

PENGARUH HUMOR POLITIK TERHADAP REPUTASI KOMIKA MELALUI PERSEPSI GENERASI Z DALAM PENYAMPAIAN STAND-UP COMEDY

Vanessa Febry¹, Jonathan Jacob Paul Latupeirissa², Ni Putu Intan Permatasari³, Nuning Indah Pratiwi⁴

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional

Email Korespondensi: vanessafebry97@gmail.com

Email: jonathanlatupeirissa@undiknas.ac.id; intanpermata@undiknas.ac.id;

nuningindahpratiwi@undiknas.ac.id

ABSTRACT

Stand-up comedy performances by comedians have become an effective form of political communication, where humor is used to deliver social and political criticism. The rapid development of information technology and social media also supports the dissemination of such content. This makes political information and political-themed content, such as stand-up comedy addressing political issues, easily accessible to the public. This study aims to examine the influence of political humor on the reputation of comedians, considering Generation Z's perception as a mediating variable in the delivery of stand-up comedy. This research uses a quantitative method involving 100 respondents selected through accidental sampling. Data was collected via questionnaires and analyzed using partial least squares. Result shows that political humor has a significant positive influence on the reputation of comedians through the perception of Generation Z. Generation Z's perception acts as mediator that strengthens the relationship between political humor and a comedian's reputation. These findings highlight the importance of understanding the audience when delivering political humor, as well as its impact on the public image of comedians. This study is expected to provide insights for comedians and entertainment industry players in crafting stand-up comedy material that not only entertains, but also builds a positive reputation among Generation Z.

Keywords: Comedians Reputation, Generation Z's Perception, Political Communication, Political Humor.

ABSTRAK

Pertunjukkan *stand-up comedy* oleh komika menjadi salah satu bentuk komunikasi politik yang efektif, dimana humor digunakan dalam menyampaikan kritik sosial dan politik. Perkembangan teknologi informasi dan media sosial yang pesat turut menjadi pendukung dalam hal penyebaran informasi. Hal ini membuat informasi politik dan konten-konten mengenai politik seperti pertunjukkan *stand-up comedy* yang membahas politik menjadi mudah diakses oleh publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara humor politik terhadap reputasi komika dengan mempertimbangkan persepsi generasi Z sebagai variabel mediasi dalam penyampaian *stand-up comedy*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 100 responden yang ditentukan dengan *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui hasil penyebaran kuesioner dan diolah menggunakan *partial least square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humor politik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap reputasi komika melalui persepsi generasi Z. Persepsi generasi Z berperan sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara humor politik dan reputasi komika. Hasil temuan ini menegaskan pentingnya memahami audiens dalam penyampaian humor politik, serta dampaknya terhadap citra komika di publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi komika dan pelaku industri hiburan dalam merancang materi untuk pertunjukkan *stand-up comedy* yang tidak hanya menghibur, tetapi juga membangun reputasi positif di mata generasi Z.

Kata kunci: Humor Politik, Komunikasi Politik, Persepsi Generasi Z, Reputasi Komika.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

314

Indexed



SINTA 5



PENDAHULUAN

Politik merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan bermasyarakat dan negara. Politik secara umum diartikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagai ilmu tata negara, seperti sistem pemerintahan atau dasar pemerintahan. Heywood (2007) dalam (Hidayatulloh & Muna, 2024) menyampaikan makna politik sebagai kegiatan suatu bangsa dengan tujuan untuk membuat, mempertahankan, serta dalam rangka mengamandemen suatu peraturan-peraturan umum dalam mengatur kehidupan yang terkadang terdapat konflik ataupun keselarasan. Budiarjo (1982) dalam (Rizwan, Rahman, et al., 2022) mendefinisikan politik sebagai siapa mendapat apa, kapan, dan bagaimana. Bentuk komunikasi yang memiliki tujuan untuk mencapai pengaruh tertentu di dalam suatu sistem politik disebut sebagai komunikasi politik (Syauket et al., 2024). Menurut Rush dan Althoff (1997) dalam (Syauket et al., 2024), komunikasi politik merupakan proses ketika informasi politik yang relevan ditentukan dari suatu bagian sistem politik ke bagian lainnya, dan diantara sistem sosial dengan sistem politik.

Humor menurut Hasanat dan Subandi (1998) dalam (Wijaya, 2020), humor dinilai dapat menimbulkan emosi positif, karena humor menjadikan seseorang tersenyum atau tertawa sehingga memunculkan emosi positif. Menurut Wasylowich (2011) dalam (Wijaya, 2020) humor merupakan sebuah aspek afektif, kognitif, atau estetika dari seseorang, stimulus, atau peristiwa yang membangkitkan, seperti hiburan, sukacita, kegembiraan atau sebagai tertawa atau tersenyum. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan Goleman (1995) dalam (Wijaya, 2020) tentang humor, yaitu menyebutkan bahwa humor berhubungan dengan emosi yang menyenangkan. Hood (2009) dalam (Wijaya, 2020) mendefinisikan humor sebagai pendekatan untuk diri sendiri dan orang lain yang ditandai dengan pandangan yang fleksibel yang memungkinkan seseorang untuk menemukan, mengekspresikan atau menghargai segala sesuatu yang bersifat lucu.

Humor dan politik pada dasarnya merupakan dua hal yang berseberangan, tetapi saling berkaitan (Prahastiwi, 2022). Contoh penggunaan humor politik sebagai bentuk komunikasi politik dapat ditemukan dalam stand-up comedy. Contohnya dapat dilihat melalui kompetisi stand-up comedy dengan tema “Kritik DPR” yang diadakan oleh Ketua Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) Republik Indonesia, Bambang Soesatyo, dalam rangka memperingati Hari Ulang Tahun (HUT) DPR RI ke-73 yang jatuh pada 29 Agustus 2018. Pada kompetisi tersebut, DPR membuka kesempatan untuk dikritik secara langsung guna membuktikan bahwa DPR RI terbuka untuk menerima kritik mengenai kinerja DPR RI.

Gambar 1: Kompetisi Stand-Up Comedy “Kritik DPR” 2018



Sumber : dpr.tempo.co

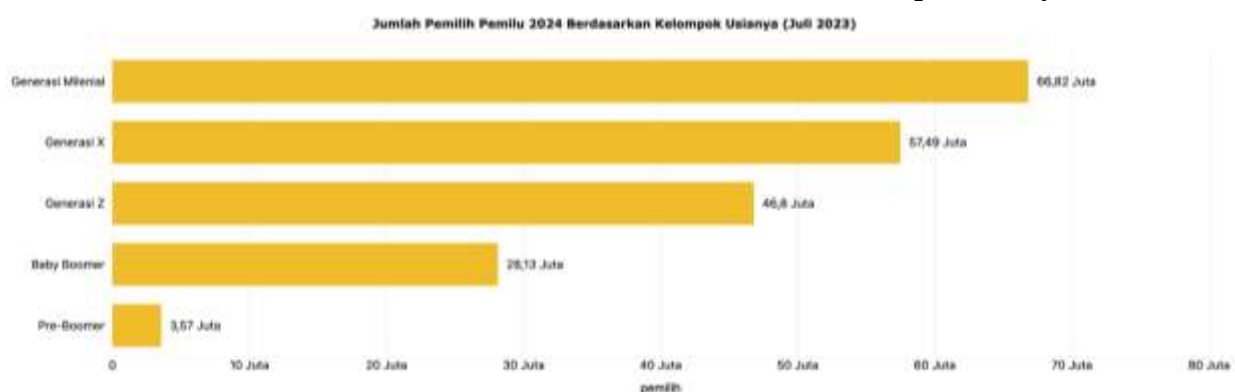
Pada penelitian ini, *stand-up comedy* menjadi sarana dalam penyampaian komunikasi politik. Stand-up comedy adalah pertunjukan lawakan tunggal atau komedi tunggal yang dilakukan perorangan di atas panggung yang telah disediakan di lokasi yang telah ditentukan untuk pertunjukan (Dingkol, 2023). Utami (2019) dalam (Dewi & Aji, 2024) menjelaskan bahwa komika biasanya menggunakan peristiwa pahit, atau kelemahan diri, juga ironi kondisi sekitar yang disampaikan dengan gaya satir dan sarkasme sebagai bahan

materi komedi dalam penampilannya. Menurut Octastefani dan Kusuma (2020) dalam , stand up comedy mampu menjadi alternatif penyampaian komedi yang ringan, santai, dan jenaka, tetapi mampu memainkan emosi penikmatnya melalui kreativitas linguistic (bahasa) dan retorika yang baik. Pertunjukkan stand-up comedy kemudian berkembang menjadi salah satu cara untuk menyampaikan opini dan kritik atas situasi sosial yang terjadi (Dewi & Aji, 2024).

Opini dan kritik yang disampaikan melalui komedi tidak berjalan tanpa resiko, comic dapat dianggap menghina dan mencemarkan nama baik serta dapat dilaporkan menggunakan hukum yang mengatur ruang digital (Dewi & Aji, 2024). Dengan keberadaan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) di Indonesia, khususnya Pasal 27 Ayat (3) UU ITE yang menyebutkan bahwa ‘setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan, mentransmisikan, atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik yang mengandung penghinaan atau pencemaran nama baik’ menunjukkan bahwa penyampaian opini dalam materi stand-up comedy dapat menjadi boomerang bagi komika jika terjadi kesalahpahaman audiens atau ada konteks yang tidak dapat diterima oleh audiens (Dewi & Aji, 2024).

Generasi Z memegang peranan penting dalam keberlangsungan proses pemilihan politik (Tinambunan et al., 2024). Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012, sekarang berusia 12-27 tahun. Menurut Ilham, Generasi Z merupakan kelompok yang memiliki pengaruh besar dalam menentukan hasil suara Pemilu 2024 kemarin (Rojaq, 2024).

Gambar 2: Jumlah Pemilih Pemilu 2024 Berdasarkan Kelompok Usianya



Sumber : Databoks.id

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa generasi Z memiliki pengaruh yang cukup besar dalam Pemilu 2024, yaitu terdapat 46,8 juta pemilih. Mengingat besarnya pengaruh generasi Z terhadap keberlangsungan politik, sangat diharapkan pemahaman generasi Z terkait dunia politik perlu ditingkatkan agar mereka tidak hanya menjadi alat untuk memenuhi keinginan peserta pemilu untuk mendapatkan dukungan dari generasi Z (Tinambunan et al., 2024). Sebagai generasi yang dikenal sangat akrab dengan teknologi dan digital sejak dini, generasi Z tergolong sebagai pemilih pemula yang memiliki potensi besar untuk terpapar konten politik di media sosial (Tinambunan et al., 2024). Konten ini termasuk konten-konten *stand-up comedy* oleh komika yang tersebar di berbagai platform media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok, dan lain sebagainya.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Antara Humor Politik Terhadap Reputasi Komika Melalui Persepsi Generasi-Z Dalam Penyampaian Stand-Up Comedy” ini bertujuan untuk mengukur pengaruh humor politik terhadap reputasi komika, dengan melihat bagaimana persepsi generasi-Z mempengaruhi citra seorang komika yang menggunakan humor politik dalam penyampaian stand-up comedy nya. Penelitian ini berfokus pada bagaimana generasi-Z menanggapi dan memaknai humor politik yang disampaikan oleh komika, serta bagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap reputasi komika. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai peran humor politik dalam stand-up comedy dan komunikasi politik, serta pengaruhnya terhadap citra komika dalam pandangan generasi-Z.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

316

Indexed



SINTA 5



METODE

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif, yang berlokasi di Universitas Pendidikan Nasional (UNDIKNAS) Denpasar. Pemilihan lokasi didasarkan pada populasi mahasiswa yang didominasi oleh generasi Z dan dukungan akademis yang dapat mendukung penelitian. Jumlah populasi dari penelitian ini merupakan mahasiswa UNDIKNAS sebanyak 5296 mahasiswa. Penentuan ukuran sample dilakukan dengan accidental sampling menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Margin of Error

Dengan menetapkan margin of error 0,1 dan jumlah populasi sebanyak 5296 mahasiswa, maka :

$$n = \frac{5296}{1 + 5296(0,1)^2} = 98,1$$

Hasil perhitungan diatas menentukan jumlah sampel sebanyak 98 responden penelitian, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Data empiris dikumpulkan melalui hasil penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1 sampai 5 poin menggunakan platform Google Form yang disebarakan secara online melalui sosial media. Setelah data terkumpul, data tersebut kemudian dianalisis melalui statistic deskriptif oleh Pearson dan menggunakan pendekatan SEM melalui software PLS (Partial Least Square).

PEMBAHASAN**Uji Deskriptif Responden****Tabel 1: Hasil Uji Deskriptif**

Deskripsi Responden	Keterangan	Jumlah	Persentasi
Berdasarkan Jenis Kelamin	Laki – laki	47	47%
	Perempuan	53	53%
Total		100	100
Berdasarkan Usia	Dibawah 20 Tahun	7	7%
	20 – 25Tahun	84	84%
	Diatas 25 Tahun	9	9%
Total		100	100%
Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir	SMP	2	2%
	SMA	5	5%
	Diploma	52	52%
	Universitas	41	41%
Total		100	100%

Sumber : Data penelitian 2025

Hasil Uji Instrumen Penelitian**A. Analisis Outer Model**

Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*) merupakan cara mengukur signifikansi korelasi antara indikator yang terukur untuk membentuk variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung, kecuali melalui dimensi/indikator. Analisa model pengukuran dilakukan untuk menguji validitas dan reabilitas

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

suatu model.

1. Convergent Validity

Convergent Validity mengukur seberapa kuat indikator-indikator berkorelasi dengan variabel laten yang sama. Pengujian convergent validity dalam PLS-SEM, dinilai melalui nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE). Convergent validity dinilai berdasarkan korelasi antar skor item dan dianggap valid apabila memiliki nilai loading factor minimal sebesar 0,7. Namun, dalam beberapa literatur, nilai 0,5 hingga 0,7 masih dapat diterima sebagai indikasi validitas yang cukup (Hermawan & Hariyanto, 2022). Nilai AVE juga merupakan metrik kritis dalam menilai convergent validity. Nilai AVE yang lebih tinggi dari 0,5 menunjukkan bahwa ukuran reflektif indikator yang dianalisis dapat dengan baik menjelaskan variabel laten yang terkait (Kusuma et al., 2021)

Tabel 2: Outer Loadings SEM-PLS

Indikator	Humor Politik	Persepsi Gen Z	Reputasi Komika
Kritik Sosial	0.760		
Makna Mitos	0.827		
Respon Penonton	0.824		
Tanda Denotasi	0.756		
Tanda Konotasi	0.844		
Empati		0.804	
Keadilan		0.832	
Kewajaran		0.793	
Kritik Pemerintah		0.692	
Logis		0.819	
Perspektif		0.830	
Kualitas Materi			0.766
Keterlibatan dalam Komunitas Komedi			0.881
Daya Tarik Pribadi			0.727
Popularitas di Media Sosial			0.818
Reaksi Audiens			0.800
Setelah Pertunjukkan			0.824
Tanggapan Media			0.798

Discriminant Validity

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur melakukan fungsi pengukurannya (Ghozali, sebagaimana dikutip dalam Visizia, 2024). Uji Discriminant Validity dilakukan melalui cross loading, kemudian dibandingkan dengan akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Sebuah model penelitian dihilat mempunyai discriminant validity yang baik apabila akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya dalam model.

Tabel 3: Cross Loadings

INDIKATOR	Humor Politik	Persepsi Gen Z	Reputasi Komika
Kritik Sosial	0.760	0.548	0.455
Makna Mitos	0.827	0.644	0.525
Respon Penonton	0.824	0.548	0.692
Tanda Denotasi	0.756	0.583	0.459
Tanda Konotasi	0.844	0.656	0.405
Empati	0.564	0.804	0.511
Keadilan	0.705	0.832	0.529

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Kewajaran	0.564	0.793	0.472
Kritik Pemerintah	0.457	0.692	0.433
Logis	0.564	0.819	0.328
Perspektif	0.648	0.830	0.553
Kualitas Materi	0.508	0.457	0.766
Keterlibatan dalam Komunitas Komedi	0.581	0.589	0.881
Daya Tarik Pribadi	0.381	0.334	0.727
Popularitas di Media Sosial	0.396	0.450	0.818
Reaksi Audiens	0.610	0.531	0.800
Setelah Pertunjukkan	0.558	0.490	0.824
Tanggapan Media	0.485	0.459	0.798

3. Composite Reliability

Composite Reliability digunakan untuk mengukur konsistensi internal dari indikator-indikator yang membentuk suatu konstruk laten dalam model pengukuran. Dalam konteks pengujian PLS-SEM, suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi kriteria penilaian composite reliability apabila memiliki nilai $\geq 0,7$ (Arthur et al., 2023).

Tabel 4: Reliability Analysis

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)
Humor Politik	0.862	0.866	0.901
Persepsi Gen Z	0.884	0.893	0.912
Reputasi Komika	0.908	0.918	0.927

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel memiliki nilai diatas 0,70, sehingga dapat dinyatakan bahwa konstruk masing-masing variabel memenuhi kriteria uji reliabilitas.

4. Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha bertujuan untuk mengukur batas bawah dari nilai reliabilitas pada suatu konstruk. Nilai Cronbach's Alpha berkisar antara 0 hingga 1, di mana konsistensinya dikatakan semakin tinggi jika mendekati angka 1. Sebuah konstruk dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha diatas 0,70. Variabel Humor Politik dengan nilai (0,862). Variabel Persepsi Generasi Z dengan nilai (0,884). Serta variabel Reputasi Komika dengan nilai (0,908). Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

B. Analisis Inner Model

Analisa Model Struktural (Inner Model) menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk. Analisa model struktural dilakukan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar variance yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari P-Value.

1. R-Square

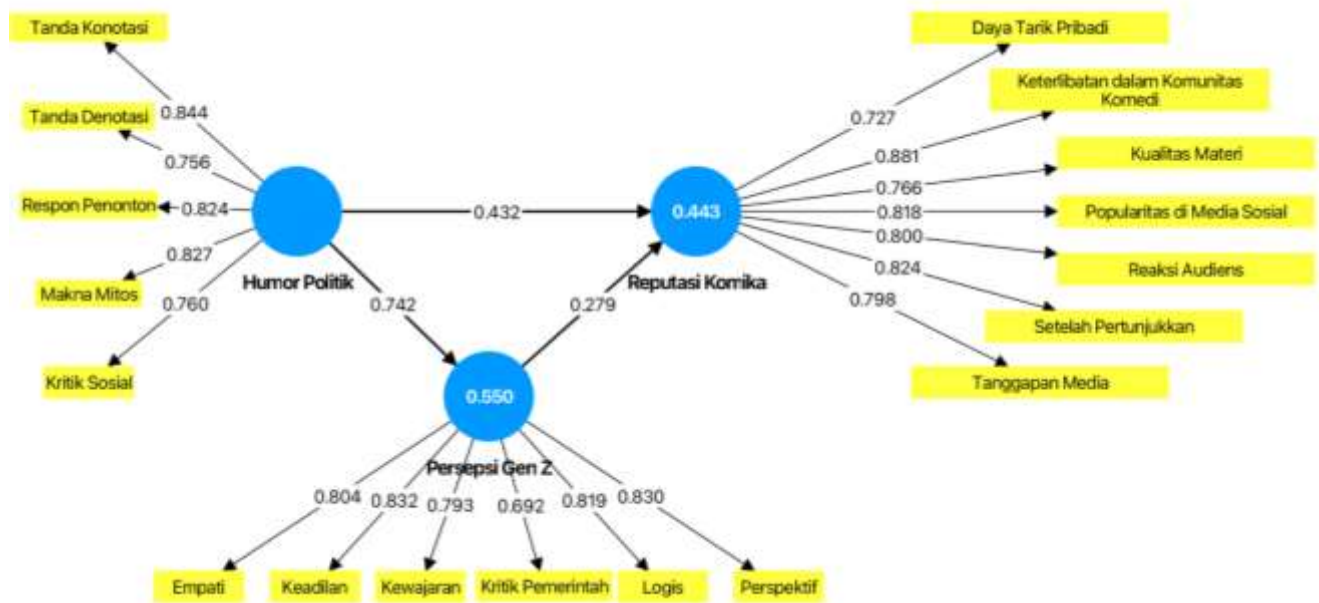
Nilai R-square atau koefisien determinasi adalah ukuran yang digunakan untuk menentukan seberapa besar proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Semakin besar nilai R-square, maka semakin baik model dalam memprediksi dan menjelaskan variasi data dari variabel dependen.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

Gambar 3: PLS Algorithm Model



2. Goodness of Fit (GoF)

Goodness of Fit adalah ukuran yang digunakan untuk memvalidasi kualitas model secara keseluruhan dalam konteks analisis struktural dan modeling. GoF memberikan gambaran seberapa baik model dapat menjelaskan data yang diperoleh. Nilai GoF berkisar dalam rentang 0 hingga 1 dengan kategori interpretasi rendah, sedang, dan tinggi. Nilai GoF di bawah 0,10 dikategorikan sebagai rendah, nilai antara 0,10 hingga 0,25 dikategorikan sebagai sedang, dan nilai di atas 0,36 dikategorikan sebagai tinggi. Sebuah model dengan nilai GoF yang tinggi menunjukkan kemampuan yang lebih baik untuk menjelaskan data secara komprehensif. Berikut hasil perhitungan nilai R-Square:

$$\begin{aligned}
 Q\text{-square} &= 1 - [(1-R^2_1) \times (1-R^2_2)] \\
 &= 1 - [(1-0,443) \times (1-0,550)] \\
 &= 1 - [(0,557) \times (0,450)] \\
 &= 1 - 0,25065 \\
 &= 0,749
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh nilai Q-square dari Goodness of Fit (GoF) sebesar 0,749 atau bisa dibulatkan menjadi 0,750 yang bila dinyatakan dengan persen adalah sebesar 75%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model penelitian ini mampu menjelaskan 75% variasi data, sedangkan 25% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan metode statistik yang dilakukan untuk menguji kebenaran suatu dugaan atau pernyataan (hipotesis) tentang populasi, menggunakan data dari sampel penelitian untuk memutuskan apakah dugaan tersebut didukung oleh bukti atau harus ditolak. Tujuan uji hipotesis adalah untuk membuktikan apakah suatu pernyataan benar atau tidak.

Tabel 5: Hasil t-statistic dan p-value

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic	P Value	Keterangan
Humor Politik -> Literasi Politik	0.742	0.742	0.061	12.166	0.000	Diterima
Humor Politik -> Reputasi Komika	0.432	0.431	0.140	3.086	0.002	Diterima
Literasi Politik -> Reputasi Komika	0.279	0.285	0.131	2.123	0.034	Diterima
Humor Politik -> Literasi Politik -> Reputasi Komika	0.207	0.212	0.101	2.044	0.041	Diterima

Pengaruh Humor Politik Terhadap Literasi Politik

Hasil pada tabel menunjukkan bahwa pengaruh humor politik terhadap literasi politik memiliki nilai original sample sebesar 0.742, dengan T-Statistic 12.166 dan P-Value 0.000. Nilai P-Value yang sangat kecil (< 0.05) menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik. Artinya, humor politik terbukti berpengaruh positif dan kuat terhadap peningkatan literasi politik. Dengan kata lain, semakin tinggi penggunaan humor dalam konteks politik, maka semakin tinggi pula tingkat pemahaman atau literasi politik masyarakat.

Hasil ini menunjukkan bahwa humor politik efektif sebagai sarana edukasi politik. Melalui komedi, isu-isu politik yang kompleks dapat disampaikan dengan cara yang ringan, menarik, dan mudah dipahami. Humor juga mendorong audiens untuk berpikir kritis terhadap fenomena politik tanpa merasa terintimidasi oleh bahasa politik yang berat. Karena itu, komika atau pembuat konten humor politik berperan penting dalam meningkatkan kesadaran politik masyarakat.

Pengaruh Humor Politik Terhadap Reputasi Komika

Nilai original sample sebesar 0.432, dengan T-Statistic 3.086 dan P-Value 0.002, menunjukkan bahwa humor politik berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi komika. Artinya, semakin baik seorang komika memanfaatkan humor politik dalam pertunjukannya, maka semakin tinggi pula reputasi yang diperolehnya. Pengaruh ini termasuk kategori sedang, tetapi cukup kuat untuk disimpulkan bahwa humor politik memberi kontribusi nyata terhadap citra profesional komika.

Hasil ini dapat dijelaskan karena humor politik menunjukkan kemampuan intelektual dan kepekaan sosial seorang komika. Penonton cenderung menghargai komika yang mampu menyampaikan isu-isu politik secara cerdas, berani, dan lucu tanpa menyinggung secara berlebihan. Kemampuan ini membuat komika dinilai lebih berkualitas dan memiliki karakter yang kuat, sehingga reputasinya meningkat di mata publik.

Pengaruh Literasi Politik Terhadap Reputasi Komika

Pengaruh literasi politik terhadap reputasi komika memiliki nilai original sample 0.279, T-Statistic 2.123, dan P-Value 0.034. Nilai ini menunjukkan bahwa literasi politik berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi komika, meskipun pengaruhnya tidak sebesar humor politik. Artinya, komika yang memiliki literasi politik yang baik cenderung memiliki reputasi yang lebih tinggi.

Hal ini terjadi karena literasi politik memungkinkan komika untuk menyusun materi yang lebih bermakna dan relevan dengan kondisi sosial-politik terkini. Penonton menghargai ketika lelucon tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan wawasan baru. Komika dengan pengetahuan politik yang luas dianggap lebih berkompeten dan berani mengkritisi isu-isu penting secara cerdas, sehingga reputasinya meningkat di kalangan publik dan profesional.

Pengaruh Humor Politik Terhadap Reputasi Komika Di Mediasi Oleh Literasi Politik

Nilai original sample 0.207, T-Statistic 2.044, dan P-Value 0.041 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan antara humor politik terhadap reputasi komika melalui literasi politik. Artinya, literasi politik berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh humor politik terhadap reputasi komika. Humor politik meningkatkan literasi politik, yang pada gilirannya meningkatkan reputasi komika.

Hasil ini logis karena humor politik tidak hanya mempengaruhi reputasi secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan pemahaman politik yang dimiliki komika maupun audiens. Ketika komika mampu menyampaikan humor politik yang mendidik dan informatif, reputasinya meningkat bukan hanya karena lucu, tetapi karena dianggap cerdas dan berwawasan luas. Dengan demikian, literasi politik menjadi elemen penting yang memperkuat dampak positif humor politik terhadap reputasi seorang komika.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa humor politik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap literasi politik dan reputasi komika, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui literasi politik sebagai variabel mediasi. Temuan ini menunjukkan bahwa humor politik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukatif yang efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap isu-isu politik serta membangun citra positif bagi komika yang menyampaikannya. Literasi politik terbukti menjadi faktor penting yang memperkuat hubungan antara kemampuan komika dalam mengolah humor politik dengan reputasi profesionalnya. Oleh karena itu, penelitian terdahulu menyarankan agar komika, pembuat konten, maupun pihak media terus mengembangkan humor politik yang tidak hanya menghibur tetapi juga mencerahkan publik, dengan tetap memperhatikan akurasi informasi dan etika komunikasi. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas objek kajian pada platform digital atau media sosial untuk melihat bagaimana humor politik berkembang dalam ruang komunikasi modern dan pengaruhnya terhadap persepsi publik terhadap politik dan tokoh komedi.

REFERENSI

- Arthur, J. L., Owusu, E., Amofah, K., Arthur, S. D., Nsiah-Gyabaah, K., & Kumah, K. (2023). *Environmental Impacts of Petroleum Emissions: an Exploration of TOR's Exposures and Experiences*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2806055/v1>
- Dewi, G. A. Y., & Aji, G. G. (2024). *Dramaturgi Stand Up Comedian Dalam Menyampaikan Opini dan Kritik Sosial* (Vol. 8).
- Dingkol, W. (2023). *Stand Up Komedi Sebagai Media Kritik Sosial (Analisis Wacana Kritis Video Stand Up Komedi Abdur Arsyad Edisi Ke-4 Tahun 2014 Di Channel Youtube Suci Kompas TV)*. Universitas Hasanuddin.
- Hermawan, S., & Hariyanto, W. (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis*. Umsida Press.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)
redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

- Hidayatulloh, T., & Muna, I. (2024). Corak Pemikiran Nurcholish Madjid dalam Bingkai Politik Kebangsaan di Indonesia. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 7.
- Kusuma, L., Dimiyati, D., & Harun, H. (2021). Perhatian Orang tua dalam Mendukung Keterampilan Sosial Anak selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 373–491. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i1.959>
- Prahastiwi, A. (2022). Political Humor in Abdur Arsyad's Stand-up Comedy. *LITE: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 18(2), 97–109. <https://doi.org/10.33633/lite.v18i2.6185>
- Rizwan, M., Rahman, D. A., & Mulyadi. (2022). Studi Pemikiran Politik Islam: Membangun Siyasa 'Adilah. *JPP Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 7.
- Rojaq, I. A. (2024). *Peran Penting Gen Z di Politik 2024*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
- Syauket, A., Indriasari, R., Prayitno, R. B., Mendrofa, D. E. K., & Cabui, C. E. (2024). *Komunikasi Politik Pemerintahan* (K. S. Lunivananda, Ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Tinambunan, C. P., Syailendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Analisis Perilaku Generasi Z dalam Menentukan Pilihan Politik. *Sosio E-Kons*, 16(3), 325. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v16i3.27069>
- Visizia. (2024). *Harga, E-WOM, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific ; Customer-Based Brand Equity (CBBE) Sebagai Pemediasi*. <http://repositori.stiamak.ac.id/id/eprint/567/9/Skripsi%20Chika%20Andiena%20Visizia%20Fix%20-%20Chika%20andiena%20visizia.pdf>
- Wijaya, E. (2020). Hubungan Humor, Kecerdasan Emosi, dan Tipe Kepribadian (OCEAN) pada Remaja. *Provita Jurnal Psikologi Pendidikan*, 13(1), 66–91.