



REKONSILIASI KELUARGA DALAM CERITA RAKYAT *PURBASARI AYU WANGI ATAWA LUTUNG KASARUNG* (2008) DAN IKLAN MARJAN 2020: KAJIAN ALIH WAHANA

Family Reconciliation in the Folk Tales of Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung (2008) and Marjan Advertisements 2020: Transformation Study

Yuni Riyanti & Lily Tjahjandari

Universitas Indonesia

Kampus Universitas Indonesia Depok 16424

yuni.riyanti@ui.ac.id

Naskah Diterima Tanggal 20 Agustus 2023—Direvisi Akhir Tanggal 5 Juni 2024—Disetujui Tanggal 19 Juni 2024

doi: <https://doi.org/10.26499/jentera.v13i1.6648>

Abstrak

Penelitian ini menggunakan cerita rakyat *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* (2008) karya Ajip Rosidi dan karya adaptasinya berupa iklan produk Marjan yang tayang pada tahun 2020. Karya tersebut menarik diteliti untuk melihat sebuah cerita rakyat mengalami transformasi berkali-kali dan masih mengalami perubahan ketika dijadikan alat komersil dalam bentuk iklan di televisi pada masa kini. Penelitian ini mengkaji perjalanan alih wahana dalam dua media, yakni teks dan video iklan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan alih wahana yang berfokus pada adaptasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori struktural A.J. Greimas. Sementara itu, konsep yang digunakan berupa konsep adaptasi, folklor, dan wacana media iklan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui rekonsiliasi keluarga yang terdapat dalam kedua korpus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan wahana mengakibatkan perubahan ideologi dalam konflik yang ditampilkan melalui video iklan. Perjalanan konflik dalam *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* memperlihatkan kuasa kakak mendominasi adik, rekonsiliasi keluarga diperlihatkan perempuan sebagai sosok yang lemah dan bergantung kepada laki-laki. Sementara itu, dalam iklan Marjan 2020 tokoh Purbasari diperlihatkan mempunyai kuasa atas dirinya sendiri. Kehadiran laki-laki yakni Lutung Kasarung berperan membantu rekonsiliasi keluarga, tetapi Purbasari tampil dengan kekuatannya sendiri dalam menyelesaikan konflik internal keluarga. Penelitian ini membantu memperlihatkan alih wahana dapat membuat posisi perempuan menjadi lebih baik tanpa harus mengubah inti ceritanya.

Kata-kata kunci: alih wahana, cerita rakyat, iklan, rekonsiliasi keluarga

Abstract

This study uses the folklore of Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung by Ajip Rosidi (2008) and its adaptation works in the form of an advertisement for Marjan's product which will be broadcast in 2020. It is interesting to study this work to see how a folktale undergoes multiple transformations and still experiences changes when used as a commercial tool in the form of advertisements on television today. This research examine how ride-hailing travels in two media, namely text and video advertisements. The method used in this study is a qualitative method focuses on adaptation. Theories and concepts used in this study are A.J. Greimas' structural theory, the concepts of adaptation, folklore, and advertising media discourse. The purpose of this research is to find out the family reconciliation contained in both corpus. The results of the study show that changes in media result in ideological changes in the conflicts shown through video advertisements. The journey of conflict in Purbasari Ayu

Wangi atawa Lutung Kasarung shows how the power of older siblings dominates younger siblings. Family reconciliation is shown by how women are weak and dependent on men. Meanwhile, in the advertisement for Marjan 2020, the character Purbasari is shown to have power over herself. The presence of a man, namely Lutung Kasarung, plays a role in helping family reconciliation, but Purbasari appears with her own strength in resolving internal family conflicts. This research helps show how re-direction can improve the position of women without changing the core story.

Keywords: transformation, folklore, advertising, family reconciliation

How to Cite: Riyanti, Y., & Tjahjandari, L. (2024). Rekonsiliasi Keluarga dalam Cerita Rakyat Purbasari Ayu Wangi Atawa Lutung Kasarung (2008) dan Iklan Marjan 2020: Kajian Alih Wahana. *Jentera: Jurnal Kajian Sastra*, 13(1), 98—115. doi: <https://doi.org/10.26499/jentera.v13i1.6648>

PENDAHULUAN

Cerita rakyat Indonesia menjadi salah satu karya sastra yang bertahan dari waktu ke waktu. Dalam perkembangannya, cerita rakyat mengalami transformasi berkali-kali mengikuti konteks zaman. Salah satu cerita rakyat yang masih mengalami transformasi sampai saat ini adalah cerita *Lutung Kasarung* dari Jawa Barat. *Lutung Kasarung* mulanya merupakan sastra lisan yang diceritakan dari mulut ke mulut. Salah satu teknik penceritaannya adalah menggunakan pantun dan berbahasa Sunda. Sastrawan besar Ajip Rosidi mengabadikan sastra lisan *Lutung Kasarung* ke dalam bentuk teks menggunakan bahasa Indonesia. Ajip Rosidi merupakan sastrawan yang dicatat oleh H.B Jassin masuk ke dalam angkatan 66 (Jassin, 1985, 95) dan Teeuw menyebutnya sebagai salah seorang pengarang Indonesia terpenting pada masa itu (Teeuw, 1979, 105). *Lutung Kasarung* karya Ajip Rosidi terbit pertama kali pada tahun 1962 dan pada tahun 1986 diterbitkan kembali dengan judul *Purbasari Ayu Wangi*. Ajip Rosidi mengatakan bahwa gubahan yang dilakukannya bermula dari versi lisan juru pantun kemudian dituliskannya dengan penafsiran dan pemahamannya sendiri (Suniarti, 1990: 2).

Selain Ajip Rosidi, salah satu versi lisan *Lutung Kasarung* yang paling tua sempat dituliskan oleh Argasmita, mantri gudang kopi di Kawunglarang, Cirebon, atas perintah K.F. Holle. Naskah ini sempat tersimpan di ruang naskah Museum Pusat Jakarta, tetapi saat ini dinyatakan hilang. Edisi teks pertama *Lutung Kasarung* yang dituliskan berdasar versi lisan dibuat oleh C.M Pleyte pada tahun 1911 (Kern, 1940). Selain Pleyte, ada dua orang lainnya yang menuliskan cerita *Lutung Kasarung* ini, yaitu Eringa pada tahun 1949 dan Achmad Bakri pada tahun 1976. Selain dalam bentuk teks, cerita ini juga dibuat dalam bentuk *wawacan* (narasi panjang yang digubah menjadi puisi yang dinyanyikan) oleh Engka Widjaja dan ada juga versi dalam bentuk Tembang Cianjuran (sejenis drama yang dinyanyikan dengan iringan musik khas daerah Cianjur) oleh Saleh Sanasmita dan Ade Kosmaya. Dalam menampilkan Tembang Cianjuran ini, Ade Kosmaya memakai bahasa Indonesia. Selain dalam bahasa Sunda atau bahasa Indonesia, dalam penceritaannya Pleyte dan Eringa memberikan ringkasan dan terjemahan cerita dalam bahasa Belanda (Suniarti, 1990: 3).

Cerita *Lutung Kasung* karya Ajip Rosidi yang kemudian berubah nama menjadi *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* terbit sampai cetakan keenam pada tahun 2021. Selain versi cetak, cerita *Purbasari Ayu Wangi atawa lutung kasarung* juga terbit secara digital pada tahun 2022. Hal tersebut membuktikan bahwa cerita rakyat masih memiliki peminat sampai saat ini. Selain dalam bentuk teks, cerita *Purbasari* diangkat menjadi iklan salah satu produk sirup yaitu sirup Marjan pada tahun 2020. Marjan merupakan salah satu produk sirup dari PT Lasallefood. Ciri khas iklan Marjan adalah hanya tayang menjelang dan selama bulan Ramadan. Oleh karena itu, iklan sirup Marjan dianggap sebagai iklan Ramadan (Diani & Widodo, 2022). Iklan sirup Marjan dikemas dalam cerita bersambung yang memiliki beberapa episode. Cerita yang ditampilkan selalu unik dan menarik dengan mengangkat cerita nusantara. Salah satu cerita yang diangkat adalah cerita *Purbasari*. Dalam iklan Marjan konflik *Purbasari*

dan Purbararang proses penyelesaiannya cukup berbeda. Terdapat penggambaran keluarga harmonis di akhir cerita. Atas dasar tersebut, cerita *Purbasari* ini menarik untuk diteliti.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas cerita *Lutung Kasarung* atau *Purbasari* ini diantaranya, Achmad Syihabbuddin (2023) dan Cica dan Dinanti (2021) yang membandingkan cerita *Lutung Kasarung* dengan *Beauty and the Beast*. Keduanya menghasilkan penelitian yang cukup sama. Penelitian Achmad Syihabbuddin (2023) menghasilkan kesamaan tema, yaitu Si Cantik dan Si Buruk Rupa, kemudian kutukan dan cinta sejati. Selain itu, terdapat perbedaan dan persamaan latar belakang dalam kedua cerita. Hasil penelitian Cica dan Dinanti selain tema dan latar, penelitiannya juga menghasilkan kesamaan alur dan kesamaan penokohan. Kedua, cerita ini menampilkan tokoh utama pria sebagai jelmaan dari seorang pangeran yang mencari cinta sejati untuk mematahkan sebuah kutukan, dan kesamaan amanat yakni untuk berlaku baik kepada siapa pun. Cica dan Dinanti (2021) menyampaikan pendidikan karakter yang dapat diambil dari kedua cerita, yakni rasa sabar, selalu berbuat baik, dan tidak membedakan sesama.

Penelitian yang melihat transformasi cerita *Lutung Kasarung* sebelumnya pernah dilakukan oleh Pudentia Maria Perenti Sri Suniarti (1990). Pudentia menemukan cerita *Lutung Kasarung* yang bermula dari cerita lisan berupa cerita pantun mengalami transformasi ke dalam bentuk tertulis, dari bentuk tulisan cerita pantun berubah menjadi bentuk prosa, puisi, drama, opera, novel dan film. Bahasa yang digunakan pun mengalami perubahan, bermula dari bahasa Sunda menjadi bahasa Indonesia, Jawa, ataupun Belanda. Peneliti menemukan perbedaan akibat peralihan dari cerita Pantun ke dalam cerita tulis oleh Ajip Rosidi. Pantun yang ditembangkan pada beberapa bagian tidak dapat muncul dalam bentuk tulisan. Analisis intertekstual tersebut memperlihatkan adanya pergeseran mitos, pergeseran tema utama, dan perbedaan fungsi sosial. Cerita *Lutung Kasarung* dalam bentuk pantun menonjolkan fungsi sosial, sedangkan *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* lebih menekankan fungsi literalnya. Kajian cerita *Purbasari* dan iklan Marjan dengan menggunakan alih wahana juga pernah dilakukan oleh Gunawan dkk (2020). Penelitiannya melihat perubahan dua cerita rakyat, yaitu Timun Mas dan *Purbasari* dalam iklan sirup Marjan. Hasil dari penelitiannya mendeskripsikan cerita rakyat memunculkan *brand awareness* kepada penonton. Meski memakai objek penelitian yang sama, fokus dari penelitian Gunawan dkk adalah cerita *Purbasari* pada iklan Marjan dalam ranah komunikasi dan media.

Penelitian yang membahas tentang rekonsiliasi pernah dilakukan oleh Yohanes Probo Dwi Sasongko (2021). Yohanes melihat konflik internal muncul akibat kurangnya komunikasi asertif dalam sebuah kelompok, hal tersebut dapat memunculkan kesalahpahaman dan penderitaan seseorang, sehingga rekonsiliasi untuk masalah tersebut adalah dengan membangun komunikasi asertif keluarga. Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini akan berfokus pada transformasi cerita *Purbasari* dari dua karya, yaitu buku teks *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* (selanjutnya akan disingkat menjadi PSAW) karya Ajip Rosidi (2008) dan iklan Marjan 2020 dengan fokus utama perbedaan penyelesaian konflik keluarga dalam kedua media tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperlihatkan kedua wahana menunjukkan rekonsiliasi dalam keluarga dan peran iklan dalam mengubah cerita agar sesuai dengan *branding* produk yang ditawarkan.

LANDASAN TEORI

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori adaptasi milik Hutcheon (2006). Menurut Hutcheon, adaptasi merupakan sebuah cara untuk menuliskan kembali cerita yang sama dengan menggunakan sudut pandang yang berbeda. Karya adaptasi tidak mereplikasi karya sebelumnya, tetapi merupakan karya yang berdiri sendiri. Dalam karya adaptasi terdapat proses kreatif dan interpretatif yang disesuaikan sehingga karya adaptasi menjadi lebih luas

intertekstualitasnya. Proses resepsi dalam adaptasi melahirkan teks yang melekat pada ingatan yang bukan (langsung) berasal dari sumber asli, melainkan berasal dari karya-karya yang sudah berubah bentuk, melalui pengulangan-pengulangan yang bervariasi. Teori adaptasi digunakan dalam penelitian ini untuk mengungkapkan bagaimana transformasi yang terjadi dalam iklan Marjan yang diadaptasi dari cerita rakyat *Lutung Kasarung*. Selain itu, penelitian ini menggunakan pembacaan struktural untuk menganalisis narasi dan menghubungkan teks dengan struktur bahasa. Struktur naratif tersebut dihadirkan dengan menggunakan menggunakan model aktan A.J. Greimas, yang memiliki tiga hubungan oposisi biner dalam membangun sebuah narasi cerita, yakni subjek vs objek, pengirim vs penerima, dan penolong vs penentang (Greimas, 1972). Selain skema aktan, Greimas mengemukakan model cerita sebagai alur dengan menggunakan model fungsional. Fungsi fungsional terdiri dari tiga tahap, yakni situasi awal, kemudian transformasi yang terdiri dari tahap uji kecakapan, tahap uji utama, dan tahap kegelimangan, serta terakhir situasi akhir.

Penelitian ini menggunakan teori folklor. Folklor merupakan salah satu bentuk kebudayaan untuk menganalisis unsur naratif dari cerita rakyat. Fang (2016) mengatakan folklor adalah bagian dari tradisi lisan, meliputi bidang yang beragam, seperti cerita, ungkapan, peribahasa, nyanyian, tarian, adat resam, undang-undang, serta teka-teki permainan. Jan Harold membagi folklor menjadi tiga bagian besar, yaitu folklor lisan, folklor sebagian lisan, dan folklor bukan lisan. Ketiganya memiliki fungsi dalam kehidupan manusia (Endraswara, 2009). Cerita rakyat termasuk ke dalam jenis folklor lisan karena sifatnya diwariskan secara kolektif oleh masyarakat secara lisan dari generasi ke generasi selanjutnya.

Transformasi cerita rakyat ke dalam bentuk iklan memerlukan analisis wacana media iklan yang mempunyai tujuan komersial. Iklan merupakan media informasi yang dibuat sedemikian rupa dengan tujuan yang menarik minat khalayak, bentuknya orisinal, serta memiliki karakteristik tertentu. Iklan dibuat secara persuasif sehingga konsumen terdorong untuk melakukan sesuatu yang diinginkan pengiklan (Jefkins, 1997: 18). Hal tersebut sesuai dengan yang didefinisikan Shimp (2003) Menurutnya, iklan adalah suatu proses persuasi secara tidak langsung, didasari oleh informasi tentang kelebihan suatu produk dengan penyampaian yang lebih kreatif sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang mampu membuat pikiran orang untuk melakukan tindakan pembelian. Iklan menyampaikan promosi berupa gagasan, barang, atau jasa yang harus dibayar (Kotler & Keller: 2007). Sebuah iklan harus dibuat menarik dan tampil berbeda dengan iklan yang sudah ada. Itulah yang dilakukan oleh iklan Marjan. Marjan memanfaatkan momen Ramadan yang merupakan bulan untuk beribadah puasa bagi umat muslim. Sirup marjan yang merupakan hidangan manis sesuai dengan umat muslim yang sering mengatakan “berbukalah dengan yang manis-manis.” Dengan memanfaatkan momen tersebut, Marjan menjadi lebih menarik dan punya ciri khas tersendiri.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan alih wahana yang berfokus pada adaptasi. Penelitian kualitatif menurut Ahmadi (Ahmadi, 2019) merupakan penelitian berdasarkan tafsir dan deskripsi yang telah dikumpulkan. Penelitian kualitatif deskriptif dilakukan secara langsung terhadap korpus penelitian yang telah dipilih. Sementara itu, alih wahana menurut Sapardi Djoko Damono (2018) adalah pengubahan dari satu jenis kesenian menjadi jenis kesenian lain. Inti dari alih wahana adalah pemindahan dan pengubahan. Sumber data pada penelitian ini adalah cerita rakyat *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* (2008) karya Ajip Rosidi dan iklan Marjan tahun 2020 yang ditayangkan di platform YouTube milik Marjan Boudoin. Pada tahap awal, penelitian ini mengumpulkan data dari cerita rakyat *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* dengan cara *close reading*. *Close reading* merupakan cara yang digunakan untuk membaca informasi

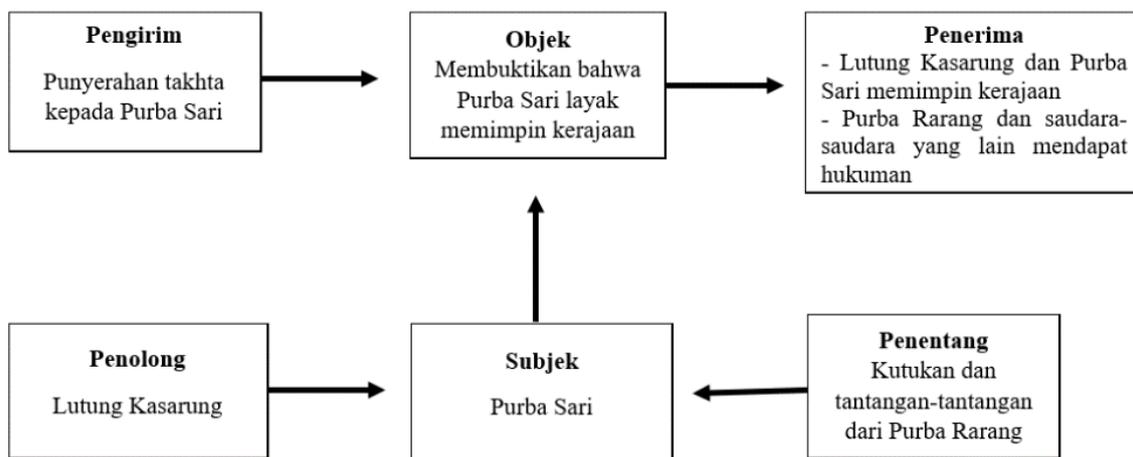
secara rinci dan jelas (Eppley, 2019). Menurut Tarigan (2009) *close reading* adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman secara menyeluruh dari suatu jenis bacaan. Hampir serupa dengan pernyataan sebelumnya. *Close reading* merupakan metode membaca yang berulang-ulang dan dengan cara mendalam (Fisher & Frey, 2014). Sementara itu, data diperoleh dengan cara mengumpulkan dialog yang ditransliterasi dan visual berbentuk tangkapan layar. Tahap kedua, data yang telah terkumpul dari kedua korpus dianalisis untuk melihat rekonsiliasi keluarga di dalamnya. Tahap ketiga, yaitu menarik kesimpulan.

PEMBAHASAN

Pembacaan Struktural

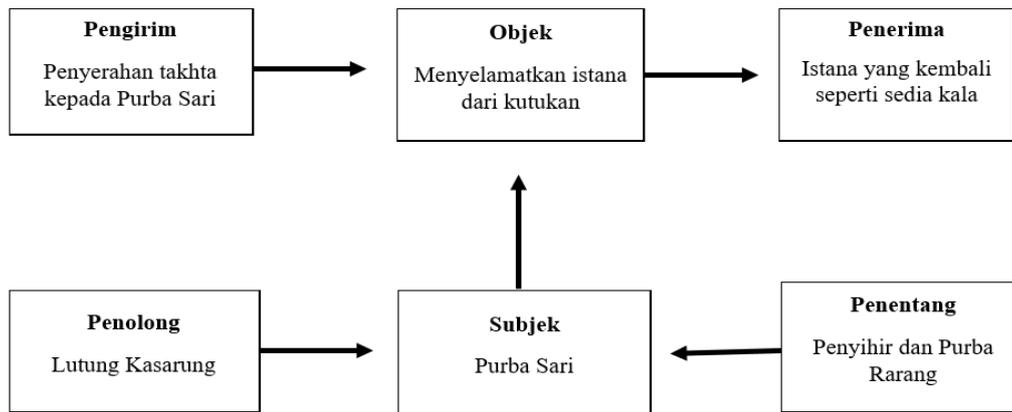
Penelitian ini menggunakan model aktan A.J. Greimas dalam pembacaan struktural terhadap dua karya sastra, yakni cerita rakyat *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* (2008) karya Ajip Rosidi dan iklan Marjan tahun 2020. Masing-masing digambarkan dalam skema aktan sebagai berikut.

Skema Aktan 1. Cerita rakyat *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* (2008)



Skema aktan di atas menunjukkan tokoh Purbasari harus membuktikan bahwa dirinya layak menjadi pemimpin. Hal tersebut akhirnya membuat Purbararang, anak yang paling tua menjadi penentang karena merasa cemburu dan melancarkan berbagai rencana demi membuat Purbasari mati sehingga tahta kerajaan akan menjadi miliknya. Purbararang mengutuk Purbasari dan memberikan tantangan yang mengancam nyawa Purbasari terus-menerus. Dalam menghadapi tantangan tersebut, Purbasari mendapatkan bantuan penuh dari Lutung Kasarung, sehingga pada akhirnya yang mendapatkan keuntungan dari permasalahan Purbasari dan Purbararang tidak hanya mereka yang berada dalam lingkup keluarga, tetapi Lutung Kasarung yang berperan membantu Purbasari. Lutung akhirnya diangkat menjadi raja dan Purbasari menjadi permaisuri. Adapun, Purbararang dan saudara-saudara lainnya yang melancarkan segala rencana jahat mendapat hukuman.

Skema Aktan 2. Iklan Marjan 2020



Perjalanan alur cerita digerakkan oleh tokoh Purbasari. Pada iklan Marjan, ceritanya juga bermula dari penyerahan tahta kepada Purbasari yang membuat Purbararang cemburu, tetapi terdapat tokoh baru yang ditampilkan yakni penyihir. Penyihir dalam iklan Marjan berperan sebagai penentang yang memengaruhi Purbararang untuk mengutuk Purbasari. Pada iklan Marjan, Lutung Kasarung juga ditampilkan sebagai penolong Purbasari, tetapi pertolongan yang diberikan oleh Lutung Kasarung membuat Purbasari menjadi tokoh yang berdaya. Adapun objek pada cerita iklan Marjan adalah menyelamatkan istana dari kutukan, karena selain Purbasari seisi istana turut mendapat kutukan dari penyihir. Cerita iklan Marjan berakhir ketika istana terbebas dari kutukan dan kembali seperti semula.

Adapun model aktan di atas dijelaskan lebih lanjut menggunakan struktur fungsional, yakni jalan cerita dari mulai pengenalan, pemunculan masalah, dan penyelesaian masalah. Adapun penjelasannya sebagai berikut.

Situasi Awal: Perbandingan Awal Mula Konflik Keluarga

Pada umumnya, keluarga terdiri dari ibu, ayah, dan anak. Keluarga yang memiliki lebih dari satu anak akan menempatkan anak-anak dalam relasi adik-kakak. Interaksi antarsaudara menyebabkan terjadinya proses berbagi pengetahuan, persepsi, sikap, kepercayaan, dan perasaan mengenai satu sama lain sepanjang hidupnya (Binotiana, 2008). Menurut Furman dan Buhrmester (1985), kualitas hubungan persaudaraan atau *siblings relationship* umumnya ditunjukkan dengan empat dimensi pola hubungan, yaitu *warmth* yang menunjukkan kedekatan, *relative power* yang menunjukkan pengaruh dan kekuasaan antarsaudara, *conflict* yang menunjukkan adanya pertentangan antarsaudara, dan *sibling rivalry* yang menunjukkan adanya rasa cemburu atau persaingan antarsaudara. Pola hubungan ini tak jarang menimbulkan konflik dalam keluarga.

Cerita *Lutung Kasarung* dari Jawa Barat yang menjadi korpus data dalam penelitian ini adalah salah satu cerita rakyat mengangkat hubungan saudara sebagai fokus cerita. Konflik yang disebabkan oleh penyerahan tahta kerajaan kepada Purbasari yang menggerakkan keseluruhan cerita. Konflik tersebut menimbulkan kecemburuan Purbararang sebagai kakak tertua terhadap Purbasari si bungsu. Hal tersebut terlihat dari kutipan berikut:

“Namun dengan segala kekurangannya, kami akan menyerahkan tanggung jawab kami memangku tahta kepada puteri kami yang bungsu, yakni Nyi Mas Purbasari Ayu Wangi.

“Telah kami tetapkan bahwa dialah yang akan menjadi pengganti kami. Mudah-mudahan ia yang masih belia itu akan bisa membawa Kerajaan Pasir Batang Anu Girang ini beserta kawulanya ke dalam kebahagiaan...” (Rosidi, 2008: 55).

Cerita PSAW menggambarkan proses Raja menyerahkan tahta kerajaan setelah berdiskusi dengan permaisuri dan para tetua, tetapi dalam diskusi tersebut Raja tidak melibatkan anak-anaknya. Alasan Raja memutuskan memilih Purbasari sebagai penerus tahta juga tidak diceritakan dalam teks. Setelah mengumpulkan anggota kerajaan Raja mengumumkan keputusannya begitu saja. Purbararang dan adik-adiknya termasuk Purbasari hadir mendengarkan keputusan Raja. Namun, alih-alih membela diri dan menyampaikan pendapatnya, Purbararang menyampaikan kekecewaannya melalui pandangan mata yang tidak bersahabat. Hal tersebut tergambar dalam kutipan berikut:

Namun yang paling tidak menyangka dan paling kaget mendengar keputusan tersebut adalah puteri sulung, Nyi Mas Purbararang sendiri. Dengan galak matanya mendilak kepada adinda Nyi Mas Purbasari Ayu Wangi, kemudian cepat berpindah menatap ayahanda. Sekilas mengilat kebencian dalam dilakan itu. (Rosidi, 2008: 56).

Ekspresi Purbararang terhadap ayah dan adiknya menyiratkan kebencian terhadap keputusan tersebut. Kebencian inilah yang menjadi awal mula konflik. Setelah mengumumkan keputusan tersebut Raja menyampaikan bahwa untuk sementara sebelum Purbasari dewasa Purbararang ditunjuk sebagai pengganti. Namun, Purbararang tetap tidak dapat menerima keputusan tersebut. Sebagai anak pertama, dia merasa berhak untuk menjadi penerus dan mendapatkan tahta kerajaan.

Berbeda dari cerita dalam buku, iklan Marjan yang mengadaptasi cerita rakyat Purbasari memulai cerita dengan adegan Raja menyerahkan mahkota kepada Purbasari di hadapan rakyatnya. Penyematan mahkota yang dilakukan Raja menjadi simbol beralihnya kekuasaan. Hal tersebut tergambar dalam adegan berikut:



Gambar. 1 Penyerahan tahta kepada Purbasari

Alkisah. Raja memilih Purbasari, si bungsu untuk menggantikannya. Semua bersuka cita.
(Boudoin, 2020c: 00.00.01 – 00.00.12)

Iklan Marjan juga menjadikan penyerahan tahta kerajaan kepada Purbasari sebagai penggerak cerita keseluruhan. Prosesi penyerahan tahta tersebut dihadiri oleh anggota kerajaan dan rakyat. Mereka bersuka-cita dengan keputusan Raja. Pada karya adaptasi dalam iklan, penggambaran kerajaan ditampilkan dengan cukup identik, terlihat dari penggunaan kostum kebaya tradisional sunda dan jubah yang dikenakan raja dan permaisuri. Ruangan yang menjadi balairung kerajaan dihiasi dengan pernak-pernik tradisional, seperti janur kuning dan alas nampan dari daun. Sirup Marjan dihidangkan dalam pesta kerajaan dan dinikmati oleh semua yang hadir. Sirup rasa Cocopandan menjadi hidangan yang disajikan pada saat kerajaan bersukacita. Sayangnya, dalam prosesi tersebut tidak tampak kehadiran Purbararang, sehingga kekecewaan Purbararang dalam iklan seakan lebih berterima. Purbararang dikhianati dari belakang oleh orang tua, Purbasari, dan seluruh kerajaan.

Kedua cerita tersebut memperlihatkan bagaimana keputusan Raja sama-sama mengundang kekecewaan dan iri hati dari Purbararang. Keputusan tersebut menyebabkan konflik antara Purbararang dan Purbasari. Sementara itu, anak-anaknya terlibat dalam konflik.

Raja absen dan membiarkan mereka menyelesaikan konfliknya sendiri. Iklan Marjan yang identik dengan iklan Ramadan berusaha untuk menampilkan kebaikan dengan mengubah cerita PSAW. Purbararang dengan kekecewaannya justru hadir dengan penggambaran seseorang yang dimanfaatkan oleh penyihir. Gambaran tersebut terlihat dalam adegan berikut:



Gambar. 2 Penyihir mengambil alih kerajaan

Tiba-tiba. Penyihir datang dipanggil Purbararang, sang kakak yang kecewa. Ia dimanfaatkan penyihir yang mau rebut takhta.
(Boudoin, 2020c: 00.00.13 – 00.00.32).

Adegan tersebut memperlihatkan bagaimana penyihir yang justru menginginkan takhta di kerajaan. Penggambaran perasaan kecewa dan iri ditunjukkan untuk memperlihatkan bahwa perasaan buruk dapat memudahkan pihak lain menghasut seseorang. Iklan Marjan berusaha memperlihatkan bahwa seseorang harus menjaga hatinya agar terhindar dari perasaan iri dengki, terlebih di bulan Ramadan hendaknya menghindari untuk berselisih dengan orang lain terutama keluarga.

Transformasi

Tahap Uji Kecakapan: Perkembangan Karakter Purbasari dari *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* ke Iklan Marjan 2020

Pada tahap ini masalah mulai muncul. Setelah menerima tahta, Purbararang memanfaatkan kekuasaannya dengan semena-mena. Alih-alih memimpin kerajaan dengan baik, Purbararang memikirkan berbagai cara untuk membunuh Purbasari agar dia dapat menjadi pewaris tahta untuk selamanya. Purbasari yang digambarkan dalam PSAW seperti seseorang yang lemah tak berdaya, polos, dan selalu patuh terhadap kuasa kakaknya. Hal tersebut tergambar seperti saat Purbararang hendak mengutuk Purbasari dalam kutipan berikut:

“Agar kau nampak lebih cantik,” lanjut puteri sulung Purbararang pula, “maukah kau kalau seluruh tubuhmu kubedaki hingga rata?”

Purbasari tidak menjawab.

“Maukah kau?” desak Purbararang

Purbasari diam saja.

“Jadi kau mau..” Purbararang mengambil kesimpulan. “Mari ikutlah bersamaku.” (Rosidi, 2008: 78).

Kutipan di atas memperlihatkan Purbasari seolah tidak mempunyai kuasa atas dirinya sendiri. Dia bahkan tidak berani menjawab pertanyaan Purbararang, yang dilakukannya hanya diam dan mengikuti perintah Purbararang. Padahal, sebelumnya Purbararang sangat sinis ketika membicarakan kecantikan Purbasari, tetapi Purbasari tidak mempunyai curiga ketika tiba-tiba kakaknya menawarkan untuk menambah kecantikan dirinya. Kepatuhan Purbasari akhirnya mengakibatkan dirinya menerima kutukan dari kakaknya. Hal tersebut diperlihatkan dalam kutipan cerita berikut:

Tetapi bukan dengan bedak atau pupur Purbararang membaluri wajah Purbasari, melainkan dengan *keler nahun*, yaitu arang yang umurnya sudah bertahun-tahun. Arang itu melekat pada

paras yang berkulit halus, maka sekejap saja Purbasari nampak hitam legam sehitam jelaga. Dengan campuran ramuan-ramuan lain, keler nahun itu takkan gampang dihapus. Bahkan dengan air pun tak mungkin hilang. Tidak bisa hilang sehingga akan seumur hidupnya Purbasari berwajah legam. (Rosidi, 2008: 78).

Purbasari tidak bersuara atas apa yang dikehendaki kakaknya. Hal tersebut justru berdampak terhadap Purbasari yang harus menerima kutukan tersebut tanpa pembelaan dan tanpa perlawanan. Tidak berhenti sampai di situ, Purbararang semakin gencar memanfaatkan kepatuhan Purbasari demi kepuasan dirinya. Purbararang membaluri tubuh Purbasari dengan *keler nahun*, sehingga kini seluruh tubuhnya hitam legam. Cerita PSAW menonjolkan kepolosan dari Purbasari. Ketika kakaknya telah mengubah dirinya menjadi hitam legam, Purbasari masih patuh mengikuti perintah lain dari kakaknya. Purbasari tidak memperhitungkan apa yang akan terjadi kepadanya kemudian. Purbararang semakin gencar menyiksa Purbasari. Setelah tubuhnya menjadi hitam legam, Purbasari hanya diberikan pakaian bekas yang rombeng. Gambaran *relative power* ditunjukkan oleh Purbararang yang merupakan seorang kakak terhadap adiknya Purbasari. Menggunakan kekuasaannya, Purbararang membuang Purbasari ke hutan setelah menawarkan Purbasari pilihan hidup atau mati. Namun, sebelum Purbasari dapat memilih, Purbararang sudah memutuskan. Hal tersebut digambarkan dalam kutipan berikut:

“Jadi kau memilih hidup?” katanya setelah tertawa panjang. “Baik. Baiklah kau pergi ke Gunung Cupu Mandala Ayu, yang binatangnya termasyhur galak! Yang ularnya matih berbisa! Yang batang-batang pohonnya sebesar kerbau! Yang jalannya tak boleh ditempuh!”

Perintah terakhir dari Purbararang tak lain dilakukannya agar Purbasari terbunuh di dalam hutan. Purbasari sebagai tokoh utama dalam cerita nyatanya hanya diperlihatkan sisi lemahnya saja. Purbasari menjadi tokoh yang dikontrol dan dikuasai kakaknya. Penggambaran kutukan dalam iklan Marjan yang dilakukan oleh Purbararang terhadap Purbasari cukup berbeda, dalam iklan kutukan menggunakan sebuah cairan yang disiramkan ke wajah Purbasari. Hal tersebut terlihat dalam adegan berikut:



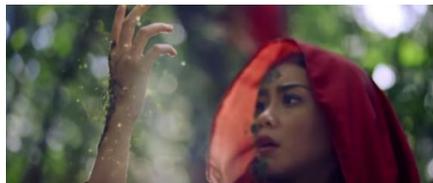
Gambar. 3 Purbararang mengutuk Purbasari

Purbararang diubah jadi jahat dan mengutuk wajah adiknya. Kutukan yang membuat semua orang memalingkan wajah. Purbasari harus pergi.
(Boudoin, 2020c: 00.00.33 – 00.00.50).

Pada iklan Marjan, tahap uji kecakapan juga ditunjukkan oleh adegan Purba Raarang yang mengutuk Purbasari. Namun, adegan di atas menunjukkan bahwa Purbararang mengutuk adiknya bukan atas keinginannya, tetapi karena diperdaya oleh penyihir. Hati yang mulai dimasuki kegelisahan dan iri dengki dapat berkembang menjadi bentuk kejahatan, bahkan kejahatan tersebut tidak memandang kekerabatan. Kutukan yang ditampilkan di dalam adegan di atas berubah bentuk, kutukan tersebut memperlihatkan tumbuhnya sesuatu berwarna hijau seperti daun-daun kecil pada tubuh Purbasari. Setelah mengutuk Purbasari dan menguasai kerajaan, penyihir mengambil mahkota yang disematkan kepada Purbasari. Purbasari akhirnya

memutuskan untuk meninggalkan istana dan pergi ke hutan. Terlihat bagaimana keputusan Purbasari didasarkan atas keinginannya sendiri. Purbasari mengambil tas sebelum pergi, kepergiannya seperti sudah dipersiapkan dan diperhitungkan sebelumnya.

Iklan juga memperlihatkan kutukan Purbasari mempunyai kekuatan, sehingga kelemahan yang diceritakan secara terus-menerus dalam PSAW menjadi kecil ketika ditampilkan dalam iklan. Kutukan menjadi istimewa dan tidak melemahkan karakter Purbasari. Hal tersebut digambarkan dalam adegan berikut:



Gambar. 4 Kekuatan Purbasari yang bersumber dari kutukan

Purbasari sadar kutukannya bawa kekuatan, ia bisa kuasai hutan.
(Boudoin, 2020b: 00.16 – 00.00.25)

Kutukan yang diterima Purbasari berupa daun-daun kecil yang tumbuh di tubuhnya menjadi sesuatu yang dapat digunakan untuk menguasai hutan. Ada keterhubungan antara dirinya dan alam. Hal tersebut yang akhirnya mempertemukan Purbasari dan Lutung Kasarung.

Pertemuan Purbasari dan Lutung Kasarung dalam Iklan

Sesampainya di hutan Purbasari menyadari bahwa dia tidak sendiri. Terlihat di sekitar Purbasari terdapat beberapa peralatan yang digunakan manusia. Dia berusaha mencari siapa pemilik dari barang-barang tersebut. Kemudian, Lutung Kasarung menghampiri Purbasari dan dengan jahil mengambil tas milik Purbasari. Hal tersebut tergambar dalam adegan berikut:



Gambar. 5 Pertemuan Purbasari dan Lutung Kasarung

Di hutan Purbasari tidak sendiri, ia dikejutkan manusia kera yang terbang, Lutung Kasarung.
(Boudoin, 2020b: 00.00.01 – 00.00.15)

Pertemuan tersebut menjadi permulaan yang akan menunjukkan peran Lutung Kasarung membantu Purbasari. Lutung Kasarung menjadi tokoh penting dalam PSAW dihadirkan dalam iklan dengan kisah yang berbeda. Lutung Kasarung menjadi manusia kera yang jahil kepada Purbasari, kejahilan tersebut menandakan tidak adanya unsur romantis. Iklan Marjan kembali memfokuskan cerita kepada konflik Purbasari dan Purbararang tanpa melibatkan unsur percintaan. Dalam iklan Ramadan yang membawa syiar islam unsur percintaan tidak menjadi fokus utama. Kemudian, perubahan bentuk dari Lutung Kasarung sebagai manusia kera juga berubah dari PSAW yang menampilkan lutung sungguhan yang dapat berbicara. Hal ini juga dilakukan untuk memudahkan pembuatan iklan tanpa menghilangkan tokoh utama. Iklan

mengadaptasi cerita PSAW yang panjang menjadi cerita yang padat dengan menawarkan perubahan sesuai dengan *branding* produk yang diiklankan.

Tahap Utama: Peran Lutung Kasarung dalam Rekonsiliasi Keluarga dalam *Purbasari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* dan dalam Iklan Marjan

Pada tahap ini konflik ditampilkan silih berganti hingga mencapai klimaks. Konflik dalam PSAW yang bermula dari kecemburuan Purbararang digambarkan dengan cukup rumit dan berlarut-larut. Purbasari harus melaksanakan setiap tantangan yang diperintahkan oleh Purbararang. Keinginan yang begitu serakah membuat Purbararang melakukan berbagai cara untuk membunuh adiknya. Dalam kedua media, Lutung Kasarung mempunyai peran yang signifikan dalam menyelesaikan konflik keluarga tersebut. Cerita dalam PSAW bermula dari Lutung Kasarung membantu Purbasari mengembalikan fisiknya seperti sedia kala dan membangunkan istana untuk Purbasari. Lutung Kasarung kembali ke Kahianghan untuk meminta ibundanya menolong Purbasari, seperti tergambar dalam kutipan berikut:

“Bunda,” kata Guru Minda Kahianghan pula, “hamba tak sampai hati menyaksikan penderitaannya yang amat sangat berlebihan itu. Hamba tak tega melihat ia tinggal dalam teratak tua yang sudah tiris-tiris atapnya, sudah lapuk talupuhnya dan dindingnya pun sudah bolong-bolong. Maka hamba mohon agar Ibunda berkenan memberinya tempat tinggal yang layak.” (Rosidi, 2008: 183).

Permohonan tersebut diwujudkan oleh Ibunda Lutung Kasarung, penduduk Kahianghan memiliki kemampuan untuk melakukan berbagai hal termasuk mengubah sesuatu yang ada di Pancatengah (bumi). Tak tanggung permohonan Lutung Kasarung untuk memberikan tempat tinggal yang layak dikabulkan dengan dibangunkannya istana yang megah. Pancuran yang menjadi bagian dari istana menjadi penggugur kutukan yang diterima oleh Purbasari. Kelembutan hati Sunan Ambu diperlihatkan dari bagaimana dia turut menangis menyaksikan ketidakadilan yang diterima oleh Purbasari, air mata ketulusan tersebut mampu mengalahkan kutukan yang diperkirakan tidak dapat hilang oleh apa pun. Akhirnya, Purbasari kembali seperti sedia kala. Lutung Kasarung menjadi perantara untuk menyelesaikan permasalahan pertama yang dialami Purbasari akibat dari kekecewaan Purbararang. Peran Lutung Kasarung dalam menghilangkan kutukan juga ditampilkan dalam iklan Marjan episode kedua. Hal tersebut terlihat dalam adegan berikut:



Gambar. 6 Purbasari dan Lutung Kasarung dapat menghilangkan kutukan satu sama lain

Hanya ketulusan hati yang bisa mengalahkan sihir jahat
(Boudoin, 2020b: 00.00.41 – 00.00.45)

Adegan iklan tersebut memperlihatkan bagaimana Purbasari mempunyai peran dalam menghilangkan kutukan yang menimpa dirinya dan Lutung Kasarung. Kedua belah pihak terlibat menyelesaikan permasalahan yang dialaminya. Purbasari tidak menggantungkan diri sepenuhnya atas apa yang menimpa dirinya. Ketulusan hati menerima seseorang bagaimanapun keadaannya juga diperlihatkan dengan perlakuan Lutung Kasarung yang menghidangkan sirup Marjan rasa melon beserta buah-buahan kepada Purbasari. Adegan tersebut berlangsung pada saat matahari terbenam ditandai dengan suasana yang berubah gelap di sekitar mereka dan

bunyi bedug yang biasanya ditabuh sebelum adzan berkumandang. Hal tersebut menjadi penanda iklan Marjan yang melanggengkan promosi sirup yang dapat dijadikan teman berbuka puasa. Iklan Marjan pada episode kedua ditutup dengan *tagline* “paling nikmat saat berbuka”.

Namun, dalam penceritaan PSAW niat baik Lutung Kasarung yang tidak ingin melihat orang yang dicintainya menderita, justru membuat kemarahan dan kedengkian Purbararang menjadi-jadi. Setelah mengetahui ada sebuah istana megah milik Purbasari yang berdiri di Gunung Cupu Mandala Ayu, kemarahan tersebut membuat Purbararang memikirkan cara lain untuk menyingkirkan Purbasari. Purbararang kemudian memerintahkan sesuatu yang musahil. Hal tersebut terlihat dari kutipan berikut:

“Mamang Lengser, pergilah Mamang sekarang juga ke Gunung Cupu Mandala Ayu. Temui Si Gagak, Si Buruk rupa. Sampaikan titahku untuk membendung Parakan Baranang Siang Lubuk Sipatahunan. Katakan bahwa kami berkenan akan menangkap ikan. Tetapi, pekerjaan itu mesti selesai besok pagi sebelum matahari terbit. Kalau titah tak diselesaikan dalam waktu yang ditetapkan, ia akan mendapatkan hukuman penggal. Kalau titah dia tolak, maka hukuman penggal jualah yang dia dapat! Pergilah sekarang! Cepat!” (Rosidi, 2008: 207).

Purbararang sebagai penguasa sementara kerajaan memiliki titah yang tidak boleh ditolak dan segala keputusan diperkenankan. Namun, titah yang disampaikannya hanya berdasar kepada hati yang penuh kebencian. Purbasari sekali lagi tidak mempunyai kuasa untuk menolak, dia harus melaksanakan perintah dari kakaknya. Perintah yang mustahil tersebut kembali membuat Lutung Kasarung turun tangan, dia kembali ke Kahiangnan untuk meminta tolong kepada ibundanya, seperti dalam kutipan berikut:

“Ampun Bunda,” sembah Guru Minda. “Bunda pun telah mengetahui hal ihwalnya. Kakanda Purbararang yang menjadi wali ratu menitahkannya untuk membendung Parakan Baranang Siang Lubuk Sipatahunan dalam semalam saja. Besok sebelum matahari terbit, titah sudah harus selesai, sebab pagi-pagi benar orang-orang dari kerajaan akan menangkap ikan.” (Rosidi, 2008: 218).

Sunan Ambu mengerahkan para bujangga untuk membantu Purbasari membendung Parakan Baranang Siang Lubuk Sipatahunan. Lutung Kasarung kembali turun tangan menyelesaikan konflik antara kakak-adik tersebut dengan membantu Purbasari menyelesaikan tantangan dari Purbararang. Berkedok memberi mantra Lutung Kasarung meminta Purbasari Pergi dan membaca mantra berikut:

*Sugai sumber di hulu
Mengalir laju ke hilir
Terbendung ia tak laju
Terhalang ia tak jalan
Kuhempang dengan tangan
Kubendung dengan siku
Lubuk surut parakan surut!”*
(Rosidi, 2008: 232)

Sesuatu yang mustahil untuk dilakukan oleh manusia biasa berhasil terselesaikan. Lutung Kasarung memberikan kekuatan semu kepada Purbasari. Mantra yang diucapkan Purbasari berhasil membuat dirinya mampu membendung Parakan Baranang. Keberhasilan Purbasari menyelesaikan tantangan tersebut kembali mengundang kemarahan yang semakin menjadi dari Purbararang. Akhirnya, konflik selanjutnya tercipta, Purbararang memerintahkan tantangan berikutnya seperti berikut:

“Mamang Lengser,” titah Purbararang dengan kening tetap berkerut. “Pergilah sekarang ke Gunung Cupu Mandala Ayu. Titahkan segera Purbasari untuk menangkap benteng lilin berwarna gading. Tetapi benteng mesti dibawa kemari sebelum matahari terbenam. Jika ia tidak sanggup atau menolak titah, maka akan kami jatuhkan hukum penggal padanya beserta temannya lutung jahanam!” (Rosidi, 2008: 263).

Benteng lilin adalah hewan buas yang tidak mudah ditaklukkan oleh manusia. Purbasari mulai menyadari bahwa keinginan kakaknya bukanlah menaklukkan benteng tersebut, tetapi kematian dirinya. Kesadaran tersebut tetap mengantarkan Purbasari untuk memilih berusaha melaksanakan perintah Purbararang. Lutung Kasarung kembali berperan untuk menyelesaikan tantangan tersebut, dia menjelma menjadi kakek yang tua renta dan membantu Purbasari. Hal tersebut terlihat dari kutipan berikut:

Sementara itu, Guru Minda Kahianghan sudah menjelmakan dirinya menjadi orang tua yang sudah renta, terbungkuk-bungkuk berjalan dipapah tongkatnya, terbatuk-batuk lewat di dekat tempat Purbasari duduk menangis. (Rosidi, 2008: 278).

Laki-laki ditampilkan mempunyai kekuatan berupa mantra yang dapat meluluhkan seekor banteng. Purbasari menjadi tokoh perempuan yang tidak bisa melakukan apa-apa tanpa pertolongan seorang laki-laki. Kakek tua jelmaan Lutung Kasarung memberikan mantra kepada Purbasari agar dapat menaklukkan benteng. Mantra tersebut dijadikan perantara untuk memperlihatkan bagaimana Purbasari dapat menyelesaikan masalah.

Namun, tak berhenti sampai di situ. Tantangan selanjutnya diberikan setelah Purbasari berhasil menyelesaikan tantangan sebelumnya. Purbasari harus mengerjakan ladang di tanah yang tandus. Cerita berusaha menyelipkan pembelajaran berladang, sehingga tantangan selanjutnya dari Purbararang adalah berlomba untuk menggarap ladang. Namun, sejak awal Purbararang melakukan kecurangan secara terang-terangan. Hal tersebut terlihat dalam kutipan berikut:

“Titahkan kepada Purbasari, supaya mengerjakan ladang. Tujuh bukit luasnya. Tapi tujuh bukit mestilah terpilih benar: yang tanahnya paling tandus, yang tanahnya paling berbatu, yang paling gersang, yang binatang-binatangnya paling buas serta berbisa. Kasih ia perkakas untuk mengerjakan ladang itu, sebuah kujang buntung, jangan lebih! Hanya boleh itu saja yang didapat. Lain tidak! Lalu pilih juga tujuh bukit yang paling subur, yang tanahnya paling gembur, untuk kita kerjakan! Nanti kalau sudah panen, sama-sama kita lihat. Jika hasil pekerjaannya kurang dari yang kita dapat, maka hukum penggallah yang bakal dia terima. Berdua bersama dengan temannya lutung terkutuk, binatang hina itu-tak boleh mungkir menghadap algojo kerajaan!” (Rosidi, 2008: 299).

Isi bagian cerita menyoroti pengetahuan berladang pada masa itu. Orang-orang pada masa itu mempunyai pengetahuan bahwa tanah yang layak ditanami adalah tanah yang gembur dan subur. Sementara itu, tanah yang tandus, berbatu, dan gersang akan sulit menumbuhkan tanaman. Dalam cerita setelahnya digambarkan juga ketidaktahuan Purbararang dalam berladang, disebutkan bahwa dia menabur benih sembarangan. Sementara itu, niat dari cerita yang ingin mengajarkan manusia berladang juga tidak digambarkan dalam cerita. Purbasari tidak tahu menahu harus seperti apa mengelola ladang yang baik, sehingga pekerjaan diambil alih oleh Lutung Kasarung. Lutung Kasarung kembali menggunakan ilmu gaib dengan bantuan para bujangga dan pohaci ketika membantu Purbasari menyelesaikan masalah berladang. Purbasari juga dibantu oleh Sunan Ambu yang memberi pengetahuan berladang, setiap malamnya Sunan Ambu hadir di dalam mimpi Purbasari.

Tantangan berladang pada akhirnya dimenangkan oleh Purbasari, dia berhasil berladang dan menghasilkan rengkiang (tempat penyimpanan padi) dipenuhi oleh padi yang mulus, bagus serta berwarna kuning. Palawija yang dihasilkan Purbasari juga memenuhi satu tempat tersendiri, penuh dan padat. Kemenangan Purbasari untuk kesekian kalinya kembali membuat marah Purbararang, dalam keadaan terdesak Purbararang kembali mengutarakan taruhan yang tidak mungkin dikabulkan oleh Purbasari tanpa persiapan, yaitu menyerahkan kain tenunan dan masakan pada saat itu juga dan terakhir bertaruh untuk membandingkan kekasih siapa yang lebih tampan dan perwira.

Pada iklan Marjan, Purbasari juga diperlihatkan menyelesaikan konflik keluarganya dengan bantuan Lutung Kasarung. Purbasari belajar bela diri bersama Lutung Kasarung untuk mengalahkan penyihir yang membuat kerusuhan di dalam keluarga. Hal tersebut ditampilkan melalui adegan berikut:



Gambar. 7 Purbasari dan Lutung Kasarung belajar bela diri (Boudoin, 2020b: 00.00.57 – 00.01.00)

Adegan di atas menunjukkan bahwa Purbasari membekali dirinya sendiri untuk menyelesaikan masalah yang dihadapinya. Relasi antara Purbasari dan Lutung Kasarung menjadi seimbang, sikap tolong menolong tanpa mengharapkan balasan ditunjukkan oleh Lutung Kasarung dalam iklan, sehingga bisa ditarik kesimpulan iklan berusaha untuk memperlihatkan makna ikhlas dalam kebaikan. Hal tersebut sesuai dengan *branding* iklan Marjan yang ingin memperlihatkan kebaikan di bulan Ramadan. Ketulusan hati kembali ditampilkan saat menyerang istana untuk merebut takhta dari penyihir dalam adegan berikut:



Gambar. 8 Purbasari dan Lutung Kasarung menyelamatkan istana

Kerajaan tak lagi sama. Purbasari dan Lutung Kasarung datang melawan penyihir jahat. Semua mereka bebaskan dari kutukan. Dengan bersatunya kebaikan kekuatan jahat bisa dikalahkan.

(Boudion, 2020: 00.00.01 – 00.00.35)

Iklan berusaha menyoroti pentingnya berbuat baik. Kebaikan yang dilakukan bersama-sama akan menjadi kekuatan yang dapat mengalahkan kejahatan. Pada adegan di atas, Purbasari dan Lutung Kasarung melawan penyihir yang membuat istana terkutuk dan membuat Purbararang terpengaruh. Iklan menggunakan narasi kebaikan hati sebagai sifat yang tetap melekat pada Purbasari, baik dalam PSAW maupun dalam iklan.

Tahap Kegemilangan: Purbasari berhasil Menguasai Istana

Purbararang tak henti-hentinya berusaha mengalahkan adiknya. Keinginan Purbararang untuk menjadi pemegang tahta seutuhnya membuat dirinya tak berpikir jernih. Namun, seluruh

tantangan itu selalu dimenangkan oleh Purbasari dan Purbararang selalu tidak menerima kekalahan tersebut. Tantangan terakhir yang dilontarkan Purbararang akhirnya mengusik Lutung Kasarung. Dia tidak bisa menahan diri melihat kekejaman yang dilakukan Purbararang. Pada kesempatan itu, Lutung Kasarung menyelamatkan Purbasari yang akan dipenggal, kemudian dia berubah menjadi wujud aslinya yang memancarkan ketampanan. Inderajaya kekasih Purbararang masih berusaha mengalahkan Lutung Kasarung, tetapi Lutung Kasarung dapat mengalahkan Inderajaya dengan mudah. Melihat perkelahian tersebut, Purbararang tidak dapat berkutik dan memohon ampunan untuk terlepas dari hukuman. Purbararang berusaha menunjukkan penyesalan atas apa yang dilakukannya selama ini. Hal tersebut terlihat dari kutipan berikut:

Purbararang seolah-olah menyesal.

“Tak lain Kanda minta, keluasan serta kelapangan hati Adinda jualah adanya.” (Rosidi, 2008: 376).

Purbararang berusaha meminta ampunan atas apa yang telah dilakukannya selama ini. Dia meminta belas kasih Purbasari untuk dibiarkan hidup di wilayah Kerajaan Pasir Batang Anu Girang. Meskipun sampai akhir Purbararang penuh kepura-puraan dan tidak tulus meminta maaf, Purbasari diperlihatkan sebagai tokoh yang lapang dan baik hati mampu memaafkan kakaknya. Hal ini yang membuktikan bahwa sejak awal Purbasari pantas memimpin kerajaan.

Akhir dari konflik keluarga antara Purbasari dan Purbararang adalah dengan dihukumnya Purbararang dan kelima kakaknya yang lain selain Purba Leuwih. Mereka dijadikan pembantu di istana yang dipimpin oleh Purbasari. Peran Lutung Kasarung tidak berakhir sampai di situ. Dia akhirnya menikah dengan Purbasari dan menjadi Raja mendampingi Purbasari untuk memimpin kerajaan. Cerita PSAW secara keseluruhan memperlihatkan bagaimana perempuan dalam hal ini Purbasari selalu bergantung kepada laki-laki dalam menyelesaikan permasalahannya. Setelah berhasil menyelesaikan masalah, laki-laki kemudian menempati kedudukan yang lebih tinggi dari pada perempuan bahkan di wilayah milik perempuan. Perempuan selalu berada di bawah kuasa laki-laki.

Sementara itu, dalam iklan Marjan akhir konflik diperlihatkan dengan adegan istana yang kembali seperti semula. Pada masa istana yang dikutuk diperlihatkan dengan nuansa hitam putih. J. Linschoten dan Drs. Mansyur menerangkan secara psikologis warna-warna dapat memengaruhi perilaku, memegang peranan penting dalam ranah estetika dan turut menentukan ketertarikan seseorang terhadap suatu benda (Meilani, 2013). Warna hitam dianggap sebagai warna gelap yang melambangkan unsur sifat gelap dan kegelapan (Sanyoto, 2005). Nuansa hitam dalam iklan melambangkan suasana kekelembutan akibat kejahatan penyihir. Setelah penyihir berhasil dikalahkan suasana tersebut kemudian berubah menjadi berwarna cerah seperti pada adegan berikut:



Gambar. 9 Kerajaan terbebas dari kutukan
(Boudion, 2020: 00.00.38 – 00.00.45)

Adegan di atas memperlihatkan kerajaan kembali menjadi meriah. Purbasari dan Purbararang berbaikan. Adegan tersebut ditampilkan pada episode ketiga, episode penutup keseluruhan cerita. Episode ini biasanya ditampilkan di akhir bulan Ramadan menjelang lebaran. Iklan berusaha menampilkan makna lebaran dengan saling bermaaf-maafan, kembali menjalin silaturahmi bersama keluarga. Iklan menampilkan keluarga harmonis yang berkonflik karena diakibatkan pengaruh dari luar. Tokoh-tokoh dalam iklan mempunyai hati yang baik, termasuk Purbararang seperti tergambar dalam adegan berikut:



Gambar. 10 Purbararang dipengaruhi penyihir

Kerajaan terbebas dan mengembalikan kebaikan hati Purbararang
(Boudion, 2020: 00.00.38 – 00.00.45)

Karakter Purbararang dalam iklan ditampilkan sebagai kakak yang baik dengan ketulusan hati. Perubahan sikapnya terjadi karena disihir oleh penyihir. Tangkapan layar di atas memperlihatkan Purbararang menatap kosong, tetapi ketika Purbasari dan Lutung Kasarung mengambil alih kerajaan dengan melawan penyihir, kesadaran Purbararang kembali. Narasi iklan juga menyatakan setelah mereka berhasil membebaskan kerajaan dari penyihir, kebaikan hati Purbararang kembali. Hal tersebut memperlihatkan bahwa Purbararang sebenarnya berhati baik, tetapi setelah disihir oleh Penyihir dia menjadi jahat. Gambaran ini berbeda dengan penokohan Purbararang dalam PSAW yang digambarkan begitu kejam dan tidak mempunyai kebaikan sama sekali. Iklan Marjan mengubah karakter Purbararang agar pesan kebaikan dalam iklan tetap sampai kepada penonton. Pada episode ketiga, iklan kembali menampilkan perayaan dengan ditampilkan sirup Marjan rasa coco pandan dan rasa melon. Dari keseluruhan cerita, sirup marjan ditampilkan ketika momen-momen tertentu. Pada saat perayaan, momen berbagi, dan momen silaturahmi. Iklan marjan menawarkan produknya untuk dinikmati ketika momen istimewa. *Tagline* pada penutup episode adalah “paling meriah saat lebaran”.

Lutung Kasarung berperan penting dalam rekonsiliasi keluarga pada kedua cerita. Dalam PSAW Lutung Kasarung membantu Purbasari menyelesaikan setiap permasalahan didasari oleh perasaan cinta. Sementara itu, dalam iklan Marjan, Lutung Kasarung membantu Purbasari tanpa mengharapkan balasan apa pun. Iklan Marjan menyoroti pentingnya berbuat kebaikan dengan ikhlas. Adaptasi iklan mengambil cerita Purbararang yang mengutuk Purbasari dan peran Lutung Kasarung dalam membantu Purbasari sebagai konflik utama. Cerita tersebut diambil untuk membungkus tema silaturahmi dan kembali bermaaf-maafan saat lebaran dalam iklan. Alurnya menjadi lebih pendek, sesuai dengan iklan yang mempunyai durasi singkat. Penokohan Lutung Kasarung dalam iklan dipilih demikian agar menghilangkan unsur romantis dan tetap fokus pada tema utama iklan. Unsur-unsur kebaikan ditampilkan agar semakin melekatkan iklan Marjan sebagai iklan Ramadan.

Situasi Akhir

Akhir cerita pada PSAW memperlihatkan bahwa Purbasari dengan kebaikan hatinya pantas memimpin kerajaan sejak awal. Kegigihan yang dilakukan oleh Purbasari dalam menghadapi tantangan-tantangan dari Purbararang berbuah baik. Sementara itu, dalam iklan Marjan Purbasari dapat membuat istana kembali ceria dan penuh suka cita. Hal tersebut terlihat dari penggambaran akhir bagaimana orang-orang istana menari bersama pada adegan berikut.



Gambar. 11 Tokoh dalam iklan melakukan goyang ubur-ubur

Proses alih wahana sering kali melahirkan perubahan-perubahan yang disesuaikan dengan media yang digunakan. Menurut Eneste dalam Kurniawan (2017), ekranisasi atau alih wahana menyebabkan perubahan berupa pengurangan, penambahan, dan variasi. Dalam iklan Marjan terdapat variasi yang cukup menonjol. Pada adegan di atas, diperlihatkan bagaimana Purbasari, Purbararang, Lutung Kasarung, dan orang-orang kerajaan menari bersama. Mereka merayakan kemenangan setelah merebut kembali kerajaan. Tarian yang mereka lakukan bernama goyang ubur-ubur yang menjadi *trend* pada tahun 2020 di *platform* Tiktok. Iklan Marjan dalam hal ini berusaha menggabungkan cerita rakyat dengan kesenian modern yang sedang digandrungi. Adegan tersebut dapat menarik minat orang-orang yang turut menikmati *trend* tersebut.

SIMPULAN

Cerita rakyat Lutung Kasarung dari Jawa Barat masih bertahan sampai saat ini. Cerita tersebut berkali-kali mengalami transformasi, perpindahan wahana mengakibatkan cerita sedikit-banyak mengalami perubahan. Pada masa kini, tepatnya tahun 2020 PT Lasallefood Indonesia membuat sebuah iklan yang mempromosikan produknya dengan mengadaptasi cerita rakyat Lutung Kasarung. Perpindahan dari cerita rakyat ke dalam bentuk iklan dengan tujuan komersial mengakibatkan perubahan cerita yang telah disesuaikan. Namun, adaptasi yang dilakukan masih mempertahankan fokus utama tentang rekonsiliasi keluarga.

Proses rekonsiliasi keluarga bermula dari konflik yang muncul pada awal cerita. Namun, terdapat perkembangan karakter Purbasari dari PSAW ke iklan Marjan. Purbasari digambarkan lemah dan tidak mempunyai kekuatan dalam menyelesaikan masalahnya sendiri. Dia selalu bergantung kepada Lutung Kasarung. Sementara itu, dalam iklan Marjan Purbasari membekali dirinya dengan bela diri dan bertindak menyelesaikan permasalahan keluarganya. Rekonsiliasi keluarga yang dilakukan Purbasari memperlihatkan bagaimana perempuan sebagai sosok yang lemah dan bergantung kepada laki-laki. Sementara itu dalam iklan Marjan 2020, tokoh Purbasari sebagai adik tidak menjadi subordinat sepenuhnya, dia mempunyai kuasa atas dirinya sendiri. Begitupun dalam rekonsiliasi keluarga, perempuan tampil dengan kekuatannya sendiri dalam menyelesaikan konflik internal keluarga. Sirup Marjan ditampilkan dalam momen-momen tertentu, yaitu momen perayaan, momen berbagi, dan momen saling bermaaf-maafan. Iklan Marjan menawarkan produknya untuk dinikmati saat momen istimewa, seperti saat berbuka puasa dan saat hari raya Idulfitri. Perubahan cerita dalam iklan Marjan juga berdasar pada *branding* produk dan iklan yang dikenal sebagai iklan Ramadan. Iklan Marjan pada akhirnya menyiarkan kebaikan sesuai dengan ajaran Islam.

Alih wahana cerita rakyat menjadi iklan belum banyak dilakukan di Indonesia. Indonesia memiliki kekayaan berupa cerita rakyat dari berbagai daerah, tetapi cerita yang biasanya bermula dari cerita lisan semakin hari semakin hilang. Oleh karena itu, meneliti cerita rakyat membantu untuk melestarikan cerita tersebut. Sayangnya penelitian ini belum mampu menjangkau sumber utama atau sumber adaptasi lainnya yang dinyatakan hilang. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan membahas peran cerita rakyat dalam memasarkan sebuah produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2019). *Metode Penelitian Sastra*. Penerbit Graniti.
- Binotiana, M. N. (2008). *Gambaran sibling rivalry pada anak ADHD dan saudara kandungnya* [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas Indonesia.
- Boudion, M. (2020, April 25). *Kerajaan Kembali Raya*. <https://www.youtube.com/watch?v=hLkixEIrcKY&list=PLvfERhvwj31zyEIAkX2QJJoqza5kYqrKVV&index=2>
- Boudoin, M. (2020a, March 24). *Purbasari di Suatu Masa*. <https://www.youtube.com/watch?v=-W-RH3HRook&list=PLvfERhvwj31zyEIAkX2QJJoqza5kYqrKVV&index=6>
- Boudoin, M. (2020b, April 5). *Purba Sari dan Lutung Kasarung*. <https://www.youtube.com/watch?v=YUm7v6nfTcc&list=PLvfERhvwj31zyEIAkX2QJJoqza5kYqrKVV&index=4>
- Damono, S. D. (2018). *Alih Wahana*. PT Gramedia.
- Diani, P. S., & Widodo, A. A. (2022). Analisis Semiotika John Fiske dalam Iklan Marjan Tahun 2022. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(10), 3633–3640.
- Endraswara, S. (2009). *Metodologi Penelitian Sastra: Epistemologi, Model, Teori, dan Aplikasi*. FBS Universitas Negeri Yogyakarta.
- Eppley, K. (2019). Close Reading: What is Reading for? *Curriculum Inquiry*, 49(3), 338–355. <https://doi.org/10.1080/03626784.2019.1631701>
- Fang, L. Y. (2016). Penafsiran Tanda-Tanda Laut melalui Pemaknaan Hari dalam Naskah Melayu-Aceh Koleksi teuku Nuridin Aceh Utara. *Manuskripta*, 6(2), 39–58.
- Fisher, D., & Frey, N. (2014). *Close Reading and Writing from Sources*. International Reading Association.
- Furman, W., & Buhrmester, D. (1985). Children's perceptions of the qualities of sibling relationship. *Family Development and the Child*, 56(2), 448–461. <https://doi.org/10.2307/1129733>
- Greimas, A. J. (1972). *Semantique Structurale*. Larousse.
- Hutcheon, L. (2006). *A Theory of Adaptation*. Routledge.
- Jassin, H. B. (1985). *Kesusastraan Indonesia Modern dalam Kritik dan Esei III*. Gramedia.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan* (Edisi Kedua). Erlangga.
- Kern, R. A. (1940). *Het Soendaasch Pantoen - Verhaal Loetoengkasaroeng*. BKI.
- Kotler, & Keller. (2007). *Principles of Marketing* (13th Edition). Pearson Prentice Hall.
- Kurniawan, I. (2017). Ekranisasi, Transformasi, dan Alih Wahana. *Universitas Negeri Padang*.
- Maulida, C., & Amalia, D. P. (2021). *Prosiding Samasta Seminar Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia: Pendidikan Karakter dalam Dongeng Lutung Kasarung dan Beauty and The Beast: Kajian Struktral*.
- Meilani. (2013). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326–338.
- Rosidi, A. (2008). *Purba Sari Ayu Wangi atawa Lutung Kasarung* (Cetakan IV). Nuansa.
- Sanyoto, S. E. (2005). *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain* (Cetakan Pertama). Arti Bumi Intaran.
- Sasongko, Y. P. D. (2021). Rekonsiliasi Konflik Internal Melalui Komunikasi Asertif Keluarga dalam Film IP Man 4 The Finale Karya Wilson Yip. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(2), 75–84.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Suniarti, P. M. P. S. (1990). *Transformasi Sastra: Analisis atas Cerita Rakyat "Lutung Kasarung"* [Tesis tidak diterbitkan]. Universitas Indonesia.
- Syihabuddin, A. (2023). *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat: Analisis Sastra Banding Cerita Dongeng Lutung Kasarung dan Beauty and The Beast*. 7(2), 1326–1332.
- Teeuw, A. (1979). *Modern Indonesian Literature* (2nd ed.). Martinus Nijhoff.
- Traigan, D. (2009). *Membina Keterampilan Menulis Paragraf dan Pengembangannya*. Angkasa.
- Wiradharma, G., Fatolah, K., & Mahmudah, D. (2020). Dekonstruksi Cerita Rakyat Indonesia dalam Iklan Televisi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24(2), 137–152.