

**STAND UP COMEDY SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING PADA
KONTEN YOUTUBE “SHOPEE CANDA”**

SKRIPSI



disusun oleh:

Akhmad Fikri Haikal

18.96.0917

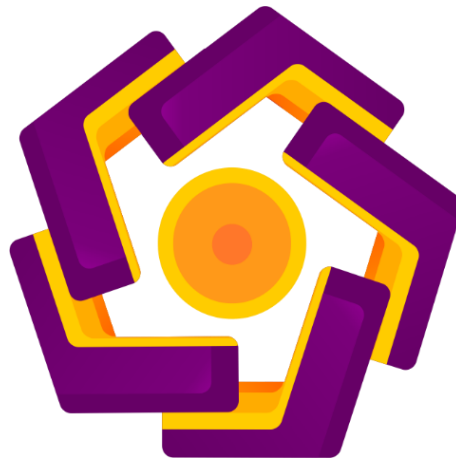
**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

**STAND UP COMEDY SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING PADA
KONTEN YOUTUBE “SHOPEE CANDA”**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Akhmad Fikri Hiakal

18.96.0917

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

STAND UP COMEDY SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING PADA KONTEN YOUTUBE “SHOPEE CANDA”

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Akhmad Fikri Haikal

18.96.0917

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 15 Desember 2022

Dosen Pembimbing



Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.

190302107

PENGESAHAN

SKRIPSI

STAND UP COMEDY SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING PADA KONTEN YOUTUBE “SHOPEE CANDA”

yang disusun oleh

Akhmad Fikri Haikal

18.96.0917

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.
NIK.190302107

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom.
NIK.190302437

Dr. Kalis Purwanto, MM.
NIK.190302357

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 17 Oktober 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom.
NIK.190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh oranglain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 17 Oktober 2022



Akhmad Fikri Haikal

NIM. 18.96.0917

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

True religion is real living; living with all one's soul, with all one's goodness.

- Albert Einstein

Pendidikan adalah senjata paling ampuh untuk mengubah dunia.

- Nelson Mandela

Persembahan

- Allah SWT, terima kasih atas segala rahmat dan hidayah-Mu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik
- Ayah dan Ibu yang telah memberikan dukungan dan cinta tulus mereka. Ayah menjadi sosok pahlawan pertama kali yang saya kagumi dan contoh tentang bagaimana memandang hidup. Ibu hadir dengan cinta dan doa kepada saya untuk terus berjuang menapaki pendidikan.
- Sahabat dan orang terdekat saya yang senantiasa memberikan warna dalam hidup.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi dan Pembimbing)
5. Keluarga, teman, dan pihak lain yang membantu dalam terciptanya penelitian.

Yogyakarta, 22 Agustus 2022


Akhmad Fikri Haikal

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	1
Cover.....	2
PERSETUJUAN.....	i
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Bab.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Teori Difusi Inovasi.....	11
2.1.2 Elemen Difusi Inovasi.....	12
2.1.3 Digital Marketing.....	14
2.1.4 Pemasaran Konten.....	17
2.1.5 Prinsip Konten Marketing.....	19
2.1.6 Teknik Stand Up Comedy.....	21

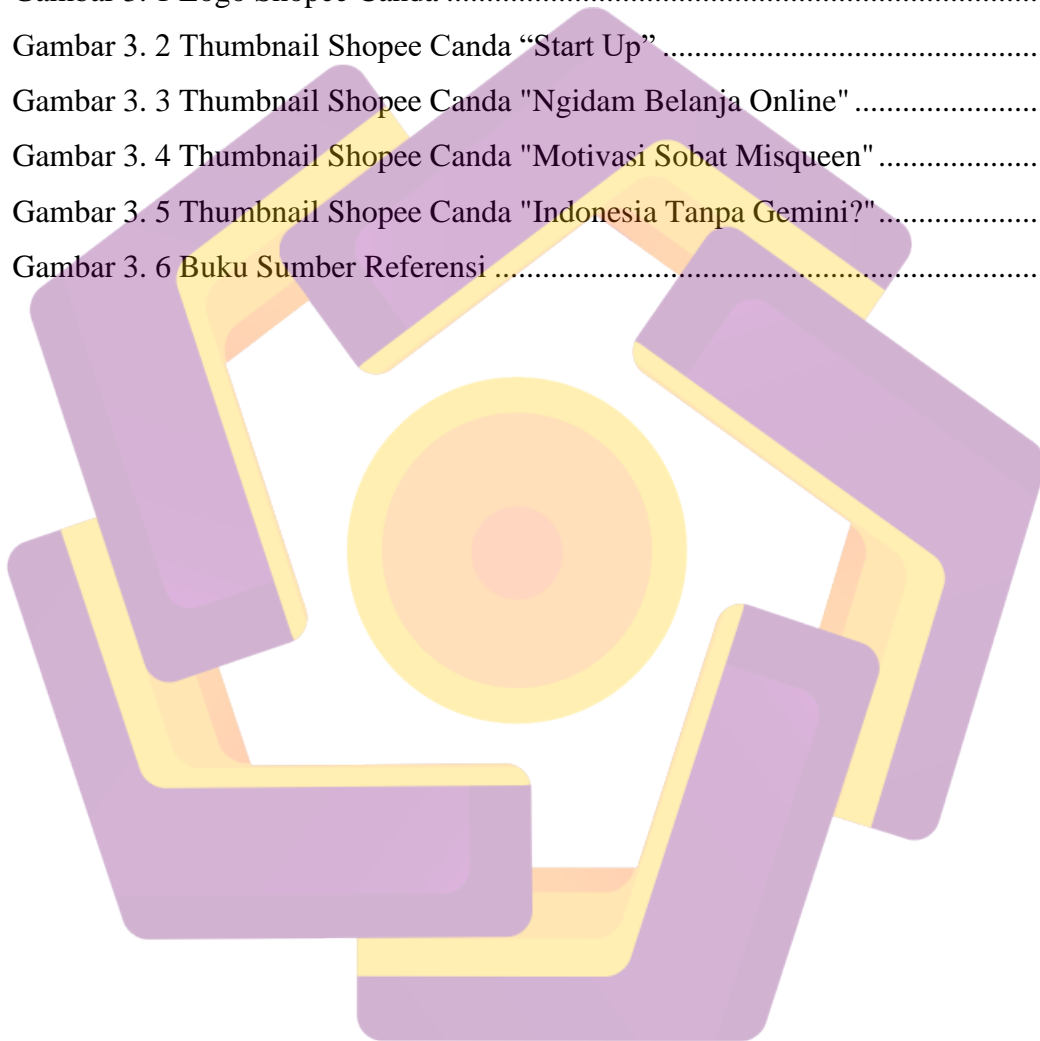
2.1.7 Dimensi Teknik Humor	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Jenis dan Sumber Data	36
3.2.1 Data Primer	36
3.2.2 Data Sekunder.....	61
3.3 Kriteria Objek Penelitian.....	62
3.4 Metode Pengumpulan Data	63
3.5 Teknik Analisis Data	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Hasil Penelitian.....	68
4.1.1 “Analisis berdasarkan isi materi berupa teknik stand up comedy dan dimensi humor”.....	68
4.2 Pembahasan	94
4.2.1 Peran Stand Up Comedy terhadap Konten Shopee Canda Berdasarkan Konten Pemasaran Gunelius.....	94
4.2.2 Faktor yang Membuat Stand Up Comedy Memiliki Peran dalam Strategi Digital Marketing Konten Shopee Canda.....	97
4.2.3 Analisis Berdasarkan Teori Difusi Inovasi.....	101
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Materi "Start Up" Sadana Agung.....	39
Tabel 3. 2 Materi "Ngidam Belanja Online" Tretan Muslim.....	46
Tabel 3. 3 Materi "Motivasi Sobat Misqueen" Marshel Widiyanto.....	51
Tabel 3. 4 Materi "Indonesia Tanpa Gemini?" Oza Rangkuti	57
Tabel 4. 1 Hasil Analisis Materi "Start Up" Sadana Agung	68
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Materi "Ngidam Belanja Online" Tretan Muslim	76
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Materi "Motivasi Sobat Misqueen" Marshel Widiyanto	81
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Materi "Indonesia Tanpa Gemini?" Oza Rangkuti.....	88
Tabel 4. 5 Adaptasi yang Dilakukan oleh Shopee Canda	100
Tabel 4. 6 Perbandingan Keunggulan Relatif Shopee Canda dengan Konten Serupa	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3. 1 Logo Shopee Canda	37
Gambar 3. 2 Thumbnail Shopee Canda “Start Up”	38
Gambar 3. 3 Thumbnail Shopee Canda "Ngidam Belanja Online"	45
Gambar 3. 4 Thumbnail Shopee Canda "Motivasi Sobat Misqueen"	50
Gambar 3. 5 Thumbnail Shopee Canda "Indonesia Tanpa Gemini?"	56
Gambar 3. 6 Buku Sumber Referensi	62



INTISARI

Stand up comedy merupakan seni lawak tunggal yang disampaikan dengan cara monolog, komedian yang menyampaikan lawakannya terlebih dahulu menulis materi dengan bermacam topik dengan tujuan untuk membuat penonton tertawa. Di Indonesia sendiri, stand up comedy awalnya diprakarsai oleh beberapa tokoh seperti Pandji Pragiwaksono, Raditya Dika, dan Ernest Prakasa. Beberapa nama besar tadi yang memperkenalkan jenis komedi ini di tanah air, mereka mempunyai beberapa media karya masing – masing seperti Raditya Dika dan Pandji yang cukup aktif dengan konten mereka di youtube, sedangkan Ernest Prakasa lebih dikenal dengan beberapa karya filmnya. Salah satu marketplace yang cukup dikenal di Indonesia adalah Shopee yang belakangan gencar berpromosi lewat media digital seperti facebook, instagram, dan youtube. Konten youtube terbaru mereka yakni ‘Shopee Canda’ digalakkan ditengah pandemi dengan cara menghadirkan beberapa komika untuk menghibur masyarakat ditengah kebosanan, juga sebagai media digital marketing dengan cara mengusung stand up comedy sebagai konten utama. Penulis tertarik untuk menganalisa bagaimana stand up comedy menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan suatu produk. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Teori Difusi Inovasi yang menekankan pada suatu pemikiran atau gagasan baru dan mengaplikasikannya kedalam saluran tertentu kepada sekelompok masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data primer yakni konten video ‘Shopee Canda, sedangkan data sekunder bersumber dari kajian pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi dan metode observasi. Dalam menganalisa data, penulis menggunakan teknik analisis konten yang terkandung, kaitannya dengan digital marketing, dan analisis menggunakan teori difusi inovasi serta faktor lain yang dinilai mempunyai peran penting dalam menjadikan konten Shopee Canda memiliki pengaruh sebagai salah satu alat untuk menunjang promosi digital.

Kata kunci: *Stand up comedy, Digital Marketing.*

ABSTRACT

Stand up comedy is a single comedy art that is delivered by means of a monologue, the comedian who conveys the joke first writes material with various topics with the aim of making the audience laugh. In Indonesia itself, stand up comedy was originally initiated by several figures such as Pandji Pragiwaksono, Raditya Dika, and Ernest Prakasa. Some of the big names who introduced this type of comedy in the country, they have several media works, such as Raditya Dika and Pandji who are quite active with their content on YouTube, while Ernest Prakasa is better known for his films. One of the well-known marketplaces in Indonesia is Shopee, which has recently been aggressively promoting through digital media such as Facebook, Instagram, and YouTube. Their newest youtube content, 'Shopee Canda', was promoted in the midst of a pandemic by presenting some comics to entertain the public in the midst of boredom, as well as digital marketing media by carrying stand up comedy as the main content. The author is interested in analyzing how stand up comedy becomes an effective tool in promoting a product. In this study, the author uses the Diffusion of Innovation Theory which emphasizes a new thought or idea and applies it into certain channels to a group of people. This study uses a qualitative method with the primary data source, namely the video content of 'Shopee Canda', while the secondary data comes from a literature review related to the research topic. Data collection is done by documentation method and observation method. In analyzing the data, the author uses the technique of analyzing the content contained, its relation to digital marketing, and analysis using the theory of diffusion of innovation and other factors that are considered to have an important role in making Shopee Canda content have an influence as a tool to support digital promotion.

Keywords: *Stand up comedy, Digital Marketing.*