

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 2024 merupakan tahun politik yang akan diselenggarakan pemilihan umum, termasuk pemilihan presiden, berlangsung serentak di berbagai provinsi. Dalam persiapan dan kampanye menjelang pemilihan, terdapat upaya yang dilakukan untuk menarik minat masyarakat agar memilih partai dan calon presiden yang diusung oleh partai. Situasi berkampanye merupakan fenomena bahasa dalam menjelang tahun politik menjadi salah satu topik yang banyak diperbincangkan oleh para peneliti bahasa. Adanya anggapan yang disebarkan ke masyarakat bahwa kemampuan berbahasa berbanding lurus dengan kemampuan intelektual. Arnold Steinberg (1981) berpendapat bahwa strategi adalah suatu rencana tindakan, penyusunan, dan pelaksanaan yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi pada akhirnya. Hal ini tercermin dalam strategi kampanye yang dikemas secara atraktif dan menarik.

Strategi bahasa yang dikemas dan digunakan dalam kampanye untuk menyita perhatian masyarakat guna menyampaikan makna atau simbol tertentu yang akan disampaikan oleh para politikus melalui jargon yang dibuat oleh beberapa kelompok (Damayanti:2019). Chaer dan Agustina (2010;67) mengatakan jargon adalah variasi bahasa sosial yang digunakan secara terbatas oleh kelompok-kelompok sosial tertentu dan tidak bersifat rahasia. Ungkapan yang digunakan seringkali tidak dapat dipahami oleh masyarakat di luar kelompoknya. Namun jargon juga sering digunakan sebagai petanda atau identitas sebagai kelompok. Hal itu pun terjadi pada politikus Indonesia, beberapa partai memiliki jargon yang

disebarluaskan kepada masyarakat guna menarik perhatian masyarakat. Jargon ini biasanya merefleksikan nilai-nilai atau kepentingan partai politik tersebut.

Salah satu jargon partai politik yang populer di Indonesia adalah "Partai Wong Cilik". Julukan "Wong Cilik" pertama kali digunakan untuk menggambarkan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Sejarah julukan "Wong Cilik" terkait dengan perjuangan PDIP dalam menghadapi pemerintahan Orde Baru pada tahun 1987. PDIP saat itu dianggap sebagai partai kecil karena hanya memiliki 40 kursi di Parlemen dan mendapat sedikit ruang untuk berkampanye (BPS:1987). Sebagai akibatnya, masyarakat menyebut PDIP sebagai partai wong cilik, yang secara harfiah berarti "partai orang kecil". Partai tersebut ingin menunjukkan adanya persepsi dan citra dalam koalisi politik untuk Pemilu 2024. Penggunaan julukan "Wong Cilik" oleh partai-partai ini dalam konteks kampanye politik bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dan menunjukkan perjuangan kepentingan rakyat biasa. Mereka ingin menyampaikan bahwa partai-partai ini mewakili aspirasi dan kepentingan masyarakat yang lebih luas daripada hanya kelompok elit (Turtiantoro:2019).

Media pada dasarnya memiliki kesempatan untuk mempengaruhi masyarakat dengan menyuntikkan nilai kebebasan dan inisiatif. Namun sayangnya, media justru semakin membuat pembaca atau audiensnya menjadi tergantung dan kompulsif. Terlebih lagi, logika pasar yang sangat dominan dalam media memainkan peran besar dalam mempengaruhi konten, tayangan, dan rubrik media. Akibatnya, media lebih banyak memproduksi gaya hidup komersial dan individualistik yang tidak terkontrol, yang pada akhirnya mengarah pada penanaman sebuah ideologi yang cukup serius, yaitu ideologi pasar. Oleh karena

itu, sangat sulit bagi media untuk keluar dari cengkeraman logika pasar dan membentuk pola pikir kritis serta penilaian yang reflektif dan objektif (Haryatmoko:2007;34).

Media massa memiliki dampak yang signifikan terhadap opini khalayak karena mereka bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang akurat (Putra:2015). Namun, media cenderung memberitakan berita sesuai dengan perspektif mereka sendiri, sehingga pemilihan berita dianggap penting oleh khalayak sebagai penentu kebenaran informasi (Hadi, dkk: 2021). Teori pengaturan agenda mengungkapkan bahwa media memiliki kekuatan dalam mempengaruhi agenda publik, sementara khalayak memiliki kebebasan dalam memilih apa yang mereka konsumsi. Kebutuhan akan arah dan rasa ingin tahu yang tinggi serta ketidakpastian membuat penonton cenderung mengandalkan satu media tertentu untuk mendapatkan informasi (Romli:2016).

Berdasarkan data, media Detik.com berdasarkan penelitian Nurhidaya (2019) menunjukkan bahwa nilai dan fakta yang diambil oleh si wartawan merupakan kutipan langsung dari hasil wawancara narasumber terkait, tanpa mencampurkan opini wartawan. Selain itu, dalam penggunaan bahasa, Detik.com menunjukkan bahwa menjaga independensi pemberitaannya dengan mengutip narasumber secara akurat.

Penelitian yang dilakukan oleh Sheren (2022) menyatakan bahwa Jurnalis dari Kompas.com menunjukkan independent berita dengan tidak memberikan opini dalam pemberitaannya. Kompas.com juga memastikan menggunakan narasumber yang kredibel untuk mendukung informasi yang disampaikan. Selain itu, dalam menjalankan tugas jurnalistiknya, Kompas.com tidak hanya mengandalkan sudut

pandang satu narasumber, tetapi juga mengambil sudut pandang dari berbagai narasumber yang berbeda.

Hiperealitas menciptakan kondisi di mana kepalsuan berbaaur dengan kenyataan, masa lalu berbaaur dengan masa kini, fakta bersimpang siur dengan rekayasa, tanda melebur dengan realitas, dan dusta bersenyawa dengan kebenaran. Kategori kebenaran, kepalsuan, keaslian, isu-isu, dan realitas tidak berlaku lagi di dalam dunia seperti itu (Piliang:2005;25). Sebagai hasil dari peran media menayangkan atau memperlihatkan sesuatu, hiperealitas media menciptakan realita baru di mana masyarakat mempercayai realita baru tersebut tanpa mengetahui realita asli dari apa yang mereka percayai.

Realita baru tersebut merupakan opini masyarakat yang sudah terkristalkan, dan masyarakat pun berakhir dengan mempercayai realita baru, yang merupakan opini mereka sendiri, sebagai kebenaran atau kenyataan. Sebagaimana yang disebutkan oleh Bungin & Burhan (2009), opini publik menjadi realitas masyarakat, dan realitas menjadi sebuah kebohongan di dalam masyarakat.

Kushendrawati (2011;122) menjelaskan bahwa hiperealitas erat kaitannya dengan cara kita menempatkan diri dan melihat diri kita di antara berbagai objek yang ada. Hal ini juga terkait dengan bagaimana manusia membangun citra dan memberikan makna pada hidupnya sendiri dengan menggunakan objek dan media massa sebagai cerminannya. Cara kita melihat dunia mencerminkan pandangan kita terhadap diri kita sendiri. Di era kapitalisme global saat ini, objek dan media massa dianggap sebagai realitas semu. Realitas semu ini berkaitan dengan teknologi informasi, objek komoditas, dan tontonan (spektakel). Sebagai penonton, kita hanya

melihat kehampaan dalam media massa, bukan sesuatu yang nyata. Hal ini terkait dengan cara kerja media massa dalam menampilkan konten mereka.

Bahasa menjadi bagian dari hiperrealitas yang terkandung dalam jargon "Partai Wong Cilik". Sebagaimana dikemukakan oleh Baudrillard, dunia nyata dan dunia representasi menjadi tidak terpisahkan satu sama lain. Dalam hal ini, bahasa yang digunakan dalam jargon "Partai Wong Cilik" saja tidak sepenuhnya merefleksikan realitas yang sesungguhnya. Dalam perspektif hiperrealitas, akan menyelidiki jargon "Partai Wong Cilik" yang menciptakan representasi yang melebihi realitas politik yang sebenarnya. Fenomena hiperrealitas terjadi ketika citra dan simbol-simbol politik dihasilkan dan diartikan oleh media massa sehingga mengaburkan batas antara realitas dan representasinya.

Konteks ini, analisis wacana kritis dapat membantu menyelidiki konteks sosial dan politik yang melatarbelakangi penggunaan jargon "Partai Wong Cilik" dalam kampanye politik menjelang tahun 2024. Faktor-faktor seperti latar belakang sejarah politik, dinamika sosial, dan melihat peran media massa dalam mengkonstruksi narasi seputar jargon ini dan mempengaruhi persepsi publik tentang politik melalui pesan yang tersirat yang disampaikan melalui media pemberitaan.

Hal ini akan memudahkan dalam mengidentifikasi dan menggali makna-makna tersembunyi yang terkandung dalam penggunaan jargon "Partai Wong Cilik". Memahami jargon ini dapat menciptakan interpretasi politik, terutama dalam hal ideologi, kebijakan, dan pandangan politik yang diusung oleh partai tersebut melalui simbol-simbol politik yang memberikan konotasi tertentu. Sebagai contoh, bahasa yang digunakan dalam jargon "Partai Wong Cilik" seperti "cilik" atau

"kecil" dapat menjadi representasi dari golongan masyarakat yang kurang terwakili dalam sistem politik yang ada.

Namun, bahasa ini juga dapat menjadi citra yang membangun hiperealitas bahwa partai tersebut benar-benar peduli dengan kepentingan rakyat kecil dan memiliki kesamaan dengan mereka. Mengkaji fenomena hiperealitas pada jargon politik untuk menarik perhatian masyarakat dalam media informasi adalah studi yang mengaitkan dengan analisis wacana kritis. Analisis wacana kritis yang disampaikan secara lisan di media informasi atau pesan tersirat yang disampaikan pada wacana tertulis pada media. Berbagai partai saat ini sedang menyiapkan strategi untuk mengambil hati masyarakat dengan mengemas bahasa yang menarik. Salah satunya dalam beberapa Fraksi di Indonesia menyebut partainya sebagai "Partai Wong Cilik".

Penggunaan analisis wacana kritis penting dalam konteks ini karena memberikan pendekatan yang kritis terhadap penggunaan jargon "Partai Wong Cilik" dalam kampanye politik. Melalui analisis wacana kritis, kita dapat menggali lebih dalam tentang aspek-aspek. analisis wacana kritis membantu untuk melihat penggunaan jargon ini dapat mencerminkan dan memperkuat kekuasaan serta dominasi politik. Melalui pemahaman yang kritis, mengeksplorasi jargon tersebut mempengaruhi hubungan kekuasaan antara partai politik, mulai dari penggunaan jargon "Partai Wong Cilik".

Analisis wacana kritis, dapat melihat lebih dalam tentang nilai-nilai, keyakinan politik, dan pandangan dunia yang tercermin dalam jargon tersebut. Dengan pendekatan kritis, kita dapat menganalisis dan mengkritisi cara jargon ini digunakan untuk mempengaruhi persepsi dan pemahaman masyarakat tentang politik. Analisis

wacana kritis membantu mengungkap konstruksi hiperrealitas yang terjadi dalam penggunaan jargon ini. Dalam perspektif hiperrealitas, menyelidiki jargon "Partai Wong Cilik" menciptakan representasi yang melebihi realitas politik yang sebenarnya. Mengevaluasi penggunaan jargon ini berkontribusi pada konstruksi citra yang berlebihan atau mengaburkan pemahaman yang mendalam tentang politik. Dalam konteks kampanye politik, analisis wacana kritis untuk melihat penggunaan jargon "Partai Wong Cilik" memfasilitasi pemahaman yang dangkal atau permukaan tentang politik.

Sejauh pencarian peneliti, penelitian terhadap Wacana Jargon "Partai Wong Cilik" Menjelang Kampanye Tahun Politik 2024: Perspektif Hiperrealitas dengan pendekatan analisis wacana kritis belum pernah dilakukan yang menjadikan penelitian ini memiliki kebaruan.

Namun, penelitian lain yang memanfaatkan pendekatan ini pada subjek yang berbeda telah dilaksanakan oleh beberapa penelitian sebelumnya. Sebagai contoh, studi yang dilakukan oleh Damayanti Rida (2019) berjudul "Analisis Hiperealitas Wacana Persuasi dalam Iklan Kampanye Calon Anggota Legislatif di Kota Medan". Temuan dari penelitian tersebut mengindikasikan keberadaan hiperealitas dalam wacana persuasif calon anggota legislatif, termasuk dalam bentuk pencitraan sebagai realitas, penyembunyian realitas, pemunculan sesuatu yang mengaburkan realitas, serta pencitraan yang tidak relevan dengan realitas. Ini mencakup simbol dan gambar buatan atau elemen yang menyembunyikan kebenaran.

Kemudian, riset yang dilakukan oleh Hadil Nurmansyah (2022) berjudul "Hiperrealitas pada Media Sosial Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa"

mengeksplorasi berbagai perilaku dan motivasi mahasiswa Indonesia dalam menggunakan platform Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, dengan sumber data berasal dari informasi sekunder. Data ini dianalisis melalui metode tinjauan literatur. Landasan teorinya didasarkan pada konsep hiperrealitas yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard. Dari hasil analisis data, disimpulkan bahwa pengguna Instagram cenderung terhubung secara emosional dengan realitas yang mereka temui di dunia Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak jargon tersebut dalam memicu diskusi yang substansial dan analisis yang mendalam terkait kebijakan publik serta isu-isu sosial. Dengan memanfaatkan metode analisis wacana kritis, penelitian ini berusaha untuk mengevaluasi penggunaan jargon "Partai Wong Cilik" dari perspektif kritis dan reflektif. Upaya ini melibatkan dekonstruksi narasi politik yang terbentuk seputar jargon tersebut, sekaligus menelusuri peran media massa dalam membentuk pandangan masyarakat. Melalui pendekatan analisis wacana kritis, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang penggunaan jargon ini serta dampaknya dalam konteks politik yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilaksanakan dengan pendekatan tersebut. penelitian ini akan

dilakukan dengan judul: *Wacana Jargon "Partai Wong Cilik" Menjelang Kampanye Tahun Politik 2024: Perspektif Hiperrealitas*

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Representasikan realitas jargon "Partai Wong Cilik" dapat menciptakan representasi yang melebihi realitas politik yang sebenarnya.
2. Pengaruh media massa dalam konstruksi narasi, peran media massa dalam mengkonstruksi narasi seputar jargon "Partai Wong Cilik" memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik.
3. Dampak terhadap partisipasi politik, penggunaan jargon ini juga dapat mempengaruhi partisipasi politik masyarakat dapat menyebabkan apati politik atau ketidakpartisan dalam pemilihan

1.3 Batasan Masalah

Melihat luasnya cakupan masalah yang teridentifikasi, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti agar penelitian ini mencapai sasaran dengan hasil maksimal. Oleh karena itu batasan masalah yang akan diteliti adalah Hiperealitas yang terdapat Wacana pada Jargon "Partai Wong Cilik" dalam Kampanye Tahun Politik 2024 di media Informasi Kompas.com dan detik.com. Dalam hal ini penelitian ini berfokus kepada penggunaan dan representasi yang tercipta dari jargon dalam wacana kampanye tahun politik 2024 untuk mengidentifikasi elemen-elemen retorik, stereotip, atau narasi yang digunakan untuk memperkuat representasi ini. Serta menganalisis konstruksi narasi seputar jargon "Partai Wong Cilik" yang memicu realitas dalam perspektif hiperrealitas.

1.4 Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalahnya adalah

1. Bagaimana representasi jargon "Partai Wong Cilik" dalam wacana politik menjelang kampanye tahun politik 2024?
2. Bagaimana bentuk hiperealitas yang terdapat pada wacana jargon "partai wong cilik"?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis representasi jargon "Partai Wong Cilik" dalam wacana politik menjelang kampanye tahun politik 2024
2. Menganalisis bentuk hiperealitas yang terdapat pada wacana jargon "partai wong cilik"

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori analisis wacana kritis dengan menerapkan konsep-konsep hiperealitas, seperti tanda, simbol dan citra dalam menganalisis tanda-tanda yang terkandung dalam jargon "Partai Wong Cilik".
2. Penelitian ini dapat memperluas pendekatan analisis wacana kritis dengan menerapkan konsep kekuasaan, ideologi, bias, dan stereotip dalam menganalisis penggunaan bahasa dalam jargon "Partai Wong Cilik".
3. Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang jargon "Partai Wong Cilik" merepresentasikan realitas politik dan

realitas tersebut dikonstruksi atau diubah melalui penggunaan bahasa dan tanda-tanda.

4. Dengan memperluas pemahaman tentang jargon "Partai Wong Cilik" dan menganalisis penggunaan bahasa dan tanda-tanda dalam wacana politik, penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat untuk lebih memahami konteks politik dan partisipasi politik mereka.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. **Pemahaman yang Lebih Baik untuk Masyarakat:** Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat tentang istilah "Partai Wong Cilik" yang sering muncul dalam wacana politik. Dengan penjelasan yang lebih sistematis dan faktual mengenai jargon tersebut, masyarakat akan dapat memahami makna, konteks, dan tujuan dari Partai Wong Cilik dengan lebih baik.
2. **Pengurangan Kesalahpahaman Salah:** Penelitian ini dapat membantu mengurangi potensi kesalahpahaman atau interpretasi yang salah terkait dengan penggunaan jargon "Partai Wong Cilik". Dengan menyediakan deskripsi yang akurat dan sistematis mengenai bentuk, makna, dan fungsi jargon tersebut, penelitian ini dapat membantu masyarakat dalam memahami dengan benar pesan yang ingin disampaikan oleh Partai Wong Cilik.
3. **Penguatan Partisipasi Politik:** Dengan pemahaman yang lebih baik tentang jargon "Partai Wong Cilik" dan konsep politik yang terkait,

penelitian ini dapat mendorong partisipasi politik yang lebih aktif dari masyarakat. Masyarakat akan merasa lebih terlibat dan terinformasi, sehingga dapat membuat keputusan politik yang lebih cerdas dan berdasarkan pemahaman yang lebih baik.

