

PROSES KOMUNIKASI KOMEDI MINANGKABAU DI MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS KANAL YOUTUBE PRAZ TEGUH

Minangkabau Comedy Communication on Social Media: A Case Study of Praz Teguh's YouTube Channel

Marie Muhammad Fadhil Evzamir; Achmad Rizki Edinbur

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Bung Karno

Abstract: *Social media has changed the production, distribution, and reception of cultural messages. This study examines the communication process of Minangkabau comedy on Praz Teguh's YouTube channel, particularly content concerning modified public minibuses in Padang. The research uses a qualitative descriptive case-study method within a post-positivist paradigm. Data were obtained through interviews with Praz Teguh and three informants, observation of channel content, and document review. The findings show that the communication process begins with everyday Minangkabau experience, which is selected and transformed into a comedy script, produced as audiovisual content, and distributed through YouTube. Comedy reduces distance between communicator and audience, while cultural symbols provide recognition and context. Audience acceptance is supported by entertainment, agreement with the experience being represented, and the accessibility of the platform. The process integrates information, education, cultural representation, and economic incentives, but still requires accuracy and sensitivity toward the represented community.*

Keywords: Comedy communication; Minangkabau culture; YouTube; Social media; Case study

Abstrak: Media sosial mengubah produksi, distribusi, dan penerimaan pesan budaya. Penelitian ini mengkaji proses komunikasi komedi Minangkabau pada kanal YouTube Praz Teguh, khususnya konten mengenai angkutan kota yang dimodifikasi di Padang. Penelitian menggunakan metode studi kasus deskriptif kualitatif dalam paradigma post-positivistik. Data diperoleh melalui wawancara dengan Praz Teguh dan tiga informan, observasi konten kanal, serta telaah dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi bermula dari pengalaman keseharian Minangkabau yang dipilih dan diolah menjadi skrip komedi, diproduksi sebagai konten audiovisual, lalu didistribusikan melalui YouTube. Komedi mengurangi jarak antara komunikator dan khalayak, sedangkan simbol budaya memberi pengenalan dan konteks. Penerimaan khalayak didukung unsur hiburan, kesesuaian pengalaman yang direpresentasikan, dan kemudahan akses platform. Proses tersebut mengintegrasikan informasi, edukasi, representasi budaya, dan insentif ekonomi, tetapi tetap memerlukan akurasi serta kepekaan terhadap komunitas yang direpresentasikan.

Kata Kunci: Komunikasi komedi; Budaya Minangkabau; YouTube; Media sosial; Studi kasus

1. Pendahuluan

Media sosial memperluas cara masyarakat memproduksi dan menerima informasi. Pesan tidak lagi hanya disalurkan oleh institusi media, tetapi juga oleh individu dan komunitas melalui teks, gambar, serta audiovisual. Perubahan ini memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi, bekerja sama, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015).

YouTube mendistribusikan video secara luas dan memberi kreator peluang monetisasi. Namun, jangkauan platform tidak otomatis menghasilkan komunikasi efektif; pesan tetap memerlukan konteks dan strategi penyajian yang dapat dipahami khalayak.

Komedi dapat berfungsi sebagai hiburan sekaligus sarana menyampaikan pengalaman, kritik, dan informasi. Stand-up comedy, misalnya, mengolah pengamatan terhadap diri dan lingkungan menjadi monolog yang jenaka (Pragiwaksono, 2012; Papana, 2012). Ketika dipadukan dengan simbol budaya, komedi dapat memperkenalkan kebiasaan lokal tanpa menghilangkan daya hiburnya.

Kanal YouTube Praz Teguh menggunakan pengalaman Minangkabau sebagai sumber cerita. Salah satu objeknya adalah angkutan kota Padang yang dikenal melalui modifikasi bodi, tata suara, aksesoris, dan pola interaksi penumpangnya. Penelitian ini menjawab pertanyaan: bagaimana proses komunikasi komedi Minangkabau pada kanal YouTube Praz Teguh? Tujuannya adalah menjelaskan pembentukan pesan, pemilihan media, penggunaan unsur budaya, dan penerimaan khalayak.

2. Kajian Literatur

2.1. Media Sosial dan YouTube

Media sosial ditandai oleh partisipasi pengguna, keterbukaan, percakapan, pembentukan komunitas, dan keterhubungan. Kekuatan utamanya terletak pada user-generated content, yaitu konten yang diproduksi pengguna, bukan hanya editor institusi media. Praktik ini mengubah pola komunikasi satu-ke-banyak menjadi interaksi yang dapat bergerak banyak-ke-banyak (McQuail, 2011; Nasrullah, 2015).

YouTube menggabungkan penyimpanan, distribusi, pencarian, dan interaksi video. Pemilihannya berkaitan dengan jangkauan, bentuk audiovisual, kemudahan akses, pembangunan komunitas, dan peluang pendapatan kreator.

2.2. Komunikasi Komedi dan Budaya

Komunikasi massa menggunakan media untuk menyalurkan pesan kepada khalayak yang luas dan heterogen (Cangara, 2014; Nurudin, 2009). Dalam media digital, komunikasi tersebut dapat memperoleh umpan balik melalui komentar, pembagian konten, dan respons pengguna. Komedi membantu membentuk perhatian karena mengubah pengalaman atau tragedi menjadi cerita yang menghibur dan lebih mudah dibicarakan.

Budaya merupakan pola hidup yang dibentuk dan diwariskan melalui kebiasaan, bahasa, nilai, dan karya. Komunikasi budaya memerlukan pengenalan terhadap simbol yang digunakan komunitas. Representasi angkot Padang bekerja sebagai tanda budaya karena modifikasi kendaraan dan kebiasaan di sekitarnya dikenali sebagai bagian dari pengalaman kota.

3. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan paradigma post-positivistik, pendekatan kualitatif, dan metode studi kasus deskriptif (Alwasilah, 2006; Moleong, 2007; Mulyana, 2003; Rakhmat, 1985). Studi kasus dipilih untuk memahami proses komunikasi dalam konteks kanal, kreator, konten, dan khalayak secara terikat (Yin, 2015). Penelitian tidak dimaksudkan untuk mengukur efek kepada seluruh penonton YouTube.

Tabel 1: Informan Penelitian

Informan	Peran
Praz Teguh	Informan kunci; kreator dan pengelola proses produksi konten.
Muhammad Fajeri Ramadhan	Informan pendukung mengenai penerimaan dan konteks konten.
Faiqah Muthiah Zamir	Informan pendukung mengenai penerimaan dan pengalaman khalayak.
Ahmad Watmgil	Informan pendukung mengenai fleksibilitas komunikasi komedi.

Sumber: naskah sumber.

Data dikumpulkan melalui wawancara dengan Praz Teguh sebagai informan kunci dan tiga informan pendukung, observasi konten kanal, serta penelaahan buku, jurnal, dan sumber daring. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan data ke dalam tahap sumber pengalaman, pengolahan komedi, produksi audiovisual, distribusi platform, dan penerimaan pesan. Temuan dibandingkan antar-informan serta dengan materi konten untuk menjaga konsistensi interpretasi.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Kanal dan Pembentukan Konten

Praz Teguh memulai aktivitas YouTube pada 2016 dan mengembangkan konten Pacah Paruik bersama jaringan komika Stand Up Indo Padang. Naskah yang semula dibuat untuk pertunjukan stand-up diadaptasi menjadi film pendek atau video perjalanan. Adaptasi tersebut mengubah monolog menjadi kombinasi dialog, lokasi, visual, suara, dan karakter.

Konten mengenai angkot Padang berangkat dari pengamatan terhadap kendaraan yang dimodifikasi dengan bodi rendah, sistem audio, televisi, karpet, dan aksesoris lain. Keunikan itu diposisikan bukan hanya sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai pengalaman visual dan sosial di ruang kota. Pengalaman lokal kemudian dipilih sebagai bahan cerita yang dapat dikenali penonton Minangkabau dan diperkenalkan kepada khalayak di luar Padang.

4.2. Proses Komunikasi Komedi

Tabel 2: Tahapan Proses Komunikasi Komedi

Tahap	Uraian
Pengalaman budaya	Pengamatan terhadap angkot Padang dan kehidupan sehari-hari Minangkabau.
Pengolahan komedi	Pemilihan tragedi, pengalaman, informasi, dan sudut pandang yang dapat diceritakan.
Adaptasi skrip	Materi stand-up diubah menjadi dialog dan struktur audiovisual.
Produksi	Penggunaan lokasi, karakter, visual, suara, dan performa.
Distribusi	Konten diunggah melalui YouTube untuk menjangkau khalayak luas.
Penerimaan	Penonton mengenali, menyetujui, tertawa, berkomentar, atau membagikan konten.

Sumber: sintesis hasil wawancara dan observasi naskah sumber.

Tahap pertama adalah pengamatan pengalaman atau kejadian sehari-hari. Praz Teguh menjelaskan bahwa tragedi atau pengalaman tidak menyenangkan dapat diolah menjadi cerita komedi setelah jarak waktu memungkinkan refleksi. Pengolahan tidak berhenti pada pencarian kelucuan, tetapi juga mengambil informasi atau pelajaran dari penyebab kejadian.

Tahap kedua adalah penulisan dan adaptasi. Materi stand-up diubah menjadi skrip audiovisual dengan bahasa santai. Kelucuan bekerja ketika khalayak mengenali atau menyetujui pengalaman yang dibicarakan; tawa menjadi tanda kedekatan interpretasi komunikator dan penonton.

Tahap ketiga adalah produksi dan distribusi melalui YouTube. Platform dipilih karena jangkauannya luas, bentuk audiovisualnya mendukung pengenalan objek budaya, dan monetisasi memungkinkan kreator membiayai karya berikutnya. Temuan ini sejalan dengan konsep inovasi sebagai adopsi ide, metode, atau layanan yang dianggap baru oleh pengguna (Syaefudin Sa'ud, 2014).

4.3. Representasi Budaya Minangkabau

Unsur Minangkabau tidak ditempatkan sebagai dekorasi, melainkan sebagai konteks cerita. Angkot Padang, pasar, logat, relasi sosial, dan kebiasaan bercanda membentuk pengetahuan bersama yang menghidupkan komedi. Bagi penonton lokal, simbol tersebut memunculkan pengenalan; bagi penonton luar, audiovisual memberi informasi mengenai praktik budaya yang sebelumnya tidak diketahui.

Praz Teguh memaknai budaya sebagai kebiasaan yang dilakukan berulang oleh masyarakat. Dalam kerangka ini, modifikasi angkot menjadi budaya populer karena berlangsung luas dan dikenali sebagai karakter kota. Penafsiran tersebut merupakan perspektif informan dan tidak dimaksudkan sebagai definisi antropologis tunggal.

4.4. Penerimaan Pesan

Informan menilai komedi fleksibel karena dapat hadir dalam situasi formal maupun keseharian. Penyampaian yang menghibur mengurangi jarak dan membantu khalayak menerima informasi. Namun, penerimaan tidak hanya disebabkan kelucuan. Pesan lebih mudah dipahami ketika pengalaman, karakter, dan simbolnya dianggap masuk akal oleh penonton.

YouTube memperluas akses melalui fitur pencarian, rekomendasi, komentar, dan subtitle. Umpan balik memungkinkan kreator menilai respons penonton, meskipun penelitian ini tidak melakukan analisis kuantitatif terhadap komentar atau metrik kanal. Karena itu, klaim penerimaan dibatasi pada hasil wawancara, observasi konten, dan interpretasi studi kasus.

Proses komunikasi mengubah pengalaman budaya menjadi pesan komedi audiovisual melalui objek khas, struktur cerita, bahasa yang dekat, performa, dan distribusi platform. Risiko penyederhanaan budaya, ketidakakuratan, serta humor yang menyinggung tetap perlu diperhatikan.

5. Kesimpulan

Proses komunikasi dimulai dari pengamatan keseharian, pemilihan sudut komedi, adaptasi skrip, produksi audiovisual, distribusi YouTube, serta penerimaan khalayak. Konten angkot Padang mempertemukan informasi, hiburan, dan representasi budaya.

Komedi mendekatkan pesan, sedangkan simbol Minangkabau memberi konteks. Jangkauan dan insentif YouTube tetap perlu diimbangi ketepatan pesan serta kepekaan budaya. Penelitian berikutnya dapat menganalisis komentar, pola penonton, dan perbandingan konten untuk menguji penerimaan lebih luas.

Daftar Pustaka

- Alwasilah, A. Chaedar. 2006. *Pokoknya Kualitatif*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya.
- Cangara, Hafied. 2014. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Papana, Ramon. 2012. *Kiat Tahap Awal Belajar Stand Up Comedy Indonesia: Kitab Suci*. Jakarta: Mediakita.
- Pragiwaksono, Pandji. 2012. *Merdeka dalam Bercanda*. Yogyakarta: Bentang.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syaefudin Sa'ud, Udin. 2014. *Inovasi Pendidikan*. Cetakan ketujuh. Bandung: Alfabeta.
- Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

