

## **Pemberdayaan Bahasa Ibu pada Kontestasi Komunikasi Politik Pilpres 2024 di Ruang *Tik Tok***

Ni Ketut Widhiarcani Matradewi  
FIB Universitas Udayana  
ketut.widhiarcani@unud.ac.id

### **Abstrak**

Mengawali tahun 2024 merupakan momen yang hangat di ranah politik di Indonesia. Hal ini merupakan momen politis yang dihangatkan oleh kontestasi komunikasi politik pada media sosial. Artikel yang diberi judul Pemberdayaan Bahasa Ibu pada Kontestasi Politik Pilpres 2024 di Ruang *Tik Tok* ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk-bentuk komunikasi yang ditemukan pada masa kontestasi pilpres 2024 di ruang *Tik Tok* serta untuk menemukan strategi komunikasi yang mendamaikan bagi penutur bahasa ibu sehingga komunikasi pilpres 2024 dapat menjadi komunikasi yang mendamaikan semua pihak. Artikel ini merupakan artikel yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengambil data dari tuturan yang ditemukan pada akun *Tik Tok* selama periode Desember 2023- 2 Februari 2024. Adapun metode dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan teknik catat. Metode Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Adapun Metode Penyajian Analisis dilakukan secara informal. Teori yang dipergunakan untuk menganalisis permasalahan adalah teori Linguistik Kritis yang digaungi oleh Fowler (1976), yang melihat bentuk-bentuk bahasa yang muncul pada tuturan kontestasi politik sebagai bentuk ideologis. Dari analisis artikel ini dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk bahasa yang ditemukan pada komunikasi pilpres 2024 merupakan bentuk bahasa yang sarat dengan nilai ideologis, yang tersebar melalui bentuk-bentuk kalimat, frasa, penggunaan slogan, valuasi pada diksi dan bentuk-bentuk metaforis. Pemberdayaan bahasa ibu pada pemilihan bentuk-bentuk bahasa tersebut di ruang *Tik Tok* berimplikasi terhadap para penutur dan petuturnya yang berkontestasi pada komunikasi politik tersebut sehingga diperlukan kesadaran dalam pemberdayaan strategi komunikasi sehingga dapat mencegah terjadinya konflik antar netizen.

**Kata kunci:** *bahasa ibu, kontestasi, komunikasi politik, pilpres, tik tok.*

### **Abstract**

Starting 2024 is a warm moment in the political sphere in Indonesia. This is a political moment warmed by the contestation of political communication on social media. The article, entitled Mother Language Empowerment in the 2024 Presidential Election Political Contestation in the Tik Tok Room, aims to describe the forms of communication found during the 2024 presidential election contestation in Tik Tok and to find reconciling communication strategies for mother tongue speakers. This article used qualitative research methods by taking data from speech taken from Tik Tok during December 2023-February 2, 2024. The methods and techniques of data collection are carried out by observation and recording techniques. The analysis method used was qualitative descriptive analysis. The method and technique of presentation analysis was carried out informally. The theory used to analyze problems is Critical Linguistics stated by Fowler (1976), which sees the forms of language that appear in speech political contestation as ideological forms. From the analysis, it can be concluded that the forms of language found in the communication of the 2024 presidential election are forms of language loaded with ideological values, which are spread

through the forms of sentences, phrases, the use of slogans, valuations on diction and metaphorical forms. The empowerment of mother tongues in the selection of these language forms in the Tik Tok space has implications for speakers and speakers who contest political communication. Awareness is needed in empowering communication strategies to prevent conflicts between netizens.

## **1. Pendahuluan**

Mengawali tahun 2024 merupakan momen politik yang dirasakan di Indonesia karena munculnya suasana yang kian memanas akibat dampak di ranah politik. Hal ini distimulan oleh kontestasi komunikasi politik pada media sosial yang sudah dimulai sejak awal 2023. Kontestasi komunikasi politik tidak hanya ditemukan pada tuturan lisan namun juga terjadi media sosial *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *tik tok*. Media sosial tersebut merupakan media sosial yang memiliki penggemar masing-masing. Pada ruang media massa tersebut dapat ditemukan berbagai bentuk wacana, yaitu berupa komunikasi politik, orasi politik, pidato, perdebatan, komentar tentang suatu teks dan lain sebagainya.

Kontestasi yang terjadi pada ruang media sosial tersebut dapat menimbulkan kenaikan suhu perpolitikan di Indonesia, mengingat jangkauan komunikasi media sosial merambah seluruh wilayah Indonesia, terutama wilayah yang dapat dijangkau oleh internet. Kontestasi politik telah mengalami transformasi yang signifikan dengan perkembangan teknologi digital. Salah satu platform yang mendapat banyak pengguna aktif setiap bulannya adalah *tik tok*.

Pada konteks kontestasi Pemilihan Presiden (Pilpres)2024 maka dipastikan ditemukan pernyataan, slogan, moto, dan bentuk komunikasi lainnya yang menyertakan bahasa ibu sebagai salah satu unsur komunikasi yang sarat dengan nilai-nilai. Pada makalah ini pemberdayaan bahasa ibu pada kontestasi komunikasi politik dalam Pilpres 2024 menjadi kajian, terutama konten-konten yang tersebar dan bagaimana bahasa ibu mempengaruhi pola komunikasi politik, pembentukan opini publik serta dinamika kampanye dan pesan politik.

Di era digital ini pemberdayaan bahasa ibu pada Pilpres 2024 merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas berbahasa dan kesadaran literasi para penutur bahasa ibu sehingga salah satu tujuan pilpres yaitu melaksanakan pemilihan yang aman dan kondusif dapat didorong demi stabilitas keamanan dan meminimalkan kemunculan *hoax* dan wacana kebencian (*hate speech*) sehingga ujung dari Pilpres tersebut akan tetap bermuara pada terpilihnya pemimpin bangsa dengan situasi 5 tahunan yang tetap guyub dan harmoni.

Wacana adalah praksis sosial dalam bentuk interaksi simbolis yang bisa terungkap dalam

pembicaraan, tulisan, gambar, diagram, film atau musik (Fairclough, 2010: 233). Di dalam wacana tersebut dapat dikaji permasalahan yang menimbulkan ketegangan atau konflik di dalam masyarakat sebagai pengguna media sosial. Dalam fungsinya sebagai solusi permasalahan dan konflik serta untuk memberikan kontribusi berupa alternatif solusi bagi pemerintah dalam berpesta demokrasi setiap 5 tahun.

Kehidupan berdemokrasi tidak dapat dilepaskan dari pembahasan tentang kebebasan pers ataupun kebebasan berpendapat dan memproduksi bahasa di ruang publik. Menyadari bahwa kebebasan pers dan kebebasan berpendapat harus tetap dipegang teguh dalam pemberitaan yang demokratis maka penelitian ini berusaha menganalisis literasi kebahasaan yang dapat diberdayakan sehingga tujuan komunikasi politik dapat tercapai lebih maksimal. Membicarakan kebebasan berpendapat di dalam ruang *Tik tok* tentunya tidak merupakan hal yang mudah mengingat pengguna media sosial *Tik Tok* yang beraneka ragam dan berasal dari wilayah dan profesi yang bervariasi.

Di sinilah bahasa ibu berperan penting sebagai pendamai dalam kontestasi Pilpres 2024 sehingga perlu dikemas suatu strategi komunikasi yang dapat mendamaikan kompetisi pencarian pemimpin tersebut. Mengingat luasnya pembahasan tentang wacana pilpres, maka pada penelitian ini membatasi pada permasalahan berikut, yaitu:

Adapun masalah yang diangkat sebagai permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja bentuk linguistik yang ditemukan pada masa kampanye pilpres 2024?
2. Strategi apa yang digunakan dalam berkomunikasi di ruang *tik Tok* sehingga bahasa ibu dapat menjadi pendamai dalam kontestasi pilpres 2024?

## **2. Metodologi**

Artikel ini mengambil data berupa video dan tulisan yang disampaikan oleh netizen maupun yang terdapat pada akun-akun *Tik Tok* yang terkait muatan (konten) Pilpres 2024. Data dikumpulkan dengan mengobservasi teks tertulis dan video yang memuat konten Pilpres 2024, yaitu yang memuat komentar, tema video, moto, ucapan/teks yang terdapat pada konten dan lain sebagainya.

Setelah data terkumpul, selanjutnya data diklasifikasi berdasarkan 2 kategori yaitu data dengan kategori positif dan kategori negatif. Kategori positif adalah kategori teks yang memuat unsur-unsur bahasa yang bermakna positif sedangkan kategori negatif adalah muatan teks dan video yang memuat unsur-unsur bahasa yang bermakna negatif.

Selanjutnya dari data yang terkumpul tersebut dianalisis dan disajikan hasil analisisnya secara informal, yaitu disajikan secara naratif.

### **3. Hasil**

Dalam menjawab konflik antar netizen, bahasa ibu biasanya digunakan untuk menghindari pertengkaran antar netizen sehingga tidak terjadi konflik berkelanjutan. Metode yang disebutkan di atas membawa artikel ini pada analisis yang menghasilkan hal-hal sebagai berikut:

3.1 Bentuk-bentuk linguistik yang ditemukan pada masa kampanye pilpres 2024. Bentuk-bentuk linguistik yang dimaksud di sini adalah bentuk-bentuk sintaksis dan bentuk-bentuk yang bernilai semantis. Bentuk-bentuk sintaksis pada umumnya ditemukan berupa leksikon dalam penamaan diri, penggunaan terminologi, penggunaan bahasa asing yang sudah diadaptasi dengan bahasa ibu, leksikon yang terkait dengan program capres, dan lain sebagainya. Bentuk-bentuk semantis yang ditemukan pada data adalah bentuk-bentuk figuratif, symbol-simbol yang bermakna dan mengacu pada suatu pasangan calon, pantun, dan lain sebagainya.

3.2 Strategi yang digunakan dalam berkomunikasi di ruang *tik Tok* Adapun strategi yang dipergunakan sehingga bahasa ibu dapat menjadi pendamai dalam kontestasi pilpres 2024 di ruang *Tik Tok* diterapkan dengan cara mengelaborasi bentuk-bentuk sintaksis dan semantis yang terdapat pada muatan akun *Tik Tok* sehingga bentuk-bentuk yang baru tersebut menimbulkan efek yang positif dalam memaksimalkan kalimat positif sehingga tujuan komunikasi dapat menggiring netizen menjadi damai dan menghindari konflik antar netizen.

### **4. Pembahasan**

Bahasa Ibu yang dibahas pada artikel ini adalah berupa bahasa ibu dari para netizen, paslon capres 2024 dan para pemilik akun yang menjadi sumber data, baik itu berupa Bahasa Indonesia maupun bahasa daerah yang bermunculan pada masa kampanye pilpres 2024. Kemunculan bahasa ibu tersebut bergantung pada tujuan komunikasi yang diharapkan dari kampanye pilpres tersebut. Berikut adalah kategorisasi bentuk sintaksis dan semantis yang dapat dirangkumkan dari data yang terkumpul.

#### **4.1 Bentuk-bentuk linguistik dalam kampanye Pilpres 24**

Bentuk-bentuk linguistic yang ditemukan pada umumnya dalam hal sebagai berikut:

- Penggunaan verba/nomina/ajektiva dari bahasa daerah/bahasa ibu, contoh: *slepet*, *gas pol*, *omon-omon*, *sorry ye*, *receh*, *bolone mas-e*, *santuy*,

- Penamaan yaitu pemberian nama pada capres yang ada, misalnya: *gemoy*, si rambut uban, mak ketum, *dadong*,
- Penggunaan leksikon yang merupakan adaptasi dari bahasa asing, misalnya: elektabilitas
- Penggunaan leksikon yang merupakan representasi program kampanye paslon, misalnya: hilirisasi,
- Penggunaan nomina yang berupa simbol, misalnya : banteng,

Sebagai sebuah penggunaan bahasa kampanye yang memuat slogan dan mengandung unsur agar dapat menarik masyarakat untuk menontonnya maka di dalamnya terkandung kategori leksikon tertentu yang bersifat promosi dan atraktif. Namun pada kenyataannya dapat ditemukan penggunaan bahasa yang mengandung berita bohong, fitnah sehingga hal tersebut dapat memunculkan konflik pada masa kampanye. Beberapa bentuk linguistik di bawah ini dapat memicu konflik di masa kampanye yaitu:

- Kalimat atau leksikon-leksikon yang mengundang penghinaan, misalnya yang berbau fanatisme terhadap suatu agama/keyakinan/preferensi,
- Kalimat atau leksikon-leksikon yang mengandung fitnah dan berita bohong,
- Kalimat atau leksikon-leksikon yang mengandung perundungan verbal/nonverbal
- Kalimat atau leksikon-leksikon yang mengandung kesombongan/keangkuhan.

#### 4.2 Strategi Komunikasi Politik Berbasiskan Bahasa Ibu

Demi mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan maka pada masa kampanye ini diperlukan strategi komunikasi politik yang tepat. Untuk menarik perhatian dan mengajak masyarakat ikut memilih dalam pilpres maka segala bentuk kreasi dilakukan dalam aktivitas kampanye tersebut. Adapun strategi yang dilakukan oleh para pemilik akun adalah sebagai berikut :

##### a. Penggunaan bahasa ibu sebagai identitas diri

Identitas diri merupakan informasi profil yang menunjukkan identitas setiap akun. Terkait Pilpres 2024, penggunaan bahasa ibu tidak hanya sebagai representasi identitas diri namun juga sebagai identitas politik. Dengan penggunaan bahasa ibu maka hal tersebut diharapkan mampu membangun koneksi emosi dengan pemilih dan menguatkan legitimasi politik capres tertentu. Mengingat akun dapat menjadi sebuah identitas maka penghinaan terhadap bentuk identitas tidak merupakan hal yang disarankan dalam kampanye agar tercipta kampanye Pilpres yang damai. Contoh: penggunaan leksikon *slepet*

Komunikasi Politik yang menggunakan bahasa ibu merupakan salah satu cara untuk

meningkatkan daya tarik netizen, termasuk penggunaan ungkapan atau *meme* yang spesifik untuk suatu daerah atau kelompok etnis serta pemanfaatan ragam bahasa daerah untuk menjangkau pemilih dari daerah tertentu. Misalnya menggunakan bahasa Papua ketika berkampanye di Papua, menyapa dengan salam dari berbagai agama yang diakui di Indonesia, leksikon *slepet*, leksikon *sat set*, *lengserkan* dan lain sebagainya.

b. Penamaan terhadap paslon capres

Penamaan dapat dibagi menjadi 3 yaitu valuasi, devaluasi dan overvaluasi. Valuasi (Fowler, 1976) menyatakan bahwa valuasi merupakan pemberian nama terhadap sesuatu sehingga suatu objek dapat memiliki nilai tertentu. Penamaan terhadap seseorang diterapkan dengan memberikan penamaan yang menurunkan nilai objek yang dinilai yang disebut dengan devaluasi (misalnya pada contoh *samsul* (yang berasal dari ejekan terhadap kesalahan penyebutan asam amino menjadi asam sulfat), *jongos partai* (alih-alih petugas partai), *nenek tua* (penamaan untuk ketua umum suatu partai), dsb. Adapun penamaan yang disebut dengan overvaluasi ditemukan pada kalimat *putra mahkota* (untuk putra presiden yang dicalonkan menjadi cawapres). Selain devaluasi dan overvaluasi, valuasi juga diterapkan dengan memberikan penamaan yang diterapkan dengan bahasa prokem ataupun dengan singkatan, contoh: leksikon *gemoy* (gemuk), *Amin* (*Anies Muhaimin*), *GAMA* (untuk Ganjar Mahfud)

c. Komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan simbol yang mengarah pada capres tertentu, misalnya *gass poll*, *sejiwa*, *banteng*,

d. Komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan singkatan, misalnya : leksikon *halusinasi* yang disingkat *halu* untuk menyatakan capres tertentu yang dianggap sedang berhalusinasi dengan hasil tertentu, misalnya

e. Komunikasi yang menggunakan bahasa figuratif : *gelandangan politik*, *banteng ketaton*

f. Penghindaran terhadap bentuk perundungan(*bullying*) terhadap fisik capres, perbedaan agama/keyakinan, kekurangan akademik/pendidikan, menghubungkan dengan orang tua/keluarga, menyerang mental seseorang, status sosial ekonomi.

## 5. Simpulan

Dari bahasan dan analisis yang sudah disampaikan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan bahasa ibu pada kampanye pilpres 2024 dapat ditemukan pada pemilihan bentuk-bentuk linguistik yang standar namun dielaborasi dengan polesan leksikon figurative, metaforis dan memiliki valuasi leksikon yang mendamaikan dan dapat

berterima secara umum. Strategi berkomunikasi yang dilakukan melalui media *Tik Tok* terbukti cukup efektif mengingat media ini merupakan media yang menyediakan informasi secara sederhana, ringkas dan ditampilkan melalui gambar video yang hidup sehingga tidak memakan banyak waktu untuk menikmati dan menangkap informasi yang menjadi konten pada akun-akun *tik to*. Secara konten, muatan di akun *tik tok* berelasi dengan paslon yang ada. Apabila salah satu paslon mengusung tema yang komprehensif dan jelas serta tidak memuat berita bohong, perundungan, penghinaan, pengingkaran terhadap rekam jejak, pemaksaan informasi hingga pembohongan publik, maka hal tersebut akan menaikkan jumlah pengikutnya pada akun tersebut.

## 6. Daftar Referensi

- Budianto, Heri. (2019): *Kontestasi Politik dalam Ruang Media: Perspektif Critical Discourse Analysis*. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Cangara, Hafied Prof.. Msc, PhD.(2016). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Rajagrafindo Persada. Depok.
- Fowler, Roger. (1977). *Linguistics and The Novel*. London: Methuen and Co Ltd.
- ( 1986). *Linguistics Criticism*. New York: Oxford University Press.
- (1991). *Language in The News: Discourse and Ideology in The Press*. London: Routledge.