

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Ditengah – tengah maraknya tayangan – tayangan sinetron remaja dengan sekelumit kehidupan kelas atasnya, Trans TV berani menghadirkan sebuah tayangan komedi situasi yang berbeda dari tren yang tengah berkembang dewasa ini. Dua buah tayangan komedi situasi yang telah ditayangkan Trans TV adalah komedi situasi *Bajaj Bajuri* yang kini telah habis masa tayangnya dan kemudian digantikan oleh tayangan dari genre sejenis yakni komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri*.

Kedua tayangan tersebut memiliki latar belakang yang hampir sama, yakni keduanya menceritakan sekelumit kehidupan disebuah kompleks perumahan yang khas di daerah pinggiran ibu kota. Kedua tayangan tersebut juga mengekspos kehidupan khas masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah, hingga tidak jarang hal – hal yang dibahas dalam tayangan ini menyangkut masalah ekonomi, keluarga dan masalah pekerjaan.

Hal yang menarik dari kedua tayangan ini adalah masalah kompleksitas budaya yang hadir dalam kompleks perumahan tersebut. Dalam komedi situasi *Bajaj Bajuri*, setidaknya terdapat dua identitas budaya yang kerap dijadikan cerita utamanya, yakni budaya Betawi dan budaya Jawa. Masing – masing identitas budaya tersebut hadir dalam tokoh – tokoh seperti Bang Bajuri yang merupakan representasi dari Budaya Betawi, diikuti oleh tokoh Oneng, Emak, Yusuf dan Mpok Hindun. Tokoh – tokoh ini merupakan representasi dari budaya Betawi

dicirikan dengan logat bicara yang khas dari bahasa Betawi. Disisi lain, identitas budaya Jawa hadir lewat tokoh – tokoh seperti, Parti dan Pak Yanto.

Masing – masing identitas budaya diatas hadir dalam sebuah kerangka konstruksi simbol – simbol budaya yang dilekatkan pada masing – masing tokoh, serta mereka tampil dengan ciri khas budayanya masing – masing. Konstruksi terhadap identitas – identitas budaya ini, tidak jarang terpengaruh oleh ide – ide stereotip yang melekat pada identitas – identitas budaya tersebut. Tidak jarang konstruksi tersebut menimbulkan sebuah prasangka yang keras dan juga menimbulkan sebuah bentuk praktik kekerasan simbolik. Seperti konstruksinya terhadap suku Jawa yang diidentikan sebagai sosok yang lemah dan bahkan terkesan bodoh, seperti yang digambarkan lewat tokoh Parti dalam *Bajaj Bajuri* dan tokoh Welas dalam *Suami – Suami Takut Istri*. Disisi lain, suku Betawi seringkali hadir dalam sosok yang egois.

Perbedaan – perbedaan budaya inilah yang sering menjadikan tayangan ini menjadi sebuah tayangan yang cukup menghibur meskipun terkadang dirasa cukup satir dengan konstruksi identitasnya yang terlalu berlebihan terhadap kelompok budaya tertentu. Tayangan komedi situasi *Bajaj Bajuri* ini sekarang sudah tidak dapat disaksikan lagi oleh penonton setianya karena masa tayangnya yang sudah berakhir.

Sebagai penggantinya, yakni tayangan dari genre sejenis yakni situasi komedi *Suami – Suami Takut Istri*. Komedi situasi ini sudah mulai dapat disaksikan di layar Trans TV sejak tanggal 15 oktober 2008, hadir setiap hari senin hingga jumat jam 18.00 WIB.

Tidak terlalu jauh berbeda dengan komedi situasi *Bajaj bajuri*, komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* pun mengambil *setting* lokasi di wilayah pinggiran Jakarta dalam sebuah kompleks perumahan.

Kompleksitas budaya juga diangkat dalam tayangan ini, dicirikan dengan hadirnya beberapa budaya dalam cerita komedi situasi ini. Namun, kembali yang menjadi tuan rumah dalam tayangan ini adalah budaya Betawi yang memang merupakan penduduk pribumi wilayah Jakarta.

Ada beberapa hal yang membedakan tayangan ini dengan tayangan komedi situasi sebelumnya yakni, tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* mengangkat komposisi keanekaragaman budaya yang lebih kompleks. Setidaknya terdapat 6 identitas budaya yang hadir dan berinteraksi dalam lingkungan tersebut. Identitas budaya tersebut adalah Betawi, Jawa, Padang, Batak, Cina dan Sunda. Tentu saja hal ini telah membuat tayangan tersebut semakin menarik serta lebih banyak lagi yang dapat diceritakan berkaitan dengan masalah keanekaragaman budaya.

Tayangan ini cukup menghibur dengan lawakan – lawakan segarnya sehingga mampu memikat pemirsa televisi. Terbukti dengan perolehan *rating* yang tidak sedikit. Pihak Trans TV mengakui bahwa tayangan ini berhasil mencapai *rating* 2,7 dengan jumlah *share* sebanyak 10. Prestasi lainnya adalah tayangan ini telah berhasil mencapai episode ke – 100 tepatnya pada tanggal 29 Pebruari 2008 dan tetap banyak diminati pemirsanya.¹ Begitu pula dengan hasil riset yang dikeluarkan oleh AGB Nielsen Indonesia yang menunjukkan bahwa tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* berhasil menduduki peringkat top 20

¹ <http://www.radarsorong.com.html> edisi 27 Pebruari 2008, diakses pada tanggal 2 September 2008.

dengan *rating* 2,7 dan *share* 10. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 11 Agustus hingga 15 Agustus 2008 dilakukan di 10 kota (Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, Semarang, Makasar, Yogyakarta, Palembang, Denpasar, Banjarmasin)².

Yang menarik lainnya dari tayangan ini adalah komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* tetap bertahan meskipun hanya dengan mengandalkan artis – artis pendatang baru. Beberapa diantaranya adalah Sarmili atau yang lebih dikenal sebagai Pak RT diperankan oleh Otis Pamutih, Sarmila atau Bu RT diperankan oleh Aty Fathiyah, Sarmilila diperankan oleh Marissa, Karyo diperankan oleh Irvan Penyok, Sheila diperankan oleh Putty Noor, Tigor diperankan oleh Yanda Djaitov, Welas diperankan oleh Asri Pramawati, Faisal diperankan oleh Ramdan Setia, Deswita diperankan oleh Melvy Noviza, Dadang diperankan oleh Epy Kusnandar, Pretty diperankan oleh Desi novitasari serta Garry diperankan oleh Ady Irwandi.

Tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* secara umum bercerita tentang sekelumit kehidupan di suatu perumahan di daerah Jakarta. Tema utama yang diangkat adalah seputar masalah suami – suami yang takut terhadap para istrinya. Mereka merupakan para suami yang hidup dibawah dominasi para istrinya. Lewat kesamaan nasib inilah kemudian memancing para suami untuk membentuk sebuah kelompok bagi para suami yang takut kepada istrinya. Segala cara dilakukan untuk merusak dominasi dari para istri, namun pada akhirnya selalu saja kalah. Di sisi lain, para istri juga membentuk sebuah kelompok. Lewat kelompok inilah mereka membahas masalah – masalah seputar para suami – suami mereka yang selalu membuat ulah. Dari ide cerita inilah yang kemudian

² <http://www.agbnielsen.net> diakses pada tanggal 5 September 2008.

membuat tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* menjadi sebuah tayangan dengan ide cerita yang mengangkat masalah yang cukup kompleks.

Namun diantara para suami yang takut kepada istrinya ini terdapat salah seorang yang bukan hanya tidak takut kepada istrinya bahkan Ia mampu menundukan istrinya. Ia adalah Mang Dadang, seorang satpam kompleks perumahan tersebut. Ia merupakan suami yang memiliki 3 orang istri dan berhasil menyatukan ketiganya dalam satu rumah. Mang Dadang sering hadir sebagai seorang pahlawan dan sekaligus juga sering menjadi sumber masalah. Ciri khas yang dimiliki Mang Dadang adalah ia selalu membisniskan setiap masalah, sekecil apapun peluang yang dimilikinya ia selalu membuatnya menjadi ladang uang. Pekerjaan tetap yang sering mendatangkan banyak keuntungan adalah menjual informasi kepada para suami khususnya informasi yang berhubungan dengan janda cantik di kompleks tersebut, Pretty. Disisi lain, ia pun kerap menjual informasi kepada para istri, khususnya informasi mengenai keberadaan para suami mereka.

Keluarga Mang Dadang diceritakan sebagai keluarga yang paling miskin jika dibandingkan dengan keluarga lainnya yang ada di kompleks tersebut. Maka tidak heran jika keluarganya-lah yang paling sering menderita akibat kesulitan ekonomi. Salah satu jalan keluarnya adalah menghalalkan segala cara demi mendapatkan uang hingga sampai pada kesan menjual harga diri, seperti menipu orang, meminjam uang, menjual informasi, menjadi mata – mata para istri, dan sebaliknya menjadi mata – mata para suami, dan bahkan sering juga menempuh jalan yang negatif seperti ketika Mang Dadang menjual kunci jawaban ujian sekolah yang pada akhirnya ia harus berurusan dengan pihak berwajib.

Adakalanya pencitraan – pencitraan tersebut dirasa begitu keras dan berbeda dengan kenyataan yang sebenarnya hingga kadang – kadang menimbulkan kesan adanya kekerasan simbolik. Seperti halnya yang dapat kita saksikan lewat representasinya terhadap sosok Mang Dadang diatas. Digunakannya istilah pencitraan yang keras ini didasarkan pada alasan bahwa pencitraan tersebut tidak menggambarkan sebuah citra yang positif sebagaimana yang diyakini oleh kebanyakan orang Sunda. Dalam kenyataannya, orang Sunda sangat menghormati adat kesopanan seperti yang terdapat dalam *undak usuk basa*, yang didalamnya mencerminkan penggunaan bahasa dengan mempertimbangkan kesopanan penggunaannya. Dalam salah satu artikel harian *Pikiran Rakyat*³, dikatakan bahwa budaya Sunda termasuk kedalam salah satu kebudayaan Indonesia yang berusia tua bahkan lebih tua jika dibandingkan dengan kebudayaan Jawa setidaknya dalam hal pengenalan budaya tulis. Keberhasilan kerajaan Tarumanegara dan kerajaan Sunda selanjutnya sering dijadikan acuan untuk menggambarkan kebudayaan Sunda. Serta sosok ideal orang Sunda sering dikaitkan dengan sosok raja – raja sunda seperti dalam sosok Prabu Siliwangi yang sering menjadi panutan bagi orang Sunda karena keberhasilannya memimpin kerajaan Sunda dan berhasil mensejahterakan rakyatnya. Berbeda dengan konstruksi identitas budaya yang terdapat dalam komedi situasi ini yang justru lebih menitik-beratkan pada nilai – nilai yang negatif dan bertolak belakang dengan nilai – nilai yang dianut oleh orang sunda. Salah satu contohnya adalah gambaran mengenai orang sunda yang dikonstruksi sebagai sosok materialistis, hingga segala sesuatu pada akhirnya harus dikaitkan dengan masalah uang. Selain itu sosok orang sunda

³ *Budaya Sunda Antara Mitos dan Realitas*. Pikiran Rakyat edisi 6 Mei 2005.

disini dikenal sebagai sosok yang sering menghalalkan segala cara demi mendapatkan uang, padahal tidak seperti itu keadaan sebenarnya. Tentu saja konstruksi tersebut lebih bernada negatif. Inilah yang kemudian memunculkan istilah konstruksi makna yang keras yang membuat adanya sebuah bentuk kekerasan simbolik.

Istilah kekerasan simbolik (*symbolic violence*) digunakan Pierre Bourdieu dalam tulisannya yang berjudul *Outline of a Theory of Practice*. Menurutnya, istilah ini digunakan untuk menjelaskan sebuah bentuk kekerasan khusus dalam mekanisme bahasa dan kekuasaan, yaitu sebuah 'bentuk kekerasan yang halus dan tak tampak, yang tidak dikenal, atau hanya dikenal hanya dengan menyembunyikan mekanisme tempatnya bergantung. Konsep kekerasan simbol menggiring kita ke arah sebuah mekanisme sosial, yang di dalamnya relasi komunikasi saling bertautan dengan relasi kekuasaan.⁴

Berdasarkan konsep yang digunakan Bourdieu, maka terdapat syarat yang harus dimiliki untuk melakukan kekerasan simbolik, seseorang harus memiliki kekuasaan dan akses yang cukup besar terhadap media komunikasi, oleh karena itu, dia akan mampu melakukan sebuah praktik dominasi simbol yang menjadi prasyarat melakukan praktik – praktik kekerasan simbolik. Dominasi simbol ini terjadi ketika media komunikasi berhasil didominasi oleh pihak – pihak tertentu, selanjutnya mendominasi bahasa yang digunakan dalam media komunikasi, makna – makna yang dipertukarkan di dalam komunikasi serta interpretasi terhadap makna-makna tersebut. Kesemuanya ini dilakukan dengan maksud untuk mempertahankan sebuah sistem kekuasaan yang dominan.⁵

⁴ John B Thompson (1984). *Studies in The Theory of Ideology*. London: Polity Press. Hlm. 42

⁵ *Ibid.* hlm 46.

Biasanya praktik – praktik tersebut dilakukan sehalus mungkin. Seperti dalam tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri*, dengan kemasannya sebagai tayangan komedi, maka audiens kadang tidak menyadari jika didalamnya terdapat bentuk dominasi simbol dan kekerasan simbolik. Audiens cenderung lebih menyadari bahwa tayangan tersebut hanya merupakan tayangan komedi saja. Maka dari itu, yang sebenarnya terjadi disini adalah sebuah bentuk dominasi simbol yang sangat halus. audiens melihat hal ini sebagai sebuah bentuk kewajaran alami yang tidak perlu untuk dipertanyakan lagi. Seperti itulah kekerasan simbolik hadir dalam bentuk mekanisme bahasa, kekuasaan, citra – citra, tontonan, gambar dan produk – produk budaya lainnya.

Ketimpangan yang terjadi antara realitas media dengan realitas empiris ini, telah melahirkan sejumlah kontroversi dan reaksi keras dari masyarakat, terutama dari kalangan orang Sunda. mereka menganggap bahwa ini sebagai bentuk prasangka yang mendiskreditkan budaya Sunda dengan cara mengeksploitasi sisi negatif yang bertolak – belakang dengan keyakinan mereka sebagai orang Sunda. Tercatat ada beberapa surat pengaduan ke KPI yang menunjukkan keberatannya atas komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri*. Tidak hanya sampai disitu saja, beberapa forum dunia maya juga ikut memperbincangkan masalah ini, berikut adalah beberapa reaksi masyarakat yang sempat didokumentasikan, sebagian besar dari reaksi tersebut adalah meminta agar tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* untuk dihentikan penyangannya.



Dokumentasi diatas merupakan salah satu surat aduan yang ditujukan kepada KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) yang beralamat di <http://www.kpi.go.id>, dalam surat pengaduan tersebut sang pengadu (Irwan Avianto, DKI Jakarta) meminta kepada KPI agar menghentikan tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* yang salah satu alasannya adalah berkaitan dengan tokoh Mang Dadang yang mengajarkan mental menjadi pengemis kepada anak – anaknya. Ini merupakan tayangan yang tidak memiliki nilai moral dan tidak baik ditonton oleh anak – anak.⁶

Terdapat sekitar 21 aduan lainnya yang meminta KPI untuk menghentikan tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri*. Sebagian besar dari mereka sepakat bahwa tayangan tersebut tidak cocok untuk anak – anak dan tidak memiliki nilai moral yang bisa bermanfaat bagi penonton.

⁶ <http://www.kpi.go.id> edisi Minggu 08 Pebruari 2009, diakses pada tanggal 08 Pebruari 2009.

Beberapa reaksi keras yang muncul dari masyarakat sebagai bentuk protes atas representasi identitas budaya Sunda yang telah dihadirkan dalam kerangka negatif, telah menarik peneliti untuk lebih jauh mengkaji masalah ini dalam sudut pandang teoritis dengan kajian semiotik. Selain itu, mengingat masih sedikitnya penelitian yang khusus meneliti tayangan *Suami – Suami Takut Istri*, dan bahkan masih belum ada penelitian yang berkaitan dengan representasi terhadap orang sunda, maka obyek kajian ini menjadi sangat menarik untuk diteliti.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimanakah konstruksi identitas budaya Sunda yang direpresentasikan lewat tokoh Mang Dadang dalam tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri*?

C. TUJUAN PENELITIAN

Menjelaskan makna – makna yang terkandung dibalik konstruksi terhadap identitas dan simbol – simbol budaya Sunda yang terdapat dalam tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri*.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan untuk menambah penguasaan dalam mengaplikasikan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce yang tidak hanya dapat digunakan sebagai kerangka teori tapi bisa juga digunakan sebagai metode penelitian.
- b. Memperluas pengetahuan penulis khususnya mengenai masalah konstruksi identitas budaya Sunda yang terdapat dalam media.

- c. Menjadi referensi bagi penelitian semiotika selanjutnya terutama mengenai penelitian tentang representasi identitas budaya dalam media.

2. Manfaat Praktis

- a. Menjadi bahan koreksi atas representasi identitas budaya sunda yang terdapat dalam tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri*.
- b. Menjadi sumber alternatif dalam memaknai representasi identitas budaya sunda dalam tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri*.

E. KERANGKA TEORI

Kerangka teori merupakan landasan teoritis yang akan dijadikan rujukan dan pedoman dalam penelitian. Berkaitan dengan penelitian semiotik yang berjudul *Representasi Identitas Orang Sunda Lewat Tokoh Mang Dadang dalam Tayangan Komedi Situasi “Suami – Suami Takut Istri” (Analisis Semiotik Terhadap Simbol – Simbol Budaya Orang Sunda dalam Tayangan Komedi Situasi “Suami – Suami Takut Istri”)*, maka terdapat beberapa landasan teori utama yang dimulai dengan *Grand Theory* perspektif interpretatif dalam kajian ilmu komunikasi, kemudian menggunakan *Middle Theory* dengan mengambil bahasan tradisi semiotika dalam kajian ilmu komunikasi, selanjutnya beberapa *Applied Theory* yakni tentang representasi realitas sosial dalam media, definisi komedi situasi, teori identitas sosial, simbol budaya, dan prinsip – prinsip universal *Kasundaan*.

1. Perspektif Interpretatif dalam Ranah Ilmu Komunikasi

A theory is not just an explanation it is a way of packaging reality, a way of understanding it. Human beings always represent reality symbolically, and we

are always operating in the realm of theory. A theory is a system of thought, a way of looking, we can never 'view' reality purely. Instead, we must use a set of concept and symbols to define what we see, and our theories provide the lenses with which we observe and experience the world.(Teori tidak hanya dipahami sebagai sebuah penjelasan semata, akan tetapi lebih dari itu sebuah teori merupakan sebuah sistem mengenai cara berfikir dan bagaimana memahami dan melihat sesuatu, serta teori merupakan jalan untuk mengemas realitas dan bagaimana caranya memahaminya. Dengan memakai teori, maka kita akan mampu menjelajahi dan memahami dunia berserta dengan fenomena – fenomena yang terjadi didalamnya).⁷

Berbicara mengenai teori, Griffin dalam bukunya *A First Look at Communication Science* membagi dua perspektif utama dalam memahami teori, khususnya dalam kajian ilmu komunikasi. Yakni perspektif obyektif dan perspektif interpretatif.⁸

Baik itu perspektif obyektif maupun perspektif interpretatif, keduanya berada dalam jalur ilmu sosial yang menurut Littlejohn ditandai dengan adanya sebuah pemahaman atau interpretasi yang kreatif dari peneliti yang artinya juga membuka sisi – sisi subyektifitas peneliti. Mengingat ilmu komunikasi merupakan salah satu ilmu yang berada dalam jalur ilmu sosial atau humanitis, maka kedua perspektif ini secara langsung memberikan pengaruh yang cukup besar dalam kajian ilmu komunikasi.⁹

Meskipun kedua perspektif ini dapat diterapkan dalam penelitian komunikasi, akan tetapi baik itu perspektif obyektif maupun perspektif interpretatif memiliki sejumlah perbedaan dalam beberapa hal, antara lain dalam hal metode penelitian

⁷ Stephen W Littlejohn and Karen A. Foss (2005). *Theories of Human Communication, 8th edition*. USA:Thompson, Wardsworth. Hal. 4.

⁸ E. M Griffin (2000). *A First Look At Communication Science*. USA : McGraw – Hill Companies. Hal. 6.

⁹ Stephen W Littlejohn and Karen A. Foss (2005). *Op. Cit.* Hal. 8.

yang digunakan, pengambilan kesimpulan penelitian serta bagaimana posisi peneliti ketika memulai penelitian.¹⁰

Para penganut aliran ini meyakini bahwa kebenaran bersifat subjektif dan makna dapat dipahami dari hasil interpretasi subyektif, serta meyakini bahwa teks memiliki makna yang beragam tergantung dari subyek yang menginterpretasikannya.¹¹

Perspektif interpretatif juga meyakini bahwa realitas dipandang sebagai bentukan dari interaksi manusia yang penuh dengan makna atau *meaningfull social action*. Maka dari itu, realitas dipahami sebagai pemaknaan (*meaning*) dimana hanya bisa ditafsirkan atau *verstehen* dan hendak dilukiskan secara mendalam. Pandangan ini sesuai dengan filsafat rasionalitas yang memandang bahwa individu dengan rasionalitasnya mampu menemukan kebenaran, bahkan filsafat ini meyakini bahwa kebenaran tersebut sebenarnya sudah ada dalam diri manusia itu sendiri, karenanya tidak dicari diluar dirinya. Karena dasar ilmu pengetahuan kemudian berasal dari rasionalitas manusia atau pemaknaan tadi maka ilmu pengetahuan itu tidak bersifat objektif dan tidak bersifat universal. Ilmu pengetahuan semata menggambarkan kekhasan pengalaman suatu kelompok manusia dalam konteks tertentu.¹²

Terdapat beberapa hal yang harus dipenuhi supaya teori interpretatif dapat dikatakan baik, antara lain; *Pertama*, harus mampu menawarkan gagasan – gagasan baru dan memberikan pemahaman baru pula yang bermanfaat bagi dunia.

¹⁰ E. M Griffin (2000). *Op. Cit.* Hal. 9.

¹¹ *Ibid*, Hal. 8 – 14.

¹² <http://www.inherent.brawijaya.ac.id/vlm/file.php/21/data/Materi1.doc>, diakses pada tanggal 3 September 2008.

Kedua, teori interpretatif harus mampu membawa nilai – nilai kemanusiaan kearah nilai yang terbuka. *Ketiga*, mampu membangkitkan semangat estetis. Artinya bahwa hal ini akan mampu membangkitkan imajinasi para peneliti dalam menginterpretasikan sesuatu. *Keempat*, teori interpretatif dikatakan baik jika hasil penelitiannya banyak disepakati dan didukung oleh pihak lain dari disiplin ilmu sejenis, meskipun pada dasarnya dihasilkan dari interpretasi subyektif akan tetapi dukungan dari pihak lain dapat membuat hasil penelitian tersebut terlihat teruji validitasnya. *Kelima*, bahwa teori interpretatif bisa dikatakan baik jika hasilnya dapat memberikan manfaat positif bagi masyarakat.¹³

2. Tradisi Semiotika dalam Kajian Ilmu Komunikasi

Tradisi ini melihat komunikasi sebagai sebuah proses produksi dan pertukaran makna. Mazhab ini menaruh perhatian serius kepada bagaimana pesan berhubungan dengan penerimanya dalam memproduksi makna. *Message* atau pesan dalam mazhab ini disebut sebagai teks. Dalam kaitannya dengan produk media, seluruh pesan media dalam bentuk tulisan, visual, audio, bahkan audiovisual sekalipun akan dianggap sebagai teks. Jangkauan pemaknaan akan sangat tergantung pada pengalaman budaya dari *receiver*, yang dalam tradisi semiotik disebut sebagai ‘pembaca’ (*reader*). Tradisi semiotika tidak pernah menganggap terdapatnya kegagalan pemaknaan, karena setiap ‘pembaca’ mempunyai pengalaman budaya yang relatif berbeda, sehingga pemaknaan diserahkan kepada pembaca. Dengan demikian istilah kegagalan komunikasi (*misscommunication*) tidak pernah berlaku dalam tradisi ini, karena setiap orang

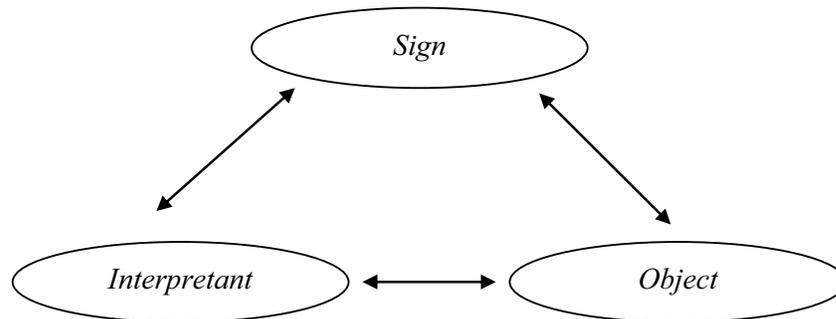
¹³ E. M Griffin (2000). *Op. Cit.* Hal. 27 – 30.

berhak memaknai teks dengan cara yang berbeda. Maka makna menjadi sebuah pengertian yang cair, tergantung pada *frame* budaya pembacanya¹⁴.

Charles Sanders Peirce menggunakan teori segitiga makna dalam memahami komunikasi sebagai proses produksi makna. Segitiga ini terdiri dari *sign*, *object* dan *interpretant*.

Salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dibenak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Jika ketiga elemen makna itu berinteraksi satu sama lainnya, maka munculah makna yang diwakili oleh tanda itu sendiri.¹⁵

Gambar segitiga makna Peirce seperti yang terlihat dalam gambar dibawah ini



Gambar 1 : Segitiga makna Peirce. Sumber : Fiske, 1990:42.

Dari gambar diatas, Peirce menjelaskan bahwa salah satu contoh dari tanda adalah kata, sedangkan sesuatu yang dirujuk oleh tanda ia sebut sebagai objek. Sementara interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Makna akan hadir jika ketiga elemen tersebut

¹⁴ Stephen W Littlejohn and Karen A. Foss (2005). *Op. Cit.* Hal. 275-277

¹⁵ John Fiske. (1990). *Introduction To Communication Studies*. London: A division of Routledge. Hal 42.

berinteraksi satu sama lainnya yang terjadi dalam benak seseorang, setelah itu kemudian hadirlah makna dalam sebuah tanda.

Keberadaan media menurut Pierce tidak bisa dianggap netral dalam memberikan jasa informasi dan hiburan kepada khalayaknya. Media massa tidak hanya dianggap sekedar sebagai hubungan antara pengirim pesan pada satu pihak dengan penerima pesan di pihak lain. Akan tetapi media dapat dilihat pula sebagai produksi dan pertukaran makna yang menitikberatkan pada bagaimana pesan atau teks harus berinteraksi dengan orang untuk memproduksi makna berkaitan dengan peran teks didalam kebudayaan.¹⁶

3. Representasi Realitas Sosial dalam Media

Berkaitan dengan representasi realitas sosial dalam media, pada awalnya sebagaimana diungkapkan McQuail, media diyakini merupakan cermin yang merefleksikan realitas sosial, sehingga apa yang kita saksikan di media merupakan gambaran yang sebenarnya atas realitas. Akan tetapi kini media massa diyakini tidak hanya sekedar merefleksikan realitas, lebih dari itu media yakni merepresentasikan realitas. Realitas sosial dihadirkan kembali oleh media lewat proses representasi dengan mengolah kembali realitas tersebut sehingga hadir dengan kemasan yang baru sehingga menjadi realitas media. Dengan begitu, media massa telah melakukan konstruksi atas realitas.¹⁷

Oleh karena itu, tidak heran jika muncul istilah *second reality* atau realitas kedua sebagai hasil dari konstruksi dan olahan media atas realitas sosial. *Second reality* diartikan sebagai hasil dari penciptaan model – model realitas yang ditentukan oleh media. Dalam hal ini media, merekonstruksi realitas yang begitu

¹⁶ *Ibid*, hal. 39.

¹⁷ Dennis McQuail (1992) *Media Performance: Mass Communication and The Public Interest*. London: SAGE Publications. Hal. 161-168.

kompleks, diolah, dan dipilih sehingga menjadi rangkaian realitas kedua dalam media.¹⁸

Rangkaian realitas kedua atau *second reality* dalam media itu hadir dalam bentuk bahasa simbolik yang hadir dalam tanda dan simbol – simbol. Dalam hal ini media menggunakan tanda – tanda tertentu untuk mengkonstruksi realitas. Realitas empiris dikonstruksi menjadi realitas simbolik yang dalam hal ini berarti menjadi realitas media.¹⁹

Berkaitan dengan hal ini, maka kita akan berhubungan dengan konsep konstruksi media atas realitas yang termasuk kedalam gagasan para konstruktivis.

Para penganut aliran ini meyakini bahwa realitas merupakan hasil dari proses konstruksi sosial yang dalam hal ini keberadaan media tidak dapat dipungkiri memiliki peranan yang sangat besar.²⁰ Dalam bentuknya yang paling radikal, para penganut aliran ini meyakini bahwa realitas sepenuhnya berada diluar jangkauan pengalaman manusia.

Selain itu aliran ini meyakini bahwa realitas merupakan suatu bentukan secara simbolik melalui interaksi sosial. Keberadaan simbol atau bahasa menjadi penting dalam membentuk realitas. Berbagai kelompok dengan identitas, pemaknaan, pengalaman, kepentingan, dan sebagainya mencoba mengungkapkan diri dan selanjutnya akan memberi sumbangan dalam membentuk realitas secara simbolik.

¹⁸ Lukas S Ispandriarno. Thomas Hanitzsch. Martin Loeffelholz (2002). *Media – Militer – Politik, Crisis Communication; Perspektif Indonesia dan Internasional*. Yogyakarta; Galang Press. Hal 5.

¹⁹ Jurnal Komunikasi Massa. Vol. 1, No. 1, Juli 2007, hal 25-34

²⁰ P.L. Berger & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality*. New York; Garden City dalam McLeod, J.M. & Chaffee, S.R. (1972). *The Construction of Social Reality*, dalam J.T. Tedeschi (Ed.). *The Social Influence Processes*. Chicago; Atherton. hal. 50 - 99.

Interaksi sosial menjadi penting dalam proses ini. Realitas secara simbolik merupakan hasil bersama secara sosial.²¹

Penciptaan model realitas menjadi realitas media dijelaskan Fiske lewat tiga tahapan, yakni melalui proses tahapan *reality, representation* dan *ideology*.²²

Menurut pandangan Fiske, proses representasi hadir dalam tahap kedua. Istilah representasi mengacu pada sebuah proses konstruksi realitas lewat medium khususnya dalam media massa atas aspek – aspek “realitas” seperti manusia, tempat, objek, peristiwa, identitas budaya dan konsep – konsep abstrak lainnya. Representasi tidak hanya mengacu pada bagaimana identitas – identitas sosial direpresentasikan atau dikonstruksikan dalam sebuah teks, akan tetapi juga melihat bagaimana identitas – identitas tersebut dikonstruksikan dalam sebuah proses produksi dan resepsi oleh masyarakat yang berbeda – beda identitasnya dimana identitas tersebut dibedakan dan dibandingkan dengan faktor demografi lainnya.²³

Penjelasan yang hampir sama disampaikan juga oleh O’Sullivan *et al* yakni *the social process of representing; representation are the products of the social process of representing* (proses sosial dalam menggambarkan sesuatu; representasi merupakan sebuah produk dari proses sosial dalam menggambarkan sesuatu)²⁴

²¹ <http://www.inherent.brawijaya.ac.id/vlm/file.php/21/data/materi4.pdf>, diakses pada tanggal 2 September 2008.

²² John Fiske (1987). *Television Culture*. London and New York: Routledge, hal.5-6.

²³ Daniel Chandler (2006) *Media Semiotics; Media Representation* dalam <http://www.kennetschool.net/GroupDownloadFile.asp?GroupID=6189&ResourceId=70119>, diakses tanggal 2 September 2008.

²⁴ O’Sullivan, Tim; Hartley, John, Saunders, Danny; Montgomery, Martin; Fiske, John. (1995). *Key Concepts in Communication and Cultural Studies, 2nd Edition*. London : Routledge. Hlm. 265.

Kedua penjelasan diatas sama – sama meyakini bahwa representasi merupakan hasil dari sebuah proses sosial dalam merepresentasikan sesuatu.

Pembahasan mengenai representasi realitas sosial dalam media tidak akan terlepas dari pemikiran mengenai apa yang dinamakan sebagai realitas. Oleh karena itu, pemahaman kita akan realitas itu sendiri sangat dibutuhkan dalam bagian ini. Salah satu rujukan yang menjelaskan tentang realitas adalah pendapat dari Alfred Schutz yang dipaparkan kembali oleh Ratna Noviani.

Semua manusia dalam pikirannya membawa apa yang dinamakan sebagai *stock of knowledge* yang mereka dapatkan melalui proses sosialisasi, baik itu *stock of knowledge* tentang barang – barang fisik, tentang sesama manusia, artifak dan koleksi – koleksi sosial maupun obyek – obyek budaya. *Stock of knowledge* ini menyediakan *frame of reference* atau orientasi yang mereka gunakan dalam menginterpretasikan obyek – obyek dan peristiwa – peristiwa yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari – hari. Obyek – obyek dan peristiwa – peristiwa itu tidak memiliki makna yang universal atau inheren, yang jauh dari kerangka yang telah ditentukan. *Stock of knowledge* dari orang – orang inilah yang kemudian oleh Schutz disebut sebagai realitas mereka. Lebih lanjut lagi dikatakan bahwa *stock of knowledge* dari orang – orang yang kemudian menjadi realitas tersebut dialami sebagai dunia obyektif yang ada “di luar sana”, bebas dari keinginan manusia dan mereka hadapi sebagai sebuah fakta. *Stock of knowledge* ini memiliki karakter yang *taken for granted* dan jarang menjadi obyek dari refleksi kesadaran. Ia dapat difahami oleh manusia, dengan menggunakan akal sehat, sebagai sebuah realitas.²⁵

Lebih jelas lagi Peter L. Berger dan Thomas Luckmann mengemukakan pendapatnya mengenai realitas bahwa penciptaan realitas kehidupan sehari – hari berlangsung lewat sebuah proses yang ia sebut sebagai konstruksi realitas simbolik. Realitas sosial yang dipahami sebagai sebuah dunia sosial merupakan produk manusia yang hadir dari proses konstruksi yang dilakukan manusia sendiri. Artinya bahwa realitas tersebut tidak hadir begitu saja atau menjadi sesuatu yang bersifat given semata, melainkan hadir dari sebuah proses. Ia

²⁵ Ratna Noviani (2004). Jalan Tengah Memahami Iklan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal 49 – 50.

dibangun melalui tipifikasi – tipifikasi yang memiliki referensi utama pada obyek dan peristiwa yang dialami secara rutin oleh individu dan dialami bersama dengan orang lain dalam sebuah pola yang *taken for granted*.²⁶

4. Komedi Situasi

Definisi komedi situasi menurut *Encarta dictionary* adalah “*comedy based on everyday situation: a television or radio comedy series in which a regular cast of characters, usually working or living together, respond to everyday situations in a humorous way*” (merupakan tayangan komedi yang berdasarkan pada kondisi kehidupan sehari – hari: tayangan komedi televisi atau radio yang ditayangkan secara berseri dengan penokohan yang sama pada tiap serinya, biasanya mengambil seting tempat dalam sebuah ikatan kehidupan bersama atau pekerjaan, yang berangkat dari kondisi kehidupan sehari – hari yang diangkat dengan cara yang lucu / humoris).²⁷

Berdasarkan definisi diatas, terdapat beberapa karakteristik yang dimiliki komedi situasi yakni ;

- a. Cerita diangkat berdasarkan fenomena kehidupan sehari – hari dan dibawakan dengan cara yang humoris.
- b. Biasanya mengambil setting di suatu tempat tertentu, misalnya dalam sebuah kompleks perumahan.

Komedi situasi bisa dibedakan kedalam tiga jenis, yaitu²⁸ :

a. Actcom

Merupakan jenis komedi situasi yang paling banyak ditayangkan di televisi.

²⁶ *Ibid*, hal 51.

²⁷ http://encarta.msn.com/dictionary_1861734861/situation_comedy.html diakses tanggal 20 Agustus 2008.

²⁸ Richard F. Taflinger PhD “*Sitcom: What It Is, How It Works*” dalam <http://www.wsu.edu:8080/~taflinge/sitcom.html> diakses tanggal 20 Agustus 2008.

Karakteristik actcom diantaranya adalah :

- 1) Memiliki plot *action – oriented* dan biasanya ide cerita yang diangkat berdasarkan permasalahan secara personal.
- 2) Karakter atau pemeran yang ada dalam komedi situasi ini cenderung sederhana. Mudah ditebak dan dengan karakter yang konsisten di tiap episodenya. Terdapat tiga jenis karakter atau pemeran yakni, pemeran utama, pemeran pendukung dan pemeran figuran.
- 3) Plot dibuat dengan tujuan untuk memancing rasa humor atau memancing kelucuan – kelucuan.

b. Domcom

Domcom memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) Plot dibangun berdasarkan krisis dalam keluarga dan memiliki plot *character oriented*.
- 2) Karakter atau pemeran yang ada dalam situasi komedi ini tidak sederhana seperti yang ada dalam actcom karena tiap karakter memiliki tingkatan emosi dan motivasi yang cukup rumit.
- 3) Naskah cerita biasanya mengangkat tema – tema seputar masalah hubungan intrapersonal dan interpersonal dalam sebuah keluarga.

c. Dramedy

Dramedy memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) Plot yang dibuat biasanya mengajak kita untuk berfikir keras memahami masalah yang disajikan.

- 2) Karakter dibuat dengan kompleksitas yang tinggi dengan tingkatan konflik emosi yang tinggi serta dengan motivasi yang bermacam – macam dari tiap karakternya.
- 3) Naskah cerita dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan pesan – pesan tertentu. Naskah akan tetap dipilih meskipun memiliki kandungan humor yang sedikit.

Dari definisi dan beberapa karakteristik diatas, komedi situasi diyakini berangkat dari sebuah pemahaman akan realitas sosial empiris dengan kata lain bahwa tema – tema yang diangkat merupakan hasil interpretasinya terhadap realita yang ada dalam masyarakat. Kemudian realitas tersebut kemudian dihadirkan kembali lewat bahasa simbolik seperti tanda yang digunakan untuk merepresentasikan realitas empiris tersebut sehingga menjadi sebuah realitas media.

5. Teori Identitas Sosial

Teori identitas sosial pertama kali dipopulerkan oleh Tajfel & Turner, dalam teori ini disebutkan bahwa setiap orang memiliki kecenderungan untuk mengidentifikasi dirinya sendiri dengan suatu kelompok sosial tertentu. Hal ini berarti bahwa setiap orang akan merasa bahwa dirinya merupakan bagian dari suatu kelompok sosial tersebut. Identifikasi ini biasanya dibangun berdasarkan kesamaan atribut seperti jenis kelamin, ras, suku bangsa, usia, agama, ideologi, partai politik atau status sosial ekonomi. Menurutnya, kelompok sosial

didalamnya terdiri dari beberapa orang yang merasa dan menerima diri mereka sendiri sebagai bagian dari kelompok tersebut.²⁹

Sebagai makhluk sosial, tentu saja manusia memerlukan identitas individu dalam setiap pergaulan interaksi sosial. Identitas ini berperan besar dalam menumbuhkan sebuah kesadaran memiliki atau *sense of belonging* dan sebagai tanda perjuangannya dalam memperlihatkan eksistensinya dalam lingkungan sosial.

Menurut teori identitas sosial, identitas individu yang hadir dalam setiap interaksi sosial disebut sebagai identitas sosial, yakni bagian dari konsep diri individu yang terbentuk karena kesadaran individu sebagai bagian dan anggota suatu kelompok sosial dimana didalamnya mencakup nilai – nilai dan emosi – emosi penting yang melekat dalam diri individu sebagai anggotanya.³⁰

Kelompok – kelompok sosial atau kategori – kategori sosial tersebut tentu saja memiliki peranan yang cukup besar munculnya identitas – identitas sosial dimana seseorang berafiliasi dengan salah satu kelompok sosial dan kemudian mengidentifikasikan dirinya sebagai bagian dari kelompok tersebut. Identitas sosial bisa muncul dengan sendirinya sebagai sebuah kebutuhan untuk menunjukkan eksistensinya di tengah lingkungannya. Menurut Hogg and Abram, keinginan seseorang untuk memiliki identitas sosial terutama identitas sosial yang positif sudah menjadi sebuah kebutuhan yang alami. Hal ini tentu saja dilakukan untuk mendapatkan pengakuan dari pihak lain dan mendapatkan posisi sosial yang sejajar dengan orang lain. Menurut pandangan teori identitas sosial, keinginan

²⁹ H. Tajfel & Turner, J (1979). *An Integrative Theory of Inter-Group Conflict*, dalam J.A. William & S. Worchel (Eds). *The Social Psychology of Inter-Group Relations*. Belmont, CA; Wadsworth. Hal. 44.

³⁰ H. Tajfel (1978). *Differentiation Between Social Groups*. London: Academic Press. Hal. 63.

memiliki identitas sosial yang positif ini merupakan sebuah motor psikologik penting dibalik tindakan – tindakan individu dalam setiap interaksi sosial. Hal ini berlangsung melalui proses perbandingan sosial atau *social comparison* yang dipandang sebagai cara untuk menentukan posisi dan status identitas sosialnya.³¹

Proses perbandingan sosial atau *social comparison* inilah yang kemudian melahirkan jarak antara *in – group* dan *out – group* yang diantara mereka terjadi proses perbandingan sosial antara “kita” dan “mereka”. Dalam perbandingannya dengan kelompok lain inilah (*out – group*) dan sebagai konsekuensi dari adanya kategorisasi inilah, maka lahirlah sikap – sikap etnosentrisme.

Sikap etnosentrisme ini juga yang memancing munculnya indikator penilaian negatif lainnya, yakni seperti stereotip dan bahkan sampai kepada tahap prasangka (*prejudice*).

Etnosentrisme, *stereotype* dan prasangka memiliki hubungan yang sangat erat. Etnosentrisme, dengan berbagai nama dan julukan biasanya menumbuh-suburkan prasangka (*prejudice*) dan stereotip (*stereotype*) dalam dan antar warga, hingga mendorong meningkatkan sikap dan perilaku negatif. Konsep etnosentrisme seringkali dipakai secara bersama-sama dengan rasisme. Konsep ini mewakili sebuah pengertian bahwa setiap kelompok etnik atau ras mempunyai semangat bahwa hanya kelompoknya yang lebih superior dari kelompok lain. Secara definisi, Prasangka adalah sikap antipati yang didasarkan pada kesalahan generalisasi atau generalisasi yang tidak luwes yang diekspresikan lewat perasaan. Prasangka merupakan sikap negatif atas suatu kelompok tertentu dengan tanpa alasan dan pengetahuan atas sesuatu sebelumnya. Prasangka ini juga terkadang

³¹ H. Tajfel & Turner, J (1979), *Op.Cit*, Hal. 41.

digunakan untuk mengevaluasi sesuatu tanpa adanya argumen atau informasi yang masuk. Efeknya adalah menjadikan orang lain sebagai sasaran, misalnya mengkambing-hitamkan sasaran melalui stereotip, diskriminasi, dan penciptaan jarak sosial. Sedangkan *stereotype* kecenderungan untuk mengorganisasikan sejumlah fenomena yang sama atau sejenis yang dimiliki oleh sekelompok orang ke dalam kategori tertentu yang bermakna. Stereotip berkaitan dengan konstruksi imej yang telah ada dan terbentuk secara turun-temurun menurut sugesti. Ia tidak hanya mengacu pada imej negatif tetapi juga positif.³²

Perjuangan untuk menunjukkan eksistensi identitas sosial dapat dilakukan salah satunya yakni ditempuh lewat media massa. Berdasarkan karakteristiknya, media massa menjadi kendaraan yang sangat potensial guna menunjukkan eksistensi identitas sosial. Jangkauan luas serta mampu menyebarkan pesan secara massif telah menjadi salah satu nilai tambah untuk mempromosikan identitas sosial dan kelompok sosial.

Berkaitan dengan penelitian ini, tayangan situasi komedi *Suami – Suami Takut Istri* dipandang sebagai sebuah gambaran dalam memperjuangkan eksistensi identitas sosial lewat media. Anggapan ini diperkuat dengan bukti – bukti bahwa tiap – tiap kelompok sosial yang terdapat dalam tayangan tersebut dihadirkan dalam kerangka identitas – identitas sosialnya yang khas.

Akan tetapi, mengingat media merupakan sebuah industri yang sarat akan kepentingan, maka identitas – identitas sosial tersebut hadir dalam sebuah konstruksi realitas media yang terdistorsi. Akibatnya identitas – identitas tersebut

³² S. Alexander Haslam, Penelope, J. Oakes, Craig McGarty, John C Turner, Katherine J. Reynolds, and Rachael A. Eggins. (1996). *Stereotyping and Social Influence : The Mediation of Stereotype Applicability and Sharedness by Views of In – Group and Out – Group Members*. British Journal of Social Psychology. 369 – 397.

pun hadir dalam citra – citra yang memihak. Salah satu contohnya adalah pencitraannya terhadap identitas orang Sunda yang hadir lewat sosok Mang Dadang didalam tayangan komedi situasi Suami – Suami Takut Istri. Identitas orang sunda dihadirkan, disandingkan sekaligus diperbandingkan dengan identitas budaya lainnya sehingga memunculkan sebuah citra yang khas terhadap identitas budaya sunda. Yang sangat jelas terlihat adalah pencitraannya terhadap sosok orang Sunda yang dikenal sebagai sosok materialistis.

6. Simbol Budaya

Pierce mendefinisikan simbol sebagai tanda yang mengacu pada obyek tertentu di luar tanda itu sendiri dan sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat. Hubungan yang terjadi antara simbol sebagai penanda dengan sesuatu yang ditandakannya (petanda) sifatnya konvensional. Berdasarkan konvensi itu pula masyarakat pemakainya menafsirkan ciri hubungan antara simbol dengan obyek yang diacu dan menafsirkan maknanya. Baik itu simbol maupun lambang, keduanya merupakan termasuk ke dalam kategori tanda (*sign*) seperti yang diungkapkan Pierce, bahwa tanda terdiri atas ikon, indeks dan simbol. Istilah simbol dalam pandangan Pierce sering disebut pula sebagai kata (*word*), nama dan label.³³

Jika kita kaitkan dengan konteks simbol budaya, maka simbol – simbol budaya yang dalam hal ini adalah simbol budaya sunda, maka simbol – simbol yang akan dikaji merupakan sejumlah simbol yang memiliki acuan kepada artefak

³³ Alex Sobur (2003). Semiotika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal 159.

– artefak kebudayaan Sunda atau dengan kata lain sejumlah simbol yang sudah disepakati oleh masyarakat Sunda sebagai bagian dari budayanya.

7. Prinsip Universal kasundaan

Sebagaimana kelompok budaya lainnya, budaya Sunda juga memiliki sejumlah landasan filosofis mengenai keagungan budayanya atau yang lebih dikenal sebagai prinsip universal *kasundaan* yang berasal dari *pepatah kolot*³⁴ (petuah atau pepatah orang tua).³⁵

Jika dikelompokkan maka, terdapat tiga bagian penting dari filosofi orang Sunda atau dalam bahasa Sunda disebut sebagai *Urang Sunda*. Yakni ; bagaimana hubungannya *Urang Sunda* dengan Tuhannya, hubungannya dengan sesama makhluk ciptaan-Nya, dan hubungannya dengan alam.

Prinsip pertama yang merupakan prinsip *Urang Sunda* dalam hubungannya dengan Tuhan, dapat dilihat dalam petuah *mulih kajati mulang ka asal*³⁶ yang artinya bahwa semua makhluk yang bernyawa pada akhirnya akan kembali lagi kepada pencipta – Nya. Kedua, yakni pepatah yang berbunyi *melak cabe jadi cabe, melak bonteng jadi bonteng. Melak hade jadi hade, melak goreng jadi goreng*³⁷ artinya adalah apa yang ditanam itulah yang akan dituai. Melalui pepatah ini *Urang Sunda* dididik untuk selalu memikirkan setiap konsekuensi dari yang dilakukan, oleh karena itu mereka dituntut untuk memiliki pemikiran visi kedepan dengan memikirkan setiap dampak yang akan ditimbulkan akibat dari yang

³⁴ *Pepatah kolot* : *pepatah* = petuah, *kolot* = orang tua.

³⁵ *Prinsip Universal Kasundaan* dalam <http://www.kasundaan.org/index>. diakses pada tanggal 20 Agustus 2008.

³⁶ *Mulih kajati mulang ka asal* : *mulih/mulang* = pulang, *ka asal* = ke asalnya, *ka jati* = asosiasi buat istilah ke haribaan, dalam Danadibrata, R.A (2006). *Kamus Basa Sunda*.Bandung: Kiblat Buku Utama.

³⁷ *Melak cabe jadi cabe, melak bonteng jadi bonteng. Melak hade jadi hade, melak goreng jadi goreng* : *melak* = menanam, *cabe* = cabai, *bonteng* = mentimun, *jadi* = menjadi. dalam Danadibrata, R.A (2006). *Kamus Basa Sunda*.Bandung: Kiblat Buku Utama.

dilakukannya sendiri. Keempat, yakni pepatah yang berbunyi *omat urang kudu bisa ngaji diri*³⁸ yang artinya adalah kita harus bisa introspeksi diri jangan hanya menyalahkan orang lain. Prinsip – prinsip tersebut mengandung makna bahwa *Urang Sunda* dibangun diatas pondasi keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Oleh karena itu, dalam setiap langkah menjalani kehidupannya, *Urang Sunda* harus selalu berada didalam jalur yang religius. Memahami ajaran – ajaran agama merupakan syarat mutlak yang tidak bisa ditawar – tawar lagi.

Prinsip kedua *Urang Sunda* dalam hubungannya dengan sesama makhluk ciptaan – Nya dapat dilihat dari beberapa pepatah diantaranya adalah, pertama, *sacangreud pageuh sagolek pangkek*³⁹, pepatah ini mengandung arti bahwa *Urang Sunda* harus bersikap dan berperilaku konsisten, komitmen, dan selalu menepati janji. Prinsip ini berguna untuk memelihara hubungan dengan orang lain serta untuk memelihara keluhuran budi pekerti *Urang Sunda*. Pepatah kedua yakni *kudu silih asih, silih asah jeung silih asuh*⁴⁰ artinya bahwa *Urang Sunda* harus mampu untuk menjaga keharmonisan hubungan dengan orang lain dengan cara saling mencintai, memberi nasihat dan saling mengayomi satu sama lain. Pepatah ketiga yakni *taraje nanggeuh dulang pinande*⁴¹ yang berarti bahwa setiap *Urang Sunda* harus mampu melaksanakan tugas dengan baik dan benar. Disini *Urang Sunda* dituntut untuk menjadi sosok yang bertanggung jawab. Pepatah keempat

³⁸ *Omat urang kudu bisa ngaji diri* : *omat* = ingatlah, *urang* = kita, *bisa* = bisa, *ngaji* = introspeksi, *diri* = diri sendiri. dalam Danadibrata, R.A (2006). Kamus Basa Sunda.Bandung: Kiblat Buku Utama.

³⁹ *Sacangreud pageuh sagolek pangkek* : *sacangreud* : seikat, *pageuh* = kuat, *sagolek* = ikatan, *pangkek* = kuat. dalam Danadibrata, R.A (2006). Kamus Basa Sunda.Bandung: Kiblat Buku Utama.

⁴⁰ *Kudu silih asih, silih asah, jeung silih asuh* : *kudu* = harus, *silih* = saling, *asih* = mengasihi, *asah* = menasehati, *asuh* = mengayomi. dalam Danadibrata, R.A (2006). Kamus Basa Sunda.Bandung: Kiblat Buku Utama.

⁴¹ *Taraje nanggeuh, dulang pinande* : *taraje* = tangga, *nanggeuh* = bersandar, *dulang* = tempat, *pinande* = bersandar. dalam Danadibrata, R.A (2006). Kamus Basa Sunda.Bandung: Kiblat Buku Utama.

yakni *nu lain kudu dilainkeun, nu enya kudu dienyakeun*⁴² artinya bahwa *Urang Sunda* harus berani mengatakan salah jika itu salah dan katakana benar jika itu benar. Prinsip kejujuran sangat dijunjung tinggi oleh *Urang Sunda*. Pepatah kelima yakni *kacai jadi saleuwi, kadarat jadi salogak*⁴³, artinya bahwa *Urang Sunda* harus bisa memelihara kekompakkan.

Prinsip ketiga mengenai hubungan *Urang Sunda* dengan alam tertuang dalam pepatah yakni *gunung teu meunang dilebur, sagara teu meunang diruksak, buyut teu meunang di rempak*⁴⁴ artinya adalah gunung tidak boleh dihancurkan, laut tidak boleh dirusak, sejarah tidak boleh dilupakan. Pepatah ini mengandung makna bahwa *Urang Sunda* meyakini benar pentingnya fungsi hutan, gunung dan laut. Mereka memahami bahwa itu semua memiliki kontribusi yang sangat penting bagi kehidupan manusia, oleh karena itu sangat dilarang untuk melakukan kerusakan terhadap alam karena akan sangat merugikan kehidupan. Kalimat *buyut teu meunang dirempak* mengandung arti bahwa *Urang Sunda* harus memahami sejarah asal usulnya dan tidak boleh melupakan sejarah itu sebagai bagian dari proses pembelajaran dan penghormatan terhadap para pendahulunya.

Ketiga prinsip universal diatas merupakan pepatah yang secara langsung membentuk bagaimana karakter *Urang Sunda* seharusnya. Pepatah – pepatah tersebut dimaksudkan untuk panduan dalam rangka menjalani kehidupan sehari –

⁴² *Nu lain kudu dilainkeun, nu enya kudu dienyakeun* : *nu lain* = yang lain, *kudu* = harus, *dilainkeun* = dilainkan, *nu enya* = yang benar, *dienyakeun* = dibenarkan. dalam Danadibrata, R.A (2006). Kamus Basa Sunda. Bandung: Kiblat Buku Utama.

⁴³ *Ka cai jadi saleuwi, kadarat jadi salogak* : *ka cai* = ke sungai, *saleuwi* = satu muara, *ka darat* = ke gunung, *salogak* = satu tempat. Danadibrata, R.A (2006). Kamus Basa Sunda. Bandung: Kiblat Buku Utama..

⁴⁴ *gunung teu meunang dilebur, sagara teu meunang diruksak, buyut teu meunang di rempak* : *gunung* = gunung, *teu meunang* = tidak boleh, *dilebur* = dirusak, *sagara* = lautan, *diruksak* = dirusak, *buyut* = silsilah, sejarah, *dirempak* = dirusak hubungan silsilahnya. dalam Danadibrata, R.A (2006). Kamus Basa Sunda. Bandung: Kiblat Buku Utama.

hari agar *Urang Sunda* menjadi sosok terhormat dan bermartabat dimana Tuhan – Nya dan dimata sesama manusia.

F. METODE PENELITIAN

1. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif interpretatif. Metodologi ini termasuk kedalam paradigma interpretatif yang memandang bahwa realitas merupakan hasil bentukan dari interaksi manusia yang penuh makna (*meaningfull social action*). Maka dari itu, realitas adalah pemaknaan (*meaning*) dimana hanya bisa ditafsirkan (*verstehen*) dan hendak dilukiskan secara mendalam.⁴⁵ Maka dari itu kita akan membutuhkan interpretasi – interpretasi secara kritis terhadap tanda dan simbol – simbol yang terdapat dalam tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* yang merepresentasikan simbol – simbol budaya orang Sunda, guna mendeskripsikan makna – makna yang berada dibelakang konstruksi atas tanda – tanda tersebut.

2. Obyek Penelitian

Potongan – potongan *scene* dalam tayangan komedi situasi *Suami – Suami Takut Istri* episode 3 Agustus 2008 dengan judul *Tetangga Datang, Istri – Istri Meradang*.

Dalam hal ini yang akan menjadi obyek kajiannya meliputi :

a. Karakter dan Penokohan Pemain

Kajian ini mencoba menganalisis bagaimana bentuk karakter pemain terutama tokoh Mang Dadang serta masalah tokoh yang diperankan oleh pemain tersebut. Analisis ini akan membutuhkan analisa terhadap latar belakang kehidupan para

⁴⁵<http://www.inherent.brawijaya.ac.id/vlm/file.php/21/data/Materi1.doc>, diakses pada tanggal 3 September 2008.

pemain dalam kehidupan nyata mereka, khususnya yang berhubungan dengan latar belakang budayanya.

b. Scene

Meliputi analisa terhadap scene mana sajakah yang memuat simbol – simbol konstruksi terhadap identitas budaya Sunda.

c. Visual

Segi teknik visual akan mendapatkan bagian yang cukup besar. Mengingat cara – cara pengambilan gambar memiliki interpretasi yang berbeda – beda. Juga sangat penting dalam meneliti bagaimana transisi antar scene yang bisa saja berarti perbandingan secara langsung, cara pengambilan gambar dan pergerakan kamera. Terdapat beberapa macam angle dan cara shooting yang cukup dikenal antara lain adalah ;

- 1) *Extrem Close-up* ; cara ini menggambarkan adanya penekanan khusus dalam scene tersebut dengan cara *shooting* sedekat mungkin terhadap para pemain sehingga akan terlihat cukup jelas ekspresi wajah dan raut muka para tokoh.
- 2) *Close-up* ; dengan cara mengambil bagian wajahnya saja.
- 3) *Medium shoot* ; obyek *dishoot* setengah sehingga terlihat sebagian dari obyek.
- 4) *Long shoot* ; memperlihatkan karakter yang menggambarkan konteks, keluasan obyek dan jarak dengan audiens.
- 5) *Full shoot* ; dengan cara memperlihatkan keseluruhan obyek.⁴⁶

⁴⁶ Arthur Asa Berger (1983). *Media Analysis Technique*, Beverly Hills, Sage Publication. Hal. 52.

d. Dialog

Meliputi analisa terhadap dialog atau percakapan yang berlangsung dalam scene yang menjadi obyek kajian.

3. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis semiotik. Semiotik dapat digunakan untuk menganalisis media/film. Dengan pertimbangan bahwa untuk menyampaikan ide – idenya, film menggunakan seperangkat tanda yang didalamnya tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan, akan tetapi tanda – tanda itu pun menjelaskan bagaimana tanda – tanda itu dipilih dan dapat bekerja.

Semiotik merupakan pendekatan teoritis yang berorientasi kepada kode (sistem), dan pesan (tanda dan maknanya) tanpa mengabaikan konteks dan audiensnya atau pihak pembacanya.⁴⁷ Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.⁴⁸

Secara terminologis, semiotik dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari sederatan luas obyek – obyek, peristiwa – peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda, sedangkan secara etimologis, istilah semiotik berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti tanda.⁴⁹

Terdapat beberapa teori semiotika yang dapat digunakan dalam pengkajian sistem tanda, antara lain, teori semiotika Ferdinand De Saussure, Semiotika Roland Barthes, Semiotika C.K Ogden dan I.A. Richard, Semiotika Umberto Eco dan Semiotika Charles Sanders Peirce.

⁴⁷ Kris Budiman (1993). *Semiotika Visual*. Yogyakarta; Yayasan Cemeti. Hal. 12

⁴⁸ Umberto Eco (1979), dalam Sobur, Alex (2001). *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana*, Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal 95.

⁴⁹ *Ibid*, hlm. 95.

Namun, para ahli semiotik modern mengatakan bahwa analisis semiotik modern telah diwarnai dengan dua nama yaitu seorang *linguist* yang berasal dari Swiss bernama Ferdinand de Saussure (1857 - 1913) dan seorang filsuf Amerika yang bernama Charles Sanders Peirce (1839 - 1914). Peirce menyebut model sistem analisisnya dengan semiotik dan istilah tersebut telah menjadi istilah yang dominan digunakan untuk ilmu tentang tanda. Semiologi de Saussure berbeda dengan semiotik Peirce dalam beberapa hal, tetapi keduanya berfokus pada tanda.⁵⁰

Fiske pun sependapat dengan pemahaman diatas, dia mengatakan bahwa pusat perhatian dalam analisis semiotik adalah tanda. Fiske menyebutkan ada tiga area penting dalam analisis semiotik, yakni⁵¹ :

- a. Tanda itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan beragam tanda yang berbeda, seperti cara mengantarkan makna serta cara menghubungkannya dengan orang yang menggunakannya. Tanda adalah buatan manusia dan hanya bisa dimengerti oleh orang – orang yang menggunakannya. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek kajiannya adalah tanda – tanda yang tersusun dalam tayangan situasi komedi “suami – suami takut istri” sehingga menghasilkan makna yang kemudian akan diinterpretasi oleh audiens.
- b. Kode atau sistem dimana lambang – lambang itu disusun. Studi ini meliputi bagaimana beragam kode yang berbeda dibangun untuk

⁵⁰ Ni Wayan Sartini “Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik” dalam <http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/Tinjauan%20Teoritik%20tentang%20Semiotik.pdf>, diakses pada tanggal 2 September 2008.

⁵¹ John Fiske (2004). *Cultural and Communication Studies, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra. Hal 60.

mempertemukannya dengan kebutuhan masyarakat dalam sebuah kebudayaan.

- c. Kebudayaan dimana lambang dan kode itu beroperasi.

Khusus mengenai kode, Fiske menyebutkan ada beberapa sifat yang dimiliki oleh kode⁵², yakni :

- a. Kode mempunyai sejumlah unit (atau kadang – kadang satu unit) sehingga seleksi dapat dilakukan. Inilah yang disebut sebagai dimensi paradigmatic. Unit – unit tersebut mungkin bisa dipadukan dengan berdasarkan aturan dan konvensi. Inilah yang dimaksud dengan dimensi syntagmatic.
- b. Semua kode menyampaikan makna, unit – unit kode adalah tanda – tanda yang mengacu kepada sesuatu yang ada diluar dirinya sendiri melalui berbagai sarana.
- c. Semua kode bergantung kepada kesepakatan diantara penggunanya dan bergantung kepada latar belakang budaya yang sama. Kode dan budaya berinterelasi secara dinamis.
- d. Semua kode menunjukan fungsi sosial atau komunikatif yang bisa diidentifikasi.
- e. Semua kode bisa ditransmisikan melalui media dan/atau saluran komunikasi yang tepat.

Teori semiotika dari Pierce menjadi *grand theory* dalam semiotika. Gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan.⁵³

⁵² *Ibid*, hal. 92.

⁵³ Alex Sobur (2001). *Op. cit.* Hal 97.

Dalam analisis semiotiknya Peirce membagi tanda berdasarkan sifat *ground* menjadi tiga kelompok yakni *qualisigns*, *sinsigns* dan *legisigns*. *Qualisigns* adalah tanda – tanda yang merupakan tanda berdasarkan suatu sifat. *Sinsign* adalah tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilannya dalam kenyataan. *Legisigns* adalah tanda – tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum, sebuah konvensi, sebuah kode.⁵⁴

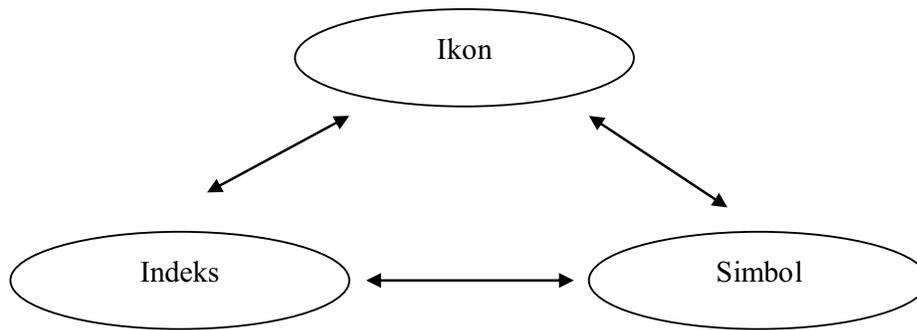
Untuk tanda dan denotatumnya, Pierce memfokuskan diri pada tiga aspek tanda⁵⁵, yaitu :

- a. *Icon* : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk obyeknya.
- b. *Index* : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang mengisyaratkan petandanya.
- c. *Symbol* : sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat.

Hubungan ketiga unsur tersebut dijelaskan secara jelas dalam sebuah skema segitiga yang diberikan oleh Pierce, seperti yang tampak dalam gambar dibawah ini ;

⁵⁴ Alex Sobur (2001). *Op. cit.* Hal 97-98.

⁵⁵ Alex Sobur (2001). *Op. cit.* Hal. 98.



Gambar 2 : Kategori tipe tanda Pierce. Sumber Fiske 2004 : 70.

Setiap tanda ditentukan oleh obyeknya, pertama – tama, dengan mengambil bagian dalam karakter objek, tatkala saya menyebut tanda sebuah ikon ; kedua, dengan menjadi nyata dan dalam eksistensi individualnya terkait dengan objek individual, tatkala saya menyebut tanda sebuah indeks; ketiga, dengan kurang lebih mendekati kepastian bahwa tanda itu dapat ditafsirkan sebagai mendenotasikan objek sebagai konsekuensi dari kebiasaan...tatkala saya menyebut sebuah simbol.⁵⁶

Model tanda yang dikemukakan oleh Pierce adalah trikotomis dan tidak memiliki ciri struktural sama sekali. Prinsip dasarnya adalah bahwa tanda bersifat representatif yaitu tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain⁵⁷.

Proses pemaknaan tanda Pierce mengikuti hubungan antara tiga titik yaitu *represent – object – interpretant*. *Represent* adalah bagian tanda yang dapat dipersepsi secara fisik atau mental, yang merujuk pada sesuatu yang diwakili oleh *object*. Kemudian *interpretant* adalah bagian dari proses yang menafsirkan hubungan antara *represent* dan *object*. Pierce melihat tanda tidak hanya bersifat representatif, tapi juga interpretatif. Teori Pierce tentang tanda memperlihatkan pemaknaan tanda sebagai suatu proses kognitif dan bukan sebuah struktur. Proses

⁵⁶ Pierce dalam Zeman (1977) dalam Fiske, John (2004) *Cultural and Communication Studies*, Sebuah Pengantar Paling Komprehensif. Yogyakarta; Jalasutra. Hal 70.

⁵⁷ Benny H Hoed (2002). *Strukturalisme, Pragmatik dan Semoitik dalam Kajian Budaya*. dalam Indonesia: Tanda yang Retak. Jakarta: Wedatama Widya Sastra. Hal 21.

seperti itu dinamakan semiosis. Oleh karena itu, Pierce membedakan tanda menjadi indeks, ikon dan simbol⁵⁸.

Menurut Umberto Eco, definisi yang ditawarkan Pierce dianggap lebih luas dan secara semiosis dianggap lebih berhasil dibandingkan definisi yang ditawarkan oleh Saussure. Luasnya definisi yang ditawarkan Pierce dibuktikan dengan pendapatnya tentang semiotik yang ia artikan sebagai suatu tindakan (*action*), pengaruh (*influence*) atau kerja sama tiga subjek (tanda – objek – *interpretan*). Pengertian subyek menurut Pierce berbeda dengan pemahaman atas subyek bagi orang kebanyakan. Dia mengartikan subyek bukan sebagai manusia, melainkan tiga entitas semiotik yang sifatnya abstrak yang tidak dipengaruhi oleh kebiasaan berkomunikasi secara konkret. Kemudian ia mengartikan *interpretan* sebagai suatu peristiwa psikologis dalam pikiran *interpreter*⁵⁹.

4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan terbagi kedalam dua jenis data, yaitu :

a. Data Primer

Film yang akan diteliti adalah tayangan situasi komedi *Suami – Suami Takut Istri*. Guna memudahkan proses penelitian, maka tayangan tersebut akan kita rekam menggunakan TV *tuner internal* yang kemudian hasilnya akan kita potong berdasarkan *scene – scene* yang sesuai dengan apa yang akan diteliti dan kemudian potongan – potongan *scene* tersebut akan dicetak sehingga lebih memudahkan dalam penelitian.

⁵⁸ Ni Wayan Sartini “Tinjauan Teoritik tentang Semiotik” dalam <http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/Tinjauan%20Teoritik%20tentang%20Semiotik.pdf>. diakses pada tanggal 2 September 2008.

⁵⁹ Alex Sobur (2001). *Op. cit.* hal 109-110.

b. Data sekunder

Data sekunder didapat dari jurnal, koran, majalah, tabloid, buku – buku pegangan ilmu komunikasi serta dari internet dengan sumber yang valid.