PERSEPSI KHALAYAK PADA VIDEO IKLAN *THAI LIFE INSURANCE* VERSI *" I WANT MORE TIME "* TERHADAP PERAN AYAH DAN ANAK LAKI – LAKI DALAM KELUARGA

Fahmi Rizki Fajar, Mukaromah
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Dian Nuswantoro
Jalan Nakula I nomor 5 – 11 , Pendirikan Kidul Semarang Tengah
Kota Semarang 50131
telepon : (+6224) 3517261
fahmirezq24@yahoo.com , mukaromah@dsn.dinus.ac.id

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan memahami persepsi khalayak pada video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I Want More Time "* terhadap peran ayah dan anak laki – laki dalam keluarga. Iklan ini menceritakan hubungan dan interaksi ayah sebagai orang tua tunggal dan satu anak laki – lakinya dalam keluarga. Fokus dari penelitian ini adalah pada pemaknaan khalayak yang memiliki latar belakang berbeda dalam dua keluarga terhadap iklan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi. Analisis resepsi dipilih untuk mendapatkan temuan yang mendalam. Ada tujuh orang yang menjadi narasumber dari penelitian ini. Ketujuh narasumber terbagi menjadi dua keluarga tersebut memiliki latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan data yang akurat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara yang mendalam melalui *Forum Group Disccusion* (FGD) dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan teori Negosiasi Muka dari Stella ting Toomey. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa peran ayah dan anak laki – laki dalam video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I Want More Time "* memiliki kesamaan dengan peran ayah dan anak laki – laki di kehidupan sehari – hari dalam konteks keluarga, hal ini pernah dialami sendiri oleh narasumber laki – laki sebagai ayah dan anak serta didukung oleh penuturan informan lainnya.

Kata Kunci : iklan**,** *i want more time,* persepsi khalayak

PERCEPTION OF AUDIENCE ON THAI LIFE INSURANCE VERSION "I WANT MORE TIME" TO THE RELATIONSHIP OF FATHER AND SON IN THE FAMILY

Abstraction

This study aims to understand audience perceptions on the Thai Life Insurance video version "I Want More Time" to the role of father and son in the family. This ad tells about the relationship and interaction, the father as a single parent and one of his sons. The focus this study is on the meaning of the audience that has a different background. This study used a qualitative approach with the method of reception analysis. Analysis reception was selected to obtain deep findings. There are seven people audiences who became the source this research. The seven speakers are divided into two families have different backgrounds to obtain accurate data. The data collection techniques used in this study are through in-depth interviews through Group Disccusion (FGD) forums and literature studies. This study uses the Advocacy of Stella ting Toomey Advance theory. The results of this study say that the role of fathers and boys in the Thai Life Insurance ad video version "I Want More Time" has

similarities to the role of father and son in everyday life in the context of the family, it has been experienced alone by informants as fathers and children and supported by other informants' narratives.
Keywords: advertising, thai life insurance, audience perception

Pendahuluan

Iklan merupakan suatu media yang berisikan pesan-pesan atau info mengenai suatu produk barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam komunikasi periklanan, iklan tidak hanya menggunakan bahasa sebagai alatnya, tetapi juga alat komunikasi lainnya seperti gambar dengan citra bergerak *(motion picture)*, warna dan bunyi-bunyi dimana perpaduan keseluruhan akan menghasilkan komunikasi periklanan yang efektif. (Mulyana, 2007, hal : 68)

Saat ini iklan tidak hanya ditampilkan di media televisi tetapi ada juga media baru, yaitu *youtube*. *Youtube* adalah media sosial yang memfokuskan untuk layanan streaming. Dengan cara beriklan di youtube, maka produk yang dipromosikan akan dilihat oleh jutaan banyak pemirsa.*Youtube* sendiri merupakan situs *streaming* nomer 1 di dunia. Bisa dibilang juga bahwa situs *streaming* ini dapat mengalahkan pendapatan dari stasiun- stasiun televisi di dunia. (https://www.klikmania.net/cara-beriklan-di-media-sosial/, diakses pada tanggal 6 Januari 2017)

Youtube sebagai media periklanan, merupakan salah satu media yang paling mudah untuk mempromosikan produk barang dan jasa kepada masyarakat. Dengan fasilitas dan cara yang mudah, youtube sebagai media iklan memberi dukungan yang besar bagi perusahaan dalam mempromosikan produk–produk yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan untuk memperoleh keuntungan perusahaan. Salah satu produk yang menggunakan *youtube* sebagai media iklan adalah jasa asuransi.

Penelitian ini mengambil iklan dari negara Thailand yaitu Thai Life Insurance versi *"I want More Time"* yang dapat disaksikan melalui *youtube*. Iklan ini bercerita tentang harapan seorang ayah yang ditinggal mati istrinya terhadap anak tunggal laki – lakinya. Satu hal yang cukup menarik adalah persepsi masyarakat Indonesia khususnya Semarang dalam melihat tayangan iklan tersebut. Tidak hanya pada iklan Thai Life Insurance tetapi juga sebagian besar iklan yang ada di Thailand, konsep yang digunakan untuk menarik perhatian khalayak yaitu dengan cara memberi sentuhan-sentuhan kemanusiaan *(Human Interest).* Seperti yang kita ketahui bersama bahwa Indonesia dan Thailand merupakan negara satu rumpun dan sama – sama berada di wilayah asia tenggara dan mempunyai ciri fisik yang hampir sama sehingga menimbulkan perasaan simpati ketika melihat iklan tersebut dan tidak terlalu sulit untuk masyarakat Semarang memahami alur cerita yang terdapat dalam iklan.

Dari deskripsi tersebut, penulis akan meneliti persepsi khalayak pada iklan *Thai Life Insurance* dengan judul *" Iwant More Time "*terhadap pembentukan peran ayah dan anak laki – laki dalam keluarga.

Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam bab ini peneliti mengawali dengan menganalisis penelitian-penelitian terdahulu yang dinilai relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Hal ini dilakukan agar peneliti mendapatkan data pendukung dan pembanding sehingga penelitian ini bisa lebih memadai.

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang dinilai mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini, diantaranya :

Skripsi dari Yola Novela, Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, tahun 2015.

Judul Skripsi : *“* PERSEPSI IBU RUMAH TANGGA TERHADAP TAYANGAN IKLAN SUNLIGHT DI TELEVISI (Studi Kasus Ibu PKK di RT 03 / RW 04 Desa Tualang Kecamatan Tualang Perawang *“*

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi ibu rumah tangga terhadap tayangan iklan sunlight di Televisi(studi kasus Ibu PKK di RT 03 / Rw 04 Desa Tualang Kecamatan Tualang Perawang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data daripenelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian dilakukan di RT 03 / Rw 04Desa Tualang Kecamatan Tualang Perawang dengan menggunakan Purposive Sampling dimana dengan menggunakan Indepth Interview kepada ibu - ibu rumah tangga. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan selama lebih kurang dua minggu menunjukan bahwa persepsi ibu rumah tangga terhadap tayangan iklan sunlight di Televisi (studi kasus Ibu PKK di RT 03 / Rw 04 Desa Tualang Kecamatan Tualang Perawang. Jawaban dan kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Persepsi Ibu Rumah Tangga Terhadap Tayangan Iklan Sunlight di Televisi (StudiKasus Ibu PKK di RT 03 / RW 04 Desa Tualang Kecamatan Tualang Perawang terletak pada keunggulan produk sunlight yaitu harga lebih murah, lebih bersihdan busa melimpah.
2. Produk sabun cuci piring sunlight juga diminati oleh ibu - ibu PKK di RT 03 / RW 04 Desa Tualang Kecamatan Tualang Perawang karena dapat membersihkan kotoran dan minyak pada peralatan masak atau piring tanpa meninggalkan bekas.

Skripsi dari Yudha Fahmy Ardhyan, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, tahun 2016.Judul Skripsi : *“*REPRESENTASI CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN DI TELEVISI (ANALISIS SEMIOTIK DALAM IKLAN SAMSUNG GALAXY S7 VERSI THE SMARTES7 ALWAYS KNOWS BEST) “

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna dan tujuan yang terkandung dalam iklan Samsung Galaxy S7 versi A *“ The SMARTES7 Always knows best* ”, sehingga dapat ditemukan representasi citra perempuan yang ditanamkan dalam iklan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teori yang relevan, yaitu: Komunikasi Massa, Semiotika, Semiotika Iklan, Semiotika Roland Barthes, Representasi serta Feminisme. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika dengan perangkat analisis semiologi Roland Barthes berupa signikasi dua tahap (two order of signification); denotasi dan konotasi, yang kemudian dibagi dalam penanda, petanda, level denotasi dan level konotasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa citra perempuan yang terdapat di dalam iklan Samsung Galaxy S7 versi A *“The SMARTES7 Always knows best* ” adalah Kecerahan Masa Depan. Digambarkan bahwa seorang wanita yang berwajah cantik, berpenampilan modis dan glamor, berprofesi sebagai dokter, pemain harpa, seorang yang dermawan, kaya dan hidup mewah merupakan wanita yang memiliki masa depan cerah. Seolah-olah dalam hidup wanita tersebut selalu bahagia dan tidak pernah didatangi oleh kesusahan. Citra yang ditampilkan di sini akan menjadi kesalahan persepsi dalam masyarakat, jika penonton menelan mentah-mentah ideologi yang tertanam dalam iklan ini.

Kerangka Teori

Teori Negosiasi Identitas oleh Stella Ting Toomey

Ting Toomey mendasarkan banyak bagian identitas melalui teorinya pada muka dan *facework*. Muka jelas merupakan fitur yang penting dalam kehidupan, sebuah metafora bagi citra diri yang diyakini David Ho (1976) melingkupi seluruh aspek kehidupan sosial. Menurut Ho, “ muka dapat menjadi lebih penting dibandingkan kehidupan itu sendiri. “ (Richard West, 2008, hal : 161)

a. Muka dan Teori Kesantunan

Pembahasan teori Ting Toomey dipengaruhi oleh penelitian mengenai kesantunan. Teori kesantunan Penelope Brown dan Stephen Levinson (1978) menyatakan bahwa orang akan menggunakan strategi kesantunan berdasarkan persepsi ancaman muka. Menurutnya, terdapat dua kebutuhan universal yaitu kebutuhan muka positif *(positive face)* adalah keinginan untuk disukai dan dikagumi oleh orang – orang penting dalam hidup kita. Sedangkan muka negative *(negative face)* merujuk pada keinginan untuk memiliki otonomi dan tidak dikekang. (Richard West, 2008, hal : 162)

b. Facework

Ting Toomey dan Leeva Chung (2005) mengemukakan bahwa *facework* merupakan tindakan yang diambil untuk menghadapi keinginan akan muka seseorang atau orang lainnya. Dengan kata lain *facework* bisa dikatakan sebagai tindakan – tindakan yang digunakan untuk menghadapi kebutuhan / keinginan muka diri sendiri dan orang lain. (Richard West, 2008, hal : 162)

c. Mengelola Konflik Melintasi Budaya

Dimensi budaya mempengaruhi gaya konflik, gaya – gaya ini merujuk pada respons yang berpola, atau cara khas untuk mengatasi konflik melintasi berbagai perjumpaan komunikasi (Ting Toomey et al., 1991; Ting Toomey & Chung, 2005). Gaya – gaya tersebut antara lain :

1. Menghindar *(avoiding)*: Gaya menjauhi ketidaksepakatan, orang akan berusaha menjauhi ketidaksepakatan dan menghindari pertukaran yang tidak menyenangkan dengan orang lain.
2.Menurut *(obliging)* : Gaya memuaskan kebutuhan orang lain, mencakup akomodasi pasif dengan saran – saran dari orang lain.
3.Berkompromi *(compromising)* : Gaya dengan konsep memberi dan menerima untuk mencapai resolusi jalan tengah.
4.Mendominasi *(dominating)* : Gaya ini menggunakan pengaruh atau wewenang untuk membuat keputusan.
5.Mengintrogasikan *(integrating)* : Gaya dengan menggunakan cara berkolaborasi dengan orang lain untuk menemukan solusi. (Richard West, 2008, hal : 170)

Ting Toomey percaya bahwa keputusan untuk menggunakan satu atau lebih dari gaya – gaya tersebut akan tergantung dari variabilitas budaya dar komunikator. Manajemen konflik juga menganggap penting persoalan muka diri dan muka lain. (Richard West, 2008, hal : 171)

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah penelitian kualitatif. Definisi penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Metode kualitatif ini juga bertujuan menjelaskan suatu fenomena komunikasi dengan cara mengumpulkan data dengan diskusi umum dengan para narasumber. Penelitian ini tidak mengutamakan banyaknya narasumber, bahkan dari penelitian ini sangat terbatas kepada orang yang mengetahui dan memahami tentang fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dan data dari penelitian ini berasal dari naskah diskusi, wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, foto dll.Disamping menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti juga menggunakan *study reception analysis* yang menandaskan bahwa studi tentang pengalaman dan dampak media. Selain itu studi *reception analysis* ini juga memfokuskan pada pengalaman pada pemirsa khalayak terhadap media yang dimaknai secara konseptual khalayak mengkonsumsi media dalam berbagai cara dan kebutuhan dan dalam konteks ini, melihat individu sebagai pengkonsumsi teks media ketika berhubungan dengan media. (Herdiansyah, 2010, hal : 18)

Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif adalah karena sesuai esensinya penelitian kualitatif sangat tepat untuk memahami fenomena, memahami dapat diartikan sebagai memahami apa yang dirasakan orang lain dan memahami sudut pandang serta pola pikir orang lain berdasarkan sudut pandang sekelompok atau komunitas tertentu dalam latar alamiah. (Herdiansyah, 2010, hal : 17)

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Melanjutkan cara berpikir ini, Stella Ting Toomey mengeksplorasi cara – cara dimana identitas dinegosiasi (dibahas) dalam interaksi dengan orang lain. Identitas atau gambaran refleksi diri, dibentuk melalui negosiasi ketika kita menyatakan, memodifikasi atau menantang identifikasi diri kita atau orang lain. Misalnya saja, kita memulai hubungan untuk pertama kalinya dengan berbagai identitas sosial baik budaya, jenis kelamin, dan usia semua itu bermula dari lingkup kecil yaitu keluarga. (Little John, 2009, hal : 133)

Dalam Teori Negosiasi Muka menurut Toomey, persepsi khalayak akan diidentifikasi dan dianalisis melalui beberapa tahapan yaitu muka dan teori kesantunan yang akan diasumsikan melalui teori negosiasi muka yang erat penggambaranya tentang citra diri atau identitas diri.

Tahapan kedua dari teori negosiasi muka menurut Toomey adalah *Facework.* Tahapan ini akan mengidentifikasi tindakan – tindakan yang digunakan narasumber untuk menghadapi kebutuhan dan keinginan muka diri sendiri dan orang lain. Selanjutnya ditahaapan terakhir adalah konsep manajemen konflik yaitu mengelola konflik melintasi budaya. Tahapan ini akan menjelaskan hasil FGD narasumber dalam mempersepsikan peran ayah dan anak dalam dalam video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time"* terhadap peran ayah dan anak dalam keluarga.

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui persepsi khalayak pada iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time " t*erhadap pembentukan peran ayah dan anak laki – laki dalam keluarga.

Muka dan Teori Kesantunan

Dalam FGD yang pertama, penulis melakukan sesi diskusi dan interview dengan keluarga Joko Purwadi atau keluarga pertama. Keluarga pertama terdiri dari Ayah, Ibu dan tiga anak (dua perempuan dan satu laki – laki). Keluarga pertama melaksanakan FGD dengan antusias dan interaktif antara penulis sebagai moderator dan sesama anggota keluarga. Begitu juga dengan FGD kedua dengan keluarga yang terdiri dari ayah atau orang tua tunggal dan satu anak laki – lakinya. Narasumber di FGD kedua mampu memberikan persepsi dan jawaban yang relevan atas segala pertanyaan yang terkait dengan hubungan ayah dan anak laki – lakinya.

Teori kesantunan Penelope Brown dan Stephen Levinson (1978) diartikan oleh Toomey yang menyatakan bahwa orang akan menggunakan strategi tindakan kesantunan dalam bersikap dengan menyadari peran atas identitas diri. (Richard West, 2008, hal : 163)

Jika dilihat peran anak laki – laki kepada ayahnya dalam video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time ",* tidak nampak adanya tindakan kesantunan yang memperlihatkan hubungan anak ke ayahnya. Sang anak cenderung cuek dan bersikap dingin kepada ayahnya.

Dalam persepsinya tentang peran ayah dan anak laki – laki dalam video *Thai Life Insurance* berjudul " *I want More Time ",* semua narasumber dari kedua keluarga dapat memberikan persepsinya dengan jelas dan tepat didepan seluruh anggota keluarga dalam kegiatan FGD yang dilakukan bersama seluruh anggota keluarga.

Dalam konsep kesantunan Ting Toomey, keempat narasumber yaitu Rhystia, Aldy, Walli dan Risanti dapat menempatkan diri secara tepat melalui persepsinya mengenai konsep

hubungan ayah dan anak yang baik. Disini khalayak mampu memahami isi dari tayangan iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* dengan persepsinya yang merupakan hasil dari olah pikir pribadi didasari dari latar belakang, adat istiadat, keadaan sekitar dan hal – hal yang mereka alami sendiri di lingkungan keluarga.

Rhystia: " Seorang anak pada dasarnya harus patuh kepada kedua orang tua, menghargai apa yang dilakukan oleh orang tua karena perjuangan orang tua dalam mendidik dan membesarkan anak harus diimbangi dengan tanda bakti anak untuk orang tua. "(Transkrip Wawancara)

Aldy : " Harus sopan dan patuh kepada kedua orang tua, semua kan sudah dijelaskan baik di agama maupun sekolah, dan jangan terbawa arus negatif dari dampak modernisasi dan teknologi sehingga membuat hubungan keluarga jadi renggang karena sibuk main *gadget*."(Transkip Wawancara)

Arin : " Anak harus dapat berkomunikasi dengan benar agar maksud dari keinginan dan ucapan bisa disampaikan dan diterima dengan baik oleh orang tua. "

Walli : " Merawat dan berbakti hingga akhir hayat, istilahnya kalau bekerja harus berdedikasi dan loyalitas. " (Transkip Wawancara)

Tindakan kesantunan yang dipaparkan oleh narasumber menjelaskan sebagai peran mereka sebagai anak kepada orang tua dalam lingkungan keluarga. Mereka sadar akan identitas diri dalam keluarga sehingga dapat mempersepsikan tindakan kesantunan peran anak kepada orang tua dalam keluarga.

Dalam mengemukakan persepsi, narasumber Aldy lebih vokal dengan suaranya yang lantang mungkin dikarenakan posisinya sama dengan objek penelitian yang ada pada video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* . Begitu juga narasumber Walli yang menyampaikan penjelasan tentang contoh nyata tindakan kesopanan terhadap sang ayah dalam kehidupan sehari – hari.

Walli : " Meluangkan waktu bersama mas walaupun hanya sekedar makan, aku juga sama bapak *kalo* saya pas gajian pasti *tak* ajak makan diluar sekalian refreshing, kalau pas sakit juga diladenin semaksimal mungkin. *Dibaekin* lah mas orang tua juga tinggal satu harus diawet – awet. Merawat dan berbakti hingga akhir hayat, istilahnya kalau bekerja harus berdedikasi dan loyalitas. " (Transkip Wawancara)

Di FGD kedua, narasumber Walli sebagai anak laki – laki dalam persepsinya lebih memperlihatkan sisi kedewasaanya mengelola hubungan komunikasi dengan sang ayah karena ia sadar betul bahwa sekarang ia hanya memiliki orang tua tunggal yaitu ayahnya saja, sehingga ia berpikir untuk menjaga dan merawat sang ayah dengan baik.

Toomey menemukan bahwa terdapat dua kebutuhan universal yaitu kebutuhan muka positif dan kebutuhan muka negatif. Muka positif adalah keinginan untuk disukai dan dikagumi oleh orang – orang penting dalam hidup kita. (Richard West, 2008, hal : 162)

Dalam adegan di video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* muka positif terlihat pada saat adegan sang anak jatuh dari sepeda dan sang ayah mencoba menyemangati anaknya dengan meminta sang anak untuk bangkit dari jatuh dan tidak menangis.

Muka positif sang ayah diperlihatkan kepada sang anak dengan menyemangati sang anak untuk bangkit dan tidak cengeng. Hal ini dilakukan oleh sang ayah karena sang anak merupakan orang terpenting dalam hidupnya

Pada FGD juga terlihat muka positif dari pernyataan narasumber Joko Purwadi dan Achmad Zaini sebagai berikut :

Joko Purwadi : " Anak itu harus hormat dan *manut* sama orang tuanya, apalagi ayah adalah kepala keluarga, ayah pernah jadi anak tapi anak saya belum pernah jadi ayah

sehingga apa yang dilakukan orang tua pasti untuk kebaikan anaknya (sambil tersenyum).”

“ (Sambil menatap anak - anaknya) Sebaiknya sebagai anak baik laki – laki maupun perempuan sudah berkewajiban untuk sopan dan mendengarkan apa yang disampaikan orang tua. Kalau ada perihal yang tidak sesuai kan bisa disampaikan dengan baik, sehingga selain bisa bikin ayem *ati* orang tua juga bisa mempraktekan ilmu dan nilai kesopanan yang dipelajari saat sekolah. Dan menyadari namanya orang tua pasti ingin yang terbaik buat masa depan anaknya “ (Transkip Wawancara)

Achmad Zaini : “ Kalau saya punya cara sendiri kok mas dan sederhana saja, sampai sekarang saya sama anak saya walaupun dalam suasana seperti apapun tetap *ngilengke* dan menegur untuk mengajak sholat berjamaah dan ndarus bareng jadi biar *tetep* ada hubungan sama anak *gak* putus kan tanggung jawabnya lebih ke akhirat, jadi selalu ada *alesan* buat ngobrol sama anak .” (Transkip Wawancara)

Pengakuan akan kebutuhan muka yang ada menjelaskan mengapa seorang anak harus patuh kepada ayahnya, karena seorang ayah menurut Joko Purwadi adalah teladan yang sudah berpengalaman dan patut dicontoh anak – anaknya dan memberikan sikap yang baik kepada keinginan muka negatif anaknya. Begitu juga dengan Achmad Zaini yang memberikan contoh dengan melakukan kegiatan beribadah bersama dengan anaknya agar hubungan aayah dan anak terjalin harmonis.

Sedangkan muka negatif merujuk pada keinginan untuk memiliki otonomi dan tidak dikekang, (Richard West, 2008, hal : 162). Dalam video iklan *Thai Life Insurance* versi *“ I want More Time “* muka negatif terlihat dari respon sang anak yang pergi meninggalkan sang ayah pada saat terjadi pertengkaran diantara keduanya. Tindakan keluar dari rumah dilakukan oleh sang anak karena tidak ingin dikekang dan ingin bebas menggapai cita – cita sebagai musisi, cita – cita ini berlawanan dengan keinginan ayahnya yang menginginkan anak sukses dibidang akademis.

Pada kegiatan FGD Klaim akan muka negatif terdapat pada persepsi narasumber Aldy. Berikut transkip wawancaranya:

Aldy : “ Ya berkaca pada pengalaman diri sendiri, dulu saya sering ngebantah atau tidak sepemikiran dengan papa saya. Soalnya kadang papa sudah *negative thinking* dulu terus marah padahal kan yang saya lakukan juga gak semuanya salah. “ (Transkip Wawancara)

Persepsinya akan muka negatif menegaskan bahwa yang dilakukan seorang anak tidak semuanya salah dan terkadang seorang ayah pun juga mempunyai sikap yang tidak semuanya dapat dibenarkan hal ini dipengaruhi oleh cara dan sikap serta tutur kata dalam berkomunikasi.

Penelitian Brown dan Levinson mengilustrasikan sebuah dilema bagi individu – individu yang berusaha untuk memenuhi kedua jenis muka di dalam sebuah percakapan. (Richard West, 2008, hal : 162)

Dilema ini muncul ketika sang ayah merasa kesepian dan merindukan sang anak yang telah lama pergi dari rumah. Dalam renunganya sang ayah mencoba mengingat ingat kenangan masa ketika hidup bersama anaknya. Lalu sang ayah memutuskan untuk memaafkan sang anak dan pergi menghadiri *launching* debut anaknya sebagai musisi.

Tindakan sang ayah untuk dapat memaafkan dan menemui anaknya dalam acara *launching* album menegaskan bahwa sang ayah ingin memenuhi kedua jenis muka dalam penyelesaian konflik terhadap anaknya. Disatu sisi spontanitas kemarahan sang ayah yang menunjukan muka negatif disisi lain keinginan menemui anaknya adalah kebutuhan untuk memenuhi muka positif sang ayah.

Pada FGD pertama penulis ditunjukan pada narasumber Aldy bahwa sebenarnya dalam setiap pertengkaran ayah dan anak laki – laki tidak sepenuhnya salah anak laki – laki, ia mengklaim tindakannya benar tetapi perlu dimengerti lagi posisi seorang ayah harus dihormati dan lebih berpengalaman.

Aldy : " Kalau saya jawab sih iya, memang saya sendiri pernah mengalami seperti itu, bertengkar dengan bapak saya karena perselisishan pendapat. Terkadang memang kita yang tau apa yang kita mau tapi balik lagi orang tua kan sudah berpengalaman lebih dari saya, istilah kata papah saya pernah muda tapi kan saya belum pernah di posisi papah saya. " (Transkip Wawancara)

Pernyataan narasumber Aldy ini menggenapi kebutuhan akan muka positifnya, sehingga ada pesan yang ingin ia sampaikan dalam pernyataanya bahwa muka negatif ia tampilkan ketika menceritakan tentang pertengkaranya dengan ayahnya dan di satu sisi ia berikan kebutuhan akan muka positif dengan menyadari bahwa dia belum pernah ada di posisi sebagai orang tua sedangkan ayahnya pernah memasuki fase sebagai anak – anak dan kini menjadi orang tua tentulah lebih bijak dalam bersikap.

Di FGD kedua, narasumber wali menceritakan kekecewaanya karena keinginan dan minatnya tidak dapat dipenuhi oleh sang ayah, tetapi ia mencoba memenuhi kedua jenis muka dalam percakapan FGD.

Walli : " Ya dulu kan saya pengen masuk *club* sepak bola karena hobi saya main sepak bola, kalo sekarang futsal lah. Tapi bapak melarang, waktu itu bilangnya fokus belajar aja. Sempat kecewa sih cuma kalo *dah gede* gini ya menyadari kalo bapak kerja bisa *nyekolahin* sampai kuliah sudah syukur alhamdulilah, karena biaya masuk klub juga mahal mungkin kendalanya itu.

Terlihat jelas dalam pernyataan narasumber Walli ketika ia menceritakan pengalaman konflik dengan ayahnya, muka negatif terlihat pada kekecewaanya kepada keputusan ayahnya yang melarang ia masuk ke klub sepak bola namun muka negatif ditunjukan dalam pernyataan ia menyadari akan kondisi dan keadaan orang tua yang terbatas kala itu. Kebutuhan akan muka positif dilakukan oleh dua narasumber dari kondisi keluarga yang berbeda karena merasa sang ayah adalah orang tua dan orang yang penting dalam kehidupan mereka.

Beberapa asumsi dari Teori Negosiasi Muka mencakup komponen – komponen penting teori ini yaitu muka, konflik, dan budaya. Asumsi yang pertama menekankan pada identitas diri. Melekat dengan asumsi pertama ini adalah keyakinan bahwa para individu didalam semua budaya memiliki citra diri yang berbeda dan mereka menegosiasikan citra ini secara terus menerus. (Richard West, 2008, hal : 165)

Narasumber Joko Purwadi sebagai seorang ayah menekankan identitas dan citra dirinya sebagai kepala keluarga yang mempunyai hak secara penuh dan tanggung jawab dalam solusi penyelesaian konflik pada keluarga terutama dengan anak- anaknya. Sebagai kepala keluarga dan orang tua Joko Purwadi mewajibkan anak – anaknya untuk patuh dan hormat kepada orang tua.

Narasumber Ratna sebagai seorang ibu memposisikan diri sebagai pihak yang menjembatani antara ayah dan anak. Citra diri yang ditampilkan narasumber Ratna sebagai seorang ibu adalah mengerti keinginan dan maksud tujuan suaminya sebagai ayah dana ketiga anaknya sehingga ia bisa meminimalkan konflik yang terjadi dalam keluarga.

Narasumber Rhystia sebagai anak pertama dan kakak menampilkan citra diri sebagai kakak yang mampu memberikan contoh yang baik bagi adik –adiknya dan berusaha mengerti posisi orang tua dan keinginan adik –adiknya agar dapat membantu dalam penyelesaian konflik.

Narasumber Aldy sebagai anak laki – laki satu – satunya, mempunyai citra diri yang kritis dan berpegang teguh kepada prinsipnya tak jarang hal inilah yang memicu konflik dengan ayahnya, karena ia sadar betul bahwa peran ayah dan anak laki – laki dalam keluarga terkadang terjadi gesekan atau konflik karena sama – sama kerasnya.

Narasumber Risanti sebagai anak bungsu mencoba menampilkan citra diri sebagai sosok yang dewasa dan mau mengerti terhadap konflik yang dialami oleh ayah dan kakak laki – lakinya. Melalui persepsinya tergambar identitas diri perempuan yang pintar dalam menyikapi konflik yang terjadi di dalam keluarga.

Narasumber Achmad Zaini sebagai orang tua tunggal sangat menekankan ilmu agama kepada sang anak dan diterapkan dalam kehidupan sehari – hari sehingga hubungan ayah dan anak laki – lakinya terjalin harmonis.

Narasumber Walli memposisikan diri sebagai anak laki – laki dari orang tua tunggal yang harus bisa berpikiran dewasa dan menelaah setiap permasalahan yang ada dan melakukan pemakluman terhadap situasi dan kondisi dalam keluarga.

Asumsi Kedua dari Teori Negosiasi Muka berkaitan dengan konflik, yang merupakan komponen utama dari teori ini, bekerja bersama muka dan budaya. Bagi Ting Toomey, konflik dapat merusak muka sosial seseorang dan dapat mengurangi kedekatan hubungan antara dua orang. (Richard West, 2008, hal : 165)

Tak dapat dipungkiri lagi bahwa Negara-Negara di Asia Tenggara memiliki banyak persamaan. Seperti persamaan nasib yang sama-sama pernah dijajah oleh bangsa asing dan penduduknya sama-sama rumpun ras Mongoloid. Indonesia sendiri sering diklasifikasikan ke dalam Negara Rumpun Melayu bersama dengan Thailand. Negara Indonesia dan negara Thailand, keduanya adalah negara yang terletak di Asia Tenggara. Negara Indonesia dan Negara Thailand, keduanya adalah negara pendiri ASEAN. Negara Indonesia dan Negara Thailand memiliki kebudayaan yang hampir sama. Keduanya menganut sistem patrilineal dalam sebuah keluarga.(https://www.wisma-bahasa.com/persamaan-budaya-sebagai-pemersatu bangsa-bangsa-di-asean/, diakses pada Minggu, 11 Juni 2017)

Orang Thailand dan Indonesia mempunyai ciri fisik yang hampir sama. Kulit sawo matang, mata dengan ukuran normal, rambut hitam, dan tinggi sedang. Dari beberapa pengalaman warga Indonesia yang pernah jalan-jalan ke Thailand, mereka sering diajak berkomunikasi dengan bahasa Tagalog. Banyak penduduk lokal terutama pedagang yang berinteraksi langsung mengira para pelancong asal Indonesia tadi adalah warganya. (https://www.wisma-bahasa.com/persamaan-budaya-sebagai-pemersatu-bangsa-bangsa-di-asean/, diakses pada Minggu, 11 Juni 2017)

Dari persamaan inilah sehingga para narasumber dari dua keluarga tidak sulit dalam memahami dan memaknai isi video *Thai Life Insurance* versi " *I want More Time "* dan mempersepsikanya dan merepresentasikan peran ayah dan anak pada video tersebut dalam kehidupan nyata atau sehari – hari para narasumber.

Keterkaitan antara konflik, muka dan budaya dapat dilihat dalam cerita pada isi video *Thai Life Insurance* versi " *I want More Time ".* Konflik hubungan ayah dan anak laki – lakinya dalam video tersebut berpusat kepada keinginan sang anak yang bertentangan dengan ayahnya. Sang anak ingin menjadi musisi dan tidak meneruskan sekolahnya sedangkan sang ayah ingin anaknya bisa sukses di bidang pendidikan formal. Sang anak berusaha mempertahankan mukanya dengan teguh kepada pendirianya sehingga ia memilih keluar dari rumah.

Sang ayah sendiri pada akhirnya merenungkan kebersamaan hubungan ayah dan anak laki – lakinya yang dapat meredakan konflik dan akhirnya berdamai dan mendukung keinginan anaknya dengan bersedia hadir di acara *launching perfomance* sang anak, tetapi takdir berkehendak lain karena sang ayah mengalami kecelakaan yang menewaskannya.

Kegiatan penyelamatan muka ini mengakhiri memuncaknya konflik antara ayah dan anak laki – lakinya. Dan hal ini sesuai dengan persepsi para narasumber dari kedua keluarga.

Joko Purwadi : " Bisa jadi ya (terdiam sejenak), soalnya terkadang namanya laki – laki kan malu berekspresi apalagi kalau berlebihan,ya hal itu mungkin terjadi di jaman saya kecil, hubungan antara bapak anak laki – laki tidak bisa seperti ibu dan anak laki – laki yang selalu *care* dan *speak up*. Ya saya menyadari, begitu juga hubungan saya sama Aldy (anak laki – laki bapaknya) kadang juga pernah cekcok karena apa, anak sekarang itu *ndableg* kalau *dibilangin* dan semau *gue.*" (Transkip Wawancara)

Ratna : " Ibu punya adik laki – laki dulu pas remaja ya *gitu* mas nakal, *mbantahan* sama bapaknya ibu. Bapak sendiri mendidik anaknya keras kan harapanya supaya kita tu tingkah lakunya bener jadi orang baik di masyarakat. Ya pas bapak *sedo* pada *gelo*, terutama *adek* dan malah jadi tau kalau dulu bapak sering marah karena yang diomongkan benar tapi adik selalu *mbantah*. Kurang *lebihe* sama mas kayak di video Cuma kejadianya sama masalahnya aja yang beda." (Transkip Wawancara)

Rhystia : " Setahu saya sih iya, tentunya namanya keluarga gak cuma sama Aldy saja bapak pernah ribut tapi dengan saya pun pernah, sebenarnya hal tersebut merupakan hal yang lumrah terjadi dikeluarga manapun tinggal bagaimana sebagai orang tua mampu memberikan arahan dan pengertian agar anaknya mengerti. "(Transkip Wawancara)

Aldy : " Kalau saya jawab sih iya, memang saya sendiri pernah mengalami seperti itu, bertengkar dengan bapak saya karena perselisishan pendapat. Terkadang memang kita yang tau apa yang kita mau tapi balik lagi orang tua kan sudah berpengalaman lebih dari saya, istilah kata papah saya pernah muda tapi kan saya belum pernah di posisi papah saya. "(Transkip Wawancara)

Risanti : " Yang saya lihat dari papa sama mas Aldy ya gitu mas pernah ada masalah yang papa ngasih tau panjang lebar, mas aldy nya juga mbantah kadang diem kadang pergi hehe, tapi saya yakin mas Aldy adalah anak yang pintar sehingga lebih dewasa dalam menyikapinya." (sambil melihat ke arah Aldy) (Transkip Wawancara)

Achmad Zaini : " Kalau ngomong apakah sama dengan realita ya saya sendiri jujur mas, saya duda ditinggal istri meninggal sudah tiga *tahunan* ini, terus hidup berdua sama wali namanya ketemu tiap hari ya pasti ada masalah, ribut juga ada memang yang *balance* harusnya dirumah ada sosok ibu, itu kalo saya terapkan dalam keluarga saya *lho ya* kan kebetulan sama kayak di *rekamannya.* "(Transkip Wawancara)

Walli : " Ya dulu kan saya pengen masuk *club* sepak bola karena hobi saya main sepak bola, kalo sekarang futsal lah. Tapi bapak melarang, waktu itu bilangnya fokus belajar aja. Sempat kecewa sih cuma kalo *dah gede* gini ya menyadari kalo bapak kerja bisa *nyekolahin* sampai kuliah sudah syukur alhamdulilah, karena biaya masuk club juga mahal mungkin kendalanya itu. (Transkip Wawancara)

Asumsi Ketiga dari Teori Negosiasi Muka berkaitan dengan dampak yang dapat diakibatkan oleh suatu tindakan terhadap muka. Dalam video *Thai Life Insurance* versi " *I want More Time ",* dampak yang diakibatkan dalam konflik ayah dan anak laki – lakinya adalah keputusan sang anak untuk pergi dari rumah dalam jangka yang lama dan meninggalkan ayahnya hidup sendiri akibatnya terjadi kebekuan hubungan komunikasi antara ayah dan anak laki – lakinya.

Sedangkan menurut pengakuan narasumber sendiri, konflik yang dialami seorang ayah dan anak laki – lakinya dalam kehidupan sehari – hari dampak yang diakibatkan hanya sebatas cekcok mulut atau ribut – ribut kecil dan berakhir begitu saja dan sama – sama menyadari peran masing – masing sehingga masalah selesai dan hubungan komunikasi berjalan normal kembali seperti biasa.

Joko Purwadi : "Ya saya menyadari, begitu juga hubungan saya sama Aldy (anak laki – laki bapaknya) kadang juga pernah cekcok karena apa, anak sekarang itu *ndableg* kalau *dibilangin* dan semau *gue*. Tentunya, namanya keluarga tiap hari bertemu, pasti namanya kita ngomong sering ada salah *tangkep* jadi bertengkar. "

(Transkip Wawancara)

Aldy : " Kalau saya jawab sih iya, memang saya sendiri pernah mengalami seperti itu, bertengkar dengan bapak saya karena perselisishan pendapat. Terkadang memang kita yang tau apa yang kita mau tapi balik lagi orang tua kan sudah berpengalaman lebih dari saya, istilah kata papah saya pernah muda tapi kan saya belum pernah di posisi papah saya. " (Transkip Wawancara)

Achmad Zaini : " Alhamdulilah ya mas selama ditinggal ibu, ya memang berat namanya bapak kan beda sama ibu, terkadang maksud dan perbuatan hasilnya lain, inginya lembut tapi yang keluar keras ya saya *akuin* hal itu sering terjadi dari masalah kecil – kecil tapi ya masih dalam batas wajar, yang penting anak dari kecil ditanamkan ilmu agama insha Allah punya akhlak yang bagus tau mana baik mana nggak, kalo saya *sih gitu aja*." (Transkip Wawancara)

Walli : " Ya dulu kan saya pengen masuk *club* sepak bola karena hobi saya main sepak bola, kalo sekarang futsal lah. Tapi bapak melarang, waktu itu bilangnya fokus belajar aja. Sempat kecewa sih cuma kalo *dah gede* gini ya menyadari kalo bapak kerja bisa *nyekolahin* sampai kuliah sudah syukur alhamdulilah, karena biaya masuk club juga mahal mungkin kendalanya itu. Sampai saat ini nyesel mas hehe...ternyata kalau punya keahlian olahraga menunjang *karir*. *Yah* semua kembali lagi namanya keluarga harus saling mengerti *tau sikon*. "(Transkip Wawancara)

Ting Toomey dan Mark Cole (1990) mengamati bahwa dua tindakan menyusun proses ancaman terhadap muka yaitu penyelamatan muka atau usaha – usaha untuk mencegah peristiwa yang dapat menimbulkan kerentanan atau merusak citra seseorang. Dan yang kedua adalah pemulihan muka, fase dimana terjadi setelah kehilangan muka. Dan ini merupakan tindakan untuk memulihkan muka dalam respon akan suatu peristiwa. (Richard West, 2008, hal : 166)

Dua tindakan yang diamati oleh Ting Toomey ini terdapat dalam proses FGD di keluarga pertama dengan narasumber Joko Purwadi dan Aldy. Narasumber Joko Purwadi berusaha melakukan tindakan penyelamatan muka dengan menilai bahwa seorang anak terkadang hanya menuruti egonya semata dan cenderung keras kepala. Sependapat dengan Joko Purwadi, narasumber Risanti mengatakan bahwa terkadang konflik antara ayah dan kakak laki – lakinya di respon kurang baik oleh kakak laki – lakinya (Aldy) yaitu dengan cara membantah, diam (cuek) atau pergi meninggalkan ruangan.

Joko Purwadi : "Ya saya menyadari, begitu juga hubungan saya sama Aldy (anak laki – laki bapaknya) kadang juga pernah cekcok karena apa, anak sekarang itu *ndableg* kalau *dibilangin* dan semau *gue*. Tentunya, namanya keluarga tiap hari bertemu, pasti namanya kita ngomong sering ada salah *tangkep* jadi bertengkar. "(Transkip Wawancara)

Risanti : " Yang saya lihat dari papa sama mas Aldy ya gitu mas pernah ada masalah yang papa ngasih tau panjang lebar, mas aldy nya juga mbantah kadang diem kadang pergi hehe, tapi saya yakin mas Aldy adalah anak yang pintar sehingga lebih dewasa dalam menyikapinya." (sambil melihat ke arah Aldy) (Transkip Wawancara)

Namun disisi lain narasumber Aldy melakukan pemulihan muka dengan menjelaskan bahwa, tidak selalu namanya anak itu salah terkadang perbedaan persepsi menyebabkan konflik anatara ayah dan anak, sehingga tidak sepenuhnya anak yang salah.

Aldy : " Bisa dibilang begitu, karena semua kan berawal dari komunikasi apalagi kalo sudah beda generasi pasti cara menyampaikan omongan juga berbeda sehingga mengalami gesekan mungkin juga karena faktor emosi yang menimbulkan konflik. Ya berkaca pada pengalaman diri sendiri, dulu saya sering ngebantah atau tidak sepemikiran dengan papa saya. Soalnya kadang papa sudah *negative thinking* dulu terus marah padahal kan yang saya lakukan juga gak semuanya salah. " (Transkip Wawancara)

Membantahnya dengan melakukan pemulihan Khalayak memahami apa yang dibangun oleh media, khalayak memahami peran ayah dan anak laki - lakinya dalam iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time ".* Khalayak juga menyadari bahwa jalan cerita dalam video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* ini realitasnya terkadang sama dengan apa yang terjadi di kehidupan nyata dan berkaca dari kejadian sekitar yang dapat dijadikan sebagai sebuah pengalaman.

Achmad Zaini : " Kalau ngomong apakah sama dengan realita ya saya sendiri jujur mas, saya duda ditinggal istri meninggal sudah tiga *tahunan* ini, terus hidup berdua sama wali namanya ketemu tiap hari ya pasti ada masalah, ribut juga ada memang yang *balance* harusnya dirumah ada sosok ibu, itu kalo saya terapkan dalam keluarga saya *lho ya* kan kebetulan sama kayak di *rekamannya.* " (Transkip Wawancara)

Facework

Ketika muka positif atau negatif para komunikator sedang terancam, mereka cenderung mencari bantuan atau cara untuk mengembalikan muka mereka atau mitra mereka. Ting Toomey mendefinisikan *facework* sebagai tindakan – tindakan yang digunakan untuk menghadapi kebutuhan atau keinginan muka diri sendiri dan orang lain. (Richard West, 2008, hal : 163)

Dalam video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* tindakan *facework* dilakukan sang ayah pada saat ia mengusir anaknya keluar dari rumah. Keputusan sang ayah mengusir anaknya dengan spontanitas merupakan tindakan *facework* yang ia lakukan untuk mengembalikan muka dalam hal ini wibawa dan peran sebagai seorang ayah yang mutlak untuk dihormati dan punya otonomi lebih pada kehidupan dan peran anak laki – lakinya.

Dalam proses FGD narasumber Joko Purwadi mengambil peranan sebagai pengendali karena ialah kepala keluarga dan seorang ayah sehingga *facework* dilakukan dalam penyelesaian konflik atau masalah dalam keluarga.

Joko Purwadi : " Anak itu harus hormat dan *manut* sama orang tuanya, apalagi ayah adalah kepala keluarga, ayah pernah jadi anak tapi anak saya belum pernah jadi ayah sehingga apa yang dilakukan orang tua pasti untuk kebaikan anaknya (sambil tersenyum)." (Transkip Wawancara)

Te Stop Lim dan John Bowers (1991) memperluas diskusi ini dengan mengidentifikasi tiga jenis facework. Yang pertama adalah Facework ketimbangrasaan, facework ini memberikan kebebasan kepada seseorang untuk bertindak sebagaimana yang diinginkan sekaligus meminimalkan hal – hal yang akan membatasi kebebasan ini. (Richard West, 2008, hal : 163)

Ratna : " Harus sama – sama saling mengerti mas, jangan *kesusu mbantah* dulu, soalnya yang sering kejadian kan gitu, orang tua belum slesei ngomong, anak dah *mbantah nerocos intine menangke awak e dewe*. Makanya kan harus saling pengertian dan sama – sama sabar. Y saya selalu *bilang* sama bapaknya anak – anak yang sabar. " (Transkip Wawancara)

Narasumber Ratna menggunakan *facework* ketimbangrasaan dalam memberikan kebebasan bersikap ayah dan anak – anaknya dalam penyelesaian konflik tetapi ia juga

mengingatkan hal – hal yang dilakukan untuk meminimalkan atau membatasi konflik semakin berkepanjangan.

Jenis *facework* yang kedua yaitu *facework* solidaritas adalah tindakan menerima orang lain sebagai anggota dari kelompoknya. Narasumber Rhystia menggunakan *facework* solidaritas dalam persepsinya tentang konflik ayah dan anak laki – laki. Ia menjelaskan tidak hanya ayah dan anak laki – lakinya yang rentan konflik tetapi ia sebagai anak perempuan juga pernah mengalami konflik dengan ayahnya. Dan dalam konflik tersebut ia menjelaskan seorang ayah atau orang tua juga tidak semena – mena terhadap anak tetapi orang tua terlebih ayah mempunyai cara tersendiri dengan pengertian dan arahan untuk penyelesaian konflik.

> **Rhystia** : " Setahu saya sih iya, tentunya namanya keluarga gak cuma sama Aldy saja bapak pernah ribut tapi dengan saya pun pernah, sebenarnya hal tersebut merupakan hal yang lumrah terjadi dikeluarga manapun tinggal bagaimana sebagai orang tua mampu memberikan arahan dan pengertian agar anaknya mengerti. "

Jenis *facework* yang terakhir adalah *facework* keperkenaan yang melibatkan meminimalkan penjelekan dan memaksimalkan pujian kepada orang lain. Facework keperkenaan muncul ketika seseorang mengurangi fokus pada aspek negatif orang lain dan lebih berfokus pada aspek yang positif. Narasumber Risanti menggunakan facework keperkenaan ia memiliki pendapat yang berbeda tentang konflik ayahnya dan kakak laki – lakinya. Ia menjelaskan bahwa saat terjadi konflik dengan ayahnya, narasumber Aldy pernah membantah, diam atau pergi tetapi Aldy adalah sosok yang pintar dan dewasa sehingga bisa menyelesaikan masalahnya. Dengan kata lain narasumber Risanti mengakui atribut positif narasumber Aldy sekaligus menghindari mempersalahkanya.

Facework keperkenaan juga dipakai narasumber Achmad Zaini dalam menceritakan hubunganya dengan sang anak laki – lakinya. Bahwa ia mengaku kalau hidup berdua dan sebagai orang tua tunggal untuk anak laki – lakinya sangatlah berat, terkadang konflik atau permasalahan pasti ada, tapi ia selalu menanamkan nilai – nilai moral dan agama untuk dapat mengontrol ego dan emosi sang anak sehingga meminimalkan konflik yang ada. Hal ini berfokus kepada hal positif yang narasumber lakukan terhadap anak laki – lakinya.

> **Achmad Zaini** : " Alhamdulilah ya mas selama ditinggal ibu, ya memang berat namanya bapak kan beda sama ibu, terkadang maksud dan perbuatan hasilnya lain, inginya lembut tapi yang keluar keras ya saya *akuin* hal itu sering terjadi dari masalah kecil – kecil tapi ya masih dalam batas wajar, yang penting anak dari kecil ditanamkan ilmu agama insha Allah punya akhlak yang bagus tau mana baik mana nggak, kalo saya *sih gitu aja*." (Transkip Wawancara)

Mengelola Konflik Melintasi Budaya

Narasumber yang dipilih antara FGD pertama dan FGD kedua sangat berbeda. FGD pertama keluarga lengkap ada orang tua terdiri dari ayah, ibu dan dua anak perempuan serta satu anak laki – laki. Dan FGD kedua adalah keluarga kecil yang terdiri dari ayah sebagai orang tua tunggal dan anak laki – laki tunggal yang usianya sama dengan narasumber di FGD pertama dengan posisi sama sebagai anak laki – laki.

Pemilihan narasumber ini bertujuan untuk bisa mendapatkan jawaban yang mewakili peran ayah dan anak laki laki dalam keluarga. Sehingga khalayak tidak kesulitan memberikan jawaban dan mengemukakan pendapat dalam diskusi serta dengan jelas mampu mempersepsikan peran ayah dan anak laki – laki dalam keluarga dengan media video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time ".*

Narasumber sepakat Bila bahwa jalan cerita dari video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* ini menggunakan manajemen konflik dengan gaya menghindar, yaitu menjauhi ketidaksepakatan dikarenakan keinginan yang berbeda antara ayah dan anak laki –

lakinya sehingga sang anak memutuskan untuk keluar dari rumah, jelas cara ini tidak menyelesaikan masalah tetapi menambah beban masalah.

Dalam hasil FGD pertama dan kedua, seluruh narasumber dari dua keluarga, memaknai peran ayah dan anak laki – lakinya dalam tayangan iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* sama, sehingga mereka sepakat bahwa peran ayah dan anak laki – laki dalam video tersebut sama dengan realita kenyataan yang terjadi di kehidupan nyata dalam keluarga. Bahwa adanya perbedaan pemikiran antara ayah dan anak, hambatan dalam proses komunikasi seperti salah dalam memaknai sebuah pesan menjadi sebab dari munculnya konflik antara ayah dan anak laki – lakinya. Dan para narasumber memaklumi hal ini sebagai realita yang sering terjadi antara ayah dan anak dalam hubungan keluarga.

Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis melalui FGD (*Focus Group Discussion*) persepsi khalayak terhadap peran ayah dan anak laki – laki dalam keluarga dengan media video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "*, dapat disimpulkan bahwa khalayak sebagai narasumber atau yang melihat tayangan iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* menerima dan pernah mengalami permasalahan atau konflik sendiri antara ayah dan anak laki – lakinya naik dari narasumber ayah dan narasumber anak laki – laki dan didukung dengan penuturan narasumber lainnya.

Hal ini menegaskan bahwa peran ayah dan anak laki – laki yang terdapat didalam video ada kesamaan dengan peran ayah dan anak laki – laki di dunia nyata namun seiring berjalannya waktu dan dengan modernisasi yang dapat mengedukasi peran ayah dan anak laki – laki dalam dunia nyata kini bisa menjadi layaknya teman yang nyaman dalam berinteraksi dan berkomunikasi.

Hasil penelitian yang dilakukan penulis didukung dengan data melalui *Forum Group Discussion* yang dilakukan dengan dua keluarga yang berbeda, dan dianalisis dengan menggunakan model Teori Negosiasi Muka berdasarkan penelitian dari Stella Ting Toomey.

Teori Negosiasi Muka berasumsi bahwa setiap orang dari berbagai budaya memiliki perhatian terhadap citra diri masing – masing. Teori ini merupakan model teori yang mencampurkan konflik ke dalam kerangkanya dan menjelaskan bagaimana anggota – anggota dari dua budaya yang berbeda mengelola konflik juga secara berbeda.

Ting Toomey menyatakan bahwa nilai – nilai budaya yang berbeda sangat berpengaruh dalam penyelesaian dan cara menghadapi konflik serta dipengaruhi oleh kepedulian akan muka dan kebutuhan akan muka dari komunikasi. Teori ini juga berpijak pada pengalaman – pengalaman dan persepsi berbeda dari masing – masing orang dan lingkungan yang berbeda. (Richard West, 2008, hal : 172)

Dalam FGD pertama dengan anggota keluarga yang lengkap, dapat disimpulkan bahwa sosok seorang ayah merupakan sosok *central* dari segala hal yang berhubungan dengan keluarga. Peran ayah dan anak laki – lakinya dalam kehidupan sehari – hari juga tak luput dari sebuah konflik dan permasalahan yang diakibatkan dari buah pikir yang berbeda tetapi pengaruh dan dominasi peran ayah yang besar mampu memberikan keputusan dari segala penyelesaian masalah dan mutlak harus dipatuhi oleh anggota keluarga lainnya.

Pada FGD kedua dengan narasumber ayah atau orang tua tunggal dan satu anak laki – lakinya dengan kondisi yang sama dengan objek penelitian dalam video *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* tidak menampik munculnya permasalahan dan gesekan – gesekan konflik antara ayah dan anak laki – lakinya di setiap harinya. Tetapi dengan perasaan saling memiliki satu sama lain dan dengan peran anak laki – laki yang dapat menerima situasi dan kondisi sehingga dapat meminimalkan terjadinya pertengkaran atas konflik *intern* keluarga.

Semua narasumber sependapat bahwa pengemasan dan setting yang terdapat pada video iklan *Thai Life Insurance* versi *" I want More Time "* terlihat sangat nyata dan dekat

dengan kehidupan sehari – hari, menjadikan narasumber mampu mempersepsikan video tersebut terhadap pembentukan peran ayah dan anak laki – laki dalam kehidupan nyata.

Daftar Pustaka

Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis.(2010). *Teori Komunikasi Massa Dasar,*

Fiske, John.(1987). *Television Culture*. London: Routledge & Metheun.

Jefkins, Frank. (1995). *Periklanan Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga

Jensen, Klaus Bruhn & Rosengen,Karl Erik. (1995). *Five Tradition in Search of Audience".Dalam Oliver Boyd-Barret & Chris Newbold (ed.). Approaches to Media A Reader*. New York :Oxford University Press Inc,.

John, Street.(2001). *Mass Media, Politics and Society*. New York: Palgrace

Hadi, Ido Prijana. (2009). *Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika

Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika

Kriyantono, Rachmat. (2007). *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi* : *Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana

Kasali, Rhenald. (1995). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Grafiti

Littlejohn, Stephen W & Foss, Karen A. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

Marzuki. (2000). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Prasetia Widia Pratama

Mc Quail, Dennis. (1996). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga

Miles & Huberman. (2007). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press

Moeloeng, Lexy J. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Morley, David. (2005). *Television, Audience and Cultural Studies*. London: Routledge

Mulyana. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Ratna, Novianti. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Sumartono. *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta

Suhandang, Kustadi. (2005). *Periklanan, Manajemen, Kiat dan Strategi.* Bandung: Nuansa

West, Richard & Turner, Lynn H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi.* Jakarta: Salemba Humanika

Website

http://bisnis.com/youtube-sebagai-media-promosi-produk.html, diakses tanggal 6, Januari 2017, jam 20.15 wib

https://www.klikmania.net/cara-beriklan-di-media-sosial/, diakses pada tanggal 6 Januari 2017, jam 18.21 wib

https://www.youtube.com/iwant? ,Diakses pada 30 Desember 2016, jam 17.01 wib

http://www.mag.co.id/sejarah-asuransi/, diakses pada 6 Januari 2017, jam 09.22 wib

http://www.muangthaiinsurance.com/en/aboutus, diakses 6 Januari 2017, 09.25 wib

http://myocn.net/i-need-more-time-life-insurance-commercial/, diakses pada 6 Januari 2017, jam 10.05 wib
http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL%20%20Dhany%20Dimas%20Oktriyanto%20-%20D0210028.pdf, diakses pada 6 Januari 2017, jam 10.15 wib
http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/7570/7123, diakses pada 6 Januari 2017, jam 11.22 wib
sketsasketsa-adv.com/pengertian-iklan-menurut-para-ahli, diakses pada 7 Januari 2017, jam 08.17 wib
https://cvastro.com/iklan.htm, diakses pada 7 Januari 2017, jam 08.31 wib
http://jagoanreklame.com/sejarah-singkat-periklanan-di-dunia/, diakses pada 9 Januari 2017, jam 08.15 wib
http://worldpopulationreview.com/world-cities/bangkok-population/,diakses 9 Januari 2017, jam 08.17 wib
https://www.youtube.com/watch?v=UKTO_Cx5GY4, diakses pada 9 Januari 2017, jam 12.00 wib
https://www.youtube.com/watch?v=UKTO_Cx5GY4, diakses pada 9 Januari 2017, jam 12.14 wib
https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/download/.../11,Diakses 9 Januari 2017, jam 12.31 wib
file:///D:/skripsi/Mengkaji%20Khalayak%20Media%20dengan%20Metode%20Penelitian%20Resepsi%20_%20sinaukomunikasi.htm, Diakses 9 Januari 2017, jam 12.36 wib

Jurnal

Aryani, Kandi. 2006. *Analisis Penerimaan Remaja Terhadap Wacana Pornografi dalam Situs – Situs Seks di Media Online. Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik.* Surabaya: Fisip Unair

Hadi, Ido Prijana. 2009. *Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis (Jurnal Ilmiah).* Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra

Mukaromah, Mukaromah and Pratiwi, Mutia Rahmi. 2014. *Iklan politik di televisi sebagai bagaian personal branding bagi calon legiselatif dalam pemilu 2014 di indonesia.* Prosiding: Public Relation dan Marketing Politik

Pratiwi, Mutia Rahmi. 2014.*Pemberitaan Masalah Rumah Tangga Selebritis sebagai Media spectacle (Guy Debord).* Semarang: Universitas Dian Nuswantoro