

## Wacana Jargon “Partai Wong Cilik” Menjelang Kampanye Tahun Politik 2024: Perspektif Hiperrealitas

Elvirida Lady Angel Purba

Universitas Negeri Medan

Korespondensi penulis: [purbaela898@gmail.com](mailto:purbaela898@gmail.com)

Wisman Hadi

Universitas Negeri Medan

Alamat: Jl. Willem Iskandar Psr. V Medan (20221)

**Abstract.** *The purpose of this research is to represent the jargon of the "Partai Wong Cilik" (Party of the Little People) in political discourse leading up to the 2024 political campaign and to examine the forms of hyperreality present in the discourse of the "Partai Wong Cilik" jargon. The research method employed is descriptive with a critical discourse analysis approach by Teun A. van Dijk. The primary data used is derived from discourse texts published on the media platforms kompas.com and detik.com during the period leading up to the political year. Subsequently, the data is analyzed using Van Dijk's critical discourse analysis to examine the representation, symbols and signs, as well as the power used to influence, control, and shape social reality. Discourse is understood as a political context action in the "wong cilik" jargon within the information media. The research results indicate that Van Dijk's Critical Discourse Analysis reveals that the slogan, although directed towards positive representation, also serves as a symbolic power tool used to garner political support. The data shows that behind this identity narrative, there are political motives that emphasize party benefits and power, opening space for critical awareness of political identity dynamics and rhetorical strategies in a dynamic social context. This analysis illustrates that political discourse can create an exaggerated reality, inviting readers to question and seek further understanding related to the complexity and concrete reality and political symbols used.*

**Keywords:** *Hyperreality, "Partai Wong Cilik" jargon, Van Dijk Critical Discourse Analysis.*

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini untuk merepresentasi jargon "Partai Wong Cilik" dalam wacana politik menjelang kampanye tahun politik 2024 dan melihat bentuk hiperrealitas yang terdapat pada wacana jargon "partai wong cilik. Metode penelitian menggunakan deskriptif dengan pendekatan analisis wacana kritis Teun A. van Dijk (critical discourse analysis). Data utama yang dimanfaatkan berasal dari teks wacana yang dipublikasikan di platform media kompas.com dan detik.com pada periode menjelang tahun politik. Kemudian data dianalisis menggunakan analisis wacana kritis Van dijk untuk melihat pencitraan, simbol dan tanda, serta kekuasaan yang dipergunakan untuk memengaruhi, mengontrol, dan membentuk realitas sosial. Wacana dipahami sebagai sebuah tindakan konteks politik pada jargon "wong cilik" dalam media informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis Kritis Wacana Van Dijk mengungkapkan bahwa slogan tersebut, meskipun diarahkan pada representasi positif, juga menjadi alat kekuasaan simbolik yang digunakan untuk meraih dukungan politik. Data menunjukkan bahwa di balik naratif identitas tersebut, terdapat motif politik yang lebih menekankan pada keuntungan dan kekuasaan partai, membuka ruang bagi kesadaran kritis terhadap dinamika identitas politik dan strategi retorika dalam konteks sosial yang dinamis. Analisis ini menggambarkan wacana politik dapat menciptakan realitas yang terlebih-lebih, mengundang pembaca untuk mempertanyakan dan mencari pemahaman lebih lanjut terkait kompleksitas dan realitas konkret dan simbol-simbol politik yang digunakan.

**Kata kunci:** Hiperrealitas, jargon "Partai wong cilik", Analisis Wacana Kritis Van Dijk.

## 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 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.

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.

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" mungkin 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 mungkin 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.

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.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Hiperealitas**

Menurut Jean Baudrillard (dalam Kushendrawati, 2011:120), Hiperrealitas merupakan fenomena di mana berbagai realitas buatan muncul, bahkan melebihi tingkat ke-realitasan dari realitas yang sebenarnya. Tidak hanya memiliki tingkat ke-realitasan yang lebih tinggi, hiperealitas juga dianggap lebih ideal dan superior daripada aslinya. Hiperealitas diartikan

sebagai suatu realitas yang melampaui batas dirinya sendiri, sehingga tidak lagi menyerupai realitas aslinya. Menurut Yasraf Amir (dalam Kushendrawati, 2011:121), Hiperrealitas dapat dijelaskan sebagai kondisi di mana realitas runtuh, digantikan oleh model-model rekayasa seperti citraan, halusinasi, dan simulasi yang dianggap lebih nyata dibandingkan dengan realitas itu sendiri, sehingga batas antara keduanya menjadi samar.

Mencitrakan dan membentuk makna hidup sendiri dengan merenungi objek-objek dan media massa adalah cara manusia memandang dirinya, sejalan dengan pandangan terhadap dunianya. Dunia dianggap sebagai pantulan dari individu manusia. Dalam konteks wacana mengenai dunia pada era kapitalisme global saat ini, baik objek maupun media massa dianggap sebagai realitas semu. Realitas semu ini terkait dengan teknologi informasi, komoditas, objek, dan tontonan (spektakel). Sebagai penonton, kita tidak memperoleh atau menyaksikan substansi apa pun dari apa yang disajikan oleh suatu media massa; yang kita saksikan adalah kehampaan. Hal ini terkait dengan struktur kerja media massa dalam menyajikan program-programnya.

### **Analisis Wacana Kritis Van Dijk**

Dalam konteks analisis wacana kritis, bahasa berperan sebagai alat untuk menyampaikan tujuan yang spesifik. Pendekatan analisis wacana kritis mempertautkan bahasa dengan konteks, di mana makna dari konteks tersebut digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan dan praktik tertentu, termasuk praktik kekuasaan. Salah satu kelebihan dari analisis wacana kritis (AWK) adalah kemampuannya untuk mengenali serta mengungkapkannya ideologi politik yang tersirat dalam media (Bandara: 2012).

AWK memiliki dasar dalam analisis kritis terhadap bahasa, terinspirasi dari ideologi Marxisme yang menyoroti aspek-aspek budaya dalam kehidupan sosial. Ini terutama terjadi ketika dominasi dan eksploitasi dipertahankan melalui budaya dan ideologi. Lebih lanjut, gagasan kritis ini tercermin dari Mazhab Frankfurt, seperti yang dijelaskan oleh R. Wiggershaus (dalam Haryatmoko, 2017:3), yang mengilustrasikan bahwa proses budaya memiliki dampak pada pola kehidupan sosial serta mencakup langkah-langkah dalam perjuangan melawan dominasi, ketidakadilan, ketidaksetaraan, diskriminasi, dan ketidakbebasan.

Van Dijk (2000:9) menyatakan bahwa ideologi merupakan inti dari analisis wacana karena teks, proses komunikasi, dan unsur lainnya merupakan praktik yang bermuara dari ideologi. Teori klasik menjelaskan bahwa ideologi diciptakan oleh kelompok dominan dengan tujuan untuk mempertahankan dan melegitimasi dominasi mereka. Van Dijk juga menyoroti bahwa ideologi yang menguasai suatu kelompok akan diterima sebagai kebenaran yang wajar.

Fenomena ini dikenal sebagai "kesadaran palsu," yaitu bagaimana kelompok yang berkuasa memanipulasi ideologi kelompok yang kurang berkuasa melalui propaganda, disinformasi, kendali atas media, dan metode lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan penelitian deskriptif kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengeksplorasi status atau karakteristik suatu kelompok manusia, dengan maksud untuk menghasilkan deskripsi, gambaran, atau laporan yang sistematis, faktual, dan akurat terkait fakta-fakta atau fenomena yang sedang diinvestigasi (Sugiyono, 2016: 34). Penggunaan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk, makna, dan fungsi dari penggunaan jargon "wong cilik" yang muncul dalam beberapa wacana media Kompas.com dan Detik.com. Penelitian ini, menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Teun A. van Dijk (critical discourse analysis), memiliki beberapa ciri khas utama sebagai sarana kekuasaan yang dipergunakan untuk mempengaruhi, mengontrol, dan membentuk realitas sosial. Wacana dianggap sebagai suatu bentuk tindakan, mengandung interaksi sosial, dan diartikan memiliki tujuan khusus serta sebagai ekspresi yang sadar dan terkendali. Pendekatan metodologi deskriptif kualitatif dipilih karena dianggap sesuai dan relevan untuk penelitian ini, karena tujuannya adalah untuk mendeskripsikan dan menginterpretasi data penelitian secara objektif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Tematik**

Berita ini mencerminkan tematik utama tentang politik manipulatif dan penggunaan slogan sebagai alat strategis oleh partai politik di Tanah Air. Menurut Direktur Eksekutif Lembaga Survei KedaiKOPI, Kunto Adi Wibowo, jargon "Partai Wong Cilik" dianggap sekadar upaya pencitraan untuk menunjukkan kedekatan dengan rakyat kecil. Namun, di balik itu, terungkap motif politik yang lebih dalam, yaitu meraup suara sebanyak-banyaknya dari masyarakat guna memperoleh keuntungan dan kekuasaan politik. Slogan tersebut menjadi bagian dari strategi partai untuk meningkatkan popularitas dan mendekati diri dengan opini publik. Pencitraan partai sebagai yang dekat dengan rakyat kecil dianggap sebagai manipulasi citra untuk mencapai tujuan politis tertentu.

## 2. Skematik

Berita ini mengangkat isu seputar penggunaan slogan "Partai Wong Cilik" oleh partai politik menjelang Pemilu 2024. Direktur Eksekutif Lembaga Survei KedaiKOPI, Kunto Adi Wibowo, dalam lead berita, menilai bahwa jargon tersebut tidak lebih dari sekadar upaya branding untuk mencitrakan partai sebagai yang dekat dengan rakyat kecil. Namun, di balik citra positif tersebut, terungkap motif politik yang lebih dalam, yaitu meraup suara sebanyak-banyaknya guna mencapai keuntungan dan kekuasaan politik. Masyarakat mulai menunjukkan sikap skeptis terhadap citra "Partai Wong Cilik," menganggapnya sebagai slogan kosong tanpa substansi yang dapat dipercayai.

## 3. Sintaksis

Unsur koherensi yang terdapat dalam pemberitaan ini memperlihatkan hubungan sebab-akibat antara penggunaan embel-embel "Partai Wong Cilik" oleh partai politik dengan tujuan yang tersembunyi di baliknya. Pernyataan, "Embel-embel itu dipakai untuk mencitrakan parpol sebagai yang paling dekat dengan rakyat kecil. Namun, di balik itu, ada misi meraup suara sebanyak-banyaknya dari masyarakat," menunjukkan koherensi dalam narasi..

Unsur **koherensi kondisional** dalam pemberitaan ini mengemuka melalui pernyataan yang menyiratkan hubungan sebab-akibat atau kondisi yang mendasari peristiwa tertentu. Pernyataan "Embel-embel itu dipakai untuk mencitrakan parpol sebagai yang paling dekat dengan rakyat kecil" menunjukkan hubungan koheren antara penggunaan embel-embel "Partai Wong Cilik" dan tujuan pencitraan.

Unsur **bentuk kalimat** yang digunakan dalam pemberitaan ini menonjolkan penggunaan kalimat aktif, terutama pada kalimat, "Kalau menurut saya, citra partainya wong cilik ini bisa jadi hanya slogan kosong dan sudah banyak masyarakat yang tidak percaya." Kalimat ini mencerminkan pengungkapan opini secara langsung oleh pembicara yang tidak disebutkan namanya. kalimat aktif, pemberitaan ini memberikan kejelasan dalam menyampaikan pendapat subjektif dan evaluasi dari pembicara.

Pada pemberitaan ini, unsur teks kata ganti memberikan kejelasan terhadap peran dan pandangan pelaku utama dalam konteks berita tersebut. Kata ganti "Menurutnya" menunjukkan bahwa pandangan yang disampaikan berasal dari sudut pandang pembicara atau narator yang tidak disebutkan namanya. Dalam hal ini, pembicara tersebut diidentifikasi sebagai Kunto Adi Wibowo.

Selanjutnya, penggunaan kata ganti "Kata Kunto" menegaskan identifikasi pembicara yang memberikan tanggapan terhadap praktik-praktik politik terkait dengan

slogan tersebut. Kata ganti "ini" yang merujuk pada kata "slogan" memberikan pemahaman lebih lanjut bahwa dalam konteks berita, "slogan" mengacu pada jargon "Partai Wong Cilik."

#### 4. Semantik

Dalam konteks semantik, pemberitaan ini menampilkan **latar** utama pada Direktur Eksekutif Lembaga Survei Kedai KOPI, Kunto Adi Wibowo, yang memberikan penilaian terhadap jargon "Partai Wong Cilik." Pernyataan Kunto Adi Wibowo menggambarkan makna dalam jargon tersebut sebagai sekadar slogan tanpa substansi nyata, dengan tujuan menarik perhatian masyarakat. Unsur latar ini membawa dimensi kredibilitas dan otoritas, terutama karena Kunto Adi Wibowo berperan sebagai direktur di lembaga survei tersebut.

Pada lapisan unsur **detil** dalam berita ini, perhatian tertuju pada Direktur Eksekutif Lembaga Survei Kedai KOPI, Kunto Adi Wibowo, yang memberikan penilaian tajam terhadap jargon "Partai Wong Cilik." Analisis terperinci terletak pada karakter dan peran Kunto Adi Wibowo sebagai penilai independen. Dengan merinci pernyataannya, Kunto Adi Wibowo menyatakan bahwa jargon tersebut tidak lebih dari sekadar slogan, tanpa memiliki substansi yang signifikan. Dalam unsur detil ini, kita dapat melihat bahwa perhatian media terfokus pada sudut pandang dan evaluasi yang diberikan oleh seorang ahli survei terkemuka. Pemilihan kata seperti "tak lebih dari sekadar slogan" memberikan nuansa kritis terhadap penggunaan jargon oleh partai politik Tanah Air.

**Unsur maksud** yang tercermin dalam berita ini menunjukkan bahwa penggunaan embel-embel "Partai Wong Cilik" oleh partai politik memiliki tujuan tertentu. Maksudnya adalah untuk mencitrakan partai politik sebagai yang paling dekat dengan rakyat kecil. Dalam menganalisis maksud ini, dapat disimpulkan bahwa embel-embel tersebut bukan sekadar kata-kata kosong, melainkan bagian dari strategi branding politik.

**Praanggapan** yang muncul dalam pemberitaan ini mengemuka melalui pernyataan subjektif yang menyiratkan sudut pandang personal, yaitu "Dan kalau menurut saya, citra partainya wong cilik ini bisa jadi hanya slogan kosong dan sudah banyak masyarakat yang tidak percaya." Praanggapan ini menunjukkan bahwa pembicara, yang tidak disebutkan namanya, menyampaikan opini pribadinya terkait dengan citra "Partai Wong Cilik."

## 5. **Leksikon**

Dalam pemberitaan ini, pemilihan kata atau leksikon memainkan peran penting dalam menyampaikan makna dan nuansa tertentu. Pada kalimat, "Semua secara simbolik merefleksikan sebagai partai kerakyatan," pemilihan kata "simbolik" memberikan nuansa bahwa apa yang disebutkan tidak memiliki makna yang konkret atau nyata, melainkan dianggap sebagai lambang atau tanda yang dimaksudkan untuk menarik perhatian.

## 6. **Retorik**

Dalam pemberitaan ini, unsur grafis muncul melalui kalimat-kalimat tertentu yang memberikan tonjolan visual dan memberi kekuatan pada pemahaman pembaca. Kalimat yang menyatakan, "Tujuan akhirnya agar partai mendapat keuntungan dan kekuasaan," secara grafis menonjolkan ambisi politik di mana partai berusaha untuk mencapai keuntungan dan kekuasaan sebagai akhir dari strategi politiknya. Ungkapan ini memberikan gambaran visual yang kuat tentang motivasi politik yang mendasari penggunaan jargon "Partai Wong Cilik," menggambarkan tujuan akhir yang diharapkan.

Sementara itu, penggunaan metafora memperkaya retorika dalam pemberitaan ini. Pernyataan seperti, "Bagaimana usaha partai mendekati diri dengan konstituennya karena mau enggak mau di piramida populasi Indonesia paling besar ya ada di lapisan bawah atau wong cilik itu," menggambarkan hubungan politik dengan masyarakat secara visual melalui metafora piramida populasi. Metafora ini menyiratkan bahwa upaya partai politik dalam mendekati konstituennya lebih condong ke lapisan bawah atau masyarakat kecil.

## 7. **Analisis Kognisi Sosial**

Pada tingkat simbolik, pembaca mengenali simbol politik melalui slogan "Partai Wong Cilik". Proses kognisi sosial terjadi saat pembaca menguraikan makna simbol-simbol tersebut dalam konteks politik, membentuk pemahaman tentang citra dan pesan yang ingin disampaikan oleh pelaku politik. Analisis lebih lanjut menyoroti bahwa penggunaan slogan tidak hanya berfungsi sebagai representasi identitas, tetapi juga sebagai strategi politik untuk meraih dukungan, membuka ruang bagi kesadaran kritis terhadap dinamika identitas politik.

## 8. **Analisis Konteks Sosial**

Dalam pernyataan Kunto Adi Wibowo, terdapat indikasi kuat mengenai realitas politik yang didominasi oleh keinginan partai untuk mencapai keuntungan dan

kekuasaan. Analisis Van Dijk akan menyoroiti bagaimana ideologi kekuasaan tercermin dalam pemilihan kata dan konstruksi frase, menunjukkan kontrol ideologi yang dilakukan oleh partai politik. Pernyataan yang menyatakan tujuan tersebut "sangat berbahaya bagi demokrasi" juga dapat diartikan sebagai upaya untuk membentuk opini publik terkait ancaman terhadap demokrasi, menggambarkan taktik retorika dalam merebut simpati masyarakat.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Representasi Jargon "Partai Wong Cilik" dalam Wacana Politik Menjelang Kampanye Tahun Politik 2024**

Representasi jargon "Partai Wong Cilik" dalam wacana politik mencerminkan upaya partai untuk membangun identitas yang terkait erat dengan masyarakat kecil. Analisis Kritis Wacana Van Dijk mengungkapkan bahwa slogan tersebut, meskipun diarahkan pada representasi positif, juga menjadi alat kekuasaan simbolik yang digunakan untuk meraih dukungan politik. Data menunjukkan bahwa di balik naratif identitas tersebut, terdapat motif politik yang lebih menekankan pada keuntungan dan kekuasaan partai, membuka ruang bagi kesadaran kritis terhadap dinamika identitas politik dan strategi retorika dalam konteks sosial yang dinamis.

Analisis Kritis Wacana Van Dijk menunjukkan bahwa representasi jargon "Partai Wong Cilik" juga melibatkan manipulasi identitas politik. Meskipun disajikan sebagai representasi positif dari rakyat kecil, data membuka kesadaran kritis terhadap fakta bahwa penggunaan jargon ini lebih merupakan strategi politik untuk meraih dukungan daripada komitmen nyata terhadap kepentingan rakyat kecil. Dalam konteks ini, identitas politik disusun dengan cermat untuk mencapai tujuan politik yang lebih besar, memunculkan pertanyaan etika terkait dengan representasi dan keaslian identitas yang diusung.

### **Bentuk Hiperrealitas dalam Wacana Jargon "Partai Wong Cilik"**

Analisis Kritis Wacana Van Dijk menyoroiti adanya bentuk hiperrealitas dalam wacana jargon "Partai Wong Cilik." Pernyataan Kunto Adi Wibowo yang menyatakan bahwa tujuan partai tersebut "sangat berbahaya bagi demokrasi" menandai sebuah bentuk hiperrealitas, di mana interpretasi atas tujuan politik diperbesar dan diarahkan untuk menciptakan efek dramatis. Selain itu, pemberitaan yang mencerminkan penggunaan slogan "Partai Wong Cilik" sebagai representasi identitas masyarakat kecil juga menciptakan hiperrealitas dengan menyajikan citra yang mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan komitmen partai terhadap kepentingan rakyat kecil. Analisis ini menggambarkan wacana politik dapat menciptakan

realitas yang terlebih-lebih, mengundang pembaca untuk mempertanyakan dan mencari pemahaman lebih lanjut terkait kompleksitas dan realitas konkret dari pernyataan dan simbol-simbol politik yang digunakan.

## DAFTAR REFERENSI

- Andi Prastowo. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan. Penelitian*. Jogjakarta : Ar-ruzzmedia
- Andrew Heywood dalam Budiardjo Miriam. 2007. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Hlm 16.
- Alwasilah, A. Chaedar. 1986. *Sosiologi Bahasa*. Bandung: Angkasa
- Basri, Seta. 2011. *Pengantar Ilmu Politik*. Yogyakarta: Indie Book Corner
- Barokah, Fitria dkk. 2022. *Disrupsi Politik: Peluang dan Tantangan Partai Politik Baru Jelang Pemilu 2024*. Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan, 21 (01).
- Baudrillard, Jean. 1985. *Simulacra and 259 Theguh Saumantri dan Abdu Zikrillah Orasi: London: Sage Publications Ltd., Galilee & University of Michigan*.
- Berger, Peter L. 2000. "Introduction: Invitations to Sociology" *Dalam Sociology: A Biographical Approach*, edited by Peter L. Berger. New York: Penguin.
- Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage publication
- Damayanti, Rini. 2016. *Hiperealitas Wacana Persuasi Iklan Kartu Telepon Seluler*. Jurnal Buana Bastra. 1.3.
- Damayanti, Rida. 2019. *Analisis Hiperealitas Wacana Persuasi Dalam Iklan Kampanye Calon Anggota Legislatif Di Kota Medan*, Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Durianto, dkk. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif: Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Eco, Umberto. 2009. *Teori Semiotika*. Siderejo: Kreasi Wacana.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. PT LKIS, Pelangi Aksara.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS Group.
- Faruk. 2012. *Metode Penelitian Sastra: Sebuah Penjelajahan Awal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Persada.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *Komunikasi Massa*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media
- Kushendrawati, Selu Margaretha. 2011. *Hierealitas dan Ruang Publik*. Jakarta: Penaku.
- Lechte, John.2001. *Filsuf Kontempo.corer: dan Strukturalisme sampai Posmodrenitas*. Yogyakarta: Kanisius.

- Gabriel A. Almond dalam Basri Seta. *Pengantar Ilmu Politik*. Jogjakarta: Indie Book Corner. Hlm 3
- Mahsun, Mohamad. 2013. *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: BPFE
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Roman, dkk. 2005. *How To Advertise, Membangun Merek dan Bisnis dalam Dunia Pemasaran Baru*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Putra, V. P. (2015). *Pembingkajian Berita Media Online (Analisis Framing Pemberitaan Pidato Kenegaraan Presiden Jokowi atas Kritik Media Massa di Media Online Sindonews.com dan vivanews.co.id Edisi Agustus 2015)*. Universitas Islam Indonesia.
- Pateda, Mansyur. 1990. *Sosiolinguistik*. Bandung: Angkasa.
- Pierce, John R. 1958. *Symbols, Signals, and Noise: The Nature and Process of Communication*. New York: Harper & Row. Halaman 5.
- Steinberg, Arnold, Sidarto, M. 1981. *Kampanye politik dalam praktek / Arnold Steinberg ; alih bahasa M. Sidarto*. Jakarta: Intermedia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukarna. 1981. *Sistim Politik*. Bandung: Alumni. Hlm 16.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2015). *Psikologi Umum*. Pustaka Setia
- Tarigan, Henry Guntur. 1987. *Pengajaran Wacana*. Bandung: Angkasa.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Iklan Politik dalam Realitas Media*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Van Dijk, Teun A. 2009. *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- Venus, Antar. 2007. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media.
- Vera, Khoirun Nisa. 2014. "Pendidikan Karakter dalam Perspektif Sosiologi Peter L. Berger". *Jurnal Pendidikan Karakter* 4 (1): 1-10.