancasila banget'. Tapi cara berpikir kita, orang baik bersatu dengan orang baik. Selain kita (yang orang baik ini) adalah jahat. Dan kita pikir itulah persatuan. Padahal kalau dua golongan ini ada dalam satu negara ya bukan persatuan justru perpecahan. Karena pertanyaan besarnya adalah siapa yang berhak bilang saya orang baik, dia orang jahat? Sering kali kita seperti itu. Nah sekarang, perdamaian dan persatuan macam apa yang kita harapkan kalau terus-menerus kita masih ngomongin saya orang baik, dia orang jahat. Tidak selesai-selesai. Nah ini menurut saya tema yang sangat penting apalagi jelang Pilpres". (Good News From Indonesia. 2018)

Ia pun mengatakan sebagai seorang aktor dirinya lebih untuk membintangi film yang sesuai dengan minatnya, termasuk produser *production house* (PH), serta sutradara yang terlibat. Menurutnya berkata jujur adalah hal terbaik yang dapat ia lakukan jika ia mendapatkan tawaran film yang tidak ia sukai.

"Kalau milih karakter sebenarnya lebih ke milih cerita apa yang saya ingin jadi bagian dari cerita tersebut. Terus milih produsernya, milih PH-nya, milih sutradaranya lebih ke itu aja sih... Cuma kalau misalkan ada tantangan yang menarik untuk dicoba kerjakan ya saya terima. Tentu itu tidak ada apa-apanya kalau tidak ada.... Jadi orang jujur aja oke, jujur aja," (Febrian, 2019).

Pandji Pragiwaksono dalam Industri Budaya

Sekitar tahun 1939 – 1944 saat terjadinya perang dunia kedua, Adorno mengkritisi seni dalam industri budaya dalam *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception* (Horkheimer & Adorno, 2002), ia memandang para pekerja seni hanya seorang karyawan yang terikat kontrak dengan bayaran tertentu karena saat itu pekerja seni untuk bertahan hidup sangat bergantung pada media hiburan seperti studio Hollywood ataupun stasiun radio yang dimiliki oleh para pemodal. Namun jika kritik tersebut diaplikasikan pada saat ini secara otomatis terbantahkan. Hal ini terlihat dari sosok Pandji yang bukan seorang karyawan kontrak sebuah stasiun televisi, radio, ataupun media massa lainnya. Ia mampu memproduksi dan menjual karyanya sendiri termasuk memiliki posisi tawar kepada kaum kapitalis yang ingin memperkerjakannya karena ia telah memiliki nama besar yang dihasilkan dari karya-karyanya. Misalkan dalam memilih sebuah film ia akan mempertimbangkan unsur cerita, produsernya, rumah produksi, serta sutradara yang akan mengarahkan, jika tidak merasa cocok akan ia akan menolak (Febrian, 2019).

Pandji juga memiliki peran pada perkembangan *stand up comedy* di Indonesia, karena ia adalah salah satu pencetus gagasan kompetisi Stand Up Comedy Indonesia (SUCI) di Kompas TV pada 2011, sebuah tayangan yang membangkitkan kembali *stand up comedy* di Indonesia. Tayangan ini banyak mengangkat dan mengkritisi isu sosial, dan politik, sebuah isu yang jarang di angkat ke dunia hiburan.

Nama Pandji sudah dikenal masyarakat sebagai penyiar, *presenter*, ataupun penyanyi namun tampil sebagai seorang komika membuatnya dapat lebih bebas dalam mengekspresikan karya idealisnya. Pandji membuktikan dengan gaya *stand up comedy*, karya idealisnya mampu menarik minat masyarakat.

Contohnya dalam Stand Up Comedy Word Tour Pragiwaksono, materi yang diangkat adalah tentang Kebijakanaksanaan dibutuhkan untuk menjaga keutuhan bangsa (*Good News From Indonesia. 2018*). Hal ini menurutnya perlu dibahas karena ia melihat masyarakat Indonesia masih kurang matang dalam hal pemahaman bangsa Indonesia akan persatuan. Tiket pertunjukkan ini laku dijual di 11 kota di 5 negara. Bahkan setelah tur selesai video pertunjukkan masih dapat diakses masyarakat melalui digital download di platform comika.id.

Dari hal tersebut di atas dapat dilihat bahwa lawakan kritis yang mengangkat isu sosial pun mampu dijual tidak hanya lawakan standar seperti bermuatan *slapstick* dan seksual. Masyarakat pun tidak dapat dianggap atau dikondisikan sama yaitu penyuka lawakan standar seperti dikatakan Adorno karena ada kelompok masyarakat penyuka *stand up comedy* yang jumlahnya tersebar di seluruh Indonesia. Mereka kebanyakan dari kalangan muda yaitu pelajar dan mahasiswa (Marlin et al., 2017). Masyarakat penyuka *stand up comedy* di Indonesia membentuk komunitas dimana mereka dapat berbagi informasi.

Terkait dengan hal tersebut, Gans (1974) menjelaskan bahwa budaya populer merefleksikan dan mengekspresikan nilai estetika dan keinginan banyak orang, dimana semua orang memiliki hak pada budaya apa yang ia inginkan, apakah itu budaya tinggi atau populer. Perbedaan antara produk-produk budaya adalah cermin perbedaan standar estetika atau soal selera, ia menyebutnya sebagai *taste culture*. Pandangan Adorno yang menyatakan budaya sebagai hal yang tunggal hal ini tidak logis karena masing-masing industri memiliki karakter dan corak yang berbeda.

Terkait dengan penonton *stand up comedy* jika kita kaitkan dengan pandangan Gans (1974) mereka dapat digolongkan kepada *upper-middle culture* karena berpendidikan dan mengonsumsi karya yang mampu membuat mereka berpikir kritis. Hal ini pula yang dapat menjelaskan mengapa *stand up comedy* dapat lebih berkembang saat ini dibanding lawakan tunggal dimasa lalu karena semakin lama kalangan pencinta kebudayaan meningkat jumlahnya yang didorong antara lain karena peningkatan pendidikan dan peningkatan ekonomi masyarakat. Mereka bukan sekedar mencari hiburan karena ingin melarikan diri dari realitas kehidupan seperti halnya yang terjadi di awal revolusi industri.

Para seniman saat ini, meskipun tidak masuk dalam jalur bisnis besar nyatanya mampu mendapatkan nafkah hidup dari karya mereka. Seperti Pandji yang mendapatkan banyak pemasukan dari karya-karya *stand up comedy*-nya. Ia bahkan menyatakan *stand up comedy* yang dijalani secara konsisten dan serius mampu dijadikan profesi bahkan mengantarkan komika kepada pekerjaan lain seperti pemain film atau pembuat konten seperti yang saat ini ia kerjakan (Setiawan, 2018).

Pendapatan juga tidak hanya dihasilkan komika dari panggung ke panggung namun juga didorong oleh pemanfaatan teknologi seperti penggunaan platform sosial media dan laman web. Walter Benjamin melalui esai "*The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*" (Benjamin, 2018), mengatakan bahwa teknologi akan melahirkan inovasi dalam kesenian meskipun saat ini karya direproduksi ulang dalam Industri Budaya ada unsur-unsur yang hilang seperti kualitas keaslian sebuah karya seni, aura atau otoritas dan autentisitas, atau posisi istimewa dalam tradisi.

Meskipun ada unsur yang hilang, namun menurut Benjamin reproduksi mekanik mampu mengemansipasi karya seni dari ketergantungan pada ritus. Reproduksi mekanik juga mendemokratisasi produksi kebudayaan. Hal ini memungkinkan produksi industri budaya tidak hanya melibatkan pabrik besar, tapi juga perusahaan-perusahaan independen atau bahkan industri rumahan yang melayani khalayak yang lebih tersegregasi.

Pandji melakukan hal ini dengan platform comika.id dan berbagai kanal sosial media yang ia miliki. Melalui platform tersebut Pandji mampu mempromosikan serta memasarkan karya yang ia miliki. Logika *long tail* juga terlihat dari video-video pertunjukan Pandji di tahun-tahun

sebelumnya yang masih dapat dikonsumsi oleh masyarakat melalui comika.id. Menurut Pandji, seperti tertulis dalam laman web comika.id, melalui platform tersebut karya-karya komedi tidak hanya berhenti di hari pertunjukan saja, tapi bisa dinikmati kapan saja.

Dari penelitian ini dapat ditarik implikasi teoretik terkait relevansi pemikiran Adorno tentang industri budaya pada media baru di era digital. Adorno melandaskan pemikirannya terkait industri budaya yang berkembang saat revolusi industri berlangsung terutama pada bentuk baru komunikasi saat itu yaitu media massa dan hiburan seperti surat kabar, radio, serta film. Menurutnya industri budaya telah mendorong pemikiran buruk pada khalayaknya (Crothers, 2018), menipu massa dengan memanipulasi, serta membatasi pilihan konsumen (Horkheimer & Adorno, 2002).

Dalam pandangan Adorno (2002), para pekerja seni yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan industri budaya maka ia akan lemah secara ekonomi. Namun kini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital mampu memfasilitasi pekerja seni seperti komika untuk menciptakan saluran komunikasi guna menjual karyanya, yang tidak mengikuti standar homogen, sehingga ia tidak perlu bergantung pada industri. Dalam hal ini berarti perkembangan teknologi mampu meruntuhkan ramalan Adorno terkait industri budaya yang memosisikan para pekerja seni menjadi pihak yang tidak berdaya.

KESIMPULAN

Dari paparan di atas dapat dilihat bahwa sosok Pandji dapat mematahkan kritik Adorno yang mengungkapkan bahwa kreativitas produksi individual harus mengikuti standar yang telah ditetapkan oleh kaum kapitalis yang berarti para pekerja seni pada industri budaya adalah pihak pasif layaknya pekerja dalam pabrik yang tugasnya hanya mereproduksi tanpa memiliki nilai seni. Terlebih pandangan Adorno yang mengungkapkan para seniman tidak akan mampu bertahan hidup jika memegang teguh idealisme juga tidak dapat diaplikasikan pada sosok Pandji. Pandji membuktikan seni yang masuk dalam industri budaya mampu membawa karakter produk yang mencerahkan, yang tidak hanya sekedar menjawab selera pasar dan mengikuti standar homogen yang ditetapkan oleh kaum kapitalis, serta mampu mendorong orang untuk berpikir kritis. Keseriusan dan konsistensi dalam berkarya, serta memanfaatkan teknologi adalah kunci Pandji untuk meraih kesuksesan dengan karya komedi yang berbeda dengan jalur *mainstream*.

Saran untuk penelitian selanjutnya dapat dikaji kembali relevansi pemikiran Adorno di era digital dari sisi industri media, yakni terkait apakah industri media saat ini masih memiliki kontrol dan dominasi terhadap massa. Selain itu dapat juga diteliti terkait analisa wacana melalui teks para komika di Indonesia untuk memperlihatkan bentuk-bentuk resistensi terhadap dominasi industri budaya. Dengan demikian dapat dilakukan elaborasi lebih lanjut mengenai bentuk-bentuk perlawanan budaya baik dari aspek mikro, meso, dan makro.

ACKNOWLEDGMENTS

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dr. Ade Armando, M.S selaku dosen pengampu mata kuliah Seminar Industri Budaya.

REFERENSI

- Afidah, L., & Wahyudi, R. (2014). HOW IT STARTS AND ENDS: A STUDY OF INDONESIAN STAND-UP COMEDY. *Bahasa Dan Sastra*, 14(2).
- Ahmad Yusril Firdaus, Sulis Setiawati, E. Y. (2018). Satire on Stand Up Comedy "Messake Bangsaku" By Pandji Pragiwaksono. *Jurnal Hortatori*, 2(2), 80–86. <https://ejournal-pbi.unindra.ac.id/index.php/hortatori/article/view/96/80>
- Ali, A. R. M. (2019). *Stand Up Comedy Indonesia Sebagai Medium Satire terhadap Isu Diskriminasi (Studi Semiotik Stand Up Comedy Indonesia Periode 2011-2018 di Kompas TV)*. Universitas Airlangga.
- Benjamin, W. (2018). The work of art in the age of mechanical reproduction. *A Museum Studies Approach to Heritage*, 226–243. <https://doi.org/10.4324/9781351226387-29>
- Brown, L. B. (1992). *Adorno's Critique of Popular Culture: The Case of Jazz Music*. 26(1), 17–31.
- Chaniago, R. H. (2018). Analisis Perkembangan Film Komedi Indonesia. *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2), 189–195. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.482>
- Cooper, S. K. (2019). What 's so funny? Audiences of women 's stand-up comedy and layered referential viewing: Exploring identity and power. *The Communication Review*, 22(2), 91–116. <https://doi.org/10.1080/10714421.2019.1599666>
- Crothers, L. (2018). *Globalization and American Popular Culture* (4th ed.). Rowman & Littlefield.
- Crowcroft, J. (2007). Net neutrality: The technical side of the debate: A white paper. *Computer Communication Review*, 37(1), 49–55. <https://doi.org/10.1145/1198255.1198263>
- Febrian., P., P. (2019). Pandji Pragiwaksono: Semua Demi Uang. Diakses dari <https://hot.detik.com/celeb/d-4594944/pandji-pragiwaksono-semua-demi-uang>
- Filani, I. (2015). Stand-up Comedy as an Activity Type. *Israeli Journal of Humor Research*, 4(1), 73–97.
- Gans, H. J. (1974). *Gans-Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste*. Basic Book, Inc Publishers.
- Ginangjar, D. (2019). Ngobrol Bareng Pandji Pragiwaksono soal Karir dan Keluarga. Diakses dari <https://www.jawapos.com/entertainment/infotainment/19/10/2019/ngobrol-bareng-pandji-pragiwaksono-soal-karir-dan-keluarga/>
- Good News From Indonesia. (2018). Ketika Pandji Bicara Tentang Pragiwaksono. Diakses dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/10/25/wawancara-ketika-pandji-bicara-tentang-pragiwaksono>
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1981). *Effective Evaluation: Improving the Usefulness of Evaluation Results Through Responsive and Naturalistic Approaches*. Jossey-Bass Publishers.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2002). *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. Stanford University Press.
- Khandizaji, A. (2019). *Reading Adorno: The Endless Road*. Palgrave Macmillan.
- Krissandi, A. D. S., & Setiawan, K. A. C. (2018). Kritik Sosial Stand Up Comedy Indonesia Dalam Tinjauan Praktatik. *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 7(2), 46–59. <https://doi.org/10.22437/pena.v7i2.5316>
- Kuncoro, A. D. (2014). *Seksualitas dan Slapstick dalam acara Komedi Sebagai Komodifikasi di Televisi (Studi Analisis Wacana Pada Acara Komedi Pesbukers di ANTV)*. Universitas Muhammadiyah Malang.

- Lindfors, A. (2019). Cultivating Participation and the Varieties of Reflexivity in Stand-Up Comedy. *Journal of Linguistic Anthropology*, 29(3), 276–293. <https://doi.org/10.1111/jola.12223>
- Long, P., & Wall, T. (2012). *Media Studies: Texts, Production, Context* (2nd ed.). Routledge.
- Marlin, C., Warouw, D. M. D., & Kalangi, J. . (2017). Fenomena tayangan stand up comedy di kompas tv. *E-Journal Acta Diurna*, VI(2).
- Mintz, L. E. . (1985). Standup Comedy as Social and Cultural Mediation. *American Quarterly*, 37(1), 71–80.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (Issue 7). Pearson Education Limited.
- Nusantara, A. G,. (2018). Sisi lain Budaya dalam Masyarakat Industrial. LPM Siar.
- Pamugarwati, Azizah. (2020). "Profil Pandji Pragiwaksono, dari Penyiar Radio hingga Komika Ternama". Diakses dari <https://entertainment.kompas.com/read/2020/03/06/140020766/profil-pandji-pragiwaksono-dari-penyiar-radio-hingga-komika-ternama?page=all>
- Praisra, Hartifiyany. (2018). Sejarah *Stand Up Comedy* Masuk Indonesia. Diakses dari <https://republika.co.id/berita/p2n18f282/sejarah-emstand-up-comedyemasuk-indonesia>
- Ruiz-gurillo, L. (2019). Subversive humor in Spanish stand-up comedy: Two Case Studies in Spanish. *HUMOR: International Journal of Humor Research*. <https://doi.org/10.1515/humor-2018-0134>
- Setiawan, T., S. (2018). Pandji Pragiwaksono: Stand Up Comedy Bisa Jadi Profesi. Diakses dari <https://entertainment.kompas.com/read/2018/01/16/151200210/pandji-pragiwaksono-stand-up-comedy-bisa-jadi-profesi>
- Siswanto, A., & Febriana, P. (2017). Representasi Indonesia dalam Stand Up Comedy (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam Pertunjukan Spesial Pandji Pragiwaksono " Mesakke Bangsaku ") Angger Siswanto Poppy Febriana (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Ab. *Kanal (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, 5(2), 121–130.