

HEGEMONI DAN DOMINASI BAHASA PEJABAT DALAM MEDIA MASSA PASCA ORDE BARU: ANALISIS WACANA KRITIS TENTANG IDIOM POLITIK DI INDONESIA¹

Oleh Dadang S Anshori²

Abstrak

Perubahan politik di Indonesia (1998) berdampak pada iklim kebebasan berserikat dan berpendapat. Komunikasi politik di Indonesia tidak lagi bersifat “malu-malu kucing”, “orbaicus”, atau “berjurus keping”. Jika humor ditilik dari budaya Indonesia dianggap paling cocok sebagai media kritik, maka kini kritik disampaikan secara langsung, menohok, tajam, tidak basa-basi, dan keras. Kritik-kritik dalam politik cenderung menghujat, mengumpat, memfitnah, mencaci, dan “menghabisi” lawan politiknya. Sikap dan temperamen seperti ini disampaikan dalam bahasa-bahasa yang kesehariannya dibaca masyarakat umum melalui berbagai media cetak dan elektronik.

Dengan prinsip “berita adalah sesuatu yang tidak biasa”, koran mengumbar penggunaan bahasa-bahasa yang cenderung mengeksploitasi realitas kekerasan dalam masyarakat. Akibatnya, peristiwa keseharian ditampilkan dalam bahasa yang angker, menyeramkan, dan penuh kekerasan. Dua contoh penggunaan bahasa pers (bahasa politik dan bahasa olahraga) dalam tulisan ini menunjukkan bahwa pemakaian bahasa pers bukan hanya berfungsi menyampaikan informasi fakta, namun “dikondisikan” oleh fakta-fakta tersebut. Dalam kasus olahraga sepakbola, pemberitaan sepakbola yang “anarkis” diilhami oleh “perang” pendukung antara berbagai klub sepakbola tersebut. Demikian pula dalam bahasa politik, “perang” opini terjadi bahkan cenderung menyerang dengan menghancurkan karakter politik lawannya.

Kajian bahasa non-struktural (mazhab fungsional) akan membongkar “sesuatu” di balik untaian kata bahasa. Ideologi yang membangun bahasa perlu dikaji agar setiap pemakai bahasa mengetahui maksud (*mean*) “bahasa dalam” pemberi pesan (komikator). Selalu ada hal yang menginspirasi di belakang panggung realita (teori Dramaturgi). Dengan bergesernya paradigma komunikasi, makna tidak dibentuk oleh pemberi pesan, melainkan oleh “kepala” penerima pesan, maka setiap orang harus “memaknai” komunikasi yang dibangunnya. Namun, sekalipun makna dibangun secara internal, pesan-pesan yang bertabur di berbagai media harus “diterbitkan” secara baik. Persoalannya, sebelum 1998, bahasa Indonesia lebih merupakan doktrin politik, dibandingkan sebagai sebuah rekayasa budaya sehingga ketika politik itu luntur, berkonsekuensi pada perlunya pembangunan baru kebijakan kebahasaan. Pers, pemakai produktif bahasa, mengolah sendiri kebijakannya yang selama ini luput dari kontrol pada ahli bahasa.

Persoalan bahasa pers dimungkinkan membawa perubahan pada pembelajaran bahasa di sekolah. Selama ini, berita pers dijadikan rujukan berbagai informasi dalam buku-buku paket

¹ Makalah ini disajikan pada acara Seminar dan Lokakarya Nasional, Sabtu 30 Agustus 2008 di Auditorium JICA UPI yang diselenggarakan Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia SPS UPI dengan tema “Peluang dan Tantangan Pengajaran Bahasa Indonesia pada Era Kesejagatan dan Situasi Multikultur”.

² Penulis adalah dosen Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, UPI.

siswa. Dengan demikian bahasa pers akan mempengaruhi “pergaulan” bahasa di lembaga pendidikan. Dengan berkaca pada dampak-dampak yang ditimbulkan berbagai tayangan media elektronik terhadap pembentukan perilaku remaja, termasuk bahasa, bahasa pers akan berkonsekuensi logis terhadap nalar bahasa dan “keberanian” berbahasa pada tingkat formal. “Keberanian” dan “keterusterangan” berbahasa ini akan menjadi gejala psikologis dalam lembaga pendidikan, seperti tampak dalam berbagai demonstrasi guru di Indonesia. Persoalannya, bagaimana kebijakan pendidikan bahasa dalam mengendalikan dan mengadaptasi semua kecenderungan tersebut?

Prolog

Hal penting dalam abad informasi adalah penyebaran informasi melalui media cetak dan elektronik. Media cetak dan elektronik tumbuh subur bersama pertumbuhan ekonomi kapitalis. Di Indonesia kedua jenis media ini mengalami perkembangan yang pesat. Pada tahun 1900-an kita masih menyaksikan siaran tunggal TVRI dengan paradigma informasi yang di *setting* pemerintah. Kini anak-anak Indonesia bisa menyaksikan 11 stasiun televisi (saat tulisan ini dibuat) dengan berbagai ragam acara mulai dari yang bermuatan pendidikan hingga yang paling “amburadul” dan merusak moral anak-anak.

Media cetak (koran, majalah, tabloid) di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan terhadap kebutuhan dunia informasi sekalipun jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia masih belum memadai. Perbandingan televisi dan koran per seribu penduduk di beberapa negara sebagaimana ditunjukkan tabel berikut:

Televisi dan Koran Perseribu Penduduk

Negara	Televisi	Koran
Indonesia	60	28
Filipina	48	54
Thailand	112	72
Malaysia	376	280
Brunai	233	38
Jepang	620	587
Amerika	815	250

Sumber: HDI, 1993

Di negara-negara Asia koran mengalami perkembangan yang pesat. Di Taiwan pada tahun 1987 hanya terdapat 31 penerbitan, pada tahun 1996 penerbitan dinegara tersebut menjadi 350 buah dengan sirkulasi lebih dari 6 juta eksemplar. Di Hongkongg sirkulasi surat kabar mencapai 4,8 juta eksemplar. Di Jepang dengan 122 penerbitan

tercatat 53 juta eksemplar untuk 125 juta penduduk setiap harinya. Di negeri Gajah Putih, Thailand, beredar 41 surat kabar (tahun 1996) dengan sirkulasi 4,8 juta. Di Indonesia jumlah penerbitan mengalami penurunan dari 84 penerbitan (1980) menjadi 76 penerbitan (1995), namun sirkulasinya meningkat empat kali lipat dari 2,3 juta (1980) menjadi 8,8 juta pada 1996 (*Pikiran Rakyat*, 21 Pebruari 1997).

Menurut BPS di Indonesia terbit sekitar 286 penerbitan pers; 2347 penerbitan nonpers; 116 percetakan pers, dan 6234 percetakan nonpers. Jumlah tiras penerbitan saat ini mencakup surat kebar harian sebanyak 4.691.313 eksemplar (75 buah atau 36,38%), surat kabar mingguan sebanyak 575.745 eksemplar (87 buha atau 30,38%), majalah tengah bulanan sebanyak 1.864.492 eksemplar (48 buah atau 14,65%), majalah bulanan sebanyak 705.492 eksemplar (48 buah atau 5,54%); majalah dwibulanan sebanyak 6.000 eksemplar, majalah tribulanan 6.000 eksemplar, serta bulletin sebanyak 14.054 eksemplar (*Suara Karya*, 4 Oktober 1994). Sumber daya pers berjumlah 6.287 orang dan dari jumlah tersebut 4.062 (64,04%) adalah mereka yang berlatar belakang pendidikan tinggi (Soebrata, 1995:4).

Potensi besar pers tidak mungkin dinafikan oleh dunia pendidikan, khususnya pendidikan bahasa. Pers telah memberi nuansa dan suasana kebahasaan yang lain dari kehidupan akademik. Pers telah membahasakan kebisuan di tengah-tengah realitas bahasa masyarakat. Dan tentu, bahasa pers adalah realitas yang harus dihargai apa adanya. Tampaknya pengakuan atas realitas bahasa pers sudah cukup memadai, namun dalam konteks ini, bagaimana bahasa pers ini bisa bermanfaat bagi dunia pendidikan, bukan hanya secara informatif melainkan juga dari aspek bahasanya. Pemikiran-pemikiran berikut merupakan penguatan terhadap perlunya bahasa pers dijadikan media dan bahasa ajar pembelajaran bahasa Indonesia.

Joseph Strabhar dan Robert La Rose (1996) dalam *Communications Media in The Informations Society* menyebutkan menyebutkan bahwa pada 1980 hanya 3% orang Amerika yang bekerja di bidang pertanian, 20% bekerja di sektor industri, 30% bekerja di sektor jasa, dan sisanya 47% bekerja di sektor informasi.

Dalam bukunya *The Work of Nations*, Robert Reich (1991), Menteri Perdagangan pada masa pemerintahan Bill Clinton, mencatat pergeseran pekerjaan masyarakat Amerika sejak tahun 1980-an dari pekerja industri menjadi pekerja-pekerja informasi yang melibatkan penciptaan atau manipulasi informasi tingkat tinggi yang oleh Reich disebut sebagai analisis simbolis (*symbolic analys*). Maka pantaslah apabila wartawan kenamaan, J. O'Neill berkata, "Dunia sekarang tidak bisa dibentuk kembali melalui kenang-kenangan masa lalu; tak ada putaran kembali pada jalan menuju masa depan," Dahulu tidak ada jaringan global, tetapi sekarang seluruh dunia memahami kehebatannya. Para demonstran di Praha pada tahun 1988 memahaminya dengan sangat baik sebagaimana mereka meneriakkan kepada para polisi anti huru-hara: "Dunia melihat kamu semua." (Wriston, 1996:vi)

Menimbang Bahasa Koran

Bahasa koran dikenal dengan istilah bahasa jurnalistik. Parni Hadi (1997) menyebutkan bahwa bahasa jurnalistik berpedoman pada bahasa Indonesia baku. Di Indonesia, buruknya bahasa koran merupakan cermin buruknya bahasa birokrat, karena koran lebih banyak diisi oleh ucapan dan perkataan para birokrat. Bahasa para birokrat ini sering ditandai dengan banyaknya pemakaian akromin, terutama di kalangan militer yang menginfeliterasi media massa dengan sangat cepat dan luas. Bahasa pejabat juga ditandai dengan *eufimisme* dan pada gilirannya akan melahirkan “pemiskinan makna” (Lubis, 1978) . *Eufimisme* kalau dikaji menurut teori Buhler termasuk dalam *appeal*, yaitu bahasa yang berisi perintah atau permintaan yang ditujukan pembicara kepada lawan bicara agar apa yang diminta atau diperintahkan dikerjakan oleh lawan bicara (Kleden, 1978:70).

Buruknya bahasa koran di satu sisi mendapatkan pemakluman oleh banyak pihak dan pada sisi lain menjadi alat legitimasi para wartawan untuk tidak memakai bahasa Indonesia baku (standar). Dalam perkembangannya, bahasa koran semakin jauh dari bahasa Indonesia baku dan membentuk “komunitas” bahasa tersendiri, dengan segala karakteristiknya. Buruknya bahasa koran disebabkan beberapa faktor. *Pertama*, berita di koran dikutip dari pembicaraan nara sumber yang kebanyakan pejabat yang kebanyakan dari mereka pemakaian bahasanya buruk. Sesungguhnya buruknya bahasa koran mencerminkan buruknya bahasa pejabat. *Kedua*, tidak semua wartawan mengerti pemakaian bahasa Indonesia yang baku. Untuk mendapatkan wartawan ekonomi, perusahaan koran tidak merekrut sarjana sastra yang sehari-harinya belajar bahasa, melainkan mengambil sarjana ekonomi yang tidak mengerti seluk beluk pemakaian bahasa. Pengetahuan bahasa diberikan melalui sebuah *training* wartawan yang dilakukan media tersebut. *Ketiga*, terbatasnya ruang dan waktu sehingga berita yang disajikan berprinsip asal informasi sampai (prinsip berita 5W dan H), tidak berpikir jauh tentang bagaimana struktur bahasa ditertibkan. Wartawan dikejar *deadline* berita karena mereka harus menyajikan berita setiap hari. Akhirnya ukuran “konvensi” bahasa koran adalah kelogisan dan inipun kadang-kadang dilanggar oleh para wartawan.

Unsur kelogisan dalam pemberitaan pun alih-alih menjadi alasan tidak menariknya sebuah berita. Banyak berita menarik karena dianggap tidak logis. Ketidaklogisan sebuah berita bisa dilihat dari isi (*content*) dan struktur bahasa. Tulisan ini tidak berkompeten dalam melihat kelogisan bahasa dan hanya ingin memusatkan pada kelogisan struktur bahasa yang dipergunakan.

Ragam bahasa jurnalistik memiliki ciri-ciri, yaitu bersifat sederhana, komunikatif, dan ringkas. Sederhana karena harus dipahami secara mudah; komunikatif karena jurnalistik harus menyampaikan berita yang tepat; dan ringkas karena keterbatasan ruang (dalam media cetak) dan keterbatasan waktu (dalam media elektronik). Dalam ragam bahasa jurnalistik ini awalan me- dan di- sering ditanggalkan, yang dalam penulisan berbahasa baku harus digunakan. Kalimat Gubernur tinjau daerah banjir dalam bahasa baku akan berbentuk Gubernur meninjau daerah banjir (Chaer dan Agustina, 1995:90-91).

Bahasa Politik I: Bahaya Penjulukan

Menurut Ariel Heryanto (1989:15-16) bahasa Indonesia pada hakikatnya merupakan komoditas industrial. Bahasa tidak lahir dan tumbuh dari dinamika komunal masyarakat, tetapi merupakan produk rekayasa para profesional yang dirancang untuk dipasarkan secara massal. Bahasa ini bukan bahasa ibu bagi makhluk manapun di planet ini. Penutur bahasa ini hanyalah para konsumen yang hanya dapat bergantung pada sesuatu keputusan para pejabat “pembinaan dan pengembangan” bahasa sebagai komoditas, tidak aneh jika nilai bahasa ini dapat dihayati dengan jargon ekonomi. Bahasa Indonesia “yang baik dan benar” merupakan komoditi yang langka.

Politisasi bahasa yang paling kentara dan sering dipergunakan oleh penguasa dan masyarakat adalah penjulukan (*labeling*). Istilah ini bahkan dipergunakan sejak pemerintah Orde Lama dengan menyebut “anti revolusioner” kepada mereka yang menentang Presiden Soekarno. Pada masa Orde Baru muncul istilah-istilah *ekstrim kanan, ekstrim kiri, anti Pancasila, subversif, anti pembangunan, provokator, OTB, GPK* dll. Pada masa revolusi juga berkembang istilah-istilah *ninja, makar, fundamentalis, kelompok Islam, kelompok nasionalisme, kaukus* dll. Presiden ke-4, Abdurrahman Wahid, adalah orang yang sering memberikan penjulukan pada suatu peristiwa, misalnya “Jenderal K” kepada dalang kerusuhan Ambon, atau “makar” kepada mantan Sekjen Dephutbun Suropto, walaupun kemudian meminta maaf kepada Suropto setelah dipertemukan oleh Sri Edi Swasono, Agus Miftach, dan Nurmahmudi Islam di kediaman Bung Hatta, 16 November 2001 (*Tempo*, 17 November 2001).

Penjulukan ini akan sangat kuat mempengaruhi persepsi dan pandangan umum dan merugikan pihak yang dijuluki. Kasus paling aktual adalah pembentukan opini kerusuhan yang dilakukan pendukung Inggris membuat panitia FIFA World Cup 2002 harus melakukan ekstra ketat pada pertandingan perdana kesebelasan Inggris, dan pihak panitia merasa lega ketika kerusuhan tersebut tak kunjung tiba. Penjulukan serupa dialami oleh pendukung kesebelasan sepakbola asal Surabaya yang dikenal dengan nama “bonek”. Banyak pihak yang merasa dirugikan oleh julukan tersebut, karena terbentuk opini bahwa pendukung kesebelasan Surabaya adalah perusuh dan perusak fasilitas umum, terlebih apabila tim kesayangannya kalah. Apakah semua pendukung kesebelasan Surabaya perusuh? Tentu tidak, banyak di antara mereka yang baik-baik dan menjadikan sepakbola sebagai hiburan bukan media kerusuhan. Namun publik telah memberi “stempel” bahwa mereka perusuh dan perusak.

Deddy Mulyana (1999) memberikan beberapa contoh tentang pembentukan persepsi publik akibat penjulukan ini.

Juni 1997, di Kabupaten Purbalinga satu orang tewas dan empat orang luka parah akibat dikeroyok massa, karena mereka diisukan atau dijuluki “hantu pocong”. Padahal seperti dituturkan Kapolres Purbalingga, Letkol Pol. Imam Suwangsa, hantu pocong sendiri tidak terbentuk. Satu di antara keempat orang yang luka-luka karena

dianiaya itu adalah Siti Maemunah, yang seusai shalat Maghrib, berjalan kaki dengan tetap mengenakan mukena unyutuk mengunjungi saudaranya di Bojongsari.

Di Demak, Jawa Tengah, Kyai Rochmadi tewas dibantai massa karena diduga mempraktekkan ilmu santet (*Pikiran Rakyat*, 17 Oktober 1998). Sementara itu Serda Yunus Paribong, Serda Hariri dan Serda M. Dahlan tewas dikeroyok massa gara-gara diteriaki “ninja” oleh tersangka pelaku pencurian sepeda motor di Bangkalan, Madura, padahal mereka justru tengah mengejar pencuri tersebut (*Republika*, 2 November 1998).

Istilah “Orde Baru” adalah penjulukan yang terbentuk sangat kuat dan mempengaruhi opini publik. Mereka yang “Orde Baru” adalah yang korupsi, kolusi, dan nepotisme. Mereka yang memakan uang negara. Mereka yang merusak sistem bernegara dan mengacaukan perekonomian rakyat. Mereka yang rakus dan kenyang karena memakan uang rakyat. Mereka yang harus diadili dan dipenjarakan. Mereka yang tidak lagi mendapatkan maaf dari rakyat karena “dosa-dosanya”. Benarkan mereka yang berkuasa di zaman Orde Baru semuanya melakukan perbuatan di atas? Tentu tidak. Ada orang yang hidup di zaman orde baru dan menjadi penguasa tetapi tidak melakukan perbuatan di atas. Namun setiap kata “orde baru “ diteriakkan, mereka terbawa jelek dan ikut tercemari. Inilah efek dari “penjulukan” yang tidak bisa ditahan oleh “si korban”.

Penjulukan disampaikan melalui koran dengan menggunakan bahasa koran. Dalam pemberitaan dan penyebaran informasi, bahasa penjulukan memiliki muatan berita yang tak kalah menarik. Berbagai istilah di atas, tersebar sedemikian rupa karena koran membantu mensosialisasikan dan menginstitutionalisasikan bahasa-bahasa tersebut. Pesan yang terbentuk tidak terlepas dari *agenda setting* koran terhadap isu-isu tersebut. Koran melalui bahasanya bisa menjungkirbalikan mitos seakan-akan menjadi nyata, isu menjadi data, dan sesuatu yang misteri menjadi sesuatu yang nyata. Dalam beberapa hal, koran kadang-kadang telah lebih dahulu memberi batasan dan memberikan penilaian terhadap kasus atau sumber pemberitaan dengan tidak menghitung kerugian bagi pihak yang menjadi korban. Bahasa koran, dengan demikian, sebagaimana insan pers menjadi tidak netral

Bahasa Politik II: Ideologis dan Eufimistik

Kemerdekaan berbahasa adalah kemerdekaan untuk mengikuti aturan-aturan bahasa yang telah disepakati para pemakai bahasa. Berpolitik bahasa adalah bertata politik. Kemerdekaan politik adalah kemerdekaan menghormati dan mengikuti aturan-aturan politik yang telah disepakati oleh para pelaku politik. Dengan demikian, politisasi bahasa adalah rekayasa menggunakan bahasa, memberlakukan aturan bahasa, dan memaksa pemaknaan bahasa. Bahasa dengan demikian, “dibermaknakan” sesuai dengan konteks politik penguasa (Alwasilah, 1994).

Politisasi bahasa memang sudah menjadi karakter dari penggunaan bahasa kekuasaan Orde Baru. Penguasa Orde Baru telah menjadikan bahasa sebagai subordinat dari kekuasaan politik yang tercermin dalam pembangunan. Bahasa telah direkayasa

sebagai komoditas politik demi kepentingan kelompok-kelompok dominan. Munculnya istilah-istilah yang secara makna dikudeta oleh para penguasa Orde Baru telah mengubah pandangan dan cara berpikir masyarakat Indonesia yang menjadi subjek bahasa. Kata “rawan pangan” berbeda makna dengan “kelaparan” karena dalam pikiran kita tidak pernah hadir bayangan orang-orang yang kelaparan karena tidak ada yang bisa dimakan. Demikian pula kata “demi nusa dan bangsa” atau “demi persatuan” dieksploitasi untuk kepentingan politik agar kita tidak berpikir kritis.

Hooker (dalam Latif dan Ibrahim, ed. 1996:72) melakukan penelitian terhadap teks-teks pidato Hari Kemerdekaan di masa Orde Lama dan Orde Baru, dengan menggunakan teori Halliday (1995). Teori ini berupa kerangka kerja untuk memungkinkan kita mengetahui interaksi teks dengan konteks, yang meliputi tiga bagian konsep: wilayah wacana (*field of discourse*), penyampaian wacana (*tenor of discourse*), dan mode wacana (*mode of discourse*). Hasil penelitian Hooker sebagai berikut:

Perbandingan Pidato-pidato Hari Kemerdekaan Orde Lama dan Orde Baru

Aspek	Orde Lama	Orde Baru
Bidang/Wilayah	Komentar dan apologi Rumusan umum Bisa ditawarkan Waktu: Jauh dari masa lalu Masa lalu	Tinjauan dan rencana mendatang Rumusan detil Tak bisa ditawarkan Waktu: Sekarang Mendatang
Tenor	Dialog Kerangka rujukan pembicara: kita, saya, Bung Karno, Presiden Soekarno	Monolog Kerangka rujukan pembicara: kita, pada umumnya saya
Cara/Mode	Pribadi, emosional, perpaduan formal dan informal, empati, eksistensi, acak	Impersonal, bahasa yang sederhana, formal, berwibawa, terencana, terarah, berulang-ulang

Menurut Lewuk (1995:186) terdapat empat kategorisasi ideologi kebahasaan yang dipergunakan oleh kelompok kekuasaan. Keempat kategori tersebut, yaitu bahasa berdimensi satu, *orwellianisme* bahasa, jaringan bahasa takut-takut, dan bahasa yang menyembunyikan pikiran. Bahasa berdimensi satu menuntut orang yang menyatakan

sikap dan pernyataan yang sama (satu), sesuai dengan kemauan penguasa. Di sini tidak ditemukan “logika protes”, seperti halnya tidak ada tempat bagi para oposisi di masa Orde Baru. Pemikiran “dialektis-negatif:” digantikan dengan pemikiran “positif” yang hanya mengafirmasikan dan menyesuaikan diri dengan realitas. Di masa Orde Baru setiap pemikiran harus relevan dan tidak boleh berbeda dengan konsep pembangunan. Bagi mereka yang anti-pembangunan, penguasa menyebut dengan “anti pembangunan” atau “anti-Pancasila”.

Orwellianisme bahasa dalam konteks ini adalah teknik penyatuan dua pengertian yang sebenarnya bertentangan, sehingga perbedaan antara yang benar dengan yang salah menjadi kabur. Ungkapan-ungkapan tentang kebebasan mengeluarkan pendapat, diartikan sebagai kepatuhan terhadap instruksi yang dikeluarkan pihak penguasa. Untuk menunjukkan “sikap demokratis”, dipakai istilah “kritik konstruktif” atau “kritik membangun” yang maknanya setiap kritik tidak boleh menyinggung kebijakan dan tidak boleh bertentangan dengan kehendak kekuasaan. Dalam dunia pers, untuk menghindari konflik dengan kekuasaan, pers melakukan kritik melalui “karikatur” dan “pojok”. Keduanya menyampaikan kritik melalui humor, dan ternyata efektif pada masa itu, terbukti tidak ada pers yang dibredel karena kritik “karikatur” atau kritik “pojok”.

Bahasa takut-takut adalah bahasa yang diucapkan masyarakat yang memiliki kepanutan monoloyalitas terhadap berbagai instruksi yang dilambangkan melalui simbol bahasa. Pada saat Pemilu, kita mendengar “Golput haram” atau “Golput berarti tidak bertanggung jawab terhadap demokrasi”. Munculnya kepanutan-kepanutan yang dipaksakan karena terjadi “hukum bahasa” bagi orang yang melanggarnya. Pada era reformasi, muncul istilah “anti reformasi” atau “Orba” bagi mereka yang tidak setuju terhadap pemisahan kota/kabupaten.

Terakhir, bahasa menyembunyikan pikiran, artinya bahasa bukan lagi sebagai alat menyatakan pikiran. Di balik pikiran itu terdapat kepentingan yang memanipulasi bahasa itu sendiri. Kita bisa menyaksikan model bahasa yang terakhir ini di saat kampanye Pemilu. Idiom-idiom yang berupa janji-janji partai dengan mudah bertebaran dilontarkan oleh partai politik hanya untuk memanipulasi rakyat yang awam politik. Jenis bahasa terakhir ini termasuk di dalamnya bahasa-bahasa propaganda. Bahasa-bahasa propaganda ditebar untuk menyiarkan kebencian (*warmongering*). Propaganda dilakukan dalam rangka pembusukan nama baik orang lain (*defamatory*). Propaganda juga dilakukan untuk membakar permusuhan dan konflik dalam masyarakat (*subversive*). Propaganda bisa berbentuk perang urat saraf berupa perang media dan memanipulasi fakta-fakta (*psychological warfare*). Kalimat “Perang Irak untuk membebaskan rakyat Irak dari cengkraman diktator Saddam Husein” merupakan bentuk propaganda urat saraf yang dilakukan Amerika untuk menggubli dunia dan rakyat Irak.

Bahasa politik merupakan bahasa yang dipergunakan para elite politik dan elite birokrasi untuk menyampaikan kepentingan-kepentingan kekuasaan. Berdasarkan uraian di atas dan fakta-fakta di lapangan, bahasa politik akan bercirikan: 1) terjadinya politisasi makna atas bahasa-bahasa yang dipergunakannya; 2) terjadi penghalusan makna, dalam bentuk *eufimisme* bahasa yang dalam terminologi Mochtar Lubis sebagai sebuah

“penyempitan makna”. Fenomena *eufimisme*, misalnya, kata “serangan bersahabat” untuk mengatakan “salah sasaran” yang terjadi antarsesama tentara gabungan pada perang Irak. Mungkinkah antarsahabat saling menyerang?; dan 3) terjadinya bentuk-bentuk bahasa propaganda dalam rangka meyakinkan pihak lain, terutama masyarakat. Propaganda yang paling “berbahaya” adalah bahasa-bahasa agitasi (menebar permusuhan) dan bahasa-bahasa rumor (tidak jelas sumber beritanya).

Bahasa Politik III: Pasca Orde Baru

Nurudin (2001), misalnya, menunjukkan penggunaan bahasa-bahasa propaganda pada tiga masa pemerintahan, yakni era Soeharto, B.J. Habibie, dan Abdurrahman Wahid. Pada era Soeharto terbentuk propaganda pembangunan yang berpusat pada ekonomi, sakralisasi Pancasila dan UUD 45, propaganda asas tunggal, dan propaganda politisasi agama. Pada masa Orde Baru, terjadi satu sikap monoloyalitas dalam berbahasa sebagai cermin “keserbatunggalan” pemahaman terhadap realitas. Sikap akomodasi yang disampaikan para cendekia juga tercermin dari bahasa dan slogan yang dipakainya. Dalam konteks ini, slogan *Islam yes, politik Islam no* yang banyak disebut oleh Nurcholish Madjid merupakan salah satu contoh bahasa “keepakatan’ terhadap realitas.

Manusia yang hidup selama 32 tahun di bawah zaman Orba, menurut Jalaluddin Rakhmat (1999:142) memiliki karakteristik yang khas dan terbiasa untuk berpikir “berkelok-kelok” karena di satu sisi ingin disebut kritis oleh publik, namun di sisi lain tidak hendak “berhadapan” dengan kekuasaan atau melakukan politik akomodasi dengan penguasa Orde Baru supaya tetap *survive* atau istilah psikologinya *ego defense mechanism* (mekanisme pertahanan ego). Sosok manusia Orba ini oleh Jalaluddin Rakhmat disebut dengan nama “Homo Orbaicus”. Model manusia “Orbaicus” ini terjadi karena terlalu lamanya kontrol berpikir lewat penataran P4 sejak SD, SLTP, SMU, hingga PT.

B.J. Habibie melakukan propaganda moral *altruisme*, misalnya ketika B.J. Habibie memutuskan memberikan opsi II tentang memorandum bagi rakyat Timor Timur. Sebagaimana sering disebutkan B.J. Habibie opsi memorandum dilakukan dalam rangka menegakkan hak azasi dan demokratisasi. Demokrasi ditempatkan sebagai tema sentral dalam setiap pidato B.J. Habibie; sesuatu yang bertolak belakang dengan pidato-pidato pemerintahan Soeharto. Di lain pihak, B.J. Habibie juga melakukan propaganda *pseudo demokrasi* (demokrasi pura-pura) melalui berbagai bentuk kebebasan berpendapat, namun dia tidak mampu menegakkan hukum secara adil, terutama yang melibatkan “guru besarnya”: Presiden Soeharto. Dengan kata lain, kebebasan pers yang digaungkannya, termasuk di dalamnya kebebasan mengeluarkan pendapat dan kebebasan berpolitik (multi partai) merupakan wujud propaganda-propaganda yang dilakukan B.J. Habibie.

Abdurrahman Wahid, menurut Nurudin (2001), telah menggunakan *language politic* untuk kepentingan propaganda. Gus Dur sering melontarkan masalah-masalah yang penuh interpretasi sehingga muncul wacana-wacana dan ketika wacana itu sudah klimaks, Gus Dur hanya mengucap, “*Gitu aja kok repol*”, suatu ungkapan yang tidak jelas

maksudnya: hanya Gus Dur yang paham maknanya. Gus Dur juga melakukan propaganda “fiqh politik” dengan mengganti *assalamualaikum* dengan “selamat pagi”. Demikian pula, ketika Gus Dur melontarkan ide negara tanpa tentara, pencabutan Tap MPRS No. XXV/MPRS/1966 tentang pelarangan komunis. Namun, tak kalah pentingnya adalah propaganda “tunjuk hidung” dalam kasus-kasus yang melibatkan pihak lain, yang aliran politiknya berseberangan dengan Gus Dur.

Bahasa politik dipergunakan para penguasa untuk mempengaruhi pihak lain. Bahasa politik dipergunakan dalam kampanye-kampanye partai politik atau pidato-pidato para birokrat. Sebelum B.J. Habibie menjadi Menristek di era Orde Baru, kata-kata *Iptek* atau *Imtak* kurang populer di masyarakat. Kedua kata itu menjadi sangat akrab ketika secara terus-menerus disosialisasikan dan diprogramkan melalui berbagai rekayasa. Akhirnya, terjadilah perubahan cara pandang masyarakat kita akan pentingnya teknologi. Untuk mengakomodasi kultur religi masyarakat Indonesia, maka segala hal yang berbau teknologi selalu diekori dengan iman dan takwa. Lahirlah pandangan teknologi berbasis agama (moral) landasan pembangunan masa depan bangsa ini. Bahasa dalam konteks ini telah secara efektif mempengaruhi publik (khalayak) sehingga benar-benar terjadi perubahan pandangan, sikap, dan perbuatannya.

Bahasa politik merupakan bahasa hegemoni. Istilah hegemoni diletakkan oleh Gramsci di saat mendekam di penjara Prancis. Teori ini menjelaskan mengapa revolusi sosialis tidak terjadi di negara Barat yang dianggap demokratis. Hegemoni dipergunakan untuk menunjukkan adanya kelas dominan yang mengarahkan –tidak hanya mengatur— masyarakat melalui pemaksaan kepemimpinan moral dan intelektual (Storey, 2003:172). Hegemoni di atur oleh mereka yang oleh Gramsci disebut ‘intelektual organik’. Mereka adalah tokoh moral dan intelektual yang secara dominan menentukan arah konflik, politik, dan wacana yang berkembang di masyarakat. Mereka bekerja untuk melanggengkan kekuasaan atas kelompok yang lemah. Dominasi “intelektual organik” diwujudkan melalui rekayasa bahasa sebagai sebuah kekuasaan. Melalui berbagai media bahasa ditunjukkan hadirnya kekuasaan dan pengaturan hegemoni tersebut. Berbagai kebijakan negara, misalnya, disampaikan dalam bahasa “untuk kepentingan bangsa di masa mendatang” atau “demi kemandirian bangsa” telah menghegemoni masyarakat untuk senantiasa menerima berbagai keputusan negara, yang merugikan sekalipun.

Sebagai kekuatan hegemoni, bahasa politik telah menjadi sangat mudah diatur untuk kepentingan-kepentingan pihak kelas dominan. Bahasa-bahasa hegemoni juga telah mengkontruksi pikiran masyarakat kelas lemah untuk senantiasa bergantung dan menerima tanpa kritik. Hal ini terjadi secara alamiah, luput dari perhatian masyarakat yang terhegemoni. Bayangkan, untuk atas nama sebuah simbol-simbol partai, masyarakat saling bertikai di saat Pemilu. Simbol-simbol inilah ternyata yang menyebabkan orang merasa eksis dan hadir.

Hegemoni bahasa juga dapat kita saksikan dalam bahasa-bahasa media, baik cetak maupun elektronik. Pada Pemilu 1999, masyarakat kita sangat akrab dengan kampanye Gus Dur, “maju tak gentar membela yang benar” atau “Golkar barunya” Akbar Tanjung. Demikian pula, ketika pertanggungjawaban B.J. Habibie ditolak, kelompok dominan

menghegemoni publik bahwa BJ Habibie adalah “anak kandung” Orde Baru. Kata-kata itu menjadi sangat sakti ketika berubah wujud menjadi opini publik. Media menggunakan bahasa sebagai alat untuk mempengaruhi khalayak. Perhatikan misalnya pengakuan Kress (1984: 121) tentang keberperanan bahasa dalam sebuah pemberitaan di media.

“The reports and my attempts to ‘read’ them, to reconstruct the original event, involve language. Essentially, they are linguistic entities, though neither the causes nor the attendant events may have been linguistic. The reports exist only in and through language; my attempts to read them depend entirely on language. Indeed the schemata may exist only in language, or at least, become public and articulate only in and through language.”

Bahasa Politik IV: Personifikasi Politik dan Olahraga

Di Indonesia persoalan politik sering dipersonifikasi dengan masalah olahraga. Peristiwa politik sering dimisalkan dengan peristiwa olahraga. Demonstrasi dan kerusuhan juga bukan monopoli dunia politik tetapi juga dunia olahraga. Dalam koran, bukan hanya politik yang ditampilkan angker dan anarkis, tetapi dunia olahraga jauh dari tampilan sportif. Beberapa tajuk koran menunjukkan identifikasi bahasa kekerasan, seperti “Persib gilas habis Persik 2-0”; “Persija Pecundangi Persibaya di Stadion Lebak Bulus”. Judul-judul tersebut menjadi hal biasa diberitakan media. Istilah “perang bintang” lajim dipakai di dunia politik dan olahraga. “Perang bintang” dalam politik misalnya termuat dalam koran, “Perang bintang di Kabupaten Bandung”. Namun dalam olahraga termaktub kalimat, “Perang bintang mewarnai pertandingan Inter dan Milan”. Mengapa hal ini terjadi, belum ada yang melakukan penelitian sejauh ini. Hanya beberapa hipotesis mengungkapkan bahwa kekerasan (politik, sosial) terjadi juga dalam dunia olahraga. Istilah-istilah koran tersebut bukan mustahil mengindikasikan kenyataan sesungguhnya. Olahraga (terutama sepakbola) sebagaimana kampanye politik, bukan merupakan barang yang aman bagi masyarakat Indonesia.

Sebuah harian di kota Bandung, *Pikiran Rakyat* (11 April 2004) menulis berita politik dengan kalimat sebagai berikut: “Sepanjang hari kelima penghitungan suara, posisi-posisi di klasemen sementara praktis tak banyak berubah. Seluruh partai mendapatkan tambahan suara yang cukup signifikan sehingga salip-menyalip hampir tak terjadi. Peristiwa “mencengangkan” yang terjadi, Sabtu (10/4), adalah melejitnya pertambahan suara milik Partai Bintang Reformasi (PBR). Bahkan pada *update*-nya siang hari, partai pimpinan H. Zainuddin Hamidy alias KH Zaenuddin M.Z itu mampu menyalip partai Partai Karya Peduli Bangsa (PKPB) yang semula berada satu tingkat di atasnya. Kini PBR bertengger di posisi 9” Istilah klasemen biasa dipakai dalam dunia olahraga, namun kini istilah itu dipakai untuk menjelaskan peraihan suara partai politik. Demikian pula istilah salip-menyalip adalah istilah olahraga balap motor atau mobil, namun istilah ini pun tampil untuk menjelaskan masalah politik.

Banyak pengamat politik yang menyandarkan analisis politiknya pada pertandingan sepakbola dengan sebelas orang pemainnya. Belum terbukti adanya kesamaan pragmatasi politik dan olahraga, namun di Indonesia beberapa pengamat

politik bisa juga menjadi pengamat sepakbola, misalnya Gus Dur. Dalam koran, istilah olahraga tidak lagi terpisah dari istilah politik, karenanya kedua bidang ini bisa ditampilkan dalam warna yang sama.

Bahasa Politik V: Idiom Pemilu 2004

Teori hegemoni tentulah hanya salah satu teori yang bisa dipakai untuk membedah bahasa politik, sebagaimana teori Halliday untuk meneliti bahasa politik Orde Baru dan Orde Lama. Bahasa politik juga bisa dihampiri oleh analisis wacana (*discourse analysis*) atau analisis semantik (*semantic analysis*). Kedua pendekatan ini malah sudah marak dipakai dalam penelitian ilmu sosial, terutama ilmu komunikasi. Tentu ilmu bahasa adalah bidang yang paling kompeten untuk menjelaskan keduanya.

Selama pelaksanaan Pemilu 2004 hegemoni bahasa “mencerca” publik (pembaca). Istilah-istilah baru dan lama menjadi konsumsi harian. Tak ada protes dari masyarakat atas istilah yang dipakai politisi atau yang disajikan koran-koran di Indonesia. Kemungkinannya ada tiga, pertama, masyarakat Indonesia apriori karena dunia politik demikian adanya; kedua, masyarakat bingung dan tidak mengerti sehingga tidak bereaksi; ketiga mereka memahami maksud (makna) alur komunikasi tersebut dan tidak terlalu memperdulikan bahasa yang dipakainya.

Pemilu 2004 menghasilkan banyak idiom bahasa. Istilah “antek” dilontarkan oleh R. Hartono (Ketua Partai Karya Peduli Bangsa) bermakna pejoratif (negatif) bertujuan untuk meyakinkan bahwa partai tersebut memperjuangkan kekuasaan yang pernah dibangun mantan Presiden Soeharto. Padahal istilah ini di jaman Orde Baru adalah penjulukan bagi para aktivis PKI: “antek komunis”. Orde Baru yang anti komunis justru memakai istilah tersebut untuk dirinya.

“Pesta demokrasi” adalah sebuah idiom untuk menunjukkan bahwa Pemilu melibatkan seluruh warga negara Indonesia untuk menentukan sikap demokrasi seorang warga negara. Oleh karena itu, di Indonesia Pemilu tidak bisa berubah menjadi sebuah hajatan. Masyarakat bersuka cita, berpawai di lapangan sembari di antara mereka tidak mengerti makna yang mereka lakukan tersebut.

“Nomor sepatu” adalah nomor urut partai yang besar untuk calon legislatif yang kemungkinannya tidak menjadi anggota legislatif. Nomor sepatu biasanya angka besar (puluhan). Dalam sistem perpolitikan di Indonesia seorang “caleg nomor sepatu” tidak akan menjadi anggota legislatif, dia hanya penggembira saja. Oleh karena itu, segala macam usaha dilakukan oleh calon legislatif agar dia tidak menjadi caleg nomor sepatu.

“Nomor topi (kopiah)” adalah kebalikan dari “nomor sepatu”. Penamaan tersebut secara kebetulan bersamaan dengan posisi anggota tubuh manusia tersebut, topi (kopiah) berada di kepala (bagian atas) dan sepatunya berada di bawah (penutup kaki). Nomor caleg jadi berada paling atas dan sebaliknya caleg penggembira berada paling bawah. Istilah tersebut tentu tidak ada hubungannya dengan kepala dan kaki, selain karena nomor sepatu dan nomor topi (kopiah) yang berbanding terbalik.

“Moncong putih” adalah sebutan untuk lambing PDI Perjuangan. Istilah ini memberikan identitas pada PDI Perjuangan. Dalam politik yang masih menganut sistem atribut, istilah ini sangat mudah diingat dan masyarakat di kalangan Indonesia. Hampir setiap orang warga Indonesia mengetahui istilah “moncong putih”. Istilah “bersih dan peduli” adalah jargon yang dibangun PKS untuk menunjukkan partainya sebagai partai bebas KKN. Berbeda dengan PDI Perjuangan, PKS mendapatkan simpati masyarakat sebagai partai yang bersih, terbukti dengan perolehan suara yang signifikan (urutan ke-6) pada pemilu 2004.

Di samping itu, muncul “politisi busuk” adalah sebutan bagi calon legislatif yang pernah melakukan KKN di masa lalu. Pemasyarakatan istilah tersebut dilakukan oleh banyak kalangan agar masyarakat tidak memilih calon legislatif yang “cacat moral”. Melalui kampanye “anti politisi busuk” diharapkan masyarakat menjatuhkan pilihannya kepada calon legislatif yang memiliki moral baik dan berjuang untuk rakyat Indonesia.

Istilah-istilah tersebut hanya menunjukkan bahwa dinamika masyarakat Indonesia, terutama dalam bidang politik, memberikan kontribusi bahasa (istilah) yang besar bagi perkembangan bahasa Indonesia. Istilah-istilah tersebut hidup, diakui, dan dipakai oleh masyarakat.

Implikasi terhadap Pembelajaran Bahasa

Bahasa koran dengan segala karakteristiknya kini mulai dipakai dalam buku ajar bahasa Indonesia. Bahasa koran/majalah secara teknis memang lebih mudah dikutip karena menggunakan bahasa yang sederhana dan pendek. Di samping itu, materi dalam koran/majalah lebih bervariasi daripada materi dalam buku yang hanya satu bidang informasi. Pertimbangan ini tampaknya yang dipilih pada penulis buku ketika menggunakan koran/majalah sebagai sumber wacana (teks) dalam buku ajar bahasa Indonesia.

Bahasa koran dalam buku teks mata ajar bahasa Indonesia ada yang ditulis utuh (apa adanya), ada yang sudah mendapatkan penyuntingan seperlunya, dan ada pula yang dirangkum ide dan gagasannya. Berbagai jenis wacana tersebut sangat bergantung pada kreativitas penulis buku ajar tersebut. Penulis buku yang kreatif tentu tidak akan mengambil teks koran secara utuh, kecuali untuk kepentingan contoh (latihan). Bahasa koran bagaimanapun belum layak untuk dikatakan bahasa akademik (pedagogi).

Berdasarkan survei yang penulis lakukan pada teks (wacana) buku ajar bahasa Indonesia SMU menunjukkan bahwa sebanyak 41,67% sumber bacaan siswa kelas 1 berasal dari koran dan majalah. Untuk siswa kelas 2 sebanyak 79, 12% berasal dari koran dan majalah. Buku paket siswa kelas tiga mengambil materi sebanyak 52,94% dari koran dan majalah. Data ini menunjukkan intensitas pemakaian bahasa koran sebagai sumber pembelajaran di sekolah Indonesia. Oleh karena itu, dinamika pemberitaan bahasa koran, akan menjadi bagian dari dinamika pembelajaran bahasa.[]

Pustaka Rujukan

- Alwasilah, A. Chaedar. (1994). "Bahasa dan Kemerdekaan". Artikel *Kompas*, 29 Agustus 1994.
- Anwar, Rosihan. (1991). *Bahasa Jurnalistik dan Komposisi*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. (1995). *Sosiolinguistik, Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hadi, Parni. (1997). "Bahasa Koran yang Direndahkan". *Republika*, 16 Maret 1997.
- Heriyanto, Ariel. (1996). "Bahasa dan Kuasa: Tatapan Posmodernisme" dalam *Bahasa dan Kekuasaan* (Latif dan Ibrahim, ed.) Bandung: Mizan.
- Hooker, Virginia Matheson. (1996). "Bahasa dan Pergeseran Kekuasaan di Indonesia: Sorotan Terhadap Pembakuan Bahasa Orde Baru" dalam *Bahasa dan Kekuasaan, Politik Wacana di Panggung Orde Baru* (Latif dan Ibrahim, ed.). Bandung: Mizan.
- Kleden, Ignas. (1978). "Eufimisme Bahasa, Konsensus Sosial, dan Kreativitas Kata". *Prisma*, Desember 1978 hlm. 67-72.
- Kress, Gunther. (1984). "Linguistic and Ideological Transformations in News Reporting" dalam *Language, Image, Media* (Davis & Walton, ed.). England: Basil Blackwell Publisher Limited.
- Lewuk, Peter. (1995). *Kritik Filosofis Atas Pembangunan, Beberapa Serpihan Pemikiran*. Jakarta: Posko'66.
- Muhamad, Gunawan. (1991). "Bahasa Jurnalistik Indonesia" dalam *Pengetahuan Dasar Jurnalistik* (Wibisono, ed.) Jakarta: Media Sejahtera.
- Mulyana, Deddy. (1999). *Nuansa-Nuansa Komunikasi, Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer*. Bandung: Rosdakarya.
- Nurudin. (2001). *Komunikasi Propaganda*. Bandung: Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (1999). *Rekayasa Sosial, Reformasi atau Revolusi?*. Bandung: Rosdakarya.
- Strabhar, Joseph dan Robert La Rose. (1996). *Communication Media in the Information Society*. New York: Wadsworth Publishing Company and International Publishing Company.
- Storey, John. (2003). *Teori Budaya dan Budaya Pop, Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*. Yogyakarta: Qalam.
- Tempo*, 17 November 2001
- Webb, Graham. (1996). "Becoming Critical of Action Research for Development" dalam *New Directions in Action Research* (Skirritt, ed.). London: The Falmer Press.
- Wriston, Walter B. (1996). *The Twilight of Sovereignty*. Bandung: Remaja Rosdakarya