



Preman Pensiun dan Kuasa Agama: Semiotika Visual Komunikasi Religius dalam Episode “Kembali Ke Fitri”

Dudi Rustandi^{1*}, Anna Noviana²

¹Ilmu Komunikasi Telkom University

² Politeknik LP3I

*Email : drustandi@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

The Preman Pensiun cinema in the episode Return to Fitri has vital elements of the pull of religion so that humans return to Him. The purpose of this study is to interpret cultural signs visually. Using a critical paradigm with a visual semiotic method that is both structural and poststructural, the researcher uses a post-semiotic approach rooted in postmodernism to interpret the image that the author refers to from the Sinema Preman Pensiun episode of Return to Fitri. The study's results, from the perspective of structural visual semiotics, show that the power of religion is clearly depicted in the scenes played by Muslihat and Ujang figures. However, in the post-semiotic perspective, the pull of religion is a method of capitalism to influence or grip the minds of the audience so that they are interested in being part of the film (the audience). This research is expected to impact researches on communication semiotics that continue to develop and on da'wah communication in general, which the authors define as religious communication in the context of a critical paradigm.

Keywords : *Film; visual semiotic; religious communication; Postsemiotika*

ABSTRAK

Sinema *Preman Pensiun* dalam episode *Kembali ke Fitri*, memiliki unsur-unsur kuatnya tarikan agama agar manusia kembali kepada-Nya. Tujuan dari penelitian ini untuk menafsirkan tanda budaya secara visual. Menggunakan paradigma kritis dengan metode semiotika visual yang struktural sekaligus poststruktural, peneliti menggunakan pendekatan postsemiotika yang berakar pada postmodernisme untuk menafsirkan gambar tersebut yang penulis rujuk dari Sinema *Preman Pensiun* episode *Kembali Ke Fitri*. Hasil penelitian, dari perspektif semiotika visual yang struktural menunjukkan kekuatan agama tergambar dengan jelas dalam scene yang diperankan oleh tokoh Muslihat dan Ujang. Namun dalam perspektif postsemiotika, tarikan agama tersebut merupakan suatu metode kapitalisme untuk memengaruhi atau mencengkram pikiran khalayak agar tertarik terlibat menjadi bagian dari film tersebut (penonton). Penelitian ini diharapkan dapat

Preman Pensiun dan Kuasa Agama: Semiotika Visual Komunikasi Religius dalam Episode “Kembali Ke Fitri” berdampak terhadap penelitian-penelitian semiotika komunikasi yang terus berkembang serta terhadap komunikasi dakwah secara umum yang penulis terminologikan dengan komunikasi religius dalam konteks paradigma kritis.

Kata Kunci: Film; Semiotika Visual; Komunikasi Religius; postsemiotika.

PENDAHULUAN

Preman Pensiun menjadi salah satu sinema elektronik (Sinetron) yang digemari oleh masyarakat. Salah satu barometer dalam mengukur kegemaran masyarakat terhadap sinetron tersebut adalah ratingnya yang selalu berada pada posisi yang cukup tinggi. Bermula pada tahun 2015, menjadi musim pertama penayangan *Preman Pensiun* di layar kaca, sekaligus pengenalan dunia preman yang berlatar Bandung dengan menceritakan pensiunnya preman penguasa jaringan preman di Bandung. Berlanjut ke musim berikutnya, preman pensiun lima yang berakhir tayang pada tahun 2020.

Berdasarkan pengamatan Rustandi (2021) Sinetron *Preman Pensiun 2020* masuk ke dalam daftar sepuluh besar sinetron dengan rating yang tinggi. Hal ini mengalahkan sinetron religi populer lainnya karena beberapa kali masuk rating sepuluh besar, yaitu *Para Pencari Tuhan*, yang pada tahun 2020 tidak masuk kategori 10 besar.

Walaupun untuk sinetronnya berhenti pada musim ke-5, tahun 2020, namun setiap tahunnya selalu menyajikan episode khusus sampai tahun 2022. Pada tahun 2021 menayangkan episode khusus *Kembali ke Fitri* dan *Manusia Merdeka* yang tayang pada bulan Agustus. Sedangkan pada tahun 2022 menayangkan episode *Menunggu Senja*. Setiap episode khusus, cerita preman pensiun masih memiliki jalinan cerita dengan episode regular musim kelima yang berhenti tahun 2020.

Salah satu alur pada musim kelima tersebut adalah menceritakan usaha Kang Muslihat yang maju, dibumbui oleh kisah Cinta Ujang dan Serena, sekaligus merenggangnya hubungan Ujang dan isterinya karena saat menikah tidak didasari oleh Cinta tapi karena dijodohkan. Tokoh sentralnya, Kang Muslihat sudah memperlihatkan kemajuan usahanya dalam memproduksi kripik kicimpringnya. Salah satu alur cerita dalam preman pensiun kelima tersebut juga adalah usaha Kang Muslihat mewujudkan renovasi masjid di kampung halamannya, Pasirwangi Garut.

Pada episode khusus *Idulfitri* tahun 2021, usaha Kang Muslihat untuk merenovasi masjid betul-betul terwujud. Kang Mus pun semakin tertarik ke dalam domain keagamaan yang sangat kuat. Walaupun tidak berbicara dakwah secara verbal, akan tetapi sisi-sisi kemanusiaan yang memiliki kecenderungan beragama sangat jelas. Pada sisi lain, Ujang mulai berusaha untuk merekatkan kembali hubungan dengan isterinya, Fitri.

Scene demi scene tersebut menjadi fokus dalam penelitian yang penulis

lakukan dengan menggunakan paradigma kritis dengan menggunakan pendekatan semiotika, khususnya semiotika visual dengan pendekatan postmodernisme. Bagaimana postmodernisme memandang narasi visual dalam relasinya dengan agama? Menggunakan pembacaan dari Michel Foucault, riset teks media ini mengkaji secara kritis bagaimana relasi teks dengan agama memiliki jalinan yang kuat sebagai kuasa agama. Karena pada dasarnya, manusia tidak bisa lepas dari agama.

Penelitian-penelitian sejenis, sudah banyak dilakukan baik terkait dengan film, semiotika, ataupun terkait dengan dakwah. Begitu juga penelitian tentang Dakwah secara simbolik yang menggunakan analisis semiotika. Untuk membedakan antara penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya, maka penulis akan menguraikan beberapa penelitian sejenis dalam rentang waktu kurang lebih 10 tahun terakhir.

Penelitian tentang semiotika dalam film diteliti oleh Supiandi (2020). Film tersebut mengangkat sepak terjang tokoh Islam dengan judul *Sang Kyai*. Tujuan penelitiannya menggali informasi tentang dakwah dalam film tersebut melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Berdasarkan hasil penelitiannya, film tersebut sarat dengan pesan dakwah. Proses dakwah yang terjadi di dalam film ini adalah tentang suri teladan seorang kiai Hasyim Asyari yang begitu dikagumi oleh para santri pondok pesantren Tebu Ireng, begitu juga dikagumi oleh sahabat dan keluarganya. Pertama, Film ini menekankan pada tiga pesan dakwah; akidah, akhlak dan pesan syariat. Kedua, Hubungan antar sesama manusia dan dengan Tuhan juga menjadi nilai yang diangkat dalam film tersebut. Ketiga, symbol-simbol yang mengandung pesan dakwah ditunjukkan dengan cara berpakaian, tutur kata, sikap yang sopan santun, hormat kepada orang tua dan guru, serta berjihad di Jalan Tuhan.

Penelitian tentang semiotika film dakwah telah banyak dilakukan penelitian seperti dilakukan oleh Mustofa, Wuryan, Rahmayeni (2021) yang mengangkat film *Tilik* sebagai objeknya. Tujuan dari penelitian film viral tersebut untuk menggali makna pesan dakwah. Menggunakan penelitian Pustaka dengan pendekatan semiotika Roland Barthes, menekankan pada dua tingkat makna, yaitu denotasi dan konotasi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa film *Tilik* terdapat pesan dakwah yang meliputi akidah, syariah, dan akhlak yang dapat menjadi pelajaran bagi masyarakat.

Penelitian lain tentang semiotika, khususnya semiotika postmodernisme dilakukan oleh Fitrianti (2021). Ia mengangkat isu kecantikan dalam Iklan Dove yang memosisikan perempuan sebagai objek tanda yang seringkali terjadi hiperrealitas. Penelitian Fitrianti dimaksudkan membongkar simulasi Bahasa yang digunakan media dan mengetahui hiperrealitas dalam membentuk pola pikir penonton. Menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan semiotika postmodernisme teori simulasi Jean Baudrillard hasil penelitiannya

Preman Pensiun dan Kuasa Agama: Semiotika Visual Komunikasi Religius dalam Episode “Kembali Ke Fitri” menunjukkan: pertama, simulasi dalam tayangan iklan dilakukan dalam berbagai bentuk, selain Bahasa juga teknologi citra. Simulasi menggiring pola pikir penonton seolah iklan tersebut nyata. Kedua, hiperrealitas terjadi akibat proses simulasi iklan menjadi konsumsi yang banal dengan tetap menjual produk, bukan edukasi kecantikan.

Sedangkan yang mengkaji pendekatan semiotika visual dilakukan oleh Ismanto (2018) terhadap budaya selfie pada media sosial. Penelitian ini membahas eksistensi individu yang dikonstruksi berdasarkan budaya visual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas budaya selfie sebagai bagian dari perubahan sosial masyarakat urban. Berdasarkan hasil penelitian Ismanto, praktik selfie tersebut merupakan praktik baru dalam cyberculture dan budaya visual yang menunjukkan eksistensi diri melalui narsisme. Masyarakat saling beradu eksistensi dengan media sosial yang berobjekkan wisata dan kesenian.

Penelitian-penelitian yang menggunakan objek Preman Pensiun cukup banyak dilakukan oleh para peneliti, misalnya penelitian tentang Bahasa dilakukan oleh Fauzia, Haryadi, dan Sulistyaningrum (2019). Penelitian tersebut bertujuan mendeskripsikan jenis, fungsi, dan efek tindak tutur direktif dalam Preman Pensiun dengan menggunakan pendekatan pragmatic deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sinetron tersebut memiliki berragam tuturan. Tindak tutur yang ditemukan adalah tindak tutur langsung, tindak tutur tidak langsung, tindak tutur harfiah, dan tindak tutur tidak harfiah. Fungsi tindak tutur direktif yang ditemukan bersifat menyeluruh, meminta, menyarankan, memaksa, mengajak, menantang. Efek yang dihasilkan bersifat negatif dan positif.

Berdasarkan penelitian-penelitian di atas, terdapat perbedaan baik dari sisi objek ataupun pendekatan teori. Objek penelitian tersebut beragam mulai dari film, gambar, iklan. Sedangkan penelitian ini fokus pada iklan. Begitu juga dari sisi pendekatan, ada sisi kesamaan karena menggunakan metode semiotika visual pada salah satu penelitian, namun pendekatan teori yang digunakan pada penelitian ini menekankan pada pendekatan postsemiotika yang basisnya merujuk pada teori postmodernisme. Sedangkan pada pendekatan postmodernisme pada penelitian sebelumnya menggunakan teori Jean Baudrillard. Dengan demikian, terdapat kebaruan dalam penelitian yang penulis lakukan terhadap film karya Aris Nugraha tersebut. Jenis penelitian lain yang menggunakan objek Preman Pensiun walaupun terdapat penelitian semiotika, namun tidak menggunakan metode semiotika visual, begitu juga pendekatannya tidak menggunakan pendekatan postsemiotika. Sisi lainnya, paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis yang tidak digunakan oleh penelitian-penelitian terdahulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Religious dalam Film *Preman Pensiun*

Secara genre, *Preman Pensiun* tidak termasuk ke dalam film dakwah. Simbol-simbol budaya agama dalam *Preman Pensiun* berbeda, misalnya dengan sinetron bertema agama atau dakwah seperti *Para Pencari Tuhan* yang simbol-simbol agamanya selalu muncul; Ayat Al-Qur'an, pesan-pesan dakwah secara verbal, peci, ustadz, baju takwa, pesantren, atau masjid yang menjadi salah satu latar utama dalam sinetron tersebut. *Preman Pensiun* termasuk ke dalam genre komedi situasi, seperti halnya karya yang telah dibuat sebelumnya atau satu genre dengan sinetron tersebut, seperti sitcom *Tukang Ojeg Pengkolan*.

Preman Pensiun, sejak awal kemunculannya, tidak menghadirkan symbol tersebut. Tetapi lebih kepada menyusun kembali kehidupan mantan preman ke dalam kehidupan yang normal; tidak menjadi calo, tidak menjadi penjaga keamanan illegal, tidak menjadi bodyguard bayaran, dan lain sebagainya. Walaupun untuk kembali ke dalam kehidupan kebanyakan manusia lainnya tersebut melalui jalan cerita yang Panjang. Sampai akhirnya, Muslihat atau Kang Mus, bercita-cita ingin merenovasi masjid di kampungnya di Garut.

Sejak bertekad untuk berhenti dari pekerjaan preman, Kang Mus mencoba membuat usaha dan kembali ke kampung halamannya tersebut. Dalam proses ini, cukup banyak tanda-tanda penghayatan kehidupan Kang Mus yang lekat dengan spiritualitas atau kehidupan Relijius.

Pada episode khusus *Idulfitri, Kembali Ke Fitri*, penghayatan kehidupan sebagaimana manusia pada umumnya tersebut tidak hanya terjadi pada Muslihat juga Ujang. Ujang berusaha membangun atau memperbaiki kembali hubungan dengan isterinya, Fitri. Suasana nyaman berhubungan dengan Serena, walaupun tanpa status, harus diakhirinya dengan tegas, demi mendapatkan keutuhan keluarga. Hal ini tidak terlepas dari sosok Muslihat, yang tidak ingin melihat mantan anak buahnya, yang telah dianggap keluarganya sendiri hidup hancur berantakan. Objek gambar yang akan dikaji dalam penelitian ini fokus pada dua tokoh utama, yaitu Muslihat dan Ujang yang menjadi tokoh dan latar utama cerita episode *Kembali ke Fitri*. Berdasarkan scene yang muncul, adegan-adegan yang akan dijadikan sebagai bahan analisis merupakan adegan yang berhubungan dengan dua hal. Pertama adalah Muslihat yang melihat masa depannya. Bagaimana penghayatan Muslihat terhadap agama yang dianutnya, khususnya saat memandang soal masjid. Kedua soal Ujang dan isterinya yang menjadi madrasah bagi anak-anaknya. Maka akan ada tiga plot utama yang akan penulis jadikan objek analisis utama yaitu saat Muslihat berhubungan dengan agama, kedua saat

Berdasarkan hasil observasi terhadap film tersebut, terdapat beberapa scene khususnya potongan dari scene-scene sebagai dasar dari pembacaan

Preman Pensiun dan Kuasa Agama: Semiotika Visual Komunikasi Religius dalam Episode “Kembali Ke Fitri” semiotika visual, sejak menit-menit awal hingga menit terakhir. Potongan objek gambar tersebut memiliki nilai semiotika visual yang menekankan pada motivasi. Sebagaimana yang ditulis oleh Eriyanto (2019), semiotika visual berbasis pada semiotika sosial, bukan semiotika murni. Semiotika sosial melihat tanda dari sisi pengguna tanda. Semiotika sosial melihat manusia sebagai pembuat tanda yang secara aktif mengonstruksi tanda-tanda. Jika semiotika murni makna bersifat arbitrer, dalam semiotika sosial makna bersifat motivasi. Artinya bahwa semiotika visual memiliki motivasi bagaimana makna tersebut dibuat.

Hal tersebut dapat dicermati dari tayangan Preman Pensiun yang semakin bertambah usia penayangan semakin matang cara melihat masa depannya. Misalnya pada episode Preman Pensiun Kembali Ke Fitri. Persoalan-persoalan yang disuguhkan bukan lagi mencari penghasilan, tapi bagaimana hidup tertib, teratur, dan visioner untuk masa depan sesungguhnya. Masa depan tersebut bukan masa depan di dunia, tapi perilaku dunia yang bisa menyelamatkan masa depan akhirat. Scene ini memiliki makna yang sangat futuristik atau eskatologis. Karena dalam kepercayaan masyarakat muslim, masa depan sesungguhnya adalah akhirat kelak.

Fitri sendiri dalam konteks episode Preman Pensiun ini memiliki dua konteks, pertama nama seseorang, yaitu nama isteri Ujang, yang kedua suatu kata dalam Islam yang berarti suci. Momentum yang tidak dapat dibuang dari episode tersebut adalah bertepatan dengan hari raya idulfitri. Karena episode Kembali ke Fitri, penayangannya bertepatan dengan hari raya Idulfitri. Kembali ke Fitri berarti kembali ke kesucian jiwa, karena jiwa telah dibersihkan atau ditebus dengan berbagai macam amalan; puasa, bersedekah, sholat tepat waktu, mengaji Al-Qur’an, sholat malam, dan amalan lainnya yang dianjurkan selama bulan puasa. Amalan-amalan tersebut, pada jam menjelang sholat ied ditutup dengan zakat fitrah, yaitu zakat yang berhubungan dengan penebusan dan pembersihan jiwa manusia. Menurut Zainuddin (2020) pada masa idulfitri, manusia digolongkan oleh Allah menjadi orang yang mendapat kemenangan dan kembali ke fitrahnya semula. Selain itu, pada Ramadhan ini ditutup dengan saling memaafkan. Selama Ramadhan sendiri, sebelum masuk pada masa Fitri, umat Islam memasuki berbagai fase Ramadhan; rahmat, pengampunan, dan pembebasan (Zainudinm, 2020).

Terkait dengan terminologi religious, penulis menggunakannya untuk menggambarkan penghayatan beragama seseorang sebagai bagian dari cara berkomunikasi seseorang dengan masa depannya. Komunikasi religious merupakan suatu bentuk komunikasi yang mengontekstualisasi terjadinya komunikasi antara komunikator dengan komunikan seperti antara Tuhan dan rosulnya, antara nabi dan pengikutnya, antara imam dan jamaahnya. Isinya pun merupakan pesan atau ajaran agama, ada yang langsung ayat ada pula yang berupa interpretasi dari yang menyampaikan. Berdasarkan pengemasannya, cara

menyampaikan dimulai dan diakhiri dengan doa, dikuatkan dengan dalil.

Menurut Agus, sebagaimana dikutip oleh Rustandi (2012), dalam masyarakat berkembang dan maju, pesan keagamaan atau ajaran agama banyak pula yang disampaikan dengan mengikutsertakan pendekatan rasional, seperti bagaimana menyampaikan pesan religious melalui kesahatan dan lain sebagainya. Melalui episode Kembali ke Fitri, pada dasarnya preman pensiun sedang melakukan komunikasi religious karena terdapat pesan-pesan keagamaan. Khususnya yang diwakili oleh sosok Muslihat. Komunikasi religious tampak dari cara Muslihat memandang masa depannya melalui keinginnya merenovasi masjid. Tanda-tanda keagamaan dalam film tersebut bukan hanya Masjid, juga Peci, Koko, serta keluarga yang digambarkan pada sosok Ujang.

Berikut adalah potongan gambarnya:



Sumber: Youtube RCTI

Gambar 1 Muslihat memandang masjid

Berdasarkan gambar tersebut, secara visual sosok Muslihat yang menggunakan baju koko, peci putih, dan sarung tampak memandang masjid. *Scene* pada menit ke 13.03 ini menceritakan tentang rencana renovasi masjid. Muslihat sebagai tokoh utama dalam cerita ini memandang masjid yang telah lama direncanakan untuk direnovasi. Walaupun masjidnya tampak dekat, namun pandangan Muslihat tampak sedikit menengadahkan, menunjukkan jika pandangannya menerawang jauh ke depan. Maka, peneliti bisa membaca makna yang dalam dari *scene* ini, Muslihat tidak hanya melihat bagaimana renovasi masjid kecil tersebut, tapi juga bagaimana masa depan dirinya ke depan. Masa depan sesungguhnya di kampung akhirat. Filsafat Islam, terdapat tema eskatologi yang mengkaji masa depan manusia setelah manusia menyelesaikan hajat hidupnya di dunia. Apa yang dialami oleh Muslihat, dengan tatapan yang seakan tidak menapak pada dunia, walaupun ia seperti memandang Masjid, namun dapat ditafsirkan sedang memandang masa depannya sendiri secara eskatologis.

Merujuk pada konsep semiotika visual yang berbasis pada semiotika sosial,

Preman Pensiun dan Kuasa Agama: Semiotika Visual Komunikasi Religius dalam Episode “Kembali Ke Fitri” dalam hal ini tanda Bahasa yang direpresentasikan dalam gambar menjalankan fungsi: *Pertama*, sebagai Bahasa komunikasi, *kedua*, penggunaan Bahasa selalu terkait dengan konteks, dan *ketiga*, pengguna Bahasa menggunakan segala sumber yang dimiliki untuk berkomunikasi. Berdasarkan fungsi Bahasa visual tersebut, terdapat tiga aspek fungsi Bahasa visual, yaitu: ideasional atau representasi, interpersonal, dan tekstual (Eriyanto, 2019). Berikut hasil pengolahan dari gambar di atas terkait dengan semiotika visualnya:

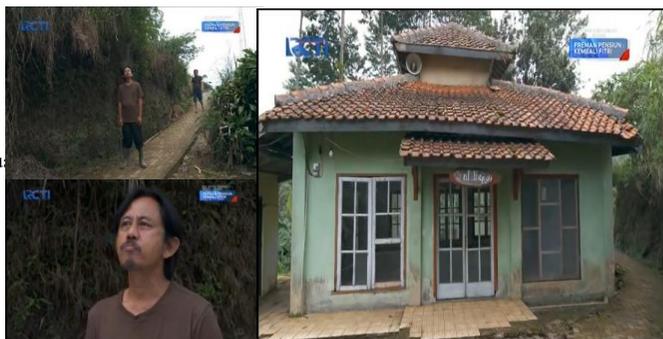
Tabel 1
Metafungsi Visual

| Aspek | Metafungsi | | |
|----------------------------|--|---|--|
| | Ideasional | Interpersonal | Tekstual |
| Baju yang dikenakan | Muslihat dan Sobri sama-sama mengenakan peci, baju koko, dan sarung sebagai pakaian ‘formal’ untuk beribadah | Warna dan jenis peci, koko, dan sarung antara Muslihat dan Sobri berbeda. | Sama-sama mengenakan pakaian ‘formal’ untuk beribadah |
| Anggota badan | Tatapan mata Muslihat ke Masjid yang diniatkan untuk direnovasi. | Dua orang yang berada dalam scene/ gambar, yang satu melihat masjid yang satu bertanya. | Posisi Muslihat berada lebih dekat dengan masjid dan berada di depan Sobri. Sobri sebaliknya, berada di belakang Muslihat. |

Sumber: Hasil olahan peneliti

Scene lainnya, yang menunjukkan keterikatan yang kuat dengan unsur religious, walaupun tidak selalu menggunakan symbol-simbol agama seperti baju koko, peci, dan sarung, namun secara visual menunjukkan tarikan yang kuat dari masa depannya atau eskatologi manusia. Pada gambar di bawah, sosok Muslihat kembali memandangi jauh ke masjid.

Anida (Aktu



Sumber: Youtube Official RCTI

Gambar 2 Muslihat memandang Masjid

Tabel 2

Metafungsi visual Gambar 2

| Aspek | Metafungsi | | |
|----------------------------|-------------------------------------|--|---|
| | Ideasional | Interpersonal | Tekstual |
| Baju yang dikenakan | Muslihat kaos oblong dan sepatu bot | Baju dan warna baju berbeda dengan pakaian formal beribadah. | Tidak menggunakan pakaian formal untuk beribadah. |
| Anggota badan | Tatapan mata Muslihat ke Masjid | Seorang Muslihat yang menatap jauh dan dalam | Posisi Muslihat lebih jauh dari masjid dibanding scen sebelumnya. |

Cara Muslihat memandang masjid dengan menengadiah tersebut tidak hanya terjadi satu kali *scene* dalam dalam beberapa *scene*. Secara naratif, pengulangan ini menunjukkan tekanan pesan yang ingin disampaikan oleh film tersebut. Tentang masa depan sesungguhnya umat manusia. Dalam Bahasa visual, gambar memiliki tata bahasanya sendiri. Karena metode visual merujuk semiotika sosial dan semiotika sosial bicara Bahasa dalam konteks yang luas, tidak hanya dalam Bahasa secara aturan baku. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Eriyanto (2019) Bahasa gambar yang menggunakan pendekatan semiotika sosial merujuk pada situasi dan konteks kultural. Konteks merujuk pada norma dan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat. Agama yang menjadi salah satu inspirasi yang menghasilkan budaya beragama, direpresentasikan dalam sejumlah tindakan kebudayaan beragama. Dalam konteks komunikasi, representasi tindakan beragama ini didefinisikan sebagai komunikasi religious. Sebagaimana ditulis oleh Rustandi (2012) suatu tindakan masyarakat yang didominasi oleh kepercayaan kepada sesuatu yang gaib yang diungkapkan dalam ritual, baik pribadi, ataupun kolektif.

Masih menurut Rustandi, mengutip dari Agustian (2001), dalam komunikasi religious, menekankan pada cara seseorang agar bisa mempersepsi secara tepat, bergantung pada pengaruh literatur, prasangka negative, pengaruh

Preman Pensiun dan Kuasa Agama: Semiotika Visual Komunikasi Religius dalam Episode “Kembali Ke Fitri” prinsip hidup, pengaruh pengalaman, pengaruh kepentingan, pengaruh sudut pandang, dan pengaruh perbandingan. Komunikasi religius berkaitan dengan cara penghayatan beragama seseorang, yang menyangkut symbol, keyakinan, nilai, dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual (Agus, 2006). Oleh karena itu, terkait dengan symbol, nilai, dan perilaku tersebut tergambar dari sosok Muslihat.

Perspektif komunikasi visual terdapat tiga konsep untuk menjelaskan posisi tersebut, pertama vector (Erianto, 2019). Dalam konteks tersebut, vektor apa yang dilakukan oleh Muslihat yang melihat masjid namun seolah melihat lebih jauh lagi di belakang masjid, yaitu masa depannya kelak. Pandangan mata Muslihat tampak mencolok karena tidak hanya melihat secara fisik keadaan masjid tersebut. Jika disandingkan antara cara Muslihat melihat dengan posisi masjid maka caranya melihat terlalu menengadahkan, seolah ia sedang melihat jauh melewati masjid tersebut. Mata sebagai alat vektor memiliki fungsi mengalihkan pandangan khalayak, dalam hal ini peneliti atau penonton secara umum. Selain posisi wajah dan mata juga pandangan Muslihat. Tatapan mata Muslihat memiliki makna yang penting karena memperlihatkan interaksi antara aktor dalam gambar dengan khalayak. Padahal jika diposikan satu figura, posisi Muslihat lebih tinggi dibanding masjid akan tetapi ia melihat masjid secara menengadahkan.

Sedangkan arah tangan Muslihat seakan terjatuh pasrah tanpa usaha, misalnya menunjuk, mengepal atau lainnya. Jika dikaitkan dengan komunikasi religius, posisi Muslihat yang telah bertaubat, pensiun dari pekerjaannya sebagai preman, ingin memasrahkan diri kepada pemiliknya yaitu Tuhan, Allah. Merenovasi masjid menjadi sarana untuk menunjukkan kepasrahannya atas taubat yang dilakukannya. Pada gambar bawah, Muslihat juga tampak menengadahkan ke atas, lebih tepatnya ke atas gening, seakan ada masa depan dirinya di sana.

Unsur kedua semiotika visual dalam komunikasi religius ini adalah representasi naratif. Menurut Eriyanto (2019) dalam representasi naratif terdapat beberapa unsur, pertama adalah transitif. Transitif ditentukan oleh Vektor. Seperti dijelaskan di atas, vektor dalam film tersebut sudah muncul seperti dijelaskan dan divisualkan dalam gambar. Artinya, dalam film tersebut terdapat aktor yang merepresentasikan proses Muslihat melihat masjid dengan menengadahkan dan tajam. Hal ini juga sekaligus sebagai proses yang merepresentasikan struktur naratif yang mewakili Bahasa gambar. Gambar menunjukkan suatu kegiatan dari partisipan (aktor) untuk mencapai tujuan tertentu. Dan gambar tersebut menunjukkan suatu kondisi tanpa tergambar kegiatan yang dilakukan oleh aktor (sirkumtasi) (Eriyanto, 2019). Jika merujuk pada gambar Muslihat, Sobri, dan masjid. Muslihat berposisi sebagai aktor, Sobri berposisi sebagai reactor, dan masjid berposisi sebagai tujuan.



Sumber: Youtube RCTI Official

Gambar 3 Muslihat baru selesai sholat berjamaah dan melakukan panggilan telepon kepada Ujang.

“Kembali ke Fitri” tidak hanya bercerita tentang kembalinya manusia yang diperankan oleh sosok Mus ke dalam agama, juga kembalinya sosok Ujang kepada keluarga, yaitu kepada isterinya yang bernama Fitri. Beberapa *scene* menunjukkan upaya ujang yang ingin merajut kembali rumah tangganya. Sebagaimana yang ditegaskan oleh Muslihat kepada Ujang tentang pentingnya keluarga. Ujang pun memulai membuka dialog dengan Fitri yang selama ini berkomunikasi secara dingin. Ujang hanya memenuhi kewajiban sebagai suami dari sisi fisiologis dan Fitri pun hanya memenuhi kewajiban sebagai isteri dari sisi tanggung jawab seorang ibu dan isteri, menyiapkan kebutuhan fisiologis di rumah. Dialog yang dimulai oleh Ujang menjadi pembuka awal merajut kembali rumah tangganya yang dingin.

Pembukaan dialog awal oleh Ujang terhadap Fitri merupakan upaya membangun komunikasi yang selama ini terputus. Walaupun canggung, Fitri

Preman Pensiun dan Kuasa Agama: Semiotika Visual Komunikasi Religius dalam Episode “Kembali Ke Fitri” menyambut dialog tersebut dengan bertanya secara diplomatis. Setelah bertanya kepada anaknya, Ujang bertanya kepada Fitri,” Bunda mau dibawa apa?” lalu dijawab oleh Fitri,” Biasanya juga kan tidak,”. Walaupun, riset ini bukan merupakan riset naratif, namun gambaran naratif tetap diperlukan untuk membangun konteks visual dalam gambar yang akan diterjemahkan atau ditafsirkan.

Berikut gambaran visualnya:



sumber: Youtube RCTI Official

Gambar 4 Kolase Ujang memulai Percakapan

Tabel 2

Metafungsi visual Gambar 2

| Aspek | Metafungsi | | |
|-----------|---------------------|------------------|------------|
| | Ideasional | Interpersonal | Tekstual |
| Baju yang | Ujang dan anak laki | Model baju Ujang | Model baju |

| | | | |
|----------------------|---|---|---|
| dikenakan | mengenakan kaos berkerah, Fitri mengenakan krudung kuning, anaknya dress kuning. | dan anak lelaki sama, pada scene kiri atas, warna rok Fitri dan dress anak tampak sama. | laki-laki sama, dan warna baju perempuan memiliki irisan. |
| Anggota badan | Ujang dan Fitri tidak bertatap-tatapan saat bertemu di meja keluarga atau meja makan. | Ujang mulai bertanya dengan menatap dan Fitri mulai menatap Ujang sambil menjawab. | Posisi Ujang dan Fitri terhalang anak. |

Perspektif komunikasi, apa yang dilakukan oleh Ujang merupakan upaya untuk meningkatkan komunikasi keluarga (Susanto, 2019), yaitu membuka jalur komunikasi untuk sejumlah alasan, yang menyebabkan anggota keluarga merasa nyaman atau bisa juga sebaliknya menjadi merasa terisolasi. Waktu yang dipilih relative tepat karena pada saat berkumpul. Komunikasi antarpersonal yang berbasis pada psikologi atau kejiwaan manusia merupakan salah satu pilar dalam membangun keluarga, seperti dinyatakan oleh Abidin (2012) bahwa kesehatan psikologis ini menjadi pilar dalam membangun keluarga. Karena keluarga sendiri menjadi ujung tombak dalam membangun suatu bangsa. Karena melalui keluargalah setiap generasi dilahirkan, sebagaimana sabda Rasulullah SAW, “Tiada seorang anak yang dilahirkan kecuali dalam fitrah, lantas kedua orangtuanyalah yang akan membuat anak itu menjadi orang Yahudi, Nasrani, atau Majusi.

Apa yang dilakukan oleh Ujang, memenuhi fungsi komunikasi dalam keluarga yaitu kebutuhan psikologis, mengembangkan kesadaran diri, meningkatkan dan menjaga hubungan, menggali informasi, serta memengaruhi (Enjang & Dulwahab, 2018). Perspektif komunikasi religious-nya, apa yang dilakukan oleh Ujang merupakan representasi dari implementasi akidah, rasa syukur, menjaga Amanah, memenuhi hak dan kewajiban, saling menyayangi, saling pengertian, saling memaafkan, serta kesantunan berkomunikasi. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Enjang dan Dulwahab (2018). Jika merujuk pada istilah dalam Al-Qur’an bisa masuk kategori Qaulan Baligha, yaitu perkataan yang membekas pada jiwa.

Perspektif komunikasi visual, dialog antara Ujang dan Fitri merepresentasikan tiga konsep. Pertama dari sisi vektor, apa yang dilakukan oleh Ujang yang mulai membuka dialog namun tidak menatap mata, namun saat bertanya kepada Fitri, Ujang mengarahkan pandangan sekilas. Hal sebaliknya dilakukan oleh Fitri dengan mantap kepada Ujang. Dua tatapan ini merupakan vektor dalam visualisasi film tersebut. Wajah dan anggotanya memiliki makna penting karena memperlihatkan interaksi antara Ujang dan Fitri. Begitu juga

Preman Pensiun dan Kuasa Agama: Semiotika Visual Komunikasi Religius dalam Episode “Kembali Ke Fitri” antara partisipan lain yang terlibat di dalamnya yaitu anak-anaknya. Mereka berdiri sejajar dalam meja makan.

Unsur kedua dari interaksi antara Ujang dan Fitri adalah representasi naratif. Unsur pertamanya adalah transitif. Interaksi yang dilakukan aktor tersebut merepresentasikan proses bagaimana Ujang membuka jalur komunikasi dengan Fitri, walaupun masih terasa canggung. Hal ini juga sekaligus sebagai proses yang merepresentasikan struktur naratif yang mewakili Bahasa gambar. Gambar menunjukkan suatu kegiatan dari partisipan (aktor) untuk mencapai tujuan tertentu. Dan gambar tersebut menunjukkan suatu kondisi tanpa tergambar kegiatan yang dilakukan oleh aktor (sirkumtasi) (Eriyanto, 2019). Jika merujuk pada gambar Ujang, anak-anak, dan Fitri. Ujang berposisi sebagai aktor, Fitri dan anak-anak berposisi sebagai reactor, dan tujuannya berbeda dengan scene antara Muslihat dan masjid, karena tujuannya adalah hubungan.

Berdasarkan kajian semiotika visual, terdapat peran ideasional menyampaikan pengalaman kepada orang lain. Pada tahap ini, sebagaimana hasil penelitian Rustandi (2021) klausa menggambarkan proses yang ingin ditampilkan, Muslihat dan Ujang yang merepresentasikan manusia yang bertaubat. Klausa kedua dari potongan gambar Muslihat dan Ujang adalah interaksi secara interpersonal. Namun, pada proses komunikasi religious, Muslihat tidak hanya berinteraksi secara interpersonal, juga intrapersonal, introspeksi atau merefleksikan diri. Klausa ini menjadi sumber makna. Sedangkan klausa ketiga adalah tekstual, yaitu narasi dari gambar atau video yang diorganisasikan menjadi suatu pesan. Sehingga film *Preman Pensiun “Kembali ke Fitri”* merupakan suatu narasi agar manusia kembali kepada fitrahnya yaitu yang selalu mendambakan jalan yang benar dan lurus.

Kuasa Agama “Kembali ke Fitri” dalam Perspektif Post-Semiotika

Dua isu utama dalam Film Televisi (FTV) *Preman Pensiun* episode *Kembali ke Fitri* yaitu tentang sosok mantan Preman yang setelah pensiun ingin merenovasi masjid. Sosok Muslihat juga, tampak dalam kehidupan sehari-harinya sudah mulai bergaul dengan masjid, sholat berjamaah, dan aktivitas sosial keagamaan lainnya. Isu kedua yang diangkat dalam film ini adalah keinginannya Ujang kembali ke dalam pangkuan isterinya. Ujang berproses membuka jalur komunikasi dengan Fitri. Secara structural, sebagaimana dibahas dalam hasil penelitian di atas, hal tersebut merupakan keluarga dibangun dan direkatkan dengan membuka komunikasi antara suami dan isteri yang menjadi pemeran utama dalam keluarga.

Bagaimana dalam perspektif post-semiotika? Berbeda dengan penafsiran semiotika visual di atas yang berbasis strukturalisme, menafsirkan gambar berdasarkan struktur gambar dan Bahasa. Post-Semiotika melihat kemungkinan lain dari narasi-narasi visual yang digambarkan dalam film tersebut, khususnya

yang telah diwakili oleh gambar-gambar yang merepresentasikan film tersebut yang bertema khusus edisi religi. Selain bertepatan dengan idulfitri, juga apa yang disebut oleh Foucault sebagai arsip (Rustandi, 2021), memiliki kronologi dari episode-episode sebelumnya. Sebagai orang desa yang tinggal di kota, bukan tidak mungkin Muslihat ingin menunjukkan keberhasilannya selama merantau ke kota, dan saat kembali ke kampungnya ingin berkontribusi terhadap masyarakat, yaitu membangun masjid.

Pandangan Baudrillard misalnya, melihat tanda itu sebagai komoditas, sesuatu yang diproduksi berdasarkan logika komoditas berdasarkan pengemasan, pesona, kejutan, provokasi, dan daya tarik (Piliang, 2003). Artinya, bahwa hubungan visual yang ditunjukkan oleh vektor, sirkumtansi, dan representasi naratif hanyalah suatu komoditas yang memanfaatkan situasi idul fitri untuk dijual ke khalayak. Apalagi film tersebut tidak bicara secara tegas bagaimana seharusnya manusia berhubungan dengan Tuhannya sebagai bagian dari fitrah. Tanda peci, sarung, baju koko, ataupun masjid yang menjadi tanda agama dalam film tersebut dalam perspektif post-semiotika tidak lebih dari sekadar komoditas yang dijadikan sebagai lapak berjualan ide. Kuasa agama yang digambarkan dalam film tersebut tereduksi oleh kuasa kapitalisme yang sejatinya menjadi mesin penghasil rupiah melalui iklan. Seperti kita tahu, rating film tersebut selalu menempati posisi 5 atau 10 besar setiap kali tayang. Meminjam istilah Piliang, Postsemiotika beroperasi sebagai suatu kebudayaan yang di dalamnya dusta, kepalsuan, kesemuan, kedangkalan, imanensi, permainan, artifisialitas, superlativitas dirayakan sebagai spirit utama. Dalam perspektif postsemiotika, tanda-tanda yang divisualkan dalam preman pensiun tidak lebih dari perayaan komoditas. Agama hanya menjadi alat untuk melakukan penetrasi ide terhadap pasar.

Melalui istilah lain, Piliang menyebutnya sebagai fetis yang bermakna sifat-sifat supranatural, kekuatan magis, atau daya pesona tertentu yang terkandung di dalam objek-objek. Konteks visualisasi gambar film yang sedang diteliti, sesuai dengan apa yang disebut sebagai fetisisme komoditas, yaitu sifat produksi komoditas dalam system kapitalisme lantaran komoditas tidak semata dianggap sebagai benda yang memiliki nilai guna, tetapi sebagai objek yang mengandung kekuatan daya pesona tertentu yang memberikan status tertentu pada orang yang memakainya (Piliang, 2011). Walaupun Piliang mencontohkan fetisisme dalam agama dengan misalnya rajah, mantra, atau bentuk lembaran tulisan Al-Qur'an yang dipercayai memiliki kekuatan tertentu, namun dalam konteks penelitian ini, tanda-tanda budaya agama tersebut berupa peci, kokok, sarung, masjid, kerudung, narasi-narasi kebaikan, merupakan suatu komoditas yang menawarkan kekuatan magis kepada penonton sehingga khalayak menjadi tersihir oleh kemasan-kemasan tanda agama tersebut.

Pernyataan pada paragraph tersebut sejalan dengan yang diteliti oleh

Halwati (2013) bahwa suatu wacana, dalam konteks film sebagai narasi visual, pada dasarnya merupakan konstruksi yang bersifat ideologis, yang memuat sejumlah kepentingan pihak tertentu, termasuk penguasa media. Teks-teks yang beredar—film, merefleksikan adanya formasi diskursif. Media massa tiada lain pasar komoditas yang memperdagangkan teks-teks sejajar dengan iklan-iklan produk komersil. Artinya, dalam konteks media dan lebih spesifik industry hiburan, teks-teks agama sejajar dengan komoditi lainnya, suatu produk komersil. Fetisistif dalam produk tersebut tidak terbedakan satu sama lain karena menjadi daya tarik visual untuk mendatangkan penonton. Sehingga dalam konteks post-semiotika pada dasarnya tidak ada yang diistilahkan dengan komunikasi religius karena pada dasarnya semua tanda budaya, tanda agama, sedang merepresentasikan gairahnya untuk merayakan kapitalisme.

Pada titik inilah, pengetahuan agama dalam suatu narasi visual dengan penggambaran dan narasi religious menemukan relevansinya dengan teori Foucault tentang kekuasaan. Narasi dan pengetahuan tentang agama yang direpresentasikan melalui tanda-tanda budaya agama menjadi alat bagi industry televisi, dalam hal ini film *Preman Pensiun “Kembali ke Fitri”* untuk menyebarkan fetis, mencengkram pengaruh terhadap khalayak. Pada akhirnya, bukan hanya pengetahuan yang menciptakan kekuasaan, namun kekuasaan juga menciptakan pengetahuan baru, sebagaimana ditulis oleh Sarup (2008) bahwa kekuasaan menciptakan realitas, kekuasaan menciptakan domain objek dan ritual kebenaran. Dari kekuasaan juga menciptakan dan melahirkan objek pengetahuan baru. Sebaliknya, pengetahuan-pengetahuan menciptakan pengaruh-pengaruh kekuasaan.

PENUTUP

Teks media memberikan narasi makna kepada kita sesuai dengan konvensi yang berlaku dalam masyarakat. Masjid, baju koko, sholat berjamaah, ataupun peci, walaupun sebagiannya merupakan budaya, namun merepresentasikan tanda-tanda agama. Manusia yang lekat dengan benda dan aktivitas tersebut dipandang memiliki penghayatan keagamaan, atau dalam Bahasa komunikasi disebut dengan komunikasi religious, sebagaimana yang dijelaskan dalam pembahasan. Apalagi, merujuk pada semiotika visual terdapat vektor, sirkumtasi, proses, serta representasi. Pengertian ini persis seperti terminology structural yang menyatakan bahwa makna itu muncul secara kontekstual.

Perspektif postsemiotika, memiliki pandangan berbeda bahkan bertolak belakang, apalagi tanda-tanda tersebut muncul dari media. Industri media yang memproduksi tanda-tanda agama belum tentu memiliki korelasi dengan penghayatan komunikasi religious. Tanda-tanda tersebut diproduksi sebagai bagian dari penyebaran pengetahuan yang melahirkan kekuasaan. Kekuasaan dalam konteks di sini berupa upaya memengaruhi atau mencengkram persepsi

khalayak agar tertarik dan terlibat ke dalam tanda tersebut (penonton). Karena dalam perspektif postsemiotika yang dipengaruhi oleh postmodernisme, tanda-tanda agama seperti masjid, peci, atau sarung yang diproduksi menjadi film tidak ubahnya sebagai komoditas. Semua diproduksi untuk memenangkan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2012) Keluarga Sehat dalam Perspektif Islam, *Jurnal Komunika* *Vo. 6. No. 1* DOI: <https://doi.org/10.24090/komunika.v6i1.346>
- Agus, Bustanuddin. (2006) *Agama dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Enjang & Dulwabah, E. (2018) *Komunikasi Keluarga dalam Perspektif Islam*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Eriyanto (2019) *Metode Komunikasi Visual, Dasar-Dasar dan Aplikasi Semiotika Sosial untuk Membedah Teks Gambar*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fauzia, V. S., Haryadi, H., & Sulistyaningrum, S. (2019). Tindak Tutur Direktif dalam Sinetron Preman Pensiun di RCTI. *Jurnal Sastra Indonesia*, 8(1), 33-39.
- Fitrianti, R. (2021). Simulacrum Media Di Era Postmodern: Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches'. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2), 92-117.
- Halwati, U. (2013) Analisis Foucault dalam Membedah Wacana Teks Dakwah di Media Massa, *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1 (1), 145-158, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/456/450>
- Ismanto, I. (2018). Budaya Selfie Masyarakat Urban Kajian Estetika Fotografi, Cyber Culture, dan Semiotika Visual. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 14(1), 67-76.
- Mustofa, M. B., Wuryan, S., & Rahmayeni, S. (2021). Telaah Pesan Dakwah Dalam Film Tilik (Studi Analisis Semiotika). *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 13(2), 223-234.
- Piliang, Y. A. (2003) *Hipерsemiotika Tafisr Cultural Studies atas Matinya Makna*, Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.

Preman Pensiun dan Kuasa Agama: Semiotika Visual Komunikasi Religius dalam Episode “Kembali Ke Fitri”
Piliang, Y.A. (2011) *Bayang-bayang Tuhan: Agama, dan Imajinasi*, Bandung: Mizan Publika.

Rustandi, D. (2021) *Ramadhan, Preman Pensiun, dan Para Pencari Tuhan*. Diakses tanggal 14 Februari 2022, melalui <https://www.abahraka.com/2021/05/ramadhan%20preman%20pensiun%20dan%20para%20pencari%20tuhan.html>

Rustandi, D. (2012). Komunikasi Religius Waria. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 15(1). <http://mail.bppkibandung.id/index.php/jpk/article/download/702/400>

Rustandi, D. (2021) Postkomodifikasi Media Sosial Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo dalam Perspektif Wacana Foucauldian, *Communicatus Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5 (2), 99-120, DOI: 10.15575/cjik.v5i2.14191

Sarup, M. (2008) *Panduan Pengantar untuk Memahami Postrukturalisme dan Postmodernisme*, Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.

Supiandi, H. (2020). Dakwah Melalui Film Analisis Semiotika Pesan Dakwah Dalam Film " Sang Kiai" Karya Rako Prijanto. *DESKOVI: Art and Design Journal*, 3(2), 109-115.

Susanto, A. (2019) Pola Komunikasi Keluarga dalam Perspektif Islam, *Jurnal Al Hadi*, Vol. V No. 1, 1131-1142. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/alhadi/article/view/784/742>

Zainuddin, HM. (2020) *Makna Idul Fitri*, diakses tanggal 20 Februari 2022, melalui <https://uin-malang.ac.id/r/200501/makna-idul-fitri.html>