

KOMODIFIKASI IDENTITAS TIONGHOA DALAM HUMOR: STUDI ENCODING/DECODING STUART HALL TENTANG PERTUNJUKAN STAND-UP COMEDY ERNEST PRAKASA

Ulwan Fakhri Noviadhista¹, Bambang Dwi Prasetyo², Antoni³

^{1,2,3}Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya
Surel: ulwanfn@gmail.com

Abstrak

Melalui pendekatan Kajian Budaya dan Ekonomi Politik, penelitian ini mengungkap adanya komodifikasi identitas Tionghoa yang diartikulasikan melalui humor oleh Ernest Prakasa, komika Indonesia beretnis Tionghoa, melalui kelima pertunjukan *stand-up comedy*-nya. Penelitian kualitatif berparadigma konstruktivis-kritis ini mengadopsi model beserta teori *encoding/decoding* dari Stuart Hall. Pada proses *encoding*, di samping mencoba mengangkat diskursus tentang identitas melalui humor seperti komika dari identitas marginal lain, Ernest juga memiliki intensi untuk mengkomodifikasi identitasnya. Adapun hasil dari *decoding* terhadap delapan audiens pertunjukan *stand-up comedy* Ernest membuktikan bahwa mayoritas atau enam orang di antaranya terklasifikasi sebagai audiens yang berada pada posisi dominan-hegemonis, yakni berpersepsi bahwa humor identitas dari Ernest ditujukan untuk negosiasi identitasnya.

Kata kunci: *kajian budaya, kajian humor, model encoding/decoding*

Abstract

Through Cultural Studies and Political Economy approach, this research reveals the commodification of Chinese identity that articulated through humor by Ernest Prakasa, a Chinese-Indonesian comic, in his five stand-up comedy shows. This qualitative constructivist-critical paradigm research adopts the models and theories of Stuart Hall's encoding/decoding. In the encoding process, aside from articulating the identity through humorous discourse like other marginalized comics, Ernest also has the intention to commodify his identity. Meanwhile, the results of decoding eight Ernest's stand-up comedy shows audiences proved that the six of them are classified as audiences in a dominant-hegemonic position, perceiving that the humor of Ernest's identity is intended to negotiate his identity.

Keywords: cultural studies, humor studies, encoding/decoding model

A. PENDAHULUAN

Sejak lama, masyarakat Indonesia telah terbiasa dengan pemanfaatan lebih humor dan pertunjukan komedi sebagai hiburan. Hal ini terlihat dari eksisnya teater-teater rakyat di beragam daerah, seperti *lenong* di Betawi; *arja* dan *topeng prembon* di Bali; *ubrug*, *banjet*, dan *longser* di Jawa Barat; *randai* di Sumatera Barat, *menu* di Kalimantan Barat, dan *ludruk* di Jawa Timur, yang turut berkontribusi dalam kemajuan aspek sosial dan emosional,

JURNAL PAPTUNG: Vol. 2 No. 3 Tahun 2019
ISSN: 2715-0186

misalnya dalam mendidik masyarakat. *Ludruk*, misalnya, adalah pertunjukan kesenian tradisional yang membawakan cerita kehidupan masyarakat sehari-hari hingga kisah perjuangan. Dalam pementasannya, *ludruk* tidak cuma identik dengan musik gamelan sebagai pengiring, tetapi juga dagelan atau humornya. Lawakan-lawakan itu biasa diangkat atau ditonjolkan lewat monolog (*ngudarasa*) dan kidungan humor pantun, yang isinya berupa sindiran atau kritik sosial (Supriyanto, 2018).

Sudah kuatnya tradisi lelucon kritik sosial di Indonesia inilah yang turut mendorong mudah diterimanya *stand-up comedy* sebagai seni pertunjukan dan hiburan alternatif sekaligus budaya populer. *Stand-up comedy* menyimpan kekuatannya sendiri, yakni sebagai penampilan otobiografis atau ekspresi diri yang kuat dan mampu mengonstruksi identitas personal pelakunya sembari melayangkan kritik kebudayaan (Gilbert, 1997; Colleary, 2015). Menyintesis pendapat dari Gilbert (1997) dan Colleary (2015), walaupun bertujuan untuk menghibur, para pelaku *stand-up comedy* (atau biasa disebut dengan *stand-up comedian* atau *comic*, dan telah diserap dalam bahasa Indonesia menjadi “komika”) mencoba menyampaikan lelucon (*joke*) berdasarkan pribadi dan identitas sosial yang melekat kepadanya.

Stand-up comedy juga lazim dimanfaatkan sebagai medium politis untuk memberikan komentar dan kritik terhadap masyarakat berikut budayanya, terlebih jika aktornya berasal dari kelompok marginal (Oddey, 2005; Michael, 2013). Sebab, humor adalah alat yang sangat mumpuni untuk melakukan protes atau koreksi sosial (Hart, 2008). Hal ini dapat terlihat dari upaya komika kulit hitam, komika dari kalangan Yahudi, komika perempuan, hingga komika Muslim Amerika keturunan Timur Tengah yang mencoba menegosiasikan identitasnya ke kelompok *status quo* di Amerika Serikat (Shifreen, 1977; Michael, 2013; Gilbert, 1997; Shugart, 2012; Lee, 2004). Oleh sebab kuatnya dimensi personal ini, komika yang datang dari kalangan termarjinalkan kental dengan upaya negosiasi identitas terhadap kelompok lainnya.

Fenomena serupa juga terjadi di Indonesia dengan kemunculan Ernest Prakasa. Komedian beretnis Tionghoa ini memulai kiprahnya di panggung *stand-up comedy* dengan mengikuti kompetisi Stand-up Comedy Indonesia (SUCI) Season 1 di Kompas TV dan berhasil meraih juara ketiga (Prakasa, 2012). Ia kemudian menjadi komika pertama yang melakukan tur di Indonesia tahun 2012 hingga menghasilkan empat pertunjukan *stand-up comedy* spesial lainnya sampai tahun 2017. Melalui panggung *stand-up comedy*, komedian yang saat ini juga berprofesi sebagai aktor, sutradara, hingga penulis itu biasa menggunakan

berbagai stereotip dan atribut yang melekat terhadap etnis Tionghoa Indonesia untuk dijadikan lelucon lewat bahasa sehari-hari atau populer dan sederhana. Penampilan Ernest di pertunjukan *Merem Melek Tour – The Finale* dan *Ernest Prakasa and the Oriental Bandits*, misalnya, berisikan penggambaran gamblang identitasnya sebagai etnis Tionghoa tidak hanya dari segi ciri-ciri fisik, tetapi juga peran sosial kelompok etnisnya yang terdiktomi dengan golongan pribumi (Fitri, 2013; Utama, 2014). Sementara di pertunjukan ketiganya yang bertajuk *Illucinati*, Ernest mencoba mendialogkan problematika kesetaraan sosial di kalangan etnis Tionghoa, walaupun belum secara menyeluruh atau cenderung mewakili kalangan etnis Tionghoa kelas atas (Barcelona, 2017).

Namun dalam perkembangannya, humor yang menurut para pemikir memang berfungsi lebih dari sekadar hiburan, seperti katarsis dari masalah tanpa jalan keluar, menampung fungsi kritis kebudayaan, pelumas komunikasi antarmanusia dan pembentuk kesetiakawanan sosial, sampai sarana untuk berwawas diri dengan melihat kekurangan diri sembari melihat kesempurnaan Sang Pencipta Yang Maha Sempurna (Setiawan, 1990; Ajidarma, 2019; Suprana, 2019), telah terkomodifikasi. Secara mendasar, komodifikasi, menurut Vincent Mosco (2009), adalah proses transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Mengembangkan definisi tentang komodifikasi dari Mosco (2009) tersebut, humor yang dapat dikategorikan sebagai pesan yang terkomposisi menjadi pemikiran yang bermakna yang secara nilai memiliki manfaat untuk individu maupun sosial kini lazim dijadikan produk yang dapat dinominalkan di pasaran.

Sebagai contoh, humor dimanfaatkan dalam program *talk show* di televisi untuk mengeksploitasi sisi humanis para figur publik agar kemasan program tersebut menjadi menarik, berbeda, dan menghibur. Pada posisi ini, humor tidak lagi dipandang sebagai bagian dari seni yang harus dijunjung tinggi (A'yuni, 2016). Humor juga dipakai untuk mengemas program hiburan menjadi sebuah tayangan dengan logika kapitalistik guna memperoleh *rating* dan *share* yang tinggi. Bentuk komodifikasi terhadap humor itu di antaranya dengan mempertontonkan superioritas satu pelawak terhadap pelawak lainnya baik dengan teknik verbal (sarkastik, melecehkan, merendahkan) maupun nonverbal (penyiksaan dan penganiayaan kepada tubuh pelawak lainnya) (Lase, 2014). Bahkan, penelitian lain menemukan humor stereotip yang dipandang rasis ternyata masih memuat logika ekonomi pula (Irena & Rusadi, 2019).

Ulasan kajian di atas menuntun peneliti untuk sampai pada pertanyaan: di pertunjukan *stand-up comedy* yang biasa dimanfaatkan sebagai alat untuk memperjuangkan negosiasi identitas oleh kelompok marginal, apakah komodifikasi juga terjadi?

B. KERANGKA TEORI

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, peneliti mengadopsi model *encoding/decoding* dari Stuart Hall dalam penelitian ini. Model *encoding/decoding* melihat posisi audiens sama berpengaruhnya dengan produsen wacana. Jika di satu sisi produsen mampu membuat pesan, audiens memiliki kuasa pula untuk menciptakan makna kembali atau menginterpretasi ulang pesan tersebut.

Secara sederhana, *encoding* dapat dipahami sebagai suatu proses produksi, konstruksi, dan pemingkai realitas, yang umumnya menggunakan ideologi kelompok dominan atau melayani nilai hegemonik. Sementara *decoding* adalah suatu proses pemaknaan dan reproduksi pesan. Model *encoding/decoding* yang dikemukakan Stuart Hall ini bertujuan untuk menjelaskan lebih jauh bagaimana makna dan pesan dikirimkan serta diuraikan (Hall, 2006). Secara sederhana, teori yang dikemukakan Hall ini menjelaskan bahwa pesan yang dikonstruksi oleh produsen (media massa atau komunikator) tidak selalu dapat dimaknai serupa oleh penerima pesan atau khalayak.

Sementara itu, proses *decoding* sangat bergantung terhadap persepsi, pemikiran, hingga pengalaman masa lalu khalayak. Hal inilah yang membuat proses *decoding* variatif dan unik bagi masing-masing individu sekaligus memungkinkan tidak linier atau berbeda dengan tujuan awal produksi pesan. Dalam proses *decoding*, Hall mengklasifikasikan khalayak dalam tiga kelompok: posisi dominan-hegemonis (*dominant-hegemonic position*), posisi negosiasi (*negotiated position*), serta posisi oposisional (*oppositional position*). Seseorang berada di posisi dominan-hegemonis ketika ia menafsirkan pesan seperti apa yang dibuat oleh produsen secara literal. Sementara posisi negosiasi adalah klasifikasi untuk khalayak yang menerima pemaknaan dominan dari media sembari memberikan penafsirannya sendiri. Adapun posisi oposisional, yang merupakan kebalikan dari posisi dominan-hegemonis. Di kategori ini, khalayak memberikan penafsiran yang berkebalikan dengan yang dibuat oleh *encoder* (Hall, 2006).

C. METODE

Secara spesifik, penelitian ini berjenis kualitatif dengan mengadopsi paradigma konstruktivis-kritis, yang merupakan kombinasi dari pendekatan konstruktivis atau konstruksionis dengan epistemologi khas paradigma kritis yang dikembangkan oleh Frankfurt School. Mengutip Campos (2009), pendekatan konstruktivis-kritis secara umum menggabungkan ide yang berkaitan tentang bagaimana masyarakat berinteraksi dengan lingkungan sosialnya atau bagaimana makna diturunkan secara sosial dengan pengaruh struktur kekuasaan dalam masyarakat dan konsekuensi etis pilihan seseorang.

Adapun data dalam penelitian ini didapat dari wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan para informan secara mendalam yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan atau syarat tertentu. Pertimbangan yang dimaksud di sini adalah orang-orang yang dianggap mengetahui tentang fenomena yang hendak diteliti, yakni Ernest Prakasa selaku produsen wacana (*encoder*) dan audiens kelima karya Ernest tersebut sebagai konsumen wacana dari Ernest (*decoder*). Terdapat kriteria tersendiri dalam pencarian informan konsumen wacana dari Ernest, yaitu pernah menonton kelima pertunjukan *stand-up comedy* Ernest Prakasa, baik secara langsung, melalui DVD atau file digital, maupun di televisi, yaitu *Merem Melek Tour Final, Ernest Prakasa and the Oriental Bandits, Illucinati, Happinest, dan Setengah Jalan*.

Untuk penelitian ini, peneliti berhasil mendapatkan delapan informan selaku audiens yang datang dari latar belakang yang beragam, dari mahasiswa, karyawan swasta, sampai ibu rumah tangga dengan usia dari 22 sampai 34 tahun. Untuk sukubangsa, mayoritas informan memang bersukubangsa Jawa, tetapi peneliti juga mendapatkan informan yang memiliki keturunan Tionghoa dan India. Wawancara terhadap para informan yang terdiri dari empat pria dan empat wanita tersebut dilakukan antara bulan Mei sampai Juni 2019.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Proses *Encoding*

Dalam wawancaranya dengan peneliti, Ernest Prakasa mengaku tidak memiliki intensi khusus untuk memperjuangkan kesetaraan hak atau posisi identitas kelompok Tionghoa-Indonesia dalam menyampaikan leluconnya (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019). Walaupun tak bisa dipungkiri, lelucon yang dilontarkan Ernest pada akhirnya juga memiliki konstruksi positif bagi kelompok Tionghoa. Contohnya terlihat dari bagaimana ia

menggabungkan secara humoristis gambaran stereotip orang Tionghoa dengan politisi keturunan Tionghoa Basuki Tjahaya Purnama atau Ahok yang dapat meminimalisir korupsi dalam urusan pengadaan barang karena Ernest menggambarkan Ahok sebagai orang yang terlampau teliti dengan harga-harga barang.

“Tapi gua ga pernah punya tujuan khusus kayak, ‘Ini jihad gue!’ gitu. Ga ada. Ga ada” (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019).

Kendati demikian, ia menyatakan bahwa leluconnya tentang identitas ketionghoannya merupakan upayanya untuk menyampaikan kejujuran atas pengalaman dan pemikirannya sembari mencairkan ketegangan antarkelompok. Dalam proses penulisan lelucon, Ernest mengacu pada realitas yang ia alami, rasakan, dan lihat sendiri. Maka dari itu, ia tak segan membawakan lelucon dengan topik ciri-ciri yang tampak secara visual untuk lebih mudah berelasi dengan penontonnya, sebut saja lelucon tentang matanya yang sipit. Di samping itu, ia juga melibatkan pengetahuan mengenai audiens yang ia sasar, misalnya dengan membawakan topik yang kontroversial di awal penampilannya untuk lebih mudah menarik perhatian audiens (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019).

“Kan gua melakukan itu [berkomedi] karena gua berkarya dengan jujur apa yang gua rasain, bukan karena gua punya misi untuk melebur, atau misi untuk mendamaikan, ga ada secara spesifik ke arah sana, kan” (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019).

Kemudian, topik kontroversial yang diangkat dalam komedi, menurut Ernest (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019), justru bisa membuka ruang diskusi. Ia meyakini bahwa ketegangan antarkelompok akan makin berbahaya ketika semakin dihindari dari pembahasan. Maka dari itu, selain mengkomedikan atribut ketionghoannya, Ernest juga berusaha melakukan normalisasi makna kata dengan menggunakan kata “Cina” daripada “Tionghoa” dalam konteks leluconnya, termasuk ketika memosisikan etnis Tionghoa sebagai posisi yang rendah atau dikata-katai (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019).

Lebih lanjut, lelucon terkait identitas ketionghoan di Indonesia memang sengaja Ernest tulis dan bawakan untuk kepentingan komedi saja. Dalam menulis lelucon, ia lebih mengedepankan aspek kedekatan dirinya dengan tema yang hendak ia bahas, seperti pengalaman masa lalunya dan keluarga. Maka dari itu, lelucon bertemakan identitas ketionghoannya semakin sedikit pada dua pertunjukan *stand-up comedy* terakhirnya karena ia merasa pengalaman masa lalunya telah habis ia sampaikan (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019).

Setelah kejujuran dan kedekatan, aspek lain yang menjadi pertimbangan Ernest dalam menulis lelucon adalah kenyamanan. Ernest tak memungkiri ia bisa saja membuat humor dengan topik yang sensitif atau tragis, seperti menyangkut tragedi kemanusiaan kerusuhan Mei 1998. Namun atas alasan ketidaknyamanan, ia memilih untuk tidak mendekati topik-topik tersebut.

“Gua kan bukan termasuk dalam golongan yang suka mengkomedikan hal-hal yang tragis, dark jokes, kan selama ini bukan ciri gua juga, anyway. Jadi ya kalau gua ga nyaman, ngapain dipaksain.” (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019).

Ernest dalam menulis dan menyampaikan *joke* juga menimbang dampak baik atau buruk setelah menyampaikannya. Jadi walaupun menyampaikan lelucon murni karena ia menemukan sisi kelucuannya, Ernest juga mempertimbangkan apakah setimpal tawa yang ia dapatkan dengan efek negatifnya di atas maupun di bawah panggung dan apakah ia merasa nyaman membawakannya (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019). Ia tidak ingin lelucon yang ia sampaikan berdampak buruk dan mengganggu karirnya di dunia hiburan. Kendati demikian, sejauh Ernest berkarya di panggung *stand-up comedy*, ia mengaku tak mendapatkan campur tangan dari pihak lain, seperti sponsor maupun hal-hal nonteknis yang sempat mengganggu turnya (misalnya ketika tur Setengah Jalan di Makassar didemo oleh sekelompok organisasi masyarakat karena kontroversinya dengan Zakir Naik).

“Sebenarnya lihat-lihat situasi sih. Artinya kita kan juga ga mau main sradak-sruduk gitu. Kita harus bijak juga, kan? Apalagi stand-up comedy ini – yang kasihan – adalah profesi yang relatif baru, yang orang gampang ngecap, begitu satu bikin masalah yang kena jadi semuanya. Itu saja sih. Kadang-kadang itu juga yang dipikirin. Bahas politik, aduh, dengan iklim seperti sekarang, worth it ga, sih?” (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019)

Pertimbangan ini memperlihatkan aspek politis Ernest sebagai seorang *entertainer* yang menjual karyanya kepada publik. Keputusan dan pernyataan Ernest dalam menyampaikan lelucon untuk kepentingan komedi semata tanpa intervensi ini menegaskan posisinya dalam mengkomodifikasi humor identitas. Sebab selain menyampaikan lelucon tersebut dalam pertunjukan *stand-up comedy* berbayar, Ernest juga menjual rekaman pertunjukan tersebut dalam kepingan DVD, *digital download* lewat toko daring www.comika.id, maupun mempersilakan stasiun televisi Kompas TV untuk membeli hak menyiarkannya. Terkadang, lelucon yang sama juga ia tampilkan lagi di karyanya yang lain seperti buku.

“Karena buat gua, gua ngerasa kan gua berkarya di berbagai medium gitu. Nah, dari buku, film, TV, yang paling kecil exposure-nya itu memang stand-up. Padahal, effort bikinnya gila banget. Jadi sayang kan sebenarnya. Makanya gua join comika.id [platform e-commerce untuk karya komika Indonesia milik Pandji Pragiwaksono] itu karena menurut gua, ‘Gila gua udah bikin materi capek-capek, kalau memang bisa reach bigger audience, ya ayo!’.” (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019).

2. Proses *Decoding* Audiens Ernest Prakasa

Setelah memilih informan yang memenuhi kriteria tertentu, peneliti mendapatkan delapan informan yang merupakan audiens penikmat *stand-up comedy* dan juga pernah menonton kelima pertunjukan *stand-up comedy* Ernest Prakasa. Berdasarkan analisis terhadap hasil wawancara yang telah dilakukan, terdapat enam informan yang berada pada posisi dominan-hegemonis. Adapun sisanya masing-masing satu orang informan tergolong pada posisi negosiasi dan posisi oposisi.

Tabel 1
Klasifikasi Informan Audiens *Stand-Up Comedy* Ernest Prakasa
Berdasarkan Proses *Decoding* Stuart Hall

Dominan-Hegemonis	Negosiasi	Oposisional
Sukraj (Informan I)	Vita (Informan VIII)	Ary (Informan III)
Diana (Informan II)		
Agung (Informan IV)		
Fidah (Informan V)		
Dyah (Informan VI)		
Yoga (Informan VII)		

Sumber: Data olah peneliti, 2019

Posisi dominan-hegemonis diisi oleh pendapat-pendapat informan yang berpemikiran bahwa humor stereotip yang disampaikan oleh Ernest Prakasa bertujuan sebagai upaya negosiasi identitas kelompok Tionghoa di Indonesia. Informan IV, Agung seorang pekerja di instansi pemerintah dari sukubangsa Jawa menyatakan bahwa mendengarkan humor ketionghoan dari Ernest telah membuatnya mendapatkan perspektif baru tentang relasi kelompok mayoritas dan minoritas di Indonesia. Agung juga merekognisi humor stereotip yang disampaikan oleh Ernest, seperti orang Tionghoa itu pelit, tetapi ia tak mempermasalahkan pelabelan tersebut. Ia justru mengaku mendapatkan wawasan baru tentang eksistensi kelompok Tionghoa di Indonesia dan telah terdorong untuk mengubah

sikap dan perlakuannya terhadap kelompok tersebut (Agung, komunikasi personal, 24 Juni 2019).

“[Mendengar lelucon dari Ernest] ya ga cuma ketawa dan berlalu saja. Karena dia kan resah, jelas ada yang dipikirkan. Dia juga melontarkan jokes itu selain karena dia kesal, mungkin juga ingin melepaskan beban pikirannya. Akhirnya kita sebagai mayoritas mikir kayak, ‘Oh iya ya, ga seharusnya kita memperlakukan orang minoritas seperti itu.’” (Agung, komunikasi personal, 24 Juni 2019).

Informan VI, seorang ibu rumah tangga dan mantan perawat di sebuah rumah sakit di Malang bernama Dyah, juga bersepakat dengan hal itu. Dyah melihat Ernest seperti komika lainnya yang menertawakan kekurangannya sendiri, yang dalam konteks Ernest adalah pengalaman peliknya sebagai bagian dari kelompok etnis Tionghoa di Indonesia. Wanita dari sukubangsa Jawa itu pun mengakui bahwa dirinya mengalami perubahan sikap setelah mengonsumsi karya Ernest, dari meremehkan dan ikut merundung kelompok Tionghoa menjadi lebih menghargai keberadaan kelompok tersebut. Ia juga menyampaikan narasi personalnya sebagai seorang perawat di rumah sakit yang secara profesional tetap harus memberikan pelayanan terbaik kepada yang membutuhkan, tak peduli apa sukubangsanya (Dyah, komunikasi personal, 25 Juni 2019).

“Setelah nonton saya jadi sadar, ternyata kita satu sama lain tetap membutuhkan. Contohnya aku di rumah sakit, ternyata pasienku juga banyaknya dari etnis Tionghoa. Jadi mau tidak mau aku harus melayani mereka dengan baik. Ga boleh terpaksa. Karena kalau terpaksa aku sendiri kan yang dosa. Dari situ aku mikir, iya kita ga boleh meremehkan orang karena dia minoritas” (Dyah, komunikasi personal, 25 Juni 2019).

Temuan menarik lainnya datang dari keterangan Informan I bernama Sukraj. Sukraj adalah seorang mahasiswa perantauan asal Jakarta berdarah India. Kepada peneliti, Sukraj mengaku merasa familiar dengan narasi dan pengalaman yang disampaikan oleh Ernest sebagai seorang minoritas di Indonesia karena ia juga mengalaminya. Menurutnya, etnis India juga mendapatkan pelabelan yang tak jauh beda dengan etnis Tionghoa di Indonesia, seperti cenderung berprofesi sebagai pedagang dan dianggap sebagai orang asing di tanah kelahirannya sendiri (Sukraj, komunikasi personal, 22 Juni 2019).

“Kalau saya sebenarnya melihat dia sebagai sesama minoritas, jadi kadang keresahan dia sebagai Tionghoa itu juga saya rasakan sebagai keresahan saya sebagai orang India. Jadi misalnya dia cerita [stereotype orang Tionghoa sebagai]

pedagang, kan orang India juga mirip kita pedagang. Cerita dia disuruh balik ke kampung halamannya, saya sebagai orang India juga mengalami gitu” (Sukraj, komunikasi personal, 22 Juni 2019).

Sementara Informan II, Diana, dan Informan V, Fidah, berharap agar Ernest tetap membawakan lelucon terkait identitas ketionghoannya, termasuk tentang stereotip. Kedua perempuan dari sukubangsa Jawa itu mengaku terkesan dengan upaya negosiasi identitas Ernest, sehingga Ernest dianggap perlu secara konsisten untuk menyuarakan hal itu di panggung *stand-up comedy* karena beralasan tidak banyak komika dari etnis Tionghoa yang (Diana, komunikasi personal, 22 Juni 2019) (Fidah, komunikasi personal, 25 Juni 2019).

Adapun informan lain yang dapat diklasifikasikan pada kelompok dominan-hegemonis, yakni Informan VII bernama Yoga, yang merupakan karyawan swasta peranakan Tionghoa-Jawa. Yoga mengaku identitasnya sebagai seorang minoritas di Indonesia telah terwakilkan oleh Ernest di panggung *stand-up comedy*. Dari berbagai pengalaman yang disampaikan Ernest sebagai orang minoritas yang dilabeli stereotip tertentu dan didiskriminasi, Yoga pada akhirnya bisa memutuskan untuk tidak melawan pelabelan dan diskriminasi yang ia alami (Yoga, komunikasi personal, 3 Juli 2019).

“Awalnya saya nolak, tapi setelah melihat Ernest, akhirnya saya menerima. ‘Oh saya itu seperti dia, didiskriminasikan oleh mayoritas.’ Tapi ya ga boleh membenci lah, kita harus tetap berteman satu sama lain meskipun kita jadi mayoritas atau minoritas” (Yoga, komunikasi personal, 3 Juli 2019).

Sementara itu, posisi negosiasi diisi oleh pendapat dari Informan VIII bernama Vita, seorang mahasiswi Universitas Brawijaya peranakan Tionghoa yang sudah sejak kecil biasa berinteraksi dengan etnis Tionghoa, baik di keluarga besarnya maupun di lingkungan sekolahnya. Vita bersikap mendukung Ernest yang menyampaikan humor terkait negosiasi identitasnya, termasuk terkait humor stereotip di panggung *stand-up comedy*. Namun, ia sendiri mengaku tidak banyak terpengaruh dengan upaya negosiasi identitas melalui humor stereotip yang dialamatkan kepada etnis Tionghoa. Sebab, Vita memiliki alasan tertentu tentang apa yang menyebabkan stereotip itu terbentuk (Vita, komunikasi personal, 24 Juni 2019).

“Sebagian besar setuju sih karena ngelihat sendiri, sebagian besar ngerasain sendiri sama teman-teman sekolah. Jadi ya yang pelit, ya ada, tapi cuma beberapa. Tapi mungkin karena kitanya yang terlalu mengeneralisir kalau ada satu orang yang pelit jadi semua orang dicap pelit” (Vita, komunikasi personal, 24 Juni 2019).

Lebih lanjut, Vita merekognisi upaya komodifikasi Ernest dengan, misalnya, memperluas topik bahasan humornya dan meninggalkan humor tentang identitas ketionghoannya. Pasalnya, ia melihat bahwa dengan memperluas topik bahasan humornya dan tidak melulu membahas tentang identitas ketionghoan, Ernest berkemungkinan menjangkau audiens baru yang sebelumnya merasa tidak terafiliasi dengan topik tentang identitas ketionghoan. Dengan logika ini, maka ketika memperluas pasarnya, Ernest berkemungkinan pula mendapatkan pemasukan yang lebih besar dari sebelumnya.

“Kalau bisa sebanding, tetap mempertahankan identitas ketionghoannya dan [topik humor] umumnya lebih setara, lebih bagus. Kalau misalnya terkait perspektif ke depannya mungkin lebih baik [menyampaikan humor] yang general. Soalnya dengan lebih general, mungkin jadi lebih banyak orang yang relate dengan topik yang dibahas. Jadi bisa jadi kalau nanti dia bikin stand-up show lagi, lebih banyak orang yang datang karena merasa lebih relate” (Vita, komunikasi personal, 24 Juni 2019).

Terakhir, ada Informan III bernama Ary yang mengoposisi dengan Ernest Prakasa. Ary tidak memandang penampilan *stand-up comedy* Ernest sebagai upaya negosiasi identitas kelompok Tionghoa. Sebab, ia bersikap kalau stereotip tidak layak untuk dijadikan lelucon. Alasannya, humor stereotip dapat melanggengkan stereotip yang sudah ada di tengah masyarakat (Ary, komunikasi personal, 22 Juni 2019).

“Kalau pandangan saya pribadi soal etnis Tionghoa ya tidak berubah, mas. Apakah karena Ernest melontarkan suatu jokes kemudian itu mengubah pandangan saya, ya ga juga. Karena saya sudah punya pandangan sendiri dan saya berpegangan pada pandangan saya sendiri. Sebagai orang Jawa... ya kan saya orang Jawa kan, mas, ya filsafatnya kan: mikul duwur mendem jeru. Jadi kalau masalah stereotip-stereotip itu ya disimpan saja dalam hati lah, mas” (Ary, komunikasi personal, 22 Juni 2019).

Dalam pertunjukan *stand-up comedy*-nya, kebanyakan informan dalam penelitian ini menganggap bahwa Ernest Prakasa telah melakukan proses negosiasi identitas kelompok Tionghoa karena ia menyampaikan humor stereotip berikut atribut ketionghoannya. Namun faktanya, dari pengakuan Ernest, humor stereotip yang disampaikannya juga memiliki nilai ekonomi, bukan semata-mata upaya negosiasi identitas atau memanfaatkan nilai guna humor stereotip yang ada.

Logika ekonomi ternyata tidak ditangkap oleh semua audiens Ernest Prakasa. Terbukti, enam dari delapan informan penelitian ini mempersepsikan humor yang disampaikan Ernest lebih dari sekadar komoditas hiburan, melainkan sebagai upaya negosiasi

identitasnya dan Tionghoa di Indonesia secara umum. Beberapa di antara informan tersebut bahkan sampai mengubah sikap dan pikirannya ke kelompok Tionghoa, maupun menginternalisasi stereotip sistem sosial Tionghoa yang berada di tatanan yang berbeda dengan kelompok “pribumi”. Inilah yang menimbulkan mispersepsi antara Ernest Prakasa sebagai *encoder* wacana dan audiensnya sebagai *decoder* wacana yang disampaikan oleh Ernest.

E. TEMUAN DAN DISKUSI

Meskipun humor tentang identitas ketionghoan yang disampaikan Ernest Prakasa lekat dengan upaya negosiasi identitas kelompok Tionghoa di Indonesia, penjelasan langsung dari Ernest Prakasa memberikan dimensi lain terhadap kajian-kajian terdahulu yang telah peneliti kutip sebelumnya. Ernest menjelaskan bahwa humor yang disampaikannya, termasuk tentang identitas ketionghoannya, lebih condong ke sisi komodifikasi ketimbang intensi untuk memperjuangkan kesetaraan hak atau posisi kelompok identitas Tionghoa di Indonesia (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019). Walaupun lelucon yang dilontarkannya juga mengandung upaya mengonstruksi identitas kelompok Tionghoa yang positif dan ia memang ingin mencairkan ketegangan antarkelompok dengan leluconnya, tetapi aspek komodifikasi juga berperan dalam mendasari inisiatif Ernest berkomedis.

Dari hasil yang telah peneliti dapatkan, komodifikasi identitas dalam lelucon yang disampaikan oleh Ernest Prakasa dalam pertunjukan *stand-up comedy*-nya menegaskan kembali akan dua dimensi komodifikasi yang berelasi dengan praktik komunikasi menurut Vincent Mosco tentang sistem produksi. Mosco (2009) – yang mengembangkan pemikiran Karl Marx – menyatakan bahwa proses komunikasi berkontribusi secara umum terhadap komodifikasi secara keseluruhan dan proses komodifikasi di tengah masyarakat mempengaruhi komunikasi sebagai praktik sosial.

Pertama-tama, *stand-up comedy* sebagai salah satu seni pertunjukan kontemporer memberikan peluang bagi para pelakunya, yakni komika, untuk mengkomodifikasi narasi personalnya, termasuk identitasnya. Pertunjukan *stand-up comedy* itu dikemas sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengalaman para audiens dalam menikmati humor yang secara nilai umumnya memiliki beragam manfaat, baik dalam skala individu maupun sosial. Meningkatnya proses penyampaian dan penerimaan humor ini lantas juga ditunjang oleh ketersediaan kanal untuk mendistribusikan sekaligus menjual humor tersebut sebagai

komoditas hiburan. Kanal tersebut tak terbatas pada tiket pertunjukan saja, tetapi juga DVD, *digital download*, maupun menjual hak siar ke stasiun televisi.

Kedua, adanya proses komodifikasi dalam praktiknya juga mempengaruhi komunikasi humor sebagai praktik sosial. Ernest selaku komika memperhatikan apa yang hendak ia sampaikan dalam pertunjukan *stand-up comedy*-nya. Ia berusaha untuk menjaga industri *stand-up comedy* di Indonesia dengan tidak asal melempar lelucon di tengah masyarakat. Ernest selaku produsen wacana mempertimbangkan terlebih dahulu keuntungan dan kerugian sebelum menyampaikan leluconnya karena jika ia berbuat salah, nama baik industri *stand-up comedy* yang di Indonesia baru berkembang berikut para pelakunya bisa terancam.

Komodifikasi yang dilakukan Ernest dalam bentuk komunikasi ini dapat digolongkan dalam komodifikasi konten. Proses komodifikasi konten ini didefinisikan Mosco (2009) sebagai proses transformasi pesan, meliputi humor sebagai pemikiran yang bermakna, menjadi produk yang dapat dipasarkan. Kemampuan Ernest sebagai komika dalam memproduksi humor bertemu dengan kapitalisasi yang mampu mengubah kemampuan tersebut menjadi kemas pertunjukan *stand-up comedy*. Cerita, pengalaman, dan pemikiran Ernest yang disampaikan secara humoristis itu ditukar dengan nominal tertentu yang harus dibayarkan oleh audiens untuk dapat menikmatinya, baik dalam bentuk tiket, DVD, maupun *digital download*. Dari data yang peneliti himpun, dari kelima pertunjukan komedi Ernest yang diadakan dan direkam di Jakarta, Ernest tidak hanya mendapatkan pemasukan dari tiket yang dijual kepada audiens yang menonton pertunjukan tersebut secara langsung, tetapi juga mengemasnya dalam bentuk DVD atau *digital download* untuk dipasarkan lebih luas.

Tabel 2
Detail Harga Tontonan Pertunjukan *Stand-Up Comedy* Ernest Prakasa

Nama Pertunjukan	Lokasi dan Tanggal Pelaksanaan	Harga Tiket Pertunjukan	Harga DVD dan/atau <i>Digital Download</i>
Merem Melek Tour – The Finale	Jakarta, 10 Juli 2012	Rp. 60.000 – Rp. 100.000 (<i>pre-sale</i>)	Rp. 75.000 (paket DVD dan buku)
Ernest Prakasa & The Oriental Bandits	Jakarta, 9 Februari 2013	Rp. 50.000 – Rp. 90.000	Rp. 85.000 (DVD)
Illucinati	Jakarta, 25 Januari 2014	Rp. 75.000 – Rp. 125.000	Rp. 65.000 (<i>digital download</i>)
			Rp. 135.000 (DVD)

Happinest	Jakarta, 6 Juni 2015	Rp. 150.000 – Rp. 250.000 (<i>pre-sale</i>)	Rp. 120.000 (<i>pre-order DVD</i>) Rp. 135.000 (harga normal DVD)
			Rp. 150.000 (<i>digital download</i>)
Setengah Jalan	Jakarta, 13 Mei 2017	Rp. 100.000 – Rp. 450.000 (<i>early bird</i>) Rp. 150.000 – Rp. 550.000 (harga normal)	Rp. 150.000 (<i>digital download</i>)

Sumber: Data olah peneliti, 2019

Secara khusus menyoal konten *digital download*, Ernest yang telah bekerja sama dengan platform penjualan file digital pertunjukan *stand-up comedy*, yaitu Comika.id (Prakasa, komunikasi personal, 25 Mei, 2019), makin mempertegas kekuatan dan kesempatan yang ditawarkan oleh media baru (*new media*) dalam mengkomodifikasi konten. Digitalisasi memang menawarkan manfaat yang luar biasa dalam urusan fleksibilitas konsumsi informasi maupun hiburan. Dengan membayarkan nominal harga yang tertera untuk masing-masing produk, audiens bisa mengakses pertunjukan tersebut tanpa mengenal keterbatasan ruang dan waktu melalui gawainya.

Aspek ekonomi politik Ernest Prakasa juga terlihat dari manajemen komika yang ia bentuk. Ernest sendiri merupakan salah satu pendiri sekaligus *talent* dalam manajemennya, Hahaha Corp. Manajemen komika itu ia bentuk bersama Dipa Andika, eks manajer personalnya, pada tahun 2012. Manajemen ini sekarang memiliki delapan *talent*. Mereka adalah Ge Pamungkas, Arie Kriting, Soleh Solihun, Bene Dion, Ardit Erwandha, Aci Resti, dan Muhadkly Acho. Manajemen ini memiliki visi untuk mengembangkan potensi komika yang tergabung ke dalamnya ke pelbagai sektor dunia hiburan selain *stand-up comedy*, seperti menjadi aktor, penulis naskah layar lebar, hingga sutradara film. Di samping itu, Hahaha Corp. juga memajemen pertunjukan komedi tunggal para *talent*-nya, termasuk milik Ernest Prakasa, dari produksi sampai distribusi. Seperti dijabarkan oleh Mosco (2009), Ernest dengan manajemen komikanya berperan sebagai kapital yang mencoba turut bermain di pasar melalui, salah satunya, ketersediaan *talent* yang beragam: dari komika Indonesia Timur, komika berdarah Sunda, sampai komika wanita.

Sementara itu dari segi audiens, pertunjukan *stand-up comedy* dari Ernest Prakasa diresapi tak hanya sebagai hiburan, melainkan juga bagian dari proses negosiasi identitas

Ernest sebagai seorang Tionghoa di Indonesia. Menurut Mosco (2009), dalam koridor pandangan Marxis, komoditas sengaja dihadirkan dan dibentuk agar tampak alami, dengan segala kandungan nilai guna berikut nilai tukarnya. Audiens Ernest bisa secara sadar terlibat dalam komodifikasi pertunjukan *stand-up comedy* Ernest dengan cara membeli tiket pertunjukan maupun DVD atau *digital download* pertunjukannya, karena mereka juga merasakan nilai guna dari mengonsumsi pertunjukan komedi Ernest, termasuk humor yang mengeksploitasi identitasnya, antara lain:

1. Mendapatkan cara pandang dan wawasan baru terhadap kelompok Tionghoa sebagai kelompok yang termarginalkan di Indonesia.
2. Terpersuasi untuk mengubah sikap dan perlakuannya dalam kehidupan bermasyarakat ketika bersinggungan dengan kelompok Tionghoa.
3. Mendukung Ernest untuk menyuarakan identitas kelompok termarginalkan.

F. KESIMPULAN

Upaya negosiasi identitas Tionghoa melalui humor ini telah berhasil menghegemoni mayoritas audiens yang menjadi informan. Delapan informan yang merupakan para penonton pertunjukan *stand-up comedy* Ernest Prakasa yang telah peneliti wawancarai memiliki persepsinya sendiri dalam mencerna pertunjukan komedi Ernest sebagai wacana. Namun, sebagian besar dari informan penelitian ini, yakni sebanyak enam orang, berada pada posisi dominan-hegemonis, yaitu meyakini bahwa Ernest melakukan negosiasi identitasnya lewat *stand-up comedy*. Sementara itu, ada dua orang yang masing-masing terklasifikasi dalam kelompok negosiasi dan oposisi karena tak serta merta memercayai intensi Ernest dalam berkomedis menggunakan humor identitas adalah upaya negosiasi identitas.

Di sisi lain, dalam proses negosiasi identitas ini, Ernest juga melakukan praktik komodifikasi identitas etnisnya, yakni Tionghoa. Ernest memperdagangkan humor-humor identitas yang berada dalam lima pertunjukan *stand-up comedy*-nya, baik melalui tiket pertunjukan, penjualan DVD maupun digital download, serta hak lisensi ke televisi. Namun, intensitas Ernest untuk mengkomodifikasi identitasnya melalui humor di pertunjukan *stand-up comedy*-nya secara kuantitas telah berkurang dan ia sendiri merasa sudah merasa cukup untuk membahasnya. Secara keseluruhan, Ernest tetap perlu diapresiasi karena ia tetap berusaha berkarya secara jujur dan telah membawa topik ketionghoan dan minoritas ke ruang diskusi publik.

Temuan ini mengingatkan kembali kepada salah satu definisi dan peran kajian Ekonomi Politik yang disampaikan oleh Mosco (2009), yaitu kajian tentang kontrol (*control*) dan kelangsungan hidup (*survival*). Kontrol mengacu pada fenomena masyarakat yang berusaha untuk mengorganisir dan mengelola urusannya sendiri sekaligus beradaptasi atau gagal beradaptasi terhadap perubahan yang tidak terhindarkan. Sementara bertahan hidup di sini berarti bagaimana orang menghasilkan apa yang mereka butuhkan untuk mereproduksi dirinya sendiri dan untuk menjaga agar masyarakatnya tetap berjalan. Dalam interpretasi ini, Mosco yang menggaungkan kembali pendapat Dallas Smythe menjelaskan bahwa kontrol adalah proses politik karena ia membentuk hubungan dalam suatu komunitas, sementara bertahan hidup adalah proses ekonomi karena melibatkan proses produksi dan reproduksi. Di sinilah kajian Ekonomi Politik dapat berdiri sebagai disiplin keilmuan yang luas dan mencoba mencakup proses hidup manusia.

Negosiasi identitas melalui humor identitas yang dilakukan oleh komika Ernest Prakasa merupakan suatu cara, yakni kontrol, terhadap diri dan kelompok etnisnya. Sementara komodifikasi terhadap humor identitas, yang merupakan caranya berkarya sebagai seniman secara jujur, adalah urusan lainnya. Di sinilah para peneliti Kajian Budaya, Ekonomi Politik, dan Ilmu Komunikasi secara umum dapat mengambil peran, yakni menghadirkan realitas secara holistik.

Peneliti menyadari bahwa hasil dari penelitian yang sudah dilakukan ini masih memiliki banyak kekurangan, baik berupa sajian data maupun dalam hal penulisannya. Pertama, penelitian model *encoding/decoding* Stuart Hall ini hanya melibatkan informan yang dipilih secara purposif dengan standar terbatas di lingkup peneliti tinggal, yaitu di Kota Malang dan Komunitas Stand-up Comedy Indo Malang. Kiranya penelitian selanjutnya perlu mengadopsi kriteria pemilihan informan yang lebih kompleks atau spesifik, seperti analisis resepsi humor identitas suku tertentu terhadap suku tertentu.

Kemudian, informan dalam pengkajian proses *decoding* penelitian ini diwawancarai secara terpisah, dan rentang penelitian dengan pertunjukan terakhir Ernest Prakasa sudah mencapai dua tahun. Ada kemungkinan, ingatan maupun resepsi audiens telah terdistorsi sehingga mempengaruhi hasil pemaknaan ketika peneliti melakukan wawancara. Maka dari itu, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya yang memakai model *encoding/decoding* Stuart Hall dapat menggunakan penggalian data dengan metode lainnya, seperti *focus group discussion* (FGD).

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Q. (2016). *Praktek Ekonomi Politik Dalam Talk Show Komedi di Televisi (Studi Kasus Program Ini Talk Show Net TV)*. (Unpublished Minor Thesis). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia.
- Ajidarma, S. G. (2019). Humor dalam Kajian: Membongkar Penanda Zaman. *Prisma*, 38(1), 3-13.
- Barcelona, B. (2017). *Isu Kesetaraan Sosial Etnik Tionghoa dalam Tur Standup Comedy Illucinati Ernest Prakasa*. (Unpublished Minor Thesis). Universitas Sebelas Maret, Indonesia.
- Campos, M. N. (2009). Critical Constructivism. In Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (Eds.). *Encyclopedia of Communication Theory*. California: SAGE Publications.
- Colleary, S. (2015). *Performance and Identity in Irish Stand-Up Comedy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Fitri, F. R. (2013). Discourse of Chinese Indonesia in Ernest Prakasa's Show in Stand Up Comedy Indonesia. *Allusion* 02(02), 21-28.
- Gilbert, J. R. (1997). Performing Marginality: Comedy, Identity, and Cultural Critique. *Text and Performance Quarterly*, 17, 317-330.
- Hall, S. (2006). Encoding/Decoding. In Durham, M. G. & Kellner, D. M. (Eds.). *Media and Cultural Studies KeyWorks: Revised Edition* (163-173). Malden, Oxford, Carlton: Blackwell Publishing.
- Hart, M. (2008). Humour and Social Protest: An Introduction. In Hart, M. & Bos D. (Eds.). *Humour and Social Protest*. Cambridge: University of Cambridge.
- Irena, L. & Rusadi, U. (2019). The Commodification of Chinese Stereotypes in Humour of Stand up Comedy Indonesia. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(2), 376-384.
- Lee, R. C. (2004). "Where's My Parade?": Margaret Cho and the Asian American Body in Space. *TDR*, 48(2), 108-132.
- Michael, J. (2013). American Muslims stand up and speak out: trajectories of humor in Muslim American stand-up comedy. *Contemporary Islam*, 7 (2), 129-153.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. London: SAGE Publications.
- Oddey, A. (2005). *Performing Women: Stand-Ups, Strumpets and Itinerants* (2nd ed.). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Prakasa, E. (2012). *Dari Merem ke Melek: Catatan Seorang Komedian*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Setiawan, A. (1990, Oktober). Humor itu Serius, Lho! *HumOr*. 44-45.
- Shifreen, L. J. (1977). Stand-up Comedy: A Discography. *American Humor*, 4(2), 19-46.
- Shugart, H. A. (2003). Performing ambiguity: The passing of Ellen DeGeneres. *Text and Performance Quarterly*, 23(1), 30-54.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprana, J. (2019). Humor di Tengah Masyarakat. *Prisma*, 38(1), 112-121.
- Supriyanto, H. (2018). *Ludruk Jawa Timur dalam Pusaran Zaman*. Malang: Beranda.
- Utama, K. A. (2014). *Analisis Wacana Kritis Stereotip Etnis Tionghoa pada Pertunjukan Stand-up comedy yang Ditampilkan Ernest Prakasa*. (Unpublished Minor Thesis), Universitas Airlangga, Indonesia.