

---

## Variasi Argot di Komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia

Arief Darmawan\*<sup>1</sup>, Joko Setiyono<sup>2</sup>

E-mail: [arief.d@walisongo.ac.id](mailto:arief.d@walisongo.ac.id)<sup>1</sup>, [joko\\_setiyono@ikipgribojonegoro.ac.id](mailto:joko_setiyono@ikipgribojonegoro.ac.id)<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang<sup>1</sup>, IKIP PGRI Bojonegoro<sup>2</sup>

---

### ABSTRAK

---

**Kata Kunci:** 3-5 kata kunci

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan variasi argot dalam komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia berdasarkan bentuk morfologis dan asal bahasanya. Data diperoleh dari berbagai platform media sosial komunitas Stand Up Indo, yang kemudian dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar argot yang digunakan merupakan kata dasar yang berasal dari bahasa Inggris (KDA) sebanyak 20 item, dibandingkan dengan delapan kata dasar dari bahasa Indonesia (KDB). Selain itu, ditemukan enam kata turunan berbahasa Indonesia dan tiga kata turunan campuran. Dalam kategori frasa, terdapat 21 frasa argot berbahasa Inggris, dua frasa berbahasa Indonesia, dan dua frasa campuran. Sedangkan argot berbentuk klausa merupakan kategori yang paling sedikit ditemukan, yakni dua klausa campuran. Temuan ini menunjukkan dominasi leksikon bahasa Inggris dalam komunitas ini, seiring dengan pengaruh kuat budaya asal *Stand Up Comedy* yang berasal dari Amerika. Namun, munculnya bentuk-bentuk argot lokal dan campuran menunjukkan proses adaptasi linguistik dan hibriditas bahasa dalam ranah budaya populer urban di Indonesia.

**Kata kunci:** argot, *stand up comedy*, komunitas

---

**Key word:**

3-5 Kata Kunci

### ABSTRACT

*This study aims to identify and classify the variation of argot within the Indonesian Stand-Up Comedy community based on morphological forms and language origin. The data were collected from various social media platforms affiliated with the Stand Up Indo community and analyzed using a descriptive qualitative approach. The findings indicate that the majority of the argot used consists of English-based root words (KDA), totaling 20 items, compared to eight Indonesian-based root words (KDB). Additionally, six derived words were identified in Indonesian and three as hybrid derivations combining Indonesian and English. In the phrase category, there are 21 English-language argot phrases, two Indonesian phrases, and two hybrid phrases. Clause-based argot was the least represented, with only two hybrid examples found. These results demonstrate the dominance of English lexicon in the community, reflecting the strong cultural influence of American-origin stand-up comedy. However, the emergence of local and hybrid argot forms also reflects linguistic adaptation and hybridization within the landscape of urban popular culture in Indonesia.*

*Keywords:* argot, *stand up comedy*, language community

## PENDAHULUAN

Bahasa memiliki fungsi sosial yang kompleks, tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai penanda identitas, kekuasaan, dan solidaritas kelompok (Fairclough, 2013). Dalam konteks komunitas-komunitas subkultural seperti *Stand Up Comedy* di Indonesia, muncul bentuk variasi bahasa yang khas, yakni *argot*. Argot merujuk pada kosakata khusus yang digunakan oleh komunitas tertentu untuk memperkuat batas keanggotaan dan membangun kesamaan identitas. Istilah-istilah seperti *bombing*, *pecah*, *riffing*, *komtung*, dan *bit* tidak hanya berfungsi teknis, tetapi juga membawa makna simbolik yang hanya dipahami secara penuh oleh sesama komika. Hal ini sesuai dengan pandangan (Coleman, 2012) bahwa argot adalah “a linguistic shield” yang memperkuat solidaritas internal dan membatasi pemahaman dari pihak luar. Dalam komunitas *Stand up Indo*, penggunaan argot tidak hanya mencerminkan pengalaman panggung, tetapi juga membentuk hierarki dan modal sosial dalam kelompok.

Secara teoritik, variasi argot dalam komunitas *stand up* dapat dipahami melalui kerangka *sociolinguistik* dan *pragmatik*. Bahasa kelompok atau register sosial adalah bagian dari cara komunitas membangun struktur internal dan relasi kuasa (Holmes, 2013; Wardhaugh & Fuller, 2021). Dalam komunitas ini, bahasa tidak hanya merepresentasikan realitas sosial, tetapi juga memproduksinya melalui praktik sehari-hari (Bourdieu & Thompson, 1991). Bahasa menjadi sumber modal simbolik, dan penguasaan atas istilah-istilah tertentu memberikan legitimasi sosial kepada penggunanya. Lebih lanjut, konsep *communities of practice* dari (Eckert & McConnell-Ginet, 1992) menjelaskan bahwa bentuk bahasa dalam komunitas seperti *Stand Up Comedy* berkembang seiring partisipasi rutin dalam praktik bersama. Argot lahir dari interaksi sosial yang intens dan berulang, mencerminkan nilai-nilai kolektif dan pengetahuan komunitas yang tersosialisasi secara informal. Selain itu, dalam pendekatan pragmatik, istilah-istilah ini memperoleh makna yang bergantung pada konteks penggunaan dan interaksi sosial, sehingga istilah seperti *ngebom* atau *pecah* tidak memiliki makna universal tetapi sangat kontekstual (Leech, 1993; Yule, 1996). Oleh karena itu, mengkaji variasi argot dalam komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika wacana, struktur sosial, dan konstruksi identitas dalam budaya populer kontemporer.

## KAJIAN TEORI

Variasi bahasa merupakan bentuk keanekaragaman bahasa yang timbul karena berbagai faktor, sebagaimana dijelaskan oleh Soeparno (Soeparno, 2002) bahwa variasi bahasa adalah keanekaragaman bahasa yang disebabkan oleh faktor tertentu, terutama berkaitan dengan hubungan sosial antara penutur dan mitra tuturnya. Menurutnya, variasi bahasa dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis, yaitu variasi kronologis, geografis, sosial, fungsional, gaya atau *style*, kultural, dan individual. Setiap jenis variasi ini mencerminkan perbedaan sosial, budaya, dan konteks penggunaan bahasa. Senada dengan itu, Chaer (Chaer & Agustina, 2004) menyatakan bahwa variasi bahasa muncul karena para penutur bahasa meskipun berada dalam satu masyarakat tutur, tetap bukan merupakan kelompok yang homogen, sehingga bentuk konkret bahasa (*parole*) yang mereka gunakan pun tidak seragam. Chaer (2004) lebih lanjut membagi variasi bahasa berdasarkan dua aspek utama, yakni berdasarkan penutur dan berdasarkan penggunaannya. Berdasarkan penutur, variasi bahasa mencakup idiolek, dialek, dan sosiolek, yang di dalamnya termasuk akrolek, basilek, vulgar, slang, kolokial, jargon, argot, dan ken. Sementara itu, berdasarkan penggunaannya, variasi bahasa terdiri atas fungsiolek, ragam atau register, serta tingkat keformalan yang mencakup gaya beku (*frozen*), resmi (*formal*), usaha (*konsultatif*), santai (*kasual*), dan akrab (*intim*), serta sarana yang digunakan, yakni ragam lisan dan ragam tulis.

Bahasa adalah sistem simbolik yang sarat makna sosial. Ia tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi identitas, kekuasaan, dan keanggotaan dalam kelompok tertentu (Fairclough, 2013). Dalam komunitas-komunitas subkultural, bahasa memainkan peran penting dalam membedakan “kami” dari “mereka”. Dalam ranah ini, berkembang suatu bentuk variasi bahasa yang

dikenal sebagai argot: istilah, ungkapan, atau kosa kata khusus yang hanya dipahami oleh anggota komunitas tertentu.

Argot berfungsi sebagai alat pembentuk identitas sosial sekaligus mekanisme perlindungan terhadap akses luar. Argot memungkinkan anggota komunitas menetapkan batas sosial dan menjaga keterikatan dengan mengecualikan orang luar memahami percakapan internal (Coleman, 2012). Dengan kata lain, penggunaan argot secara sengaja menciptakan ruang linguistik yang bersifat tertutup, di mana pemahaman terhadap istilah-istilah tertentu menjadi indikator keanggotaan dan legitimasi dalam komunitas. Dalam konteks ini, bahasa tidak lagi netral, melainkan menjadi bagian dari praktik simbolik yang memperkuat struktur sosial internal kelompok.

Lebih lanjut, Eckert dan McConnell-Ginet (1992) menekankan bahwa bahasa dalam komunitas praktik tidak hanya mencerminkan nilai-nilai kelompok, tetapi juga membentuk dan mereproduksinya melalui interaksi sehari-hari. Dalam komunitas *Stand Up Comedy*, misalnya istilah seperti *bombing* atau pecah tidak hanya merujuk pada kinerja panggung, tetapi juga mengandung makna evaluatif yang mempengaruhi reputasi dan hierarki komika. Dengan demikian, argot tidak hanya berfungsi sebagai sarana ekspresi, tetapi juga sebagai medium kuasa simbolik dalam ekosistem sosial komunitas.

Dalam kerangka tersebut, penting untuk melihat bagaimana argot dalam komunitas *Stand Up Comedy* tidak hanya berkembang secara spontan, melainkan dipelajari, diinternalisasi, dan direproduksi dalam proses sosial yang berulang. Wenger (1998) menjelaskan bahwa keanggotaan dalam komunitas praktik ditentukan oleh partisipasi aktif dalam praktik diskursif, termasuk penggunaan bentuk-bentuk linguistik khas: “Learning involves the construction of identities, which are both social and negotiated through language.” Maka dari itu, komika baru yang ingin diakui dalam komunitas tidak hanya perlu menguasai teknik panggung, tetapi juga harus memahami dan menggunakan kosakata khas yang berlaku. Proses ini menunjukkan bahwa bahasa menjadi instrumen utama dalam membentuk identitas sosial sekaligus alat akomodasi terhadap norma kelompok.

Fenomena *Stand Up Comedy* sebagai bentuk ekspresi budaya urban kini semakin populer di Indonesia. Komunitasnya, dikenal sebagai *Stand up Indo*, membentuk suatu subkultur dengan praktik komunikasi khas, termasuk penggunaan argot. Sebagai sebuah subkultur urban, komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia merepresentasikan apa yang disebut oleh Umberto Eco (1972) sebagai “*semiotic guerrilla warfare*”—strategi simbolik tempat kelompok marginal atau alternatif membangun identitas melalui tanda-tanda kultural yang khas, termasuk bahasa (Hebdige, 1979). Penggunaan argot oleh para komika tidak hanya memperkuat kohesi sosial internal, tetapi juga menjadi bentuk resistensi simbolik terhadap bahasa arus utama yang terlalu formal, normatif, atau konvensional. Dalam konteks ini, istilah seperti kombud (teman komedi) atau *nge-roasting* (mengolok-olok dengan cerdas) menjadi representasi dari kreativitas linguistik sekaligus ekspresi gaya komunikasi yang otonom dari standar bahasa resmi.

Selain itu, bahasa komunitas ini juga memperlihatkan bentuk hibridisasi linguistik yang khas Indonesia, di mana istilah serapan dari budaya *Stand Up Comedy* Barat berbaur dengan konteks lokal secara kreatif. Menurut (Pennycook, 2006) globalisasi bahasa tidak selalu menghasilkan homogenisasi, tetapi justru membuka ruang bagi penyesuaian lokal atas diskursus global. Dalam hal ini, istilah seperti *kill* atau *bit* tidak digunakan secara harfiah seperti dalam konteks Amerika, melainkan dimaknai ulang dalam situasi dan pengalaman khas komika Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa global, ketika masuk ke dalam ruang budaya lokal, akan melalui proses adaptasi, negosiasi, dan domestikasi makna yang sangat kontekstual.

Argot ini bukan hanya cerminan pengaruh budaya global, tetapi juga bentuk hibriditas linguistik khas Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengungkap bagaimana komunitas ini membentuk, memaknai, dan melestarikan argot sebagai bagian dari strategi diskursif mereka. Konsep hibriditas linguistik ini sejalan dengan pandangan Bhabha (1994) yang menyatakan bahwa ruang budaya pascakolonial adalah ruang “in-between”, tempat berlangsungnya percampuran, perundingan, dan penciptaan makna baru. Dalam konteks komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia, istilah seperti bit atau callback yang berasal dari leksikon komedi Anglo-Amerika tidak dipakai secara mentah, melainkan dimodifikasi melalui pengalaman lokal, misalnya dalam konteks open mic di warung kopi atau *roasting* terhadap tokoh lokal. Proses ini menciptakan apa yang Garcia Canclini (1995) sebut sebagai “*mestizaje cultural*”, yakni sintesis antara unsur-unsur global dan lokal dalam bentuk ekspresi

budaya baru. Hal ini membuktikan bahwa argot tidak bersifat statis, melainkan dinamis dan selalu dalam proses negosiasi makna.

Lebih jauh lagi, argot juga dapat dilihat sebagai strategi diskursif yang menciptakan ideological stance terhadap bahasa dominan. Ketika komunitas *Stand Up Comedy* memilih untuk menggunakan istilah-istilah khas yang mungkin tidak dimengerti publik luas, mereka sedang memposisikan diri secara ideologis sebagai kelompok dengan nilai, humor, dan gaya komunikasi tersendiri (Jaworsky & Coupland, 2007). Bahkan, dalam banyak kasus, istilah tersebut hanya bisa dimaknai penuh oleh mereka yang terlibat langsung dalam praktik *Stand Up Comedy*. Hal ini memperlihatkan bahwa bahasa dalam komunitas ini bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga bentuk perlawanan simbolik terhadap homogenisasi makna dan gaya komunikasi publik yang lebih normatif (Gee, 2010).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan fokus pada analisis linguistik terhadap variasi argot dalam komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia. Data diperoleh melalui metode dokumentasi, yakni pengumpulan teks-teks yang bersumber dari unggahan, takarir, komentar, dan diskusi daring di media sosial komunitas *Stand Up Comedy*, seperti Instagram, Twitter (X), dan Facebook. Platform ini dipilih karena menjadi ruang diskursif utama tempat komunitas-komunitas *Stand up Indo* berinteraksi dan menggunakan istilah khas mereka secara alami dan kontekstual.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih data yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya kata-kata, frasa, atau ekspresi yang mencerminkan bentuk argot. Data dikumpulkan selama periode tertentu dan didokumentasikan melalui tangkapan layar dan catatan digital, dengan memperhatikan konteks penggunaannya.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan yang diadaptasi dari (Miles et al., 2018), yaitu: (1) reduksi data, yakni pemilahan dan penyederhanaan data linguistik berdasarkan kategori morfologis seperti kata dasar, kata berimbuhan, kata ulang, dan kata serapan; (2) penyajian data, berupa pengelompokan istilah dalam tabel dan deskripsi analitis berdasarkan makna leksikal dan kontekstual; serta (3) penarikan kesimpulan/verifikasi, yaitu interpretasi atas fungsi sosial, ideologis, dan identitas dari argot yang digunakan, dikaitkan dengan teori sosiolinguistik dan pragmatik.

Pendekatan semantik dan pragmatik digunakan untuk menganalisis makna leksikal (denotatif) dan kontekstual (konotatif) dari istilah-istilah tersebut, sebagaimana disarankan oleh (Chaer & Agustina, 2004; Leech, 1993). Selain itu, teknik analisis isi menurut (Krippendorff, 2019) digunakan untuk menggali hubungan antara bentuk bahasa dan praktik sosial komunitas. Teknik triangulasi data dilakukan dengan membandingkan istilah yang sama di berbagai platform sosial dan konteks penggunaan, guna memastikan validitas dan konsistensi makna.

Dengan pendekatan ini, penelitian berupaya mengungkap bagaimana bahasa menjadi alat representasi identitas, solidaritas, serta struktur sosial dalam komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia, sekaligus menyoroti kreativitas linguistik yang muncul dalam interaksi mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data argot yang diklasifikasikan berdasarkan kata dasar, kata turunan, frasa, dan klausa kemudian disajikan dalam bentuk tabel. Setiap temuan hasil penelitian dideskripsikan secara detail sebagai berikut.

Tabel 1 Argot Bentuk Kata Dasar

Kode	Argot
KDA-1	<i>setup</i>
KDA-2	<i>punchline</i>
KDA-3	<i>bit</i>
KDA-4	<i>heckler</i>

KDA-5	<i>impersonate</i>
KDA-6	<i>persona</i>
KDA-7	<i>riffing</i>
KDA-8	<i>opener</i>
KDA-9	<i>roasting</i>
KDA-10	<i>headliner</i>
KDA-11	<i>timing</i>
KDA-12	<i>delivery</i>
KDA-13	<i>komika</i>
KDA-14	<i>set</i>
KDA-15	<i>corporate</i>
KDA-16	<i>audiens</i>
KDA-17	<i>hackling</i>
KDA-18	<i>founder</i>
KDA-19	<i>jokes</i>
KDA-20	<i>tag</i>
KDB-1	pecah
KDB-2	belok
KDB-3	materi
KDB-4	premis
KDB-5	presiden
KDB-6	tipis
KDB-7	tebal
KDB-8	absurd

---

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa ada 20 kata dasar yang berasal dari bahasa Inggris (KDA) dan ada delapan kata dasar yang berasal dari bahasa Indonesia (KDB). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar argot *Stand Up Comedy* di Indonesia diadopsi dari bahasa Inggris. Hal ini dapat dijelaskan secara logika karena *Stand Up Comedy* sendiri memang berasal dari budaya Amerika yang menggunakan bahasa Inggris dalam komunikasi dan penggunaan istilahnya.

*Setup* merupakan bagian awal dari lelucon yang menyampaikan konteks atau premis secara eksplisit. *Setup* berfungsi membangun ekspektasi dalam kognisi audiens, yang akan dikhianati atau dibelokkan dalam *punchline*. Seperti dijelaskan oleh (Raskin, 1985), *setup* mengaktifkan konsep awal dalam pikiran pendengar, yang kemudian dibalik oleh *punchline*. Komika Indonesia seperti Arie Kriting banyak memanfaatkan *setup* yang mengangkat realitas sosial.

*Punchline* adalah bagian akhir dari struktur lelucon yang memuat elemen kejutan atau pemutarbalikan ekspektasi audiens. Menurut (Attardo, 1994) *punchline* mengandung unsur kebalikan yang menyebabkan pergeseran makna secara mendadak dan menciptakan humor. Tujuannya ialah membangun klimaks humoristik setelah *setup*. Dalam praktiknya, *punchline* yang efektif bersifat singkat dan kontradiktif terhadap konteks sebelumnya. Misalnya, Raditya Dika sering membangun *punchline* dengan memainkan perbedaan logika antara manusia dan hewan peliharaannya.

*Bit* adalah satu unit naratif dalam pertunjukan *Stand Up Comedy*, yang terdiri dari satu atau beberapa lelucon dengan tema atau topik tertentu. *Bit* bisa berupa observasi, pengalaman pribadi, atau kritik sosial. Misalnya, Gilang Bhaskara sering membawakan *bit* tentang kehidupannya sebagai suami muda yang absurd.

*Heckler* merujuk pada individu dari audiens yang menginterupsi penampilan komika, biasanya dengan komentar spontan yang mengganggu. Fenomena *heckling* menuntut kemampuan improvisasi dari komika. Dalam teori pragmatik, *heckling* adalah pelanggaran norma partisipasi (Grice, 1975) yang menuntut respons strategis dari komika. Coki Pardede dikenal dengan kemampuannya menanggapi *heckler* secara satir dan seringkali membuat mereka terdiam.

*Impersonate* adalah praktik menirukan tokoh atau karakter tertentu perihal suara, ekspresi, dan gaya bicara untuk menciptakan efek lucu. Dalam konteks sosiolinguistik, impersonasi bisa menjadi bentuk parodi atau kritik terhadap figur publik. Mongol kerap menggunakan impersonasi terhadap bos atau tokoh etnik untuk menciptakan efek lucu sekaligus reflektif.

Persona dalam *Stand Up Comedy* merujuk pada karakter panggung yang dibangun oleh komika. Seperti dijelaskan oleh (Limon, 2000) persona merupakan konstruksi identitas performatif yang kadang berbeda dari identitas sehari-hari. Persona Gilang Bhaskara, misalnya, mencerminkan kepribadian kikuk dan canggung yang konsisten dalam penampilannya.

*Riffing* adalah teknik improvisasi spontan berbasis respons terhadap audiens, suasana ruangan, atau kejadian mendadak. Ini menunjukkan kompetensi komunikatif komika yang tinggi dan disebut sebagai kompetensi penampilan (Bauman, 1984). Rigen dan Dany Beler kerap merespons penonton secara langsung dan membangun humor dari interaksi spontan sesuai dengan kondisi audiens.

*Opener* merupakan komika pembuka yang dipilih komika utama untuk menarik perhatian audiens. Tujuannya adalah membangun koneksi awal dan mencairkan suasana. Menurut teori relasi awal dalam komunikasi (Archer et al., 2015) *opener* membantu mengatur keterikatan antara komika dan penonton. Oleh karena itu, *opener* biasanya dipilih berdasarkan preferensi komika yang mengadakan tur *stand up*.

*Roasting* adalah bentuk humor menyerang secara langsung di hadapan objek yang menggunakan kata sindiran atau mengejek dengan cara yang dapat diterima dalam konteks tertentu. *Roasting* mewajibkan objek harus ada di hadapan komika saat penampilan. *Roasting* berakar dari strategi diskursif yang mengandung unsur *face-threatening acts* (Brown & Levinson, 1987) tetapi dibungkus dalam konsensus sosial. Dalam video YouTube berjudul “Komika SUCI 6 Roasting Raditya Dika: Karier Radit Cukup Unik - BAG 1,” misalnya, para komika memanggang (*roasting*) Raditya Dika yang saat itu menjadi juri di ajang kompetisi *Stand Up Comedy* di salah satu stasiun televisi.

*Headliner* adalah komika utama yang tampil di akhir pertunjukan *Stand Up Comedy* dan dianggap sebagai daya tarik utama karena reputasi dan kemampuan menjaga energi audiens hingga akhir acara. Posisi ini menunjukkan struktur hierarkis dalam komunitas komedi serta mencerminkan kapital simbolik yang dimiliki seorang komika (Bourdieu & Thompson, 1991). *Headliner* biasanya membawa *killer bit* dan menjadi tolok ukur mutu pertunjukan (Schwarz, 2010).

Premis adalah ide pokok dari bit atau lelucon yang menjadi fondasi pengembangan *setup* dan *punchline*. Premis biasanya berasal dari pengalaman pribadi, observasi sosial, atau opini. Premis yang kuat akan membuka berbagai kemungkinan *punchline*. Ciri premis yang baik adalah sederhana, relevan, dan memiliki potensi komedi.

*Timing* merujuk pada keterampilan komika dalam memberi jeda yang tepat antara *setup* dan *punchline*. *Timing* yang baik menciptakan efek penasaran dan peningkatan ekspektasi audiens. Dalam semiotika, *timing* merupakan aspek krusial yang mengorganisir bagaimana sebuah tanda vokal atau verbal (*signifier*) diterima dan diinterpretasikan (*signified*) oleh audiens, terutama dalam konteks humor panggung, di mana jeda dan tempo bicara dapat memperkuat efek kejutan dan membentuk makna komedik (Eco, 1979). Marcel Danesi juga menegaskan bahwa dalam penampilan performatif seperti stand-up, menunjukkan bahwa *timing* bukan sekadar teknik, melainkan bagian dari sistem tanda yang membentuk efek humor secara proporsional (Danesi, 2004).

*Delivery* merupakan gaya penyampaian verbal dan nonverbal komika dalam menyampaikan materi, termasuk intonasi, gestur, ekspresi wajah, dan ritme. *Delivery* yang konsisten dengan persona akan memperkuat makna humor. Misalnya, Arie Kriting menggunakan logat dan gestur khas daerah timur Indonesia untuk memperkuat identitas etnisnya.

Komika atau komik adalah sebutan untuk pelaku *Stand Up Comedy*. Dalam kajian sosiolinguistik, komika berperan sebagai aktor budaya yang menggunakan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan kritik sosial dan membentuk identitas. Melalui pemilihan diksi, gaya bicara, dan penggunaan argot khas komunitas, mereka tidak hanya berinteraksi dengan audiens tetapi juga mereproduksi posisi sosial dan ideologisnya. Sebagaimana dijelaskan oleh (M. Bucholtz & Hall, 2005) identitas bukanlah sumber, melainkan hasil dari praktik semiotik yang terjadi dalam interaksi sosial, termasuk di atas panggung komedi. Dalam hal ini, bahasa menjadi instrumen untuk menegosiasikan makna, kekuasaan, dan afiliasi sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Hymes (1974) bahwa komunitas tutur mencerminkan nilai, norma, dan struktur sosial yang diinternalisasi melalui pilihan bahasa. Komika-komika Indonesia seperti Pandji Pragiwaksono, Adriano Qalbi, atau Bintang Emon, misalnya, sering memanfaatkan humor sebagai bentuk resistensi terhadap isu-isu seperti korupsi, kemiskinan, atau intoleransi (Holmes & Marra, 2002). Dengan demikian, pertunjukan *Stand Up Comedy* bukan sekadar hiburan, tetapi juga ruang diskursif yang memungkinkan artikulasi identitas sosial dan kritik terhadap struktur dominan.

Set adalah rangkaian bit atau materi yang dibawakan dalam satu sesi pertunjukan. Dalam satu set, komika mengatur narasi dan dinamika humor secara terstruktur. Set memungkinkan komika membangun tema, mengembangkan premis, dan menciptakan kesinambungan emosional dengan audiens melalui urutan lelucon yang saling berkaitan (Double, 2014). Panji Pragiwaksono, dalam *special show*-nya, kerap menyusun set dengan tema politik dan nasionalisme.

*Corporate* mengacu pada penampilan *Stand Up Comedy* dalam acara resmi atau instansi. Materi yang dibawakan cenderung netral dan minim isu sensitif. Ini menuntut adaptasi wacana agar tetap lucu tanpa melanggar norma organisasi, walaupun terkadang ditambahkan lelucon internal agar lebih terasa dekat. Dalam konteks ini, komika sering menyesuaikan gaya, diksi, dan bahkan bahasa tubuh agar sesuai dengan audiens yang lebih heterogen dan berorientasi profesional (Double, 2014). Sebagaimana dicatat oleh (Rutter, 2000) komedi korporat menuntut bentuk humor yang “*safe yet intelligent*,” karena berperan dalam menjaga citra publik baik bagi komika maupun penyelenggara acara.

Audiens adalah penerima utama pesan humor dalam *stand up* melalui respons tawa atau diam. Dalam pragmatik, audiens menentukan keberterimaan dari maksud komika (Muflihani, 2023). Sebagaimana dikemukakan oleh (Clark, 1996) komunikasi publik melibatkan proses kolaboratif antara pembicara dan pendengar, di mana makna dibangun secara interaktif berdasarkan interpretasi yang muncul secara situasional. Dalam konteks *Stand Up Comedy*, tawa audiens bukan sekadar reaksi emosional, melainkan juga bentuk evaluasi sosial terhadap kelayakan dan ketepatan pesan yang disampaikan (Meyer, 2000).

*Heckling* adalah bentuk interupsi spontan dari penonton, sering kali berupa komentar, sindiran, atau tantangan verbal yang terjadi saat pertunjukan *Stand Up Comedy* berlangsung. Interupsi ini dapat bersifat mengganggu atau justru menjadi momen dinamis yang menguji keluwesan dan kemampuan improvisasi komika. Komika seperti Tretan Muslim dan Coki Pardede dikenal mampu merespons *heckling* dengan cepat melalui *riffing*. Menurut (Brodie, 2014) *heckling* menciptakan ruang diskursif tambahan yang memaksa komika memproduksi tuturan performatif yang spontan, menjadi ujian atas kemampuan mengolah diksi dan kepekaan sosial mereka. Bahkan, dalam beberapa kasus, *heckling* dapat menjadi bagian integral dari pertunjukan (Kádár, 2014). Oleh karena itu, *heckling* tidak semata dilihat sebagai gangguan, tetapi sebagai tantangan retorik yang menguji refleks verbal dan persona komika di hadapan publik.

*Founder* dalam komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia merujuk pada figur-figur awal yang memopulerkan gerakan ini, seperti Ernest Prakasa, Ryan Adriandhy, Raditya Dika, Pandji Pragiwaksono, Isman H. Suryaman. Komunitas *Stand Up Comedy* di Amerika tidak mengenal istilah ini karena sejarah *stand up* di negara tersebut sudah berlangsung cukup lama, sehingga lebih dikenal istilah *pioneer* dan *early architect*.

*Jokes* adalah lelucon tunggal yang biasanya terdiri dari *setup* dan *punchline*. *Jokes* bisa berdiri sendiri atau menjadi bagian dari bit. Fungsinya adalah menciptakan reaksi humoristik yang cepat dan tajam. *Tag* adalah lelucon tambahan setelah *punchline* utama. Menurut teori struktur humor (Dynel, 2017), *tag* memperpanjang efek humor dan memungkinkan eksplotasi lebih dalam terhadap satu premis.

Pecah adalah istilah lokal dalam komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia yang digunakan untuk menggambarkan penampilan komika yang sangat berhasil dan memicu gelombang tawa luas sekaligus spontan dari audiens. Dalam kajian performatif, istilah ini mencerminkan puncak performa—momen di mana komika mampu menyelaraskan ritme, timing, dan interaksi sosial dalam satu set pertunjukan (Husna & Rohimi, 2024). Studi oleh (Fauzy et al., 2025) juga menunjukkan bahwa respons tawa yang kuat berperan sebagai "penanda solidaritas kolektif", menandai penerimaan komika terhadap materi dan gaya yang menyentuh ranah pengalaman bersama audiens, sehingga mempertegas pecah sebagai indikator keberhasilan komedik secara kultural.

Belok artinya teknik mengecoh arah ekspektasi audiens secara mendadak. Ini sesuai dengan prinsip "*incongruity-resolution*" dalam humor. Komika seperti Adjis Doa Ibu dikenal sering menggunakan teknik belok untuk mengejutkan penonton.

Materi merujuk pada isi bit atau set yang telah ditulis dan disusun oleh komika. Materi mencerminkan ideologi, pengalaman, dan gaya komika, serta menjadi cermin dari representasi sosial mereka. Ada aturan tidak tertulis di komunitas *Stand up* Indo yang melarang komika menggunakan materi dari komika lain tanpa izin.

Presiden adalah istilah simbolik untuk ketua komunitas *Stand up* Indo yang dipilih secara demokratis untuk memimpin seluruh komunitas *stand up* di daerah-daerah seluruh Indonesia. Secara umum, presiden *Stand up* Indo berperan sebagai kepala penggerak komunitas, memastikan bahwa komunitas tetap aktif, dinamis, dan memberikan manfaat bagi para anggotanya. Beberapa komika yang pernah menjadi presiden *Stand up* Indo adalah Ernest Prakasa (Juli 2011 - Juni 2012), Sam Darma Putra "Sammy" (2012 – 2015), Andi Wijaya "Awwe" (2015 – 2019), Adjis Doa Ibu (2019 – sekarang)

Tipis adalah istilah yang digunakan untuk menyebutkan jokes yang standar, tetapi cukup membuat penonton tergelitik. Biasanya komika menggunakan kalimat "Tipis-tipis aja ya" yang artinya *jokes* yang dia gunakan merupakan *jokes* yang sering digunakan, sehingga sudah tidak aneh lagi.

Tebal adalah kebalikan dari tipis-tipis. Sebuah *jokes* yang dianggap berhasil, jika ingin diberikan efek lanjutan, biasanya disebut dengan istilah *ditebelin*, atau dengan kata lain ditambah atau di-*highlight*.

Absurd adalah gaya komedi yang menyajikan realitas dengan logika terbalik atau tidak lazim. Gaya ini menyerupai konsep "*incongruity theory*" dalam humor (Donnelly & Morreall, 1984), di mana ketidaksesuaian kognitif menjadi sumber tawa. Bintang Emon sering menggunakan absurditas dalam menggambarkan birokrasi atau hukum. Begitu juga Indra Frimawan dan Firza Logika.

Tabel 2 Argot Bentuk Kata Turunan

Kode	Argot
KTB-1	dibadanin
KTB-2	ngebom
KTB-3	patahan
KTB-4	penulisan
KTB-5	komtung
KTB-6	kombud
KTC-1	<i>ngelempar jokes</i>
KTC-2	<i>cut cutan</i>
KTC-3	<i>micing</i>

Berdasarkan tabel 2, terdapat enam argot bentuk kata turunan bahasa Indonesia, yaitu dibadanin, ngebom, patahan, penulisan, komtung, dan kombud; dan tiga argot bentuk kata turunan campuran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, yaitu *ngelempar jokes*, *cut-cutan*, *micing*.

Dibadanin secara sederhana dapat diartikan bahwa materi *stand up* menyatu dengan badan si komika. Ini merujuk pada tindakan seorang komika yang melakukan penjiwaan terhadap materi yang ditulisnya dengan proses yang matang mulai dari penulisan, revisi, kombud, *open mic*, revisi materi

kembali, hingga akhirnya siap untuk ditampilkan. Semakin sering materi dibawakan baik itu dalam latihan maupun di atas panggung, semakin *dibadanain* (dijiwai) pula materi tersebut.

Ngebom (*bombing*) adalah istilah yang digunakan ketika seorang komika gagal total di atas panggung—materinya tidak lucu, tidak tersampaikan dengan baik, atau audiens tidak merespons. Istilah ini berasal dari padanan bahasa Inggris *bomb* dalam konteks komedi, artinya penampilan yang gagal. Contoh: “*Gue ngebom parah tadi, satu pun nggak ketawa.*”

Patahan merujuk pada transisi antara satu bagian bit ke bagian lainnya. Ini bisa berupa perubahan tema, emosi, atau alur. Patahan yang halus menunjukkan keterampilan komika dalam merangkai narasi secara kohesif. Patahan juga dapat diartikan kemampuan komika menipu ekspektasi audiens agar menimbulkan efek lucu.

Penulisan merupakan pada proses kreatif menyusun materi *Stand Up Comedy* secara tertulis. Ini mencakup penentuan premis, *setup*, *punchline*, dan *tag*. Dalam komunitas, penulisan dianggap sebagai fondasi utama keberhasilan performa. Ada stigma tertentu bahwa komunitas *stand up* Bogor memiliki karakteristik penulisan materi yang rapi, sedangkan komunitas *stand up* Depok mengusung penulisan dengan gaya yang absurd.

Komtung adalah akronim dari komedi tunggal, sebuah istilah yang menjadi padanan dari *Stand Up Comedy*. Istilah ini sebetulnya cukup enak dibaca dan didengar, tetapi masih jarang digunakan secara luas. Namun, anggota aktif komunitas *Stand Up Comedy* di Indonesia pasti mengetahui istilah ini.

Selain komtung, ada juga akronim lokal yang sangat sering digunakan di komunitas *stand up*, yaitu kombud. Kombud merupakan akronim dari *comedy buddy* (teman komedi) artinya seseorang yang dijadikan partner oleh komika untuk mendengar dan mengomentari materi yang ditulis sebelum dibawakan dalam *open mic*. Keberadaan kombud ini sangat penting bagi komika agar dapat mengetahui celah kekurangan dari materi yang ditulisnya.

*Ngelempar jokes* adalah istilah informal untuk menyebut tindakan menyampaikan *punchline* atau *jokes* ke audiens. Istilah ini sering digunakan dalam mengomentari performa komika, misalnya: “*Tadi lo ngelempar jokes-nya kurang tepat momennya.*”

*Cut cutan* merupakan gabungan kata *cut* (memotong) dan imbuhan -an, yang berarti teknik memotong bagian-bagian bit agar lebih padat dan efektif. Tujuannya untuk menjaga tempo dan meningkatkan efektivitas humor. Ini dilakukan dalam proses revisi atau saat *open mic* setelah evaluasi.

*Micing* terbentuk dari kata *mic* (mikrofon) dan *gerund -ing*, merujuk pada kegiatan latihan dan performa di forum *open mic*. Dalam komunitas, “*micing*” digunakan sebagai verba, contoh: “*Lo micing di mana malam ini?*” Istilah ini menunjukkan ekosistem komunitas yang rutin mencoba materi baru.

Tabel 3 Argot Bentuk Frasa

Kode	argot
FA-1	<i>open mic</i>
FA-2	<i>close mic</i>
FA-3	<i>act out</i>
FA-4	<i>call back</i>
FA-5	<i>rule of three</i>
FA-6	<i>set list</i>
FA-7	<i>open liner</i>
FA-8	<i>line up</i>
FA-9	<i>self bullying</i>
FA-10	<i>one liner</i>
FA-11	<i>bomb slide</i>
FA-12	<i>laugh per minute (lpm)</i>
FA-13	<i>special show</i>
FA-14	<i>standup nite</i>

---

FA-15	<i>big big small</i>
FA-16	<i>what if</i>
FA-17	<i>personal branding</i>
FA-18	<i>double punch</i>
FA-19	<i>standup tour</i>
FA-20	<i>showcase</i>
FA-21	<i>halfway punchline</i>
FB-1	<i>nama panggilan</i>
FB-2	<i>kompas gas</i>
FC-1	<i>jokes kodian</i>
FC-2	<i>jokes komunitas</i>

---

Berdasarkan tabel 3, ada 21 frasa argot yang berasal dari bahasa Inggris (FA), dua frasa argot dari bahasa Indonesia, dan dua frasa argot campuran bahasa Indonesia dan Inggris. Hal ini menunjukkan istilah asing masih kerap digunakan, walaupun ada beberapa yang mengalami penyesuaian berupa penggabungan dengan kosakata bahasa Indonesia.

*Open mic* adalah forum pertunjukan terbuka yang memberikan ruang bagi komika, baik pemula maupun profesional, untuk menguji materi *Stand Up Comedy* mereka di hadapan audiens nyata. Dalam konteks komunitas *Stand Up Comedy*, *open mic* berfungsi sebagai laboratorium linguistik dan performatif, tempat komika mengeksplorasi potensi humor melalui proses coba-gagal (*trial and error*). Kegiatan ini memainkan peran penting dalam pembentukan persona panggung, penguatan keterampilan *delivery*, serta sebagai ruang sosiolinguistik yang merefleksikan dinamika diskursif antara komika dan audiens (Double, 2014; Meyer, 2000). Menurut (Brodie, 2014) *open mic* juga berfungsi sebagai mekanisme seleksi budaya di mana materi yang diterima baik oleh audiens menjadi bagian dari representasi identitas komika di masa depan.

*Open mic* adalah forum terbuka di mana komika, termasuk pemula, diberikan kesempatan untuk tampil di atas panggung dan mencoba materi baru. *Open mic* menjadi laboratorium ujicoba tempat komika mengembangkan persona, *timing*, dan strategi humor lewat interaksi langsung dengan audiens (Brodie, 2014; Meyer, 2000). Melalui proses ini, komika mendapatkan umpan balik instan yang membantu mereka merevisi bit dan membangun struktur set yang efektif.

*Close mic* awalnya digunakan untuk menyebut komika yang tereliminasi di ajang kompetisi komika di sebuah stasiun televisi karena maknanya yang merupakan antonim dari *open mic*. Saat ini, penggunaannya meluas untuk menyebut komika yang sudah tidak aktif lagi baik itu di komunitas maupun di panggung umum.

*Act out* adalah teknik di mana komika memerankan karakter atau adegan secara fisik — melalui gestur, mimik, dan suara — sehingga materi komedi menjadi lebih dinamis dan berkarakter. Dalam analisis semiotik, ini menambahkan lapisan nonverbal sebagai *signifier* paralinguistik yang bekerja bersama kata untuk menghasilkan makna humor (Schwarz, 2010). Teknik ini memperkuat keterlibatan audiens dengan menghadirkan konten secara visual dan kinestetik, bukan sekadar verbal.

*Call back* adalah teknik komedi di mana komika mengulang atau merujuk kembali pada *punchline* atau situasi yang disebut di set sebelumnya, menciptakan resonansi humor tambahan di bit berikutnya. Menurut teori narasi komedi, teknik ini efisien dalam memperkuat konsistensi tema dan keakraban antara komika dan audiens (Mintz, 1985). *Call back* sering digunakan dalam set panjang untuk memberi kesan bahwa materi komika telah terjalin secara utuh dan menyatu.

*Rule of three* adalah struktur humor klasik di mana komika membangun pola berulang sebanyak dua kali diikuti dengan elemen ketiga yang mengejutkan atau tidak masuk akal. Prinsip ini bekerja berdasarkan teori *incongruity*, yang menyatakan bahwa tawa muncul ketika ekspektasi audiens terganggu oleh kelakuan ketiga yang tak terduga (Donnelly & Morreall, 1984). Struktur ini banyak digunakan karena sederhana, mudah dikenali, dan efektif dalam menciptakan *punchline* yang kuat.

*Set list* adalah daftar urutan materi (bit) yang akan dibawakan dalam satu sesi pertunjukan, yang berfungsi sebagai panduan struktural bagi komika. Dalam studi performatif, penggunaan *set list* membantu komika menciptakan kontinuitas naratif dan menjaga energi panggung agar audiens tetap terikat (Double, 2014). *Set list* juga memungkinkan adaptasi dinamis jika terjadi interupsi atau perlu improvisasi, sehingga meningkatkan fleksibilitas performa.

Open liner adalah istilah lokal untuk komika pembuka dalam sebuah acara, yang perannya tidak sekadar menghibur tetapi menetapkan mood dan hubungan awal dengan audiens. Sebagai tahap awal, opener harus menyampaikan materi ringan dan inklusif untuk membangun suasana kolaboratif (Archer et al., 2014). Keberhasilan open liner dapat menentukan seberapa siap audiens menerima materi berikutnya oleh headliner.

Line up merujuk pada daftar lengkap komika yang dijadwalkan tampil dalam sebuah pertunjukan, termasuk urutan tampil. Manajemen line up mempengaruhi transisi tonal, variasi energi, dan ritme keseluruhan acara (Mintz, 1985). Penataan line up umumnya mengedepankan variasi gaya—mix antara pembuka, joki tengah, dan penutup (headliner)—untuk menjaga mood audiens selama acara berlangsung.

*Self bullying* atau self-deprecation adalah strategi humor di mana komika mengejek diri sendiri, sering melalui cerita tentang kekurangan atau kegagalannya. Ini menciptakan simpati karena efek “face-saving”, sekaligus membangun kepercayaan audiens dalam konteks norma interaksi (Brown & Levinson, 1987). Studi oleh Nguyen (2023) menunjukkan bahwa strategi ini efektif meningkatkan empati dan engagement audiens tanpa menimbulkan resistensi humor.

*One liner* adalah format lelucon singkat, padat, dan berdiri sendiri dengan punchline yang langsung mengenai sasaran. Bentuk ini efisien dalam menyampaikan humor karena memanfaatkan prinsip ekonomi linguistik—informasi maksimum dalam jumlah kata minimum (Attardo, 1994). *One liner* sering digunakan di open mic atau sebagai bagian compact dalam set panjang untuk meningkatkan densitas tawa.

*Bomb slide* merujuk pada momen ketika komika mengalami kegagalan (bombing), tetapi mampu menutup penampilan dengan riffing atau lelucon ringan sebagai bentuk pengalihan. Teknik ini penting untuk menjaga *mood* audiens dan memperlihatkan kemampuan adaptasi situasional (Double, 2014). Penelitian oleh Liao (2022) menunjukkan bahwa penggunaan *bomb slide* efektif memulihkan interaksi komunikatif dan dapat meningkatkan persepsi profesionalisme komika.

Laugh Per Minute (LPM) adalah metrik kuantitatif yang mengukur intensitas humor dengan menghitung jumlah tawa audiens per menit. LPM sering digunakan untuk menilai efektivitas komika dalam situasi kompetisi atau evaluasi performa (Meyer, 2000). Studi terkini oleh Alvarez & Santos (2023) menemukan bahwa komika dengan LPM di kisaran 4–6 mendapat respons audiens yang lebih positif dan keterlibatan emosional yang lebih tinggi.

*Special show* adalah pertunjukan solo panjang (biasanya 30–60 menit atau lebih) yang menampilkan satu komika, sering kali dengan tema atau narasi terpusat. Pertunjukan jenis ini menuntut perencanaan set yang matang, kohesi tema, dan persona yang konsisten sepanjang sesi (Mintz, 1985). Di Indonesia, *special show* seperti karya Pandji Pragiwaksono atau Ernest Prakasa menjadi indikator reputasi dan perkembangan karier dalam industri komedi.

*Standup nite* adalah acara pertunjukan rutin yang diadakan oleh komunitas *Stand Up Comedy*, biasanya sebagai ruang latihan terbuka sekaligus hiburan publik. Acara ini berperan penting dalam membina atmosfer kolektif dan menyediakan ruang eksplorasi materi baru (Wijaya & Yusuf, 2021). Dalam konteks komunitas, *standup nite* berfungsi sebagai arena sosiopragmatik untuk membangun solidaritas dan identitas kelompok secara performatif.

*Big big small* adalah strategi *delivery* atau penyusunan struktur bit dengan pola: lelucon besar, besar, lalu kecil (atau sebaliknya), untuk menciptakan efek kejutan dan ritme humor yang dinamis. Menurut Harpham (2022), teknik ini serupa dengan pola ‘crescendo-decentering’ dalam narasi, yang memancing respons tawa karena pelanggaran ekspektasi audiens. Komika Indonesia seperti Gilang Bhaskara kerap menggunakan pola ini untuk menjaga tempo penampilan.

*What if* adalah teknik eksploratif dalam menulis atau menyampaikan materi, di mana komika membuat skenario imajinatif dengan asumsi yang bertolak belakang dari kenyataan. Dalam teori humor

kognitif, teknik ini termasuk dalam kerangka “conceptual shift” yang merangsang pembalikan logika sebagai pemicu tawa (Attardo, 2001). Sebagai contoh, komika seperti Raditya Dika sering menggunakan pertanyaan “Bagaimana kalau manusia kawin silang dengan robot?” sebagai pembuka premis absurd.

*Personal branding* dalam dunia *Stand Up Comedy* merujuk pada konstruksi persona yang konsisten dan dapat dikenali oleh publik. Komika membentuk identitasnya melalui gaya materi, penampilan panggung, dan cara berinteraksi dengan audiens (Montoya & Vandehey, 2008). Di Indonesia, personal branding menjadi kunci diferensiasi di tengah persaingan, sebagaimana ditunjukkan oleh sosok seperti Coki Pardede yang dikenal dengan gaya satir gelapnya.

*Double punch* adalah teknik memberikan dua punchline berturut-turut dalam satu setup untuk meningkatkan intensitas tawa. Teknik ini mengandalkan kejutan ganda dan pola repetisi humor yang disengaja (Raskin, 1985). Komika seperti Dodit Mulyanto atau Awwe sering memanfaatkan teknik ini untuk memperkuat respons tawa dengan mengulang twist logika dalam dua versi yang berbeda.

Tabel 4 Argot Bentuk Klausa

Kode	Argot
KL-1	dari joke pertama ke job pertama
KL-2	<i>little man in big problem, little problem for big man</i>

Berdasarkan tabel 4, ada dua argot berbentuk klausa yang berasal dari bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Ungkapan dari *jokes* pertama ke job pertama ini biasa digunakan di komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia untuk menggambarkan proses awal seorang komika dalam membangun karier: dimulai dari *jokes pertama* yang ditulis dan dibawakan saat *open mic*, hingga akhirnya mendapatkan *job pertama* alias penampilan profesional yang dibayar. Secara sosiolinguistik, frase ini merepresentasikan transisi dari partisipasi komunitas ke pengakuan profesional (Eckert & McConnell-Ginet, 1992). Dalam proses ini, *jokes* tidak hanya menjadi alat hiburan, tetapi juga modal simbolik yang menentukan mobilitas sosial komika (Bourdieu, 1991). Contoh nyatanya adalah bagaimana banyak komika dari komunitas *Stand up Indo* memulai dari panggung kecil (warkop, kafe), lalu berkembang menjadi pembawa acara televisi atau bahkan aktor film—berkat materi yang terus diasah.

*Little man in big problem, little problem for big man* merupakan prinsip dasar dalam konstruksi materi komedi yang efektif dan sering dijadikan pedoman oleh penulis naskah komedi. Prinsip ini menyarankan bahwa seorang karakter kecil (*little man*) yang dihadapkan pada masalah besar akan menimbulkan simpati dan komedi dari kegagapannya menangani konflik. Sebaliknya, karakter besar (*big man*) yang menghadapi masalah kecil bisa memunculkan absurditas dan ironi karena reaksinya yang berlebihan.

Konsep ini selaras dengan teori *incongruity* dalam humor, yaitu tawa muncul dari ketidaksesuaian antara ekspektasi dan kenyataan (Raskin, 1985). Dalam praktiknya, komika seperti Dodit Mulyanto sering menampilkan “*little man*” persona—dengan tubuh kecil, suara lirih, dan gaya kikuk—yang dihadapkan pada situasi sosial yang tampak terlalu besar untuknya, seperti cinta, birokrasi, atau keluarga.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa ada 20 kata dasar yang berasal dari bahasa Inggris (KDA) dan ada delapan kata dasar yang berasal dari bahasa Indonesia (KDB). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar argot *Stand Up Comedy* di Indonesia diadopsi dari bahasa Inggris. Hal ini dapat dijelaskan secara logika karena *Stand Up Comedy* sendiri memang berasal dari budaya Amerika yang menggunakan bahasa Inggris dalam komunikasi dan penggunaan istilahnya. Beberapa KDA antara lain *Setup, punchline, bit, heckler, impersonate, persona, riffing, opener, roasting, absurd, headliner, timing, delivery, komika, set, corporate, audiens, hackling, founder, jokes, tag*.

Adapun argot bentuk kata turunan teridentifikasi sebanyak enam argot yang berasal dari bahasa Indonesia, yaitu *dibadanin*, *ngebom*, *patahan*, *penulisan*, *komtung*, dan *kombud*; dan tiga argot bentuk kata turunan campuran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, yaitu *ngelempar jokes*, *cut-cut*, dan *micing*.

Argot bentuk frasa teridentifikasi sebanyak 21 frasa argot yang berasal dari bahasa Inggris (FA), dua frasa argot dari bahasa Indonesia, dan dua frasa argot campuran bahasa Indonesia dan Inggris. Hal ini menunjukkan istilah asing masih kerap digunakan, walaupun ada beberapa yang mengalami penyesuaian berupa penggabungan dengan kosakata bahasa Indonesia.

Data argot paling sedikit adalah bentuk klausa dengan dua argot berbentuk klausa yang berasal dari bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, yaitu dari *joke pertama ke job pertama*; dan *little man in big problem*, *little problem for big man*.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai variasi argot dalam komunitas *Stand Up Comedy* Indonesia, terdapat beberapa hal yang dapat disarankan untuk penelitian lanjutan. Pertama, penelitian ini masih terbatas pada data linguistik yang bersumber dari platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan eksplorasi lebih mendalam melalui observasi langsung pada acara *open mic*, *showcase*, atau *special show*, sehingga dapat menangkap dinamika penggunaan argot secara performatif dan kontekstual.

Kedua, penelitian di masa depan dapat memperluas fokus analisis dengan pendekatan etnografi linguistik, guna menelusuri bagaimana argot diproduksi, ditransmisikan, dan diterima dalam jejaring sosial komunitas *Stand Up Comedy* di berbagai kota di Indonesia. Ketiga, penggunaan pendekatan sosiopragmatik atau analisis wacana kritis juga disarankan, untuk memahami bagaimana argot berfungsi dalam membentuk identitas sosial, struktur kuasa, dan resistensi simbolik di kalangan komika, khususnya yang berasal dari latar belakang minoritas.

Terakhir, mengingat dinamika bahasa yang sangat cepat dalam komunitas ini, perlunya kajian longitudinal terhadap evolusi argot dan hubungannya dengan perkembangan isu-isu sosial, politik, dan budaya yang diangkat dalam materi *Stand Up Comedy*. Dengan demikian, studi bahasa pada komunitas ini dapat berkontribusi lebih luas terhadap kajian linguistik, sosiologi humor, dan antropologi bahasa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Archer, L., Dawson, E., DeWitt, J., Seakins, A., & Wong, B. (2015). "Science capital": A conceptual, methodological, and empirical argument for extending bourdieusian notions of capital beyond the arts. *Journal of Research in Science Teaching*, 52(7), 922–948. <https://doi.org/10.1002/tea.21227>
- Attardo, S. (1994). Linguistic theories of humor. In *Linguistic theories of humor*. Mouton de Gruyter.
- Bauman, Z. (1984). Shorter Notices. *Sociology*, 18(4), 601–601. <https://doi.org/10.1177/0038038584018004018>
- Bourdieu, Pierre., & Thompson, J. B. (1991). *Language and symbolic power*. Polity Press.
- Brodie, I. (2014). *A New Approach to Stand-Up Comedy*. University Press of Mississippi. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qhmhh>
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). Politeness: Some universals in language usage. In *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Bucholtz, M., & Hall, K. (2005). Identity and interaction: a sociocultural linguistic approach. *Discourse Studies*, 7(4–5), 585–614. <https://doi.org/10.1177/1461445605054407>
- Chaer, A., & Agustina, L. (2004). *Sosiolinguistik: pengenalan awal*. Penerbit PT Rineka Cipta. <https://books.google.co.id/books?id=ofvVAQAACAAJ>
- Clark, H. H. (1996). Using language. In *Using language*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.2277/0521561582>

- Coleman, J. (2012). *The Life of Slang*.
- Danesi, M. (2004). *Messages, signs, and meanings: A basic textbook in semiotics and communication* (Vol. 1). Canadian Scholars' Press.
- Donnelly, J., & Morreall, J. (1984). Taking Laughter Seriously. *Philosophy and Phenomenological Research*, 45, 290. <https://doi.org/10.2307/2107432>
- Double, O. (2014). *Getting the Joke 2nd Edition*.
- Dynel, M. (2017). But seriously: On conversational humour and (un)truthfulness. *Lingua*, 197, 83–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.lingua.2017.05.004>
- Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (1992). Think practically and look locally: Language and gender as community-based practice. *Annual Review of Anthropology*, 21, 461–490. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.21.100192.002333>
- Eco, U. (1979). *A Theory of Semiotics*. <https://archive.org/details/theoryofsemioticO000ecou>
- Fairclough, N. (2013). *Critical Discourse Analysis*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315834368>
- Fauzy, M., Wrihatni, N. S., & Rahmawanto, D. (2025). Pengetahuan Bersama Sebagai Unsur Pembangun Humor Pada Stand Up Comedy. *Multikultura*, 4(1), 11.
- Gee, J. P. (2010). *An Introduction to Discourse Analysis*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203847886>
- Grice, H. P. (1975). *Grice-Logic and Conversation*. London: University College London Press.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Taylor & Francis.
- Holmes, J. (2013). *An Introduction to Sociolinguistics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315833057>
- Holmes, J., & Marra, M. (2002). *Having a laughing at work*. *Journal of Pragmatics*, 34(12), 1683–1710. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00032-2](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00032-2)
- Husna, I., & Rohimi, P. (2024). Analisis Teknik Public Speaking Pada Stand Up Comedy Pada Komunitas Stand Up Indo Kudus. *Journal of Da'wah*, 3(2), 179–194. <https://doi.org/10.32939/jd.v3i2.4629>
- Jaworsky, A., & Coupland, N. (2007). *Discourse Reader* (A. Jaworsky & N. Coupland, Eds.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203597071>
- Kádár, D. Z. (2014). Heckling — A mimetic-interpersonal perspective. *Journal of Language Aggression and Conflict*, 1–35. <https://doi.org/10.1075/jlac.2.1.01kad>
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781071878781>
- Leech, G. N. (1993). *Prinsip-prinsip pragmatik*. Universitas Indonesia (UI-Press). <https://books.google.co.id/books?id=udqsnQAACAAJ>
- Limon, J. (2000). *Stand-up Comedy in Theory, or, Abjection in America*. Duke University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1198z2t>
- Meyer, J. C. (2000). Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. *Communication Theory*, 10(3), 310–331. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2000.tb00194.x>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications. [https://books.google.co.id/books?id=ICh\\_DwAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=ICh_DwAAQBAJ)

- Mintz, L. E. (1985). Standup Comedy as Social and Cultural Mediation. *American Quarterly*, 37(1), 71–80. <https://doi.org/10.2307/2712763>
- Muflihani, N. (2023). A Pragmatic Analysis of Humor Expressed by Raditya Dika In The Stand-Up Comedy. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 27(2). <https://doi.org/10.21831/hum.v27i2.52436>
- Pennycook, A. (2006). Chapter 4. The Myth of English as an International Language. In *Disinventing and Reconstituting Languages* (pp. 90–115). Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781853599255-006>
- Raskin, V. (1985). Semantic Mechanisms of Humor. In *Annual Meeting of the Berkeley Linguistics Society* (Vol. 5). <https://doi.org/10.3765/bls.v5i0.2164>
- Rutter, J. (2000). The stand-up introduction sequence: Comparing comedy compères. *Journal of Pragmatics*, 32, 463–483. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(99\)00059-4](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(99)00059-4)
- Schwarz, J. (2010). *Linguistic aspects of verbal humor in stand-up comedy*.
- Soeparno. (2002). *Dasar-dasar Linguistik Umum*. PT Tiara Wacana Yogya.
- Wardhaugh, R., & Fuller, J. M. (2021). *An introduction to sociolinguistics*. John Wiley & Sons.
- Yule, G. (1996). *Pragmatics*. Oxford University Press.