



Analisis Resepsi Suku Non Bugis Terhadap Tradisi ‘uang panai’ dalam Film ‘uang panai’ Maha(r)l

Reception Analysis of the Non-Bugis to the ‘uang panai’ Tradition in the Film ‘uang panai’ Maha(r)l

Britania Widya Sista Hapsari & Sumekar Tanjung

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia

Author’s email:

Email:
18321150@students.uii.ac.id

Keywords:

film, uang panai, reception, Bugis

Kata kunci:

Film, ‘uang panai’, Resepsi, Bugis

Abstract: *The Bugis tribe in South Sulawesi has a tradition that is still being carried out today, namely 'uang panai'. Uang Panai is given to the bride and groom. The purpose of this research is to examine the reception of Maha(r)l's film 'Uang Panai'. This study used qualitative research methods. Data was collected through in-depth interviews. The informants who were the subjects of the study were five people with the criteria of having watched the Maha(r)l film 'uang panai', a non-Bugis ethnic group living in Makassar. The results of the research show that by using Stuart Hall's reception analysis, the five informants' reception of Maha(r)l's 'Uang Panai' film is in a position of negotiation and opposition. None of the informants are in the hegemonic dominant model.*

Abstrak: Suku Bugis di Sulawesi Selatan memiliki satu tradisi yang masih dilakukan hingga sekarang, yaitu ‘uang panai’. Uang panai ini diberikan kepada calon pengantin perempuan. Tujuan penelitian ini adalah mengkaji resepsi film ‘uang panai’ Maha(r)l. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Informan yang menjadi subjek penelitian berjumlah lima orang dengan kriteria sudah menonton film ‘uang panai’ Maha(r)l, suku non-Bugis dan menetap di Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan analisis resepsi Stuart Hall, resepsi kelima informan atas film ‘uang panai’ Maha(r)l berada pada posisi negosiasi dan oposisi. Tidak ada satupun informan yang berada pada model dominan hegemonik.

PENDAHULUAN

Tradisi ‘uang panai’ adalah wujud cerminan harga diri seseorang yang bersuku Bugis. ‘uang panai’ ini diterima dan ditentukan oleh pihak perempuan ketika akan menikah. Sehubungan dengan dijadikannya ‘uang panai’ sebagai wujud cerminan harga diri seorang perempuan bersuku Bugis, ‘uang panai’ juga menjadi syarat untuk mendapatkan restu dari orangtua sang perempuan. Suku Bugis adalah salah satu dari empat suku yang ada di provinsi Sulawesi Selatan. Keempat suku itu terdiri dari suku Bugis, suku Mandar, suku Toraja dan suku Makassar. ‘Uang panai’ adalah pemberian materi yang berupa harta atau benda dari pihak calon pengantin pria kepada calon pengantin wanita, tinggi rendah nilai pemberian harta benda tersebut ditentukan dari status pendidikan sampai garis turunan sang calon pengantin wanita.

Tradisi budaya ‘uang panai’ mulai terancam karena pengaruh modernisme dan globalisasi. Oleh karena keunikannya, tradisi ini dibuat film berjudul “‘uang panai’ Maha(r)l”. Film ini diciptakan oleh Sineas Makassar Cinema Production dan dirilis pada pertengahan 2016. Film “‘uang panai’ Maha(r)l” (untuk memudahkan pembacaan, bagian selanjutnya peneliti akan menuliskannya sebagai UPM) menceritakan tentang tokoh bernama Anca. Anca adalah seorang pria yang hendak menikahi pacarnya yang bernama Risna, tetapi niat baik Anca tersebut terhalang karena ‘uang panai’ yang diminta oleh keluarga Risna. Nominal ‘uang panai’ yang disyaratkan oleh keluarga Risna dinilai sangat berat bagi Anca sehingga menciptakan konflik-konflik baru bermunculan. Dari tradisi ‘uang panai’ yang dilihat dalam film ini, juga diperlihatkan kekayaan budaya yang dimiliki Indonesia di mana persilangan antar suku di provinsi yang samapun banyak menemui tantangan. Dengan beragamnya budaya di Indonesia, tidak jarang tradisi yang ada dalam suatu budaya menjadi

penghalang bagi mereka yang ingin bersatu dalam ikatan pernikahan.

Pesan dalam film memiliki makna yang berbeda dari tiap audiensnya tergantung dengan pengalaman hidup masing-masing maka film ini menarik untuk dijadikan objek penelitian karena mengangkat tradisi yang unik dan juga masih diterapkan di tengah era modern seperti sekarang ini. Audiens atau khalayak adalah kumpulan orang-orang sebagai pemirsa ataupun pembaca dari berbagai media contohnya media massa (Mcquail, 1998). Penelitian ini dilakukan oleh peneliti untuk menganalisis resepsi dari audiens yang berlatar belakang dari suku non-Bugis, tetapi bermukim di Kota Makassar Sulawesi Selatan dalam memaknai tradisi ‘uang panai’ setelah menonton film UPM.

Film UPM telah dikaji beberapa peneliti. Abd. Rahman telah meneliti penerimaan khalayak terhadap tradisi ‘uang panai’ dalam Film ‘Uang Panai’ 2016. Penelitian Rahman bertujuan melakukan analisis terhadap penonton film ‘uang panai’ secara mendalam. Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan FGD (*Focus Group Discussion*). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa setiap pendapat dari penonton berbeda-beda, ada yang beranggapan sama dengan yang disampaikan dalam film, tetapi ada juga yang mengatakan bahwa apa yang diperlihatkan di film terlalu berlebihan dibanding dengan kenyataannya.

Film juga telah menjadi bahan kajian penting dari berbagai disiplin dengan beragam tema dan subjek/objek kajian (Izharuddin, 2015; Marsya & Mayasari, 2019; Rao, 2010; Ridhatilla & Sindy, 2013; Supriansyah, 2019). Studi-studi ini menunjukkan betapa pengaruh film dalam kehidupan masyarakat. Film tidak hanya menjadi hiburan, tetapi menciptakan ragam representasi dan budaya seperti media massa pada umumnya (Grossberg et al., 2006).

Analisis resepsi itu sendiri telah banyak digunakan untuk menganalisis film. Lestari (2013) menggunakan analisis resepsi untuk film dokumenter "Danau Begantung", Fathurizki & Malau (2018) menggunakan analisis resepsi untuk mengkaji pemaknaan audiens terhadap film yang mengandung pornografi, Pertiwi et al., (2020) mengkaji bagaimana audiens memaknai konflik keluarga dalam film. Dari sekian banyak analisis resepsi tersebut, belum ada studi yang menghubungkannya dengan etnis atau kesukuan ketika melihat budaya lain. Untuk itu, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengkaji pemaknaan suku Non-Bugis terhadap budaya Bugis, dalam hal ini "uang panai".

KERANGKA TEORI

Teori Resepsi Stuart Hall

Teori resepsi merupakan sebuah teori yang membahas tentang keaktifan audiens atau khalayak dalam memproses pesan dari media contohnya media komunikasi massa. Teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall ini digunakan karena membahas pemaknaan yang disajikan dalam sebuah media, dan teori ini memang digunakan untuk penelitian yang melakukan wawancara secara mendalam untuk pengumpulan datanya. Untuk membahas pemaknaan dari media tersebut, teori resepsi oleh Stuart Hall ini memiliki dua tahapan, yaitu tahap *encoding* dan *decoding*.

Tahap *decoding* adalah proses menerjemahkan pesan-pesan yang dilakukan oleh penerima atau pihak khalayak, bagaimana mereka menerima pesan tersebut dan memiliki arti tersendiri (Morissan, 2015). Menurut Stuart Hall (Morissan, 2015), ada tiga kemungkinan posisi ketika khalayak melakukan proses decoding terhadap suatu media. Pertama, posisi dominan Dominan-Hegemoni (*dominant hegemonic position*). Dalam posisi ini, khalayak melakukan pembacaan atas kode-kode pesan media sesuai dengan yang diharapkan oleh media. Artinya, posisi pembacaan khalayak "sama" dengan pembacaan yang dikehendaki media. Kedua,

posisi Negosiasi. Posisi negosiasi merupakan posisi yang dimana khalayak atau penerima pesan secara keseluruhan mendapat ideologi dominan tersebut, tetapi tidak menerapkannya atau dengan arti lain menolak beberapa penerapan yang disajikan dalam media yang mereka konsumsi. Artinya, khalayak bersedia menerima pesan yang bersifat secara umum tersebut, tetapi tetap melakukan pengecualian jika terdapat perbedaan dengan budaya yang mereka ketahui. Ketiga, Oposisi. Ini adalah proses yang terjadi jika khalayak menolak atau mengkritisi sampai mengganti makna yang disajikan dalam media yang mereka konsumsi. Pada posisi ini, khalayak mengganti makna dari pesan tersebut sesuai dengan pikiran mereka sendiri.

Memahami Audiens sebagai Penonton

Audiens adalah sebutan kolektif bagi penerima pesan dalam proses penyampaian pesan komunikasi massa. Dalam model linear, audiens adalah komunikan dari proses komunikasi massa McQuail (2011). Ada lima karakteristik audiens pada komunikasi massa (Nurudin, 2015). Pertama, audiens berisi berbagai macam individu yang berbagi pengalaman hidup yang mereka alami dan juga dipengaruhi oleh kondisi hubungan sosial yang ada. Hal ini menjelaskan bahwa walaupun apa yang mereka lihat di komunikasi itu sama, tetapi pemaknaan pesan yang mereka terima akan berbeda sesuai dengan pengalaman hidup dan kondisi sosial mereka masing-masing. Kedua, audiens cenderung besar dalam arti jumlah mereka tersebar di beberapa wilayah dan masih dalam jangkauan komunikasi massa. Hal ini berkaitan dengan komunikasi massa yang relatif mudah untuk dijangkau semua audiens walaupun mereka tidak berada dalam satu daerah yang sama. Ketiga, audiens cenderung heterogen di mana mereka tidak hanya berasal dari satu kelas namun berasal dari berbagai macam lapisan hingga kategori sosial. Keempat, audiens disebut cenderung anonim karena mereka pada dasarnya tidak mengenal satu sama lain sebagai sesama audiens dari

suatu komunikasi massa yang sama. Kelima, audiens secara fisik dipisahkan dari komunikator dengan kata lain audiens dipisahkan oleh ruang dan waktu. Berbeda dengan audiens pada pertunjukan secara langsung seperti pertunjukan opera, di mana komunikator atau pemain dalam opera tersebut berada dalam satu tempat yang sama dengan para audiens atau penonton sebagai komunikan.

Seiring berjalannya waktu, konsep audiens yang dulunya hanya dipahami dengan kehadiran fisik manusia dalam satu tempat yang menikmati suatu pertunjukan, sekarang audiens lebih dipahami sebagai massa, pasar atau juga kelompok. Sebagai bentuk dari salah satu media komunikasi massa, film juga memiliki khalayaknya sendiri atau disebut sebagai penonton. Penonton dari suatu film juga dapat disebut sebagai audiens. Sama seperti media massa lainnya, film juga perlu tiga komponen yang meliputi komunikator, pesan dan juga komunikan (Wahyuni, 2014).

Film sebagai Media Komunikasi Massa

Sebagai salah satu media yang memiliki peran untuk menghibur juga memberi edukasi, film menjadi hiburan yang dapat menjangkau semua kalangan baik dari kalangan remaja sampai kalangan orangtua. Dengan adanya audio dan visual yang ada di dalam film, membuat film mudah untuk diterima oleh para penikmatnya. Film merupakan kumpulan berbagai bidang seni seperti seni sastra, seni rupa, seni musik, seni fotografi yang merupakan bahasa komunikasi yang efisien sebab selain bisa melihat visual, audiens juga bisa mendengarkan audio yang keduanya mewakili data yang jelas (Suryanto, H., & Amri, 2018).

Menurut Pratista (2018), film terdiri dari dua unsur pembentuk, yaitu unsur naratif dan unsur sinematik. Unsur naratif jika dijelaskan adalah unsur yang berisi bahan atau materi yang akan dibahas dalam film, sedangkan unsur sinematik adalah unsur yang mencakup model dalam memproduksi suatu film. Film menawarkan audiensnya mengambil pesan

melalui dua bahasa film yaitu antara bahasa suara dan bahasa gambar. Oleh karena itu, pemahaman yang diterima oleh audiens terkait pesan yang ada di dalam film akan berbeda sesuai dari pengalaman hidup mereka masing-masing. Tak jarang film-film mulai mengangkat cerita yang bercerita tentang realitas yang ada. Tamburaka (2018) mengatakan bahwa film-film yang sebenarnya sudah ada adalah bentuk kacaan dari realitas yang ada di sekitaran kita. Film juga terdiri dari tiga jenis, yaitu film dokumenter, film fiksi dan film eksperimental (Pratista, 2018). Film Dokumenter adalah film yang membahas tentang suatu realita yang ada, tidak jarang bentuk film dokumenter berisi rekaman peristiwa itu secara langsung yang biasa berbentuk video mentah kemudian dikemas dengan didukung data-data yang ada seperti hasil wawancara dengan orang terkait dengan peristiwa yang diangkat dalam film. Film dokumenter juga bisa berbentuk hasil rekaan ulang sebuah peristiwa yang pernah terjadi. Film dokumenter sendiri tidak memiliki plot, tokoh protagonist maupun tokoh antagonis, konflik dan juga penyelesaian masalah seperti film fiksi.

Seperti namanya, film fiksi adalah film yang menggunakan cerita di luar kejadian nyata sebagai tiangnya. Berbeda dari film dokumenter, film fiksi memiliki plot, konflik, tokoh protagonist hingga tokoh antagonis yang diperankan oleh aktor maupun aktris. Dalam tahap produksinya, film fiksi relative lebih lama dan lebih kompleks dibanding jenis film lainnya karena film fiksi mencakup banyak komponen yang menggunakan pemain serta kru dalam jumlah yang besar.

Film eksperimental adalah film yang tidak memiliki plot namun tetap memiliki struktur yang mencakup insting subyektif dari sang *film-maker* seperti ide, gagasan, emosi sampai pengalaman hidup mereka. Film eksperimental memang pada umumnya susah dimengerti dan cenderung berbentuk abstrak.

METODE

Teori analisis resepsi digunakan untuk menganalisis pesan-pesan yang terkandung dalam suatu media yang kemudian diolah menjadi pemaknaan baru sesuai dengan pengalaman masing-masing audiens. Sama seperti penjelasan yang disampaikan oleh Sugiyono (2015), inti utama penelitian kualitatif adalah hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Maka dari itu, penelitian kualitatif ini dibantu dengan teori analisis resepsi oleh Stuart Hall dalam menggali pemaknaan audiens dalam menerima pesan dari suatu media.

Film UPM dipilih karena film ini menjelaskan bahwa di era modern seperti sekarang, tradisi budaya Indonesia masih sering dapat ditemukan seperti contohnya tradisi yang dibahas dalam film ini yaitu tradisi 'uang panai'. Semakin bertambahnya waktu, film-film Indonesia yang bertemakan budaya Indonesia pun semakin bertambah. Selain film UPM, film yang bertemakan budaya adat istiadat Indonesia adalah film *Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck*. Film *Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck* mengisahkan tentang seorang pria bernama Zainuddin yang memiliki darah Bugis dari sang ibu, dan darah minang dari sang ayah. Oleh karena itu, Zainuddin dalam masyarakat minang tidak diakui karena dianggap matrilineal. Hal ini dikarenakan karena suku Bugis adalah suku patrilineal yang mengikuti suku dari sisi ayah sedangkan suku minang adalah suku matrilineal yang mengikuti suku dari sisi ibu. Karena suku Zainuddin yang dianggap tidak jelas inilah, yang membuatnya tidak bisa diterima oleh orang tua sang perempuan yang ia cintai bernama Hayati. Hayati adalah perempuan keturunan minang bangsawan yang terpandang.

Penelitian ini dilakukan secara daring karena masih pandemi dengan informan yang ada di Makassar, yaitu dengan melakukan proses wawancara melalui fitur video call di aplikasi Zoom. Wawancara ini dilakukan secara individual dikarenakan antar informan susah untuk menyesuaikan jadwalnya satu

sama lain. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* di mana informan dalam penelitian ini merupakan lima orang yang sudah sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu orang yang sudah menonton film UPM dengan suku non-Bugis dan menetap di kota Makassar.

Pemilihan kriteria suku non-Bugis dalam penelitian ini dipilih selain karena bentuk pembaruan dari penelitian lainnya yang juga membahas tentang tradisi 'uang panai'. Selain itu, disebabkan peneliti ingin mengkaji bagaimana pandangan orang-orang yang bersuku non-Bugis terhadap tradisi ini yang di mana masih sering dilakukan di lingkungan tempat mereka tinggal.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara terstruktur dan teknik wawancara secara mendalam. Jenis wawancara terstruktur adalah jenis wawancara yang peneliti sudah menyusun daftar pertanyaan terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian.

Dokumentasi selama proses wawancara berlangsung dilakukan menggunakan fitur video recorder dari aplikasi Zoom untuk merekam proses selama wawancara berlangsung. Perekaman suara yang sudah otomatis tersimpan dari aplikasi Zoom kemudian ditranskrip sebelum kemudian dilakukan analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sinopsis Film 'uang panai' Maha(r)l

Encoding adalah proses penyampaian pesan dari komunikator, yaitu sang filmmaker yang dikemas dalam sebuah karya film terhadap penontonnya. Dalam penelitian ini, film 'uang panai' Maha(r)l. Pesan yang disampaikan dari pembuat film dapat ditelaah melalui dialog dan adegan-adegan yang ditampilkan oleh aktor dan aktris.

Film *'uang panai' Maha(r)l* adalah film dengan genre roman dan komedi. Oleh karena itu, dalam film ini, tidak selalu membahas tentang tradisi 'uang panai'



Gambar 1. Ayah Anca menyuruh Anca untuk melakukan proses Mammanu'-manu

Sebelum meminang perempuan, sebagai orang yang bersuku Bugis, Ayah Anca mengingatkan Anca untuk melewati proses *Mammanu'manu'*. Dengan proses

Mammanu'manu', kedua belah pihak keluarga bisa menyepakati berapa besar jumlah 'uang panai' yang diminta dari pihak keluarga perempuan.



Gambar 2. Ketika Tumming dan Abu memperkirakan nominal 'uang panai' Risna jika dilihat dari latar belakangnya

Nominal jumlah ‘uang panai’ ditentukan dari kedudukan sang perempuan. Risna adalah seorang lulusan sarjana, sudah haji dan juga keturunan bangsawan. Menurut

teman Anca, dengan segala aspek yang Risna miliki, kemungkinan ‘uang panai’-nya sejumlah dua milyar



Gambar 3. Tante-tante Risna menyebutkan materi perihal ‘uang panai’

Saudara Ibunya Risna atau tante dari Risna mulai memamerkan tentang harta apa saja yang diberi untuk anaknya dalam ‘uang

panai’ Ketika anaknya menikah, maharnya 50 gr emas, sawah dua petak serta beras hingga 15 karung.



Gambar 4. Kemudian tante Risna yang lain menyebutkan nominal ‘uang panai’ yang dianggap keluarga mereka rendah

Salah satu tante Risna memberi tahu jumlah ‘uang panai’ anaknya Ketika menikah dengan menyebutnya “cuma 75 juta”.

Memperlihatkan bahwa nominal 75 juta untuk keluarga Risna saja masih kurang.



Gambar 5. Proses Mammanu'-manu' dari keluarga Anca terhadap keluarga Risna

Proses *Mammanu'manu'* adalah pembahasan awal yang dibahas adalah penawaran nominal 'uang panai' untuk Risna. Terlihat bahwa penawaran pertama oleh keluarga Risna adalah sejumlah dua ratus juta

rupiah. Penawaran pun dilakukan. Akhirnya, nominal akhir yang disetujui oleh kedua belah pihak jatuh di nominal seratus dua puluh juta rupiah.



Gambar 6. Akhir dari proses Mammanu'manu'

Penyampaian akhir dalam proses *Mammanu'manu'* dari pihak keluarga Risna menjelaskan bahwa jika ada orang lain yang berani melamar Risna dengan 'uang panai'

lebih dari yang sudah disebutkan, maka penawar tertinggi tersebutlah yang berhak meminang Risna.



Gambar 7. Penjelasan Ayah Anca tentang tradisi 'uang panai'

Ayah Anca menjelaskan bahwa sebenarnya tradisi 'uang panai' yang dari dulu diterapkan oleh orang-orang Bugis adalah bentuk penghargaan kepada calon mempelai wanita dari calon mempelai pria. Namun sekarang, nominal 'uang panai' disalahgunakan sebagai ajang gengsi.

Risna yang khawatir saat Anca belum juga dapat pekerjaan, akhirnya meminta bantuan sahabatnya, Rifki. Risna berharap Anca dapat diterima di perusahaan Rifki agar dapat memenuhi uang pana' yang diminta keluarga Risna.



Gambar 8. Perselisihan mulai terjadi antara Anca dan Risna

Jumlah 'uang panai' yang diminta keluarga Risna sangat memberatkan Anca. Oleh karena itu, Anca merasa terjebak di dalam hubungan yang tidak kunjung membaik dengan

Risna karena 'uang panai' yang belum dipenuhi Anca.

Orang tua Risna pun lelah menunggu Anca yang belum juga datang untuk membawa sejumlah 'uang panai' untuk meminang Risna. Menurut orang tua Risna, lebih baik Risna cari saja orang lain yang bisa memenuhi jumlah 'uang panai' nya. Dari uraian ini, dapat disimpulkan bahwa "uang panai" yang digambarkan dalam film ini lebih merupakan sebagai syarat yang memberatkan. Bahkan, sebagaimana dapat dilihat dalam relasi berikutnya antara Risna dan Anca, "uang panai" ditampilkan sebagai sumber konflik. Meskipun dalam film tersebut juga digambarkan bahwa Anca sendiri bermasalah karena belum mempunyai pekerjaan. Syarat yang umumnya diberikan kepada pria ketika akan menikahi calon istrinya. Dalam konteks film ini, ketiadaan pekerjaan membuat Anca tidak dapat membayar "uang panai" yang dalam adat Bugis merupakan realisasi penghargaan terhadap perempuan.

Tradisi 'uang panai' sebagai bentuk penghargaan dari calon mempelai wanita

Film *Uang Panai Maha(r)l* merupakan film lokal Indonesia yang mengangkat tema tradisi 'uang panai' dalam suku Bugis sebagai tema utama. Film karya Asril Sani dan Halim Gani Safia menceritakan kisah pasangan yang akan melangsungkan pernikahan namun harus melewati syarat 'uang panai' dari keluarga pihak perempuan yang harus dipenuhi. Tradisi 'uang panai' ini bersifat turun-temurun yang masih dilakukan sampai sekarang bagi kebanyakan orang dengan suku Bugis. Uraian berikut memaparkan posisi pembaca khalayak. Namun, untuk memberikan konteks pembacaan, terlebih dahulu dipaparkan tradisi "uang Panai" dalam suku Bugis.

Dalam tradisi 'uang panai', orang Bugis memandangnya sebagai bentuk penghargaan calon mempelai pria terhadap calon mempelai wanita. Seperti yang terlihat di *scene 1*, Ayah Anca menjelaskan bahwa sebagai orang yang bersuku Bugis sebaiknya melakukan proses *Mammanu'-manu'*, yaitu proses penawaran jumlah 'uang panai' yang

diminta oleh pihak calon mempelai wanita. Besaran 'uang panai' ini ditentukan oleh beragam faktor, terutama kelas sosial calon mempelai wanita. Semakin tinggi kelas sosial calon mempelai wanita, semakin besar pula 'uang panai' yang harus dibayarkan.

Seperti digambarkan dalam film UPM, strata atau tingkat Pendidikan dari calon mempelai wanita mempengaruhi nominal 'uang panai' nya. Semakin tinggi Pendidikan sang wanita, semakin tinggi juga nominal 'uang panai' yang harus dibayarkan oleh calon mempelai pria. Serta penggambaran dari keluarga Risna atau keluarga calon mempelai wanita yang juga dipengaruhi oleh faktor gengsi dalam penentuan nominal 'uang panai'.

Posisi Pembacaan Atas Tradisi 'Uang Panai' dalam Film 'uang panai' Maha(r)l

Posisi Hegemoni Dominan

Posisi hegemoni dominan merupakan posisi yang memiliki penjelasan bahwa penerima pesan atau audiens menerima pesan yang digambarkan oleh media. Di mana penerima pesan atau audiens yaitu informan dalam penelitian ini setuju dalam arti memiliki pengertian yang sama dengan apa yang digambarkan tentang tradisi 'uang panai' dalam film UPM. Dalam penelitian ini, tidak ditemukan informan yang sepenuhnya setuju dengan diberlakukannya tradisi 'uang panai' seperti yang digambarkan dalam film UPM.

Posisi Negosiasi (negotiated position)

Posisi negosiasi merupakan posisi di mana penerima pesan atau audiens secara keseluruhan menerima pembacaan dominan, tetapi tidak menerapkannya atau dengan arti lain menolak beberapa penerapan yang disajikan dalam media yang mereka konsumsi. Dalam arti, audiens menerima pesan yang disampaikan dalam film UPM namun tetap mengecualikan beberapa pesan tersebut.

Dalam penelitian ini, kelima informan yaitu Fadiq, Farra, Tiwi, Kesya dan juga Ical termasuk dalam posisi negosiasi. Dari

wawancara peneliti terhadap informan Farra, Farra sempat mengatakan bahwa 'uang panai' adalah tindakan yang wajar karena 'uang panai' patut didapatkan oleh pihak wanita karena dilihat dari perjalanan hidup wanita itu sendiri. Namun selanjutnya, Farra juga menyebutkan bahwa tradisi 'uang panai' ini sebuah tindakan yang egois karena menurutnya jika dua orang sudah saling jatuh cinta, seharusnya tidak ada hal yang akan memberatkan salah satu pihak. Umumnya yang sering terjadi, akibat tradisi 'uang panai' ini, pihak pria yang diberatkan.

Tiwi punya pendapat lain tentang tradisi 'uang panai' ini. Sesuai pengalaman yang sering ia temui, ia merasa sebaiknya tradisi 'uang panai' ini dihilangkan saja karena banyak memberatkan pihak pria untuk menikahi wanita yang ingin dinikahinya. Ia pun berkata bahwa tradisi 'uang panai' ini seiring berjalannya waktu bukan lagi untuk bentuk untuk menghargai wanita, tetapi sebaliknya hanya untuk 'memeras' pihak pria. Meskipun demikian, Tiwi juga mengatakan bahwa tradisi 'uang panai' ini tetaplah tradisi yang masih harus dilakukan bagi pria manapun yang akan menikahi Wanita dengan suku Bugis.

Berbeda dengan informan sebelumnya, Fadiq, Kesya dan Ical memahaminya secara berbeda meski dalam pembacaan yang sama. Pendapat mereka tentang tradisi 'uang panai' baik di dunia nyata maupun di dalam film UPM pada zaman sekarang ini sudah tidak mengikuti kaidah asli dari diberlakukannya tradisi 'uang panai' tersebut. Hal ini yang membuat Fadiq, Kesya dan juga Ical berada di posisi negosiasi karena mereka sebagai suku Non-Bugis memandang tradisi 'uang panai' sebagai salah satu adat istiadat yang turun temurun dan mereka menganggap sebagai tradisi adalah sah. Namun, dengan perkembangan zaman, menurut ketiga informan, tradisi 'uang panai' sekarang hanyalah dijadikan sebagai ajang gengsi semata.

Dari hasil wawancara, ketiga informan tersebut sepakat bahwa tinggi-rendahnya nominal 'uang panai' yang susah dibayarkan calon mempelai pria karena gengsi saja. Ketiga

informan ini memiliki faktor-faktor yang berbeda mengenai pandangan mereka tentang nominal 'uang panai' yang sebaiknya tidak perlu tinggi hingga ratusan juta. Informan Fadiq menyatakan bahwa beberapa temannya sangat bekerja keras hingga kesusahan demi mengumpulkan 'uang panai'. Bahkan, informan Fadiq, mengatakan bahwa karena ia tahu tentang susahnyanya menembus 'uang panai' ini, ia jadi ragu untuk mendekati wanita dengan suku Bugis.

Informan Kesya dan Ical dipengaruhi oleh faktor keluarga mereka. Kedua informan tersebut sempat merasakan Ketika ada keluarga mereka yang bersusah payah mengumpulkan 'uang panai', tetapi pada kenyataannya akhirnya mereka tahu bahwa tinggi-rendahnya nominal 'uang panai' hanya jadi ajang kaya antar- keluarga satu sama lain. dari wawancara kelima informan.

Posisi Oposisi

Posisi oposisi adalah posisi dimana terjadi jika penerima pesan atau audiens menolak juga mengkritisi sampai mengganti makna yang disajikan dalam media yang mereka konsumsi. Dalam penelitian ini, audiens tidak menerima dan juga mengkritisi tradisi 'uang panai' yang ada di dalam film UPM.

Satu informan yang menolak juga mengkritisi tradisi 'uang panai' ini adalah informan yang bernama Tiwi. Ia merasa tradisi 'uang panai' hanya menyulitkan pihak pria sama seperti yang terjadi di dalam film UPM. Hal itu juga dirasakan oleh beberapa keluarganya. Sejak kecil, ia cukup sering mendengar tentang 'uang panai' khususnya dari keluarga. Pengalamannya menunjukkan bahwa 'uang panai' cukup menyusahkan sehingga tidak perlu diberlakukannya lagi. Terlebih, 'uang panai' ini sampai menjadi keresahan pria yang akan menikahi wanita Bugis. Tiwi setuju bahwa sebaiknya tradisi 'uang panai' ini sudah ditiadakan agar tidak ada yang merasa terbebani untuk menjalankan ibadah menikah.

Dari uraian hasil penelitian ini, tampak bahwa penerimaan informan atas uang panai lebih didasari pada budaya. Hasil penelitian ini karenanya juga menunjukkan pentingnya analisis lintas budaya (Olasz & West, 2012) karena audiens dari budaya yang berbeda memberikan pembacaan yang unik. Analisis ini juga menunjukkan tatanan budaya dalam mempengaruhi resepsi (Roome, 1999)

KESIMPULAN

Wawancaran atas kelima informan menerima pesan yang disampaikan dalam film UPM terkait tradisi 'uang panai', tetapi tetap mengecualikan beberapa pesan tersebut. Dari hasil wawancara mendalam yang sudah dilakukan oleh peneliti terhadap kelima informan, peneliti menemukan faktor yang akhirnya membuat kelima informan berada di posisi yang berbeda dalam mengolah pesan dari media film terkait dengan tradisi 'uang panai' seperti faktor pengalaman dari lingkungan pertemanan dan juga dari lingkungan keluarga.

Ada dua posisi pembacaan, yakni hegemoni -dominan dan oposisi. Umumnya, informan menerima uang panai sebagai tradisi suku Bugis, tetapi menolak bagian-bagian

tertentu karena menyusahkan. Ada pula informan yang menolak uang panai karena selain menyusahkan juga sudah tidak lagi relevan dengan perkembangan zaman. Hal ini terutama karena uang panai telah berkembang menjadi "ajang pamer" di antara keluarga. Nilai dasar diberikannya uang panai sebagai bentuk penghargaan terhadap wanita Bugis yang akan dinikahipun mulai memudar. Perlu dicatat bahwa para informan ini menerima uang tunai karena hal itu merupakan budaya. Umumnya budaya, mereka tampaknya berada pada keyakinan untuk dilestarikan. Oleh karena itu, jika dilihat lebih mendalam, ketersetujuan itu semata karena budaya. Di sini, ada penghargaan atas budaya yang lain sehingga mereka menerima uang panai dalam tradisi suku Bugis.

Penelitian ini menyarankan pentingnya analisis resepsi dengan mengaitnya dengan komunikasi antara budaya. Dengan analisis semacam ini, pemahaman budaya lain di antara anggota masyarakat dapat dipahami dengan lebih baik. Terlebih, dalam masyarakat plural seperti Indonesia. Kajian-kajian semacam ini semakin penting.

DAFTAR PUSTAKA

- Fathurizki, A., & Malau, R. M. U. (2018). Pornografi Dalam Film : Analisis Resepsi Film "Men, Women & Children." *Protvif*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.24198/Ptvf.V2i1.11347>
- Grossberg, L., Wartella, E., Whitney, C., & Wise, M. (2006). *Media Making, Mass Media In Popular Culture* (Second Edi). Sage Publications.
- Izharuddin, A. (2015). The Muslim Woman In Indonesian Cinema And The Face Veil As 'Other'.' *Indonesia And The Malay World*, 43(127), 397-412. <https://doi.org/10.1080/13639811.2015.1033162>
- Lestari, M. A. (2013). Analisis Resepsi Terhadap Film Dokumenter "Danau Begantung" Di Lanskap Katingan-Kahayan. *Interaksi Online*, 6(1), 1-15. <http://eprints.undip.ac.id/59200/>
- Marsya, U., & Mayasari, F. (2019). Cara Perempuan Memandang: Female Gaze Dan Seksualitas Perempuan Dalam Perspektif Sutradara Perempuan Nia Dinata. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 3(2), 127-137. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/download/5598/3804>
- Mcquail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.

- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa (Edisi Revisi)*. Kencana Perdana Media Group.
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada.
- Olasz, I., & West, M. G. (2012). Follow The Reader:: New Views And Inquiries In Reception Studies. *Reception: Texts, Readers, Audiences, History*, 4, 1–16.
- Pertiwi, M., Ri'aeni, I., & Yusron, A. (2020). Analisis Resepsi Interpretasi Penonton Terhadap Konflik Keluarga Dalam Film "Dua Garis Biru." *Jurnal Audiens*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.18196/Ja.1101>
- Pratista, H. (2018). *Memahami Film*. Montase Press.
- Rao, S. (2010). "I Need An Indian Touch": Glocalization And Bollywood Films. *Journal Of International And Intercultural Communication*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.1080/17513050903428117>
- Ridhatilla, T., & Sindy, A. (2013). *The Male Gaze In Chicago Film (2002)*. 02(01), 69–76. [http://journal.unair.ac.id/ALLUSION@The-Male-Gaze-In-Chicago-Film-\(2002\)-Article-7723-Media-95-Category-8.html](http://journal.unair.ac.id/ALLUSION@The-Male-Gaze-In-Chicago-Film-(2002)-Article-7723-Media-95-Category-8.html)
- Roome, D. M. (1999). Global Versus Local: "Audience-As-Public" In South African Situation Comedy. *International Journal Of Cultural Studies*, 2(3), 307–328. <https://doi.org/10.1177/136787799900200302>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&B*. Alfabeta.
- Supriansyah, S. (2019). Representasi Liquid Religion Kelas Menengah Muslim dalam Film Islami Pasca Orde Baru. *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 17(1), 53. <https://doi.org/10.18592/khazanah.v17i1.2689>
- Suryanto, H., & Amri, M. (2018). Film as cultural diplomacy assets. *CAPTURE: Jurnal Seni Media Rekam*, 9(2), 47–55.
- Tamburaka, A. (2018). *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Raja Pers.
- Wahyuni, I. N. (2014). *Komunikasi Massa*. Graha Ilmu.

