

## Gaya Humor Pada Puisi “Iklan” Karya Sapardi Djoko Damono

<sup>1</sup>Heri Isnaini, <sup>2</sup>Yulia Herliani

<sup>1</sup>IKIP Siliwangi, <sup>2</sup>SMK Profita Bandung  
e-mail: [heriisnaini@ikipsiliwangi.ac.id](mailto:heriisnaini@ikipsiliwangi.ac.id), [yuliaherliani1986@gmail.com](mailto:yuliaherliani1986@gmail.com)

### Abstrak

Artikel ini membahas gaya humor pada puisi “Iklan” karya Sapardi Djoko Damono. Gaya humor pada puisi ini dibahas teori hermeneutika dan stilistika. Pembahasan puisi ini berkelindan pada diksi dan imaji yang digunakan dalam puisi yang bernada humor dan nakal. Penggambaran gaya humor tersebut dilihat berdasarkan konsep tanda yang muncul di dalamnya. Tanda-tanda tersebut kemudian dianalisis dengan teori hermeneutika, yakni dengan melihat tanda dan menafsirkannya. Selain itu, puisi juga dikaitkan dengan penggunaan gaya bahasa dalam tataran stilistika. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya humor pada puisi Sapardi Djoko Damono menempati dimensi rasa pada manusia karena mengacu pada eksistensi manusia, kebijaksanaan, satire, dan waktu. Dengan demikian, gaya humor pada puisi “Iklan” karya Sapardi Djoko Damono adalah proses kreatif pengarang dalam mengkritisi keadaan di sekitarnya dalam bentuk pengejawantahan eksistensi manusia yang berkaitan dengan hubungan antara manusia dengan dirinya, hubungan manusia dengan sesama, dan hubungan manusia dengan Tuhan.

**Kata Kunci:** hermeneutika, humor, puisi, semiotika, stilistika

### Abstract

*This article discusses the humor style of the poem "Iklan" by Sapardi Djoko Damono. The style of humor in this poem discussed the theories of hermeneutics and stilistics. The discussion of this poem intersedes the diction and images used in humorous and mischievous poems. The depiction of the style of humor is seen based on the concept of signs that appear in it. These signs are then analyzed with the theory of hermeneutics, namely by looking at the signs and interpreting them. In addition, poetry is also associated with the use of language styles in the stilistic state. The results of this study show that the style of humor in Sapardi Djoko Damono's poem occupies the dimension of taste in humans because it refers to human existence, wisdom, satire, and time. Thus, the style of humor in the poem "Iklan" by Sapardi Djoko Damono is the creative process of the author in criticizing the surrounding circumstances in the form of embodiment of human existence related to the relationship between man and himself, human relationship with others, and human relationship with God.*

**Keywords:** hermeneutics, humour, poetry, semiotics, stylistics

## I. PENDAHULUAN

Puisi dan bahasa menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Keduanya saling berkelindan, saling mengisi, saling memaknai, dan saling melengkapi. Puisi, tentu saja memanfaatkan bahasa sebagai bahan dasar dan bahan bakunya. Sementara itu, bahasa memerlukan puisi sebagai unsur-unsur imajinatif yang abstrak sebagai pola-pola implisit sehingga bahasa memiliki ruh dan makna. Isnaini (2018: 3) menemukan bahwa puisi adalah sarana untuk merepresentasi sesuatu dengan media bahasa, budaya, sosial, dan sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa puisi dan bahasa adalah satu kesatuan yang penting sebagai satu struktur yang padu.

Berkaitan dengan itu, Teeuw (1983:136) menegaskan bahwa struktur teks (termasuk puisi) adalah jalinan anasir-anasir yang saling terikat dan terjalin satu dengan yang lain. Sependapat dengan Teeuw, I Nyoman Kutha Ratna (2006: 88) menjelaskan bahwa struktur teks menjadi penting untuk dikaji dan diketahui. Dengan demikian, struktur karya sastra mengacu pada keutuhan makna dengan adanya kesatuan, keterikatan, dan keterjalinan di antara unsur-unsurnya (Badrin, 2014; Pradopo, 2002; Teeuw, 1994).

Puisi pada artikel ini diposisikan sebagai struktur teks yang padu sebagai sebuah teks yang memiliki satu kesatuan konvensi yang terdiri atas anasir-anasir di dalamnya. Perihal struktur ini, Jean Peaget (1995: 1-2) menjelaskan bahwa di dalam struktur terdiri atas *wholeness* (keseluruhan); *transformation* (transformasi); dan *self regulation* (gagasan mandiri). Pada artikel ini, struktur mengacu pada konvensi puisi yang dijelaskan oleh Lévi-Strauss (Putra, 2012: 60) sebagai model relasi yang dibedakan menjadi *surface structure* dan *deep structure*.

Artikel ini membahas gaya humor pada puisi “Iklan” karya Sapardi Djoko Damono. Menurut Suprana (2013: 19) humor adalah suatu peristiwa atau situasi-kondisi yang sama sekali bebas nilai. Artinya humor tidak mutlak terkait dengan kesan lucu atau selalu menimbulkan dampak tertawa. Humor itu mandiri dan independen. Selanjutnya, Jaya Suprana (2013: 20) menjelaskan humor dapat menimbulkan suatu rasa segar menyenangkan tak terlukiskan sampai rasa keharuan seperti disaat peristiwa estetis dan mengandung makna keindahan.

Dalam penelitian Sulistyowati dan Fauzan (2019) humor ditempatkan sebagai penggunaan bahasa sebagai alat penyampaiannya. Penelitian tersebut menemukan bahwa humor bahasa sangat memungkinkan terdapat dalam syair-syair lisan banjar dalam sebuah karya yang disebut *Madihin*. (Sulistyowati & Fauzan, 2019: 36). Dengan demikian, aspek bahasa pada humor memiliki peranan yang sangat penting dalam mengungkapkan tema dan maksud yang disampaikan.

Penyampaian humor menjadi kebutuhan mutlak untuk kelangsungan hidup manusia (Widjaja, 1993: 14). Penyampaian ini berlaku sebagai bagian dari hiburan yang merupakan kebutuhan untuk ketahanan dan kelangsungan pertahanan hidup manusia itu sendiri. Penjelasan ini selaras dengan pendapat Taels (2011: 26) yang menjelaskan bahwa humor sebagai seni kehidupan (*humour as an art of life*). Dia menjelaskan bahwa humor adalah proses pengejawantahan eksistensi manusia yang berkaitan dengan hubungan antara manusia dengan dirinya, hubungan manusia dengan sesama, dan hubungan manusia dengan Tuhan.

Dalam artikel ini, humor diejawantah pada puisi “Iklan” karya Sapardi Djoko Damono. Penentuan puisi sebagai bagian dari gaya humor menjadi penjelasan atas tema dan maksud di dalam puisi tersebut. Sebagai salah satu dalam genre sastra, puisi memiliki keunikan sebagai penyampai pesan. Bahasa puisi yang padat menjadi ciri khas yang dapat menyimpan gagasan dalam lapis makna yang paling dalam. Humor di dalam puisi dapat dilihat dari tujuannya, humor sering kali digunakan untuk menghibur, tetapi kadang juga memiliki tujuan yang lebih serius yang dapat berupa sindiran. Dengan demikian, humor di dalam puisi yang memiliki tujuan berupa sindiran dapat disebut sebagai “lampoon” tidak hanya sebagai sindiran atau satire.

Penggunaan bahasa yang kreatif pada puisi dapat memperluas jangkauan makna yang terkandung di dalamnya. Perluasan kata-kata tersebut memungkinkan perubahan arti secara metaforik seperti yang dikemukakan oleh Ross (1998: 31) *“In creative uses of language, such as poetry, the new combinations are exciting precisely because they extend the range of possible meanings and cause a sudden shift in perception. The apparent contradiction ‘bittersweet’ invites a fresh look at the concepts of sweetness and bitterness; the meaning of the words is widened to include metaphorical senses”*.

Penggunaan bahasa metaforis menandakan bahwa puisi berkaitan dengan proses penciptaan dan kreativitas. Dengan demikian, dalam hal ini memungkinkan bahwa puisi tidak statis dan berkembang terus menerus. Umar Junus (1983: 143) mengemukakan sastra akan bergerak dan berkembang sesuai dengan mekanismenya dan membentuk tradisinya sendiri. Dalam sastra, perubahan yang dinamis tersebut bersifat pribadi dengan privasi penulis sendiri. Artinya, daya kreatif penulis dianggap lebih “maju” dari komunikasi masyarakat umum. Dengan demikian, komunikasi sastra memiliki distansi dengan komunikasi masyarakat umum (Isnaini, 2021c: 34).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa pembacaan mengenai gaya humor pada puisi “Iklan” karya Sapardi Djoko Damono tidak hanya berbicara mengenai kejadian seperti yang umum diketahui masyarakat tentang humor. Pengertian bahwa humor merupakan kejadian yang menimbulkan kesenangan, kecakapan melihat, memakai, atau mengutarakan sesuatu yang menyenangkan, yang menimbulkan tertawa (Zaidan, Rustapa, & Hani`ah, 2007: 85). Akan tetapi, dapat dikatakan bahwa humor dapat menempati dimensi rasa pada manusia karena humor seperti juga telah dijelaskan di atas dapat berupa hal-hal seperti: (1) humor mengacu pada eksistensi manusia; (2) humor merupakan sebuah kebijaksanaan; dan (3) humor tidak terbatas waktu. Dengan demikian, pembahasan gaya humor pada puisi-puisi Sapardi Djoko Damono dalam artikel ini tidak hanya mengacu pada pandangan humor diidentikkan dengan kejadian dan kelucuan, tetapi lebih jauh dari itu, yakni humor sebagai bagian dari seni kehidupan. Seperti yang dikatakan Atkinson (1993: 19) bahwa *“Humour may not be a central case of emotion; but, to a degree, it conforms to the general emotional pattern. The pattern typically involves: (i) certain mental and physical elements; (ii) the direction of attention to an object that is conceived in an appropriate way; and (iii) a characteristic behavioural tendency”*.

Gaya humor pada artikel ini merupakan representasi dari tanda-tanda yang muncul di dalam puisi melalui media kata-kata atau bahasa. Kata-kata atau bahasa tersebut merupakan representasi dari tanda-tanda yang tidak hadir, atau makna dari balik kata-kata yang dirujuk. Sesuatu yang tidak hadir tersebut dapat kita maknai berdasarkan tanda-tanda (*signs*) yang muncul di dalamnya. Tanda-tanda tersebut yang akan digunakan dalam pembacaan terhadap ide yang direpresentasikan di dalamnya. Ide-ide dalam karya sastra harus dilihat ke dalam unsur-unsur pembentuk karya sastra itu sendiri. Artinya, pembacaannya harus sesuai dengan konvensi dari karya tersebut. Representasi yang sudah jelas merupakan presentasi dari sesuatu yang lain akan dilihat sebagai tanda.

Dalam hal ini, tanda-tanda (*signs*) dalam puisi dianalisis berdasarkan konsep stilistika, semiotika, dan hermeneutika. Stilistika mengungkap gaya humor pada puisi Sapardi Djoko Damono ini akan melibatkan juga gaya bahasa yang digunakan dalam puisi. Gaya bahasa yang dijelaskan Aminuddin (1995: 67) sebagai cara yang digunakan penyair dengan tujuan dan efek yang diharapkan pada puisi dapat berupa gaya retorik, gaya pengekspresian keindahan, gaya pengungkapan emosi terdalam, gaya penyimpangan, gaya ekspresi individual, dan gaya ekspresi dunia irrasional. Dengan demikian, gaya dan cara ungkap pengarang terhadap karyanya berkaitan erat dengan wahana yang digunakan untuk memaparkan gagasan dengan berbagai efek yang diinginkan tersebut. Hal ini sejalan dengan pemikiran Semino (2002: 13) yang menyatakan bahwa

“Poetry is mostly detached from the living heterogeneity of language, and has no space for any varieties other than the single, homogeneous voice of the poet him/herself”.

Sementara itu, semiotika dan hermeneutika digunakan sebagai alat analisis dalam membahas makna dan maksud dari puisi. Artinya, posisi kedua teori tersebut menjadi dasar argumentasi dalam menentukan makna puisi secara utuh dan komprehensif. Penelitian Rohmawati dan Meiludin (2020) menemukan bahwa Keseluruhan teks dari suatu karya sastra merupakan tanda-tanda yang perlu dimaknai untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik terhadap teks tersebut. Selain itu, penelitian Heri Isnaini (2018, 2020, 2021a, 2021b; 2019; 2021) menunjukkan bahwa penggunaan semiotika, hermeneutika, dan stilistika menjadi bagian penting dalam penafsiran puisi secara lebih komprehensif dan memuat banyak hal yang dapat dibahas dan disajikan. Relevan dengan hal tersebut, penggunaan hermeneutika dalam artikel ini semata-mata digunakan untuk membedakan *meaning* (arti) dan *significance* (makna). *Meaning* (arti) merupakan penafsiran teks secara objektif, sedangkan *significance* (makna) merupakan penafsiran teks secara kontekstual.

## II. METODE PENELITIAN

Artikel ini dibahas atas cara kerja deskriptif kualitatif. Objek penelitian yang dibahas adalah puisi-puisi karya Sapardi Djoko Damono yang secara tanda memiliki pretensi gaya humor. Puisi-puisi Sapardi Djoko Damono yang dibahas pada artikel ini adalah puisi “Iklan” yang terdapat pada beberapa antologi, yakni: terdapat pada antologi puisi *Arloji* (1998) dan *Ayat-Ayat Api* (2000). Pemilihan puisi “Iklan” sebagai data penelitian ini didasarkan pada asumsi tanda-tanda yang memiliki gaya humor yang direpresentasi pada teks puisi.

Ekspresi puisi yang tidak langsung akan membawanya pada tanda-tanda dan simbol yang muncul. Pengekspresian konsep secara tidak langsung itu dapat dicirikan oleh beberapa penyimpangan leksikal (kosa kata) dan gramatikal (tata bahasa) (Nöth, 1990: 358). Dengan demikian, pada penelitian ini puisi dapat dipahami dengan menggunakan pembahasan mengenai tanda-tanda dan simbol yang muncul dalam kerangka semiotika, hermeneutika, dan stilistika.

Adapun langkah-langkah analisis teks pada artikel ini mengacu pada tahapan-tahapan berikut: (1) teks ditempatkan sebagai objek yang otonom; (2) teks diobjektivasi secara struktur; (3) teks diklasifikasi atas dasar tanda dan simbol; (4) teks ditafsirkan atas tanda dan simbol yang dianalisis.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Puisi-puisi yang ditulis Sapardi Djoko Damono adalah perwujudan konsep yang dikemukakan Horatio, yakni *dulce et utile* (mendidik dan menghibur). Artinya, puisi-puisi Sapardi menjadi semacam *role model* dalam penulisan puisi. Dalam penelitiannya, Isnaini (2021a: 11) menunjukkan bahwa posisi puisi-puisi karya Sapardi berada pada posisi “prismatis”, yakni puisi yang memiliki kemungkinan ditafsirkan dari berbagai sudut pandang. Posisi “prismatis” ini yang menempatkan tema-tema dalam puisi-puisi Sapardi dapat dilihat, didekati, dan dianalisis dengan berbagai pisau analisis. Puisi-puisinya terbuka untuk dibahas seluas-luasnya.

Pembahasan gaya humor pada artikel ini dimulai pada puisi “Iklan”, yakni puisi naratif yang menceritakan tentang iklan. Iklan merupakan hal yang dapat dianggap “lucu” karena banyak sekali orang yang “tertipu” oleh iklan. Banyak hal yang ditawarkan oleh iklan dari mulai keperluan pribadi, keluarga, sampai pada keperluan masyarakat secara luas. Sutanto (2021: 14) menjelaskan bahwa komunikasi nonpersonal dengan cara menjual pesan secara persuasif dan mempengaruhi

orang lain agar membeli suatu produk dinamakan iklan. Konsep iklan seringkali tidak logis, lucu, dan menarik perhatian.

Fokus utama dari teks iklan adalah “menarik perhatian”. Upaya ini seringkali dilakukan dengan media bahasa yang “nyeleneh” dan lucu. Contoh iklan rumah makan di Jalan Setiabudhi, Bandung, tertulis “IKAN BAKAR CIANJUR”. Penggunaan bahasa tersebut tentu saja nyeleneh dan lucu. Sejak kapan ikan bisa (mem)bakar Cianjur (sebuah kota di Jawa Barat). Artinya, penggunaan bahasa iklan akan selalu menarik untuk dibahas dan dibahasakan.

Pembacaan tersebut dapat juga terkait dengan pembahasan atas eksistensi dengan cara mempertanyakan akan “kebenaran” yang sudah dianggap ajek dan mutlak. Dalam puisi “Catatan Masa Kecil, 4” /*Sejak semula ia sayang pada angka nol. Dan setiap kali ia menghitung dua tambah tiga kali empat kurang dua ia selalu teringat waktu terjaga malam-malam ketika ibunya sakit keras dan ayahnya tidak ada di rumah dan di halaman terdengar langkah-langkah bakiak almarhum neneknya dan ia ingin kencing tetapi takut ke kamar kecil yang dekat sumur itu dan lalu kencing saja di kasur*/. Puisi tersebut jelas memiliki nada kritik terhadap eksistensi dan keyakinan kita terhadap sesuatu. Hal itu juga termasuk ke dalam humor.

Di dalam puisi “Catatan Masa Kecil, 4” secara tersirat ada gaya humor yang tendensius, yakni mempertanyakan “keyakinan” kita perihal konsep perhitungan. /*Ia tak pernah sempat bertanya kenapa dua kali dua hasilnya sama dengan dua tambah dua sedangkan satu kali satu lebih kecil dari satu tambah satu dan tiga kali tiga lebih besar dari tiga tambah tiga*/. Secara, implisit di dalam puisi ini Sapardi mempertanyakan keyakinan kita atas eksistensi kita sebagai manusia atas keyakinan yang sudah bertahun mengendap di alam bawah sadar.

Pada puisi “Iklan”, Sapardi membuat analogi kata-kata satire seperti pada larik /*Ia penggemar berat Iklan. “iklan itu sebenar-benar hiburan,” kata lelaki itu.* / Pada larik itu jelas representasinya adalah “iklan” sebagai simbol. Iklan adalah simbol budaya populer. Menurut Damono (2009: 56) kemunculan budaya populer adalah akibat dari industrialisasi yang menciptakan kota-kota industri. Kota yang menarik para warga yang awalnya hidup di desa berbondong-bondong mengadu nasib ke kota-kota besar tersebut. Dengan demikian, puisi tersebut menertawakan dan mengkritisi pola kehidupan yang ada di masyarakat industri atau masyarakat urban. Berikut disajikan puisi “Iklan” secara utuh supaya lebih jelas.

### ***Iklan***

*Ia penggemar berat Iklan. “iklan itu sebenar-benar hiburan,” kata lelaki itu.  
“Siaran berita dan cerita itu sekedar selingan.” Ia tahan seharian di depan televisi.  
Istrinya suka menyediakan kopi dan kadang-kadang kacang atau kentang goreng untuk  
menemaninya mengunyah iklan.*

*Anak perempuannya suka menatapnya aneh jika ia menirukan lagu iklan supermi  
-kepalanya bergoyang-goyang dan matanya berbinar-binar. Anak lelakinya sering  
memandangnya curiga jika ia tertawa melihat badut itu mengiklankan sepatu sandal-  
kakinya digerak-gerakannya ke kanan-kiri. Dan istrinya suka tidak paham jika ia  
mendadak terbahak-bahak ketika menyaksikan iklan tentang kepedulian sosial itu -dua  
tangannya terkepal dan dihentak-hentakkannya.*

*Lelaki itu meninggal seminggu yang lalu; konon yang terakhir diucapkannya  
sebelum “Allahuakbar” adalah “Hidup Iklan!” Sejak itu istrinya gemar duduk di depan  
televisi, bersama anak-anaknya, menebak-nebak iklan mana gerangan yang menurut  
dokter itu telah menyebabkannya begitu bersemangat sehingga jantungnya mendadak  
berhenti.*

Puisi “Iklan” terdiri atas 3 bait. Puisi ini sangat naratif karena menceritakan tokoh seorang lelaki yang gemar sekali menonton iklan. Iklan di televisi baginya merupakan acara utama, //Ia penggemar berat Iklan. “iklan itu sebenar-benar hiburan,” kata lelaki itu. “Siaran berita dan cerita itu sekedar selingan.”//. Kegemaran tokoh kita ternyata didukung oleh sang istri dengan selalu menyuguhkan makanan dan minuman untuk menemani suaminya menonton iklan.

Pada bait pertama ada pengenalan cerita tentang seorang tokoh (lelaki) yang sangat menggemari iklan. Iklan menjadi simbol penting untuk tokoh tersebut. Pada bait tersebut, penggunaan kata-kata. “iklan itu sebenar-benar hiburan,” “Siaran berita dan cerita itu sekedar selingan.” dan “Ia tahan seharian di depan televisi” merupakan tanda bahwa tokoh ini sangat menyukai iklan. Hal ini didukung oleh semangat istrinya yang selalu menyuguhkan makanan dan minuman. Pada tataran ini kita sudah dihadapkan pada tanda yang merepresentasikan sesuatu. Representasi mengenai kritik terhadap kapitalis, terhadap pemanfaatan televisi sebagai penyebar ideologi tertentu, dalam hal ini ideologi iklan, ideologi pemasaran.

Pada bait kedua kita jumpai kata-kata sebagai berikut.

*Anak perempuannya suka menatapnya aneh jika ia menirukan lagu iklan supermi -kepalanya bergoyang-goyang dan matanya berbinar-binar. Anak lelakinya sering memandangnya curiga jika ia tertawa melihat badut itu mengiklankan sepatu sandal-kakinya digerak-gerakannya ke kanan-kiri. Dan istrinya suka tidak paham jika ia mendadak terbahak-bahak ketika menyaksikan iklan tentang kepedulian sosial itu -dua tangannya terkepal dan dihentak-hentakkannya.*

Pada bait kedua muncul tokoh lain yang menjadi lawan bicara tokoh utama. Tokoh-tokoh itu di antaranya: anak perempuannya, anak lelakinya, dan istrinya. Ketiga tokoh tersebut merepresentasi “ketidakpahaman” banyak orang terhadap iklan. Kita melihat, bagaimana /Anak perempuannya suka menatapnya aneh jika ia menirukan lagu iklan supermi -kepalanya bergoyang-goyang dan matanya berbinar-binar/ pada larik tersebut ada penggunaan majas metonimia supermi yang memiliki hubungan makna secara indeksial sebagai perwujudan dari mie instan. Supermi adalah merk mie instan. Dia menjadi representasi tentang dunia kapitalis dalam periklanan. Tokoh lelaki itu memahami itu, sedangkan tokoh yang lain tidak. Selain itu, pada bait kedua pun digambarkan bagaimana kebingungan anak lelaki dan istrinya tersebut seperti pada larik berikut.

*Anak lelakinya sering memandangnya curiga jika ia tertawa melihat badut itu mengiklankan sepatu sandal- kakinya digerak-gerakannya ke kanan-kiri. Dan istrinya suka tidak paham jika ia mendadak terbahak-bahak ketika menyaksikan iklan tentang kepedulian sosial itu -dua tangannya terkepal dan dihentak-hentakkannya.*

Larik-larik pada bait tersebut jelas menggambarkan kepada kita bagaimana iklan sebagai media yang mempengaruhi telah berhasil menanamkan pengaruh tersebut dengan baik. Di larik-larik tersebut dapat dilihat bagaimana kebingungan anak lelaki dan istrinya dengan kelakuan tokoh utama terhadap iklan.

Pada bait terakhir sebagai puncak dari pengaruh iklan adalah seperti tergambar pada larik-larik berikut.

*Lelaki itu meninggal seminggu yang lalu; konon yang terakhir diucapkannya sebelum “Allahuakbar” adalah “Hidup Iklan!” Sejak itu istrinya gemar duduk di depan televisi, bersama anak-anaknya, menebak-nebak iklan mana gerangan yang menurut dokter itu telah menyebabkannya begitu bersemangat sehingga jantungnya mendadak berhenti.*

Iklan sebagai media penyampai pesan berkaitan juga dengan budaya populer. Menurut Damono (2009: 60) media dan kebudayaan populer adalah dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Bagi sebagian ahli, perbedaan “kebudayaan populer” dengan “kebudayaan adiluhung” didasarkan pada pandangan piramidal yang menggolongkan masyarakat menjadi kelas-kelas: atas, menengah, dan bawah. Penggolongan kelas-kelas inilah yang memunculkan istilah kebudayaan populer karena kelas bawah merupakan kelas yang paling banyak penganutnya.

Pada bait tersebut, sudah sangat jelas bahwa iklan mengejawantah menjadi media penyampai pesan dan alat dominasi. Pesan yang disampaikan ditujukan kepada masyarakat golongan bawah. Ini dapat terlihat dari tanda-tanda seperti, selalu menonton televisi, supermi, dan hidup iklan. Pada bagian ini dijelaskan bahwa lelaki itu meninggal dunia karena serangan jantung, tetapi sebelum dia mengucapkan nama Tuhan terlebih dahulu dia menyeru “Hidup Iklan!”. Ini sangat menarik karena dapat dikatakan bahwa iklan menjadi media komunikasi yang efektif dalam membangun paradigma dan menanamkan pengaruh kepada orang lain.

Pembahasan mengenai gaya humor pada puisi “Iklan” dapat dilihat dari penggunaan majas satire dan gaya sindiran yang menohok langsung pada hal yang dikritisi, yakni dominasi kaum kapitalis. Media iklan dibuat menjadi representant yang menjadi simbol dalam tataran trikotomi Pierce. Simbol iklan tersebut menjadi alat propaganda yang tentu saja diplesetkan oleh Sapardi dengan memberi jarak dalam gaya humor sindirannya. Dia mengatakan: //Anak perempuannya suka menatapnya aneh jika ia menirukan lagu iklan supermi; Anak lelakinya sering memandangnya curiga jika ia tertawa melihat badut itu mengiklankan sepatu sandal; dan istrinya suka tidak paham jika ia mendadak terbahak-bahak ketika menyaksikan iklan tentang kepedulian sosial itu//. Penggunaan simbol supermi, sepatu sandal, badut, dan iklan kepedulian sosial adalah bentuk-bentuk kritis dalam “menertawakan” diri sendiri.

Pada bait ketiga, Sapardi memperlihatkan gaya humor yang mengkritisi bagaimana nilai-nilai keagamaan dapat dikalahkan oleh iklan. //Lelaki itu meninggal seminggu yang lalu; konon yang terakhir diucapkannya sebelum “Allahuakbar” adalah “Hidup Iklan!”// Hal ini sedikitnya membuat kita tersenyum karena iklan telah merampas nilai-nilai religius seseorang. Agama telah dikalahkan oleh iklan. Ini menarik karena iklan telah mengubah pola pikir seseorang dalam berkeyakinan sehingga kita melihat bahwa dalam bait ketiga adalah puncak dari humor satire, humor lampoon dalam puisi ini. Puisi “Iklan” ditutup dengan larik //Sejak itu istrinya gemar duduk di depan televisi, bersama anak-anaknya, menebak-nebak iklan mana gerangan yang menurut dokter itu telah menyebabkannya begitu bersemangat sehingga jantungnya mendadak berhenti//. Dengan demikian, gaya humor pada puisi Sapardi Djoko Damono adalah proses kreatif pengarang dalam mengkritisi keadaan di sekitarnya dalam bentuk pengejawantahan eksistensi manusia yang berkaitan dengan hubungan antara manusia dengan dirinya, hubungan manusia dengan sesama, dan hubungan manusia dengan Tuhan.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa pembacaan mengenai gaya humor pada puisi “iklan” karya Sapardi Djoko Damono tidak hanya berbicara mengenai kejenaakaan seperti yang umum diketahui masyarakat tentang humor. Humor pada puisi Sapardi Djoko Damono menempati dimensi rasa pada manusia karena humor seperti juga telah dijelaskan di atas dapat berupa hal-hal seperti: (1) humor mengacu pada eksistensi manusia; (2) humor merupakan sebuah kebijaksanaan; dan (3) humor tidak terbatas waktu.

Pembahasan mengenai gaya humor pada puisi “Iklan” dapat dilihat dari penggunaan majas satire dan gaya sindiran yang menohok langsung pada hal yang dikritisi, yakni dominasi kaum kapitalis. Media iklan dibuat menjadi representant yang menjadi simbol dalam tataran trikotomi Pierce. Simbol iklan tersebut menjadi alat propaganda yang tentu saja diplesetkan oleh Sapardi dengan memberi jarak dalam gaya humor sindirannya. Dengan demikian, gaya humor pada puisi “Iklan” karya Sapardi Djoko Damono adalah proses kreatif pengarang dalam mengkritisi keadaan di sekitarnya dalam bentuk pengejawantahan eksistensi manusia yang berkaitan dengan hubungan antara manusia dengan dirinya, hubungan manusia dengan sesama, dan hubungan manusia dengan Tuhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin. (1995). *Stilistika: Pengantar Memahami Bahasa dalam Karya Sastra*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Atkinson, R. F. (1993). Homour in Philosophy. In K. Cameron (Ed.), *Humour and History* (pp. 10-20). London: Oxford.
- Badrun, A. (2014). *Patu Mbojo: Struktur, Konteks Pertunjukan, Proses Penciptaan dan Fungsi*. Mataram: Lenge.
- Damono, S. D. (1998). *Arloji*. Jakarta: Yayasan Puisi.
- Damono, S. D. (2000). *Ayat-Ayat Api*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Damono, S. D. (2009). *Kebudayaan (Populer) (di Sekitar) Kita*. Jakarta: Editum.
- Isnaini, H. (2018). Ideologi Islam-Jawa pada Kumpulan Puisi *Mantra Orang Jawa* Karya Sapardi Djoko Damono. *MADAH: Jurnal Balai Bahasa Riau, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemendikbud, Vol 9, No 1 (2018)* 1-18.
- Isnaini, H. (2020). Representasi Ideologi Jawa pada Puisi-Puisi Karya Sapardi Djoko Damono. *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra, Vol. 10 No. 1 Juli 2020*, 24-47.
- Isnaini, H. (2021a). Konsep Memayu Hayuning Bawana: Analisis Hermeneutika pada Puisi-Puisi Sapardi Djoko Damono. *Literasi, Universitas Pasundan, Vol. 11. No. 1*, 8-17.
- Isnaini, H. (2021b). *Konsep Mistik Jawa pada Puisi-Puisi Karya Sapardi Djoko Damono*. Disertasi. Universitas Padjadjaran. Jatinangor.
- Isnaini, H. (2021c). *Tafsir Sastra: Pengantar Ilmu Hermeneutika*. Bandung: Pustaka Humaniora.
- Isnaini, H., Priyatna, A., Rahayu, L. M., & Adji, M. (2019). Konsep Manunggaling Kawula Gusti Pada Puisi-Puisi Sapardi Djoko Damono. *Jurnal Ide Bahasa, Vol. 1 No. 2*, 115-128.
- Junus, U. (1983). *Dari Peristiwa ke Imajinasi: Wajah Sastra dan Budaya Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Mustika, I., & Isnaini, H. (2021). Konsep Cinta pada Puisi-Puisi Karya Sapardi Djoko Damono: Analisis Semiotika Carles Sanders Pierce. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora, Vol. 6 No. 1 Maret 2021*, 1-10.
- Nöth, W. (1990). *Handbook of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Piaget, J. (1995). *Strukturalisme* (Hermoyo, Trans.). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Pradopo, R. D. (2002). *Pengkajian Puisi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Putra, H. S. A. (2012). *Strukturalisme Levi Strauss: Mitos dan Karya Sastra*. Yogyakarta: Kepel Press.
- Ratna, N. K. (2006). *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rohmawati, N., & Meiludin, M. (2020). Aspek Semiotik dan Nilai Budaya pada Situs Sunan Drajat Sendang Duwur di Kabupaten Lamongan. *Klitika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Vol. 2, No. 2*, 117-131.
- Ross, A. (1998). *The Language of Humour*. London: Routledge.



- Semino, E. (2002). Stylistics and Linguistic Variation in Poetry. *Journal of English Linguistics*, 30(1), 28-50.
- Sulistyowati, E., & Fauzan, A. (2019). Aspek Humor dalam Syair Sastra Lisan Banjar "Madihin". *Stilistika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, Vol. 4, No. 1, 32-47.
- Suprana, J. (2013). *Humorologi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sutanto, G. A. (2021). Kajian Metonimia Teks Iklan Fanta. *E-Journal Idenitaet*, Vol. 10, No. 02.
- Taels, J. (2011). Humour as Practical Wisdom. In H. Geybels & W. V. Herck (Eds.), *Humour and Religion* (pp. 22-34). New York: Continuum.
- Teeuw, A. (1983). *Membaca dan Menilai Karya Sastra*. Jakarta: Gramedia.
- Teeuw, A. (1994). *Indonesia antara Kelisanan dan Keberaksaraan*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Widjaja, A. W. (1993). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zaidan, A. R., Rustapa, A. K., & Hani`ah. (2007). *Kamus Istilah Sastra*. Jakarta: Balai Pustaka.