

PEMANFAATAN PANTUN PADA KOMUNITAS EMAK-EMAK NUAMOOREA SEBAGAI TEKNIK PROMOSI DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK

Irma Nurlatifah¹, Tedi Permadi², Sumiyadi³

Pendidikan Bahasa Indonesia, SPs Universitas Pendidikan Indonesia^{1,2,3}
irma.nurlatifah@upi.edu

ABSTRAK

Komunitas Emak-emak Nuamoorea merupakan sebuah komunitas yang Emak-emak yang menjual sabun Nuamoorea, di mana produk yang ditawarkan merupakan sabun perawatan kesehatan dan kecantikan kulit sejak pertengahan tahun 2015. Saat ini muncul beragam produk kecantikan sehingga mempengaruhi tingkat promosi agar memikat konsumen. Komunitas Emak-emak Nuamoorea ini sudah banyak terjaring di berbagai wilayah. Sebagian komunitas dari komunitas Nuamoorea ini memiliki kegiatan dan strategi dalam memperkenalkan dan mempromosikan produknya masing-masing. Baik dengan bergabung pada kegiatan bazar atau seminar, kelas kecantikan dan kegiatan sosial lainnya. Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, teknologi merupakan perangkat penting termasuk dalam berbisnis, sehingga dijadikan media promosi di media sosial *facebook*. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, di mana peneliti ingin melihat pola promosi komunitas Emak-emak Nuamoorea sebagai teknik promosinya di *facebook*. Sehingga didapatkan simpulan dalam komunitas ini dapat memanfaatkan pantun sebagai teknik promosinya kepada konsumen. Komunitas ini tidak hanya untuk mempromosikan tetapi juga bisa menjadi komunitas Emak-emak yang kreatif dan mempertahankan pelestarian budaya pantun.

Kata Kunci: Komunitas Emak-Emak; Promosi; Pantun; *facebook*.

PENDAHULUAN

Perbincangan mengenai perempuan saat ini semakin meriah terlebih pasca pemilu Presiden 2019, kaum perempuan terutama ibu-ibu atau emak-emak menjadi sorotan, terlebih eksistensinya di media sosial. Emak merupakan sebutan bagi perempuan yang sudah berkeluarga, dalam KBBI emak merupakan kata tidak baku dari 'mak' adapula daerah yang menggunakan kata 'mamak' sebutan untuk Ibu, dan Emak merupakan sebutan dari daerah Sunda, yang kemudian istilahnya dipakai saat kampanye pasangan Prabowo sandi dengan slogan *The Power Of Emak-emak*. Dalam artian semangat emak-emak atau ibu-ibu sebagai decoding pada asumsi dan konteks sosialnya.

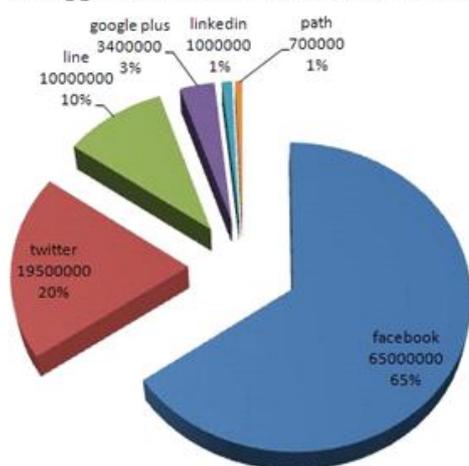
Kemudian saat ini banyak bermunculan komunitas Emak-emak dengan beragam tujuannya. Termasuk pada komunitas Emak-emak Nuamoorea yang sudah menyebar di beberapa wilayah. Komunitas Emak-emak ini menjalankan tujuannya dengan mendapatkan uang tambahan untuk rumah tangganya dengan berjualan sabun perawatan kesehatan dan kecantikan. Banyaknya produk kecantikan dan kesehatan saat ini membuat persaingan semakin ketat dalam menjual berbagai produk, sehingga dibutuhkan strategi yang tepat dan kreatif untuk membuka jalan banyaknya peminat tersebut.

Tidak hanya munculnya berbagai produk kesehatan dan kecantikan, namun di era globalisasi dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, sehingga banyak munculnya jejaring media sosial di tengah-tengah masyarakat, salah satunya kaum Emak-emak. media sosial ini digunakan untuk berinteraksi secara tidak langsung dengan orang-orang yang tidak dapat dijangkaunya, atau bahkan yang dapat dijangkau sekalipun.

Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, mengenai pengguna internet berdasarkan jenis kelamin laki-laki 51,43% dan perempuan 48,57% dengan layanan yang diakses pengguna sebanyak 89,35% dan digunakan chatting dan media sosial 87,13%. Data dari Open Data Labs (2018) menyatakan bahwa dari 48,57% pengguna internet di kalangan perempuan, hanya 26 % yang menggunakannya untuk mengekspresikan pandangan mereka dan hanya 5% yang mencari informasi mengenai hak mereka.

Facebook adalah media sosial yang berkembang sangat pesat di kalangan remaja dewasa ini. Keunggulan *facebook* adalah mudah diakses baik melalui komputer, laptop, tablet maupun telepon genggam atau gawai. *Facebook* menduduki ranking pertama sebagai media sosial yang terlaris diantara media sosial lainnya. Berdasarkan hasil survei versi Kominfo yang kami unduh dari <http://kominfo.go.id>, perkembangan penggunaan media sosial yang terbesar adalah *facebook* yakni sebesar 65%.

Pengguna social media versi kominfo.go.id



Gambar 1. Grafik pengguna sosial media

Menurut Jubilee Enterprise (2010, hlm.79), Indonesia merupakan salah satu pengguna *facebook* terbesar dengan jumlah user sekitar 17,6 juta orang. Pengguna *facebook* di Indonesia adalah semua golongan umur, mulai dari kalangan anak hingga dewasa.

Memiliki media sosial saat ini telah menjadi budaya masyarakat Indonesia bahkan dunia. Sehingga hal tersebut menjadi sebuah pengaruh bagi keberadaan budaya-budaya sebelumnya, salah satu kebudayaan yang dimiliki Indonesia adalah budaya sastra, salah satunya pantun. Kamus Besar Bahasa Indonesia, (2008, hlm. 1017) Pantun adalah bentuk puisi Indonesia (Melayu), tiap bait (kuplet) biasanya terdiri atas empat baris yang bersajak (a-b-a-b), tiap larik biasanya terdiri atas empat kata, baris pertama dan baris kedua biasanya untuk tumpuan (sampiran) saja dan baris ketiga dan keempat merupakan isi. Pantun juga bisa disimpulkan sebagai peribahasa sindiran.

Hasim (2017, hlm. 400) menyebutkan bahwa pantun di dalamnya adalah cipta karsa manusia yang menghadirkan rekaan sekaligus rekaman peristiwa kehidupan manusia dari berbagai dimensi yang meliputi ranah lahir maupun batin. Sastra juga menghadirkan keindahan yang melezatkan fitrah dasar berkesenian makhluk manusia. Sastra-khususnya pantun-sering menghadirkan pengalaman batin yang sangat sublim, untuk kemudian dihadirkan kepada khalayak dengan sarat makna. Bahkan, menghadirkan makna kearifan yang begitu kental, jernih, dan menghujam ke dalam kalbu sebagai bahan perenungan dalam menapaki perjalanan kehidupan. Oleh sebab itu, pantun adalah aset budaya masyarakat yang sangat berharga nilainya, mengapa demikian karena di dalam pantun termuat berbagai bentuk nilai kearifan lokal masyarakat penggunaannya.

Merujuk pada data tersebut, peneliti merasa tertarik meneliti gerakan Emak-emak dalam penggunaan media sosial sebagai wadah untuk mendapatkan hasil, uang tambahan bukan hanya sekadar hiburan saja. Penelitian ini mencoba melihat kebermanfaatan media sosial dalam memperkuat pantun oleh kalangan Emak-emak. Penelitian ini juga berusaha melihat potensi Emak-emak dalam berpantun sebagai langkah menarik masa konsumen. Hasil penelaahan ini diharapkan dapat bermanfaat terhadap dunia pendidikan, pembinaan dan pengembangan sastra bagi masyarakat terutama pelajar.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan bentuk penelitian yang dapat mengungkapkan fakta-fakta kebahasaan dan kesastraan dalam analisis penggambaran bentuk-bentuk data kebahasaan dan kesastraan. Moleong (2007, hlm 5) mengatakan bahwa penelitian kualitatif bermaksud memahami perilaku, persepsi, ataupun motivasi subjek penelitian secara holistik. Ratna (2015, hlm. 53) menuliskan metode deskriptif analisis adalah metode yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis. Melalui metode ini didapatkan data-data deskriptif yang tidak hanya menguraikan, tetapi juga memberikan pemahaman dan penjelasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantun merupakan salah satu jenis puisi lama yang sangat luas dikenal dalam bahasa dan sastra Nusantara. Setiap daerah memiliki istilah sendiri untuk sebutan pantun. Dalam bahasa Jawa, misalnya, dikenal dengan sebutan parikan atau wangsalan dan dalam bahasa Sunda dikenal sebagai paparikan. Pada umumnya pantun terdiri atas empat larik (atau empat baris bila dituliskan), bersajak akhir dengan pola *a-b-a-b*, tidak boleh *a-a-a-a*, *a-a-b-b*, atau *a-b-b-a*. Semua bentuk pantun terdiri atas dua bagian, sampiran dan isi. Shira (2010, hlm. 10) menuliskan sampiran adalah dua baris pertama, kerap kali berkaitan dengan alam, dan biasanya tak punya hubungan dengan bagian kedua yang menyampaikan maksud selain untuk mengantarkan rima/sajak. Dua baris terakhir merupakan isi, yang merupakan tujuan dari pantun tersebut.

Mahayana (2016, hlm. 102) Pantun memiliki fungsi sebagai alat pemelihara bahasa, pantun berperan sebagai penjaga fungsi kata dan kemampuan menjaga alur berpikir. Pantun melatih seseorang berpikir tentang makna kata sebelum berujar, dan melatih orang berpikir

bahwa suatu kata bisa memiliki kaitan dengan kata yang lain. Secara sosial pantun memiliki fungsi pergaulan yang kuat. Pantun menunjukkan kecepatan seseorang dalam berpikir dan bermain-main dengan kata. Berdasarkan klasifikasinya, pantun terbagi atas; (1) pantun jenaka, bersifat menghibur, (2) pantun percintaan, berisikan kata-kata rayuan, (3) pantun nasihat, memberikan petuah, anjuran atau ajakan (4) pantun agama, bersifat aturan seseorang melaksanakan kewajiban beragama, dan (5) pantun teka-teki, berisi tebakan.

Hasil analisis menunjukkan beberapa jenis pantun yang digunakan Emak-emak komunitas Nuamoorea dalam berpromosi mengacu pada jenis pantun jenaka yang terungkap dalam data sebagai berikut;

1. *Dari Papua ke Tanjung Pinang
Naik pesawat duduknya di depan
Pakailah Nuamoorea dari sekarang
Wajah terawat cantiknya bukan editan
(20 september 2019)*

2. *Kalau sudah punya suami
Ngapain masih ingat mantan
Kalau sudah ada yang alami
Ngapain ingat mantan...

Ya, kann... #Nuamoorea
(18 September 2019)*

3. *Pergi berlayar membawa bendera
Benderanya punya Portugis
Kalau mau tahu rasa Nuamoorea
Emak-emak jadi terasa gadis

Eaaa... #Nuamoorea
(12 September 2019)*

4. *Sudah gak zaman romantis dibeliin bunga
Zamannya dibeliin Nuamoorea
Karena bunga lama-lama layu
Kalau bunga, lama-lama ayu
(20 September 2019)*

5. *Saya bukan emak-emak sosialita
Tapi saya emak-emak sosial media
Posting-posting masuk rekening
Bukan hunting-hunting dompet kriting
(30 September 2019)*

6. *Dari pada goyang dombret
Tapi isi dompet kepepet
Mending goyang jempol
Bikin dompet bahenol
(9 September 2019)*

7. *Buah blewah
Buah pepaya
Perawatan mewah di rumah
Ya cuma Nuamoorea
(28 September 2019)*

8. *Kenapa sekaramg wanita banyak yang bisnis
Karena model gamis
Sekarang manis-manis,
Bener gak sis?
(13 September 2019)*

Beberapa ciri-ciri pantun, data pantun di atas, memiliki struktur satu larik, empat baris, berima a-b-a-b, bersuku kata 8-14 suku kata dan baris satu dan dua merupakan sampiran, baris tiga dan empat merupakan isi. Berdasarkan isinya, pantun tersebut termasuk ke dalam pantun jenaka, karena terdapat lelucon atau hiburan untuk para pembaca terutama menjadi penghibur bagi calon konsumen sabun Nuamoorea. Pada data pantun kedua, ditemukan pula pantun percintaan sekaligus lelucon karena selain menghibur, pantun tersebut juga merayu kepada konsumen yang masih ingat mantannya. Berikut analisis pantun nasihat yang ditulis oleh Emak-emak komunitas Nuamoorea dalam promosinya, sebagai berikut;

9. *Beli kecipir di Surabaya
Bentuk bunganya mirip sakura
Silakan mampir dilapak saya
Kalau mau tanya Nuamoorea
(22 September 2019)*

10. *Kambing makannya rumput
Semut makannya gula
Kalau mau kulitnya lembut
Yuk, pakai Nuamoorea
(16 September 2019)*

11. *Ikan Betik Ikan Bandeng
Dibumbuin daun kedondong
Mba cantik dan Mas ganteng
Cobain sabun amooreanya dong
(14 September 2019)*

12. *Selama gengsi masih tinggi
Jangan harap gampang cari rezeki
Mending buang saja gengsi
Agar dompet selalu terisi,

Setuju? #Nuamoorea
(12 Oktober 2019)*
13. *Bikin gosip sampai berbusa
Dapatnya pasti dosa
Mending buat busa Amoorea
Ditempel ke wajah, biar awet muda
(26 September 2019)*
14. *Selamat pagi di hari Rabu
semoga orderan kita pada di serbu
ayo semangat bu ibu,
kita harus selalu menggebu
(10 Oktober 2019)*
15. *Buka kencur isinya kawat
Kusir delman orang Korea
Muka hancur sama jerawat
Usir saja dengan Nuamoorea
(14 Oktober 2019)*
16. *Buah sukun buah Campedak
Tumbuh subur di halaman
Bakul sabun mumpung ngelapak
Daripada nganggur mending jualan
(15 Oktober 2019)*

Struktur yang terbentuk pada pantun-pantun di atas, berdasarkan ciri pantun sudah sesuai dengan cirinya, yakni pantun tersebut memiliki 1 larik, 2 baris sampiran dan 2 baris isi, bersuku kata 8-14 dan berima a-b-a-b.

17. *Beli madu di kota Mekah
Di sana ada Ka'bah
Bisnis Amoorea penuh barokah
Semoga rezeki kita semakin melimpah
(13 September 2019)*

18. *Daun salam*
Daun jati
Yang jawab salam
Semoga sukses dan banyak rezeki,
Assalamualaikum...
(18 September 2019)
19. *Bisnis itu jangan kebanyakan gengsi*
Utamakan aksi
Biar dompet terus terisi
semoga bisa naik haji ke tanah Suci
(26 September 2019)
20. *Bolu kukus rasa mocca*
Sebelum makan membaca doa
Yang suka ngelike status saya
Semoga mudah rezeki dan usahanya

#aamiin Nuamoorea
(22 September 2019)
21. *Beli gamis di kota Mekkah*
Di kota Mekkah ada Ka'bah
Hari jumat penuh Barokah
Semoga rezeki kita berkah dan melimpah
(18 Oktober 2019)

Pantun di atas menunjukkan pantun agama, yang mana berisikan nilai-nilai ibadah dan kewajiban. Dengan struktur rima a-b-a-b yang masing-masing baris sampiran dan isi bersuku kata 8-14, mampu membentuk pantun sebuah promosi atau penawaran produk dagangannya dengan menampilkan unsur sastra tidak mengurangi daya jualnya sebagai manusia beragama.

SIMPULAN

Berdasarkan pantun-pantun di atas yang dibuat oleh komunitas Emak-emak Nuamoorea ternyata sebuah karya sastra khususnya pantun dapat dimanfaatkan sebagai media promosi produknya di media sosial, tidak hanya kreativitas, namun hal tersebut yang dilakukan oleh komunitas Emak-emak ini mampu menyatukan sastra dengan ekonomi yang dilakukan secara bersamaan sehingga menambah keunikan dalam gaya promosi mereka, sehingga dapat dijadikan ciri berdagang mereka untuk menarik pembeli. Mereka mampu memanfaatkan sastra dengan baik juga mampu memanfaatkan teknologi dengan sangat baik sehingga dari media sosial tersebut mereka tidak hanya mendapatkan penghasilan tambahan, namun juga wawasan dan pengetahuan terutama mengenai sastra pantun. Dan hal ini membuktikan

kan bahwa kaum Emak-emak tidak kalah cerdasnya dengan kaum muda terutama remaja dalam memanfaatkan pantun di media sosial sebagai ajang eksisnya kaum Emak-emak bersastra dan berjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Faruk. (2012). *Metode penelitian sastra: sebuah penjelajahan awal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Halim, Abdul. (2017). *Menelusuri nilai-nilai karakter dalam pantun: Inovasi penggalian bahan ajar bahasa dan sastra Indonesia untuk pendidikan dasar dan menengah*. Pedagogia: Jurnal Ilmu Pendidikan. P-ISSN 1693-5276 E-ISSN 2579-7700 Volume 15 Nomor 2 Maret 2017, Page:399-40
- Kominfo. (2019). Siaran Pers No. 17/HM/KOMINFO/01/2019. Diakses dari https://kominfo.go.id/content/detail/16003/siaran-pers-no-17hmkominfo012019-tentang-tahun2018-kominfo-terima-733-aduan-konten-hoaksyang-disebar-via-whatsapp/0/siaran_pers
- Mahayana, M. 2016. Jakarta: Jalan Puisi. Kompas
- Moleong, L.J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Open Data Labs. (2018). *How We Can Build Up Digital ICT Literacy in Indonesia by Empowering Women and (Men)*. Diakses dari <https://labs.webfoundation.org/how-we-canbuild-up-digital-ict-literacy-in-indonesia-byempowering-women-and-men/>
- Ratna, N. K. (2015). *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Shira, M. (2010). *Buku Pintar Pantun Puisi dan Majas*. Yogyakarta: Shira Media.
- Tim Redaksi KBBI PB. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Keempat)*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.