

Analisis Penggunaan Bahasa dalam Propaganda Politik di Media Sosial

Eny Theresia Nainggolan*, Godliebe, Wisman Hadi

Universitas Negeri Medan

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan bahasa dalam propaganda politik di media sosial dan dampaknya terhadap masyarakat dan budaya komunikasi di Indonesia. Dengan fokus pada penyimpangan makna secara pragmatis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus tunggal terpancang. Data diperoleh dari dokumen yang diunggah di berbagai platform media sosial seperti blog, Facebook, Twitter, dan situs online lainnya. Teknik analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi pola penggunaan bahasa yang mengalami penyimpangan makna dalam konteks propaganda politik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana bahasa digunakan untuk memengaruhi opini publik melalui media sosial, serta implikasinya terhadap budaya komunikasi di Indonesia.

Kata Kunci: Penggunaan Bahasa, Propaganda Politik, Media Sosial

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i3.2606>

*Correspondence: Eny Theresia

Nainggolan

Email:

enytheresianainggolan19@gmail.com

Received: 25-05-2024

Accepted: 26-05-2024

Published: 01-06-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This research aims to analyze the use of language in political propaganda on social media and its impact on society and communication culture in Indonesia. With a focus on pragmatic deviations of meaning, this research uses a descriptive qualitative approach with a single case study anchored. Data was obtained from documents uploaded on various social media platforms such as blogs, Facebook, Twitter and other online sites. Content analysis techniques are used to identify patterns of language use that experience deviations in meaning in the context of political propaganda. It is hoped that the results of this research will provide a deeper understanding of how language is used to influence public opinion through social media, as well as its implications for communication culture in Indonesia

Keywords: Use of Language, Political Propaganda, Social Media

Pendahuluan

Bahasa sebagai bagian dari kebudayaan merupakan alat komunikasi antarmanusia yang paling efektif dan banyak digunakan (Florina, 2017). Dalam bahasa, terdapat berbagai norma kebudayaan yang mengatur perilaku kebahasaan anggota masyarakatnya. Saat ini, media sosial berbasis teknologi informasi menjadi sarana komunikasi yang paling efektif karena tidak terbatas oleh ruang dan waktu (Hardiyanto, 2018). Media sosial seperti Twitter, Facebook, blog, dan situs online lainnya sangat diminati oleh berbagai kalangan. Banyaknya pengguna media sosial ini membuat opini

publik mudah dibentuk melalui platform tersebut. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan, seperti memperkenalkan atau mempromosikan program, membentuk opini publik, pencitraan terhadap figur tertentu, atau melakukan propaganda terhadap suatu peristiwa atau tokoh secara terbuka di ruang public (Kuntarto, 2018).

Karena bahasa dapat digunakan sesuai dengan tujuannya, penggunaannya pun bisa disesuaikan dengan kebutuhan. Oleh karena itu, fenomena pelanggaran penggunaan bahasa harus dipahami dengan memperhatikan konteksnya. Dalam konteks propaganda politik, media sosial banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan pendapat dan dukungan terhadap tokoh politik dalam partai (Leiliyanti et al., 2017). Hal ini terlihat dalam propaganda yang dilakukan oleh masing-masing pendukung partai politik melalui media sosial. Berbagai gaya komunikasi ditemukan di media sosial, seperti komentar, kritik, masukan, dan gurauan, yang sering kali mengandung ujaran menyimpang secara pragmatis. Penyimpangan pragmatis ini tampak pada penggunaan gaya bahasa sarkasme secara terbuka, yang dapat dibaca oleh semua orang di seluruh dunia. Akibatnya, berbagai dampak dapat muncul, antara lain: 1. Munculnya persepsi bahwa bangsa Indonesia senang menggunakan ungkapan sarkasme. 2. Media sosial secara tidak langsung mendidik masyarakat untuk menggunakan bahasa sarkastik. 3. Penggunaan bahasa sarkastik di media sosial menjadi hal yang biasa dan tidak dianggap sebagai pelanggaran etika pergaulan. 4. Masyarakat Indonesia menjadi permisif terhadap masalah ini (Meikayanti et al., 2018).

Memperhatikan berbagai dampak yang dapat terjadi sebagai konsekuensi logis dari penggunaan bahasa di media sosial, maka penting untuk memberikan perhatian khusus terhadap masalah ini. Jika dibiarkan, hal ini dapat mengarah pada munculnya budaya komunikasi baru yang tidak sehat dan tidak mencerminkan karakter bangsa Indonesia sebagai bangsa Timur yang dikenal santun, ramah, dan berbudaya tinggi (Puenengsih, 2017). Oleh sebab itu, penelitian ini sangat penting dan mendesak untuk dilakukan agar dapat menjadi perhatian seluruh masyarakat dan memberikan masukan bagi pembentukan karakter bangsa demi masa depan Indonesia. Dari latar belakang yang telah dirumuskan, maka penulis mengambil rumusan masalah bagaimana media sosial digunakan sebagai alat propaganda politik di Indonesia? dan bagaimana penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam propaganda politik di media sosial mempengaruhi persepsi masyarakat?. Penelitian ini memiliki tujuan penelitian untuk memahami dan menganalisis penggunaan bahasa di media sosial dalam konteks propaganda politik di Indonesia, serta dampaknya terhadap masyarakat dan budaya komunikasi bangsa Indonesia (Surbakti et al., 2019).

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori kualitatif deskriptif, dengan tujuan mendeskripsikan data secara rinci dalam lingkungan alami. Berdasarkan sifat kasusnya, penelitian ini tergolong dalam studi kasus tunggal terpancang (embedded case study). Fokus penelitian adalah pada penyimpangan makna secara pragmatis dalam penggunaan bahasa di media sosial. Sumber data penelitian adalah dokumen berupa tulisan yang diunggah di media sosial seperti blog, Facebook, Twitter, dan situs online lainnya, dalam konteks propaganda politik yang mengalami penyimpangan makna secara pragmatis. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, observasi,

dan pencatatan (Yin, 2000). Keabsahan data dijamin melalui teknik triangulasi dan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi dengan model interaktif dari Miles & Huberman (2004), yang meliputi empat komponen: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Anderson, 2021).

Hasil dan Pembahasan

Data menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan di media sosial sangat bervariasi, termasuk bahasa Indonesia dalam ragam santai, bahasa campuran, bahasa daerah, dan bahasa asing. Dari segi makna, banyak ujaran yang mengalami penyimpangan makna secara pragmatis, yang tampak dalam penggunaan sarkasme, seperti kata-kata kasar, umpatan, sindiran, ejekan, serta sebutan yang tidak hormat atau merendahkan dan menghina (Aisyah, 2022).

Data di lapangan menunjukkan bahwa penutur di media sosial sering menggunakan bahasa Indonesia campuran, yaitu bahasa Indonesia yang dicampur dengan bahasa daerah atau bahasa asing. Gejala bahasa ini termasuk dalam kelompok interferensi, alih kode, dan campur kode. Interferensi adalah bentuk gangguan dalam penggunaan bahasa akibat bilingualisme atau multilingualisme (Chaer & Agustina, 2015). Alih kode adalah fenomena pergantian penggunaan bahasa yang terjadi karena perubahan situasi, sementara campur kode adalah penggunaan dua bahasa bersama-sama dengan memasukkan elemen-elemen dari satu bahasa ke dalam bahasa lain secara konsisten. Beberapa alasan umum mengapa penutur melakukan alih kode dan campur kode adalah: (1) Bahasa yang digunakan dianggap lebih mampu mengungkapkan pikiran dan perasaan dengan tepat, dan (2) Tidak ada istilah yang tepat dalam satu bahasa untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan tersebut (Ervina, 2019).

Dalam kasus sarkasme ini, pilihan kata dari bahasa lain tampaknya sengaja dilakukan untuk menunjukkan latar belakang suku bangsa penuturnya kepada pembaca media sosial. Data berikut menyajikan fenomena ini.

Tabel 1. Data Kasus Sarkasme

No	Data	Makna	Tujuannya
1	<i>Bintang Kecil: "wongwis tuek yo kakehan gaya sih, penak2 nang umah momong putu kok ndadak pecicilan nyawapres.." (15/04/24)</i>	Orang sudah tua, sudah melampaui usia yang pantas untuk menjadi pejabat, tetapi maih banyak tingkah.	Menyampaikan ejekan, Sindiran dengan katakata kasar kepada orang lain yang tidak disenangi.
2	<i>seng mbug kalung ne gulumu iku kabare piye cak iseh nganti sak iki pora(02-04-24)</i>	Bagaimana dengan kalung di lehermu?	Sindiran seseorang yg memaki kalung salib
3	<i>"Klau Prabowo menang negeri ini bakal jadi antek2 setan arab berjanggut, hehehehehe"(01-05-24)</i>	Calon presiden yang dimaksud, jika terpilih akan menjadi anak buah bagi orang	Menyatakan ketidaksenangan, ketidakpercayaan terhadap kandidat

orang arab yang karena dekat dengan jahat. bangsa lain.

Terkadang, kita menemukan penggunaan bahasa Indonesia yang mencampur dengan bahasa Jawa, juga dengan bahasa Inggris dan Arab. Ini sering dilakukan dengan sengaja untuk kesan terpelajar atau modern, atau dalam konteks agama untuk kesan keagamaan.

Tabel 2. Penggunaan Bahasa Indonesia Bercampur dengan Bahasa Jawa

No	Data	Makna	Tujuannya
1.	Anonim: <i>“Track record Prabowo gak bagus, punya keluarga bercerai. Jadi tentara/TNI dipecat. Jadi pengusaha ga bayar upah. Jadi ketua HKTI pecah. Apakah orang semacam ini akan dipilih menjadi pemimpin?”</i> (06-04-24)	Latar belakang kandidat tidak baik	Menjatuhkan nama baik seseorang dengan menunjukkan berbagai fakta negatif sebagai kekurangannya.
2.	<i>“jngn begitu bang...sy gak pilih pak prabowo tpi bukan berarti sampai nyumpahin gitu jika boleh milih mungkin beliau mau umurny panjang, sdhlah pilpres sdh lewat jngn d perpanjang lagi tinggal kita doakan aja beliau amanah walaupun dngn berbagai konflik jdi ber husnudzon aja semoga beliau bisa memimpin dng baik bangsa ini!”</i>	Jangan berprasangka buruk	Jika seseorang sudah terpilih hendaknya kita mendoakan yg terbaik jangan berprasangka buruk langsung

Fenomena lain yang ditemukan melalui penggunaan bahasa di media sosial adalah pemakaian ungkapan atau istilah yang bermakna kiasan, seperti otak kosong (6), buta mata hatinya (7), mafia penggarong (8), omong besar (9), dan gila jabatan (10). Semua ungkapan ini dipakai dalam konteks negatif dengan tujuan menyerang pihak lawan dalam percakapan. Berikut adalah kutipan datanya:

Tabel 3. Penggunaan Istilah Bermakna Kiasan

No	Data	Makna	Tujuannya
1.	Anonim: <i>“Orang pintar dan berwawasan pasti milih 02, hanya yang otaknya kosong yang dukung 01.”</i> (22-03-24)	Hanya orang yang tidak mampu berpikir yang mau memilih 01	Menghina dengan kata-kata kasar.
2.	Sugeng Ndal: <i>“Laiyah, sampe segitunya bela penyakit</i>	Memalukan karena masih membela orang yang	Menggunakan kata-kata kasar

	<i>HAM. Sampai koruptor juga dibela. Sudah buta mata hatinya. Sudah diliputi kebencian sama jokowi..” (03-04-24)</i>	dipandang HAM.	melanggar	untuk mengungkapkan kebencian.
3.	<i>“Prabowo mengiklankan diri menjadi calon presiden lima tahun berturut-turut, itu menunjukkan betapa beliau sangat berambisi jadi penguasa, dan gerbong koalisi pengusungnya sekarang adalah kumpulan mafia penggarong uang rakyat. Ambisi Prabowo akan berakhir” (17-04-24)</i>	Pendukung Prabowo adalah orang-orang jahat yang termasuk dalam kelompok pencuri.		Menggunakan kata-kata kasar untuk mengungkapkan kebencian, dan bertujuan merendahkan, serta mencemooh.
4.	<i>“bos besarnya aja kagak ada yg dilaksanakan janjinya apa lg bawahannya..mereka cuma tameng kekuasaan yg mengatur tetap opung dan pakde..”</i>	Bawahan pion untuk rencananya	hanya sekedar pemimpin untuk melaksanakan	Menggunakan kata kias untuk kebencian terhadap suatu pemimpin
5.	<i>“Satu lagi yg harus direvisi namanya, bukan pemenang pilpres tapi pemenang catering”.</i>	Pemenang makanan pilpres	dalam soal bukan soal	Menggunakan kata catering bertujuan menyindir calon tentang makanan

Dalam kutipan data tersebut, terdapat penggunaan bahasa yang mengandung sarkasme, terlihat dari pemilihan kata-kata yang kasar untuk mengekspresikan ketidaksetujuan terhadap lawan tutur (Isnaini et al., 2019). Hal ini tidak bijaksana jika disampaikan di media sosial yang terbuka, karena melanggar norma tata susila dalam masyarakat yang berbudaya (Hasna, 2016). Selain itu, penggunaan kata 'setan Arab berjanggut' juga sangat sarkastik dan melanggar prinsip SARA karena generalisasi yang lemah dan bersifat primordial. Kalimat yang menyindir kekuasaan seseorang juga terlihat, tetapi tidak masuk akal karena tidak sesuai dengan kenyataan.

Pembahasan

Dari berbagai analisis dan diskusi yang telah disampaikan, kesimpulan dapat diambil bahwa penggunaan bahasa di media sosial seperti Twitter, Facebook, blog, dan platform online lainnya untuk tujuan propaganda politik sering kali kurang santun dan cenderung sarkastik (Tenriawali, 2019). Ini menandakan bahwa masyarakat Indonesia mungkin menghadapi tantangan dalam menjaga budaya berbahasa yang baik, serta menghormati nilai-nilai kesantunan dalam komunikasi (Ervina, 2019).

Kondisi ini berpotensi membentuk sebuah budaya yang berbeda dengan karakter tradisional Indonesia yang dikenal sebagai ramah, santun, dan beretika. Mengingat pentingnya bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dan bahasa Negara, diperlukan upaya kolektif dari seluruh masyarakat Indonesia untuk menghargai dan menggunakan bahasa ini dengan baik dan sopan

(Sudaryanto, 2015). Hal ini juga sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang, seperti UU Sisdiknas Nomor 24 Tahun 2009, yang menekankan pentingnya pendidikan dalam membentuk karakter yang beriman, berakhlak mulia, dan menghargai norma-norma kesopanan (Harnadi et al., 2022).

Untuk mengatasi masalah penggunaan sarkasme di media sosial, diperlukan upaya penyuluhan yang melibatkan berbagai sektor masyarakat (Widjaja 2000), termasuk pendidikan formal dan nonformal, organisasi masyarakat, organisasi politik, lembaga negara, dan lainnya. Tujuan utamanya adalah menjaga keberagaman dan persatuan bangsa melalui penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan sopan sebagai alat pemersatu dalam masyarakat yang multicultural (Fadli, 2022).

Simpulan

Dari apa yang telah dibahas, kesimpulannya adalah bahwa di media sosial Indonesia, ada penggunaan bahasa yang melenceng dari norma pragmatis. Contohnya adalah banyaknya penggunaan gaya bahasa sarkasme. Dalam konteks politik, sarkasme sering digunakan untuk menyatakan ketidaksetujuan atau bahkan untuk menyerang lawan politik dengan nada benci atau menghina, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Ungkapan sarkastis di media sosial mencerminkan kurangnya kesantunan dalam bahasa yang seharusnya menjadi ciri khas kebudayaan Timur Indonesia yang ramah dan beradab. Jika tidak ditangani dengan serius, hal ini dapat merusak identitas dan karakter bangsa.

Daftar Pustaka

- Amriyah, N., & Isnaini, H. (2021). Campur kode Sudjiwo Tedjo dalam dialog interaktif Indonesia Lawyers Club TVOne episode setahun Jokowi-Maruf: Dari pandemi sampai demokrasi. *Jurnal Disastra*, 3(1), 98-103.
- Anderson, I. (2021). The influence of political awareness, political socialization, and mass media on political participation in Jambi Province. *Jurnal Studi Sosial dan Politik*, 5(2), 203-216.
- Angela Ervina. (2019). Kontroversi gaya komunikasi politik Presiden K.H. Abdurahman Wahid. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya.
- Anisyah, S. (2022). Women pregnancy amidst COVID-19: Understanding vulnerability, developing vaccine strategy, and capacity in Palembang. *Jurnal Studi Sosial dan Politik*, 6(2), 205-216. <https://doi.org/10.19109/jssp.v6i2.13350>
- Aprilia Sholichat, Ayu. (2020). Pengaruh media informasi website Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang terhadap tingkat kesadaran mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam mengakses informasi akademik. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Aprilianti, D., Herawati, M. N., & Isnaini, H. (2019). Pengaruh pemberian hadiah terhadap minat siswa dalam menulis teks cerpen pada siswa SMP. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, IKIP Siliwangi*, 2(3), 427-432.
- Bahasa, P. (2008). *Tesaurus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional.

- Betul, T., Aslan, D., & Aydin, H. (2016). Teachers' awareness of multicultural education and diversity in school settings. *Eurasian Journal of Educational Research*, 64, 1-28.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2015). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Florina, D., & Hartati, O. (2017). Propaganda dalam Mars Perindo (Kajian semiotika iklan politik). *Promedia*, 3(1), 24-76.
<http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/download/691/486>
- Hardiyanto, F. E. (2018). Nilai-nilai retorika profetik pada wacana iklan politik Pilkada. *Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 2(1), 13-22.
<https://doi.org/10.31002/transformatika.v2i1.542>
- Iryani, E. (2017). Diglosia antara bahasa Jawa dan Sunda (studi kasus masyarakat bahasa kecamatan Lemah Abang Kabupaten Cirebon). *Jurnal Inovasi Pendidikan MH. Thamrin*, 1(2), 1-6.
<http://journal.thamrin.ac.id/index.php/jipmht/article/view/1>
- Kuntarto, E. (2018). Bahasa dan kekuasaan politik oposisi di Indonesia: Analisis wacana kritis. *Jurnal Kiprah*, 6(2), 37-47. <https://doi.org/10.31629/kiprah.v6i2.860>
- Kurniasari, N., Andrianti, V., & Isnaini, H. (2018). Analisis kesalahan ejaan pada salah satu judul berita "Isu TKA digoreng menjelang Pilpres" pada surat kabar Tribun Jabar edisi 25 April 2018. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(4), 527-534.
- Leech, G. (2008). *Principles of pragmatics*. London and New York: Longman.
- Leiliyanti, E., Diyantari, & Irawaty. (2017). Transcoding wacana konstruksi dan kontestasi citra Jokowi dan Prabowo dalam media sosial pada masa kampanye Pilpres 2014. *Mozaik Humaniora*, 17(2), 192-213. <http://dx.doi.org/10.20473/mozaik.v17i2.5507>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2004). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*. Beverly Hills: Sage Publication.
- Nababan, P. W. J. (2013). *Sosiolinguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Prasetyo, D. N., Suharto, T., & Meikayanti, E. A. (2018). Analisis diksi dan gaya bahasa pada baliho kampanye Pemilu di Kabupaten Magetan tahun 2018. *Widyabastra*, 6(1), 76-83.
<http://ejournal.unipma.ac.id/index.php/widyabastra/article/view/3370/1874>
- Purnengsih, I. (2017). Makna dan pesan dalam baliho Pemilu Legislatif 2014 (Studi kasus Partai Gerakan Indonesia Raya, Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, dan Partai Demokrat di Kota Bogor). *Jurnal Desain*, 4(03), 231-248. <https://doi.org/10.30998/jurnal Desain.v4i03.1604>
- Singgalen, Y. A., Sijabat, R., Widyastuti, P., & Harnadi, A. (2022). Community empowerment and social welfare development through social entrepreneurship. *Jurnal Studi Sosial dan Politik*, 6(2), 217-231. <https://doi.org/10.19109/jssp.v6i2.13302>
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan aneka teknik analisis bahasa: Pengantar penelitian wahana kebudayaan secara linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Susetyo, D. P. (2010). *Stereotip dan relasi antar kelompok*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarigan, H. G. (2009). *Pengajaran gaya bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Tenriawali, A. Y. (2018). Representasi korban kekerasan dalam teks berita daring Tribun Timur: Analisis wacana kritis (The representation victims of violence in Tribun Timur online news text: Critical discourse analysis). *Talenta*, 6(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26499/ttbng.v6i1.71>

- Tenriawali, A. Y. (2019). Bahasa prasangka sosial dalam cerpen "Clara" karya Seno Gumira Ajidarma: Social prejudice language in short story "Clara" by Seno Gumira Ajidarma. *Gramatika*, 7(1), 16-27. <https://doi.org/10.31813/gramatika/7.1.2019.166>
- Wahdaniah, W., Jamilah, J., Surbakti, E. B., & Isa, I. (2019). Pengaruh penggunaan bahasa dalam spanduk caleg terhadap minat pemilih pada pemilihan legislatif tahun 2019 di Kota Lhokseumawe. *Proceeding Seminar Nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe*, 3(1), 1-7. <http://ejurnal.pnl.ac.id/index.php/semnaspnl/article/view/1609/1384>
- Waty, R. R., Mirza, I. M., & Fadli, N. M. (2022). Separatism movement and contemporary reconciliation: Causes and its impact towards political development in Papua. *Jurnal Studi Sosial dan Politik*, 6(2), 134-149. <https://doi.org/10.19109/jssp.v6i2.11953>
- Widjaja, H. (2000). *Ilmu komunikasi pengantar studi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yin, R. K. (2000). *Case study research: Design and methods (Studi kasus: Desain dan metode)* (M. Djauzi Mudzakir, Trans.). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yusnaini, Y., & Ginting, E. (2021). Explaining role of cadre understanding and values of political parties towards women's legislative candidacy in Jambi. *Jurnal Studi Sosial dan Politik*, 5(2), 217-229. <https://doi.org/10.19109/jssp.v5i2.9824>
- Zaenal Mukarom, M. (2016). *Komunikasi politik pengantar*. Bandung: Pustaka Setia.