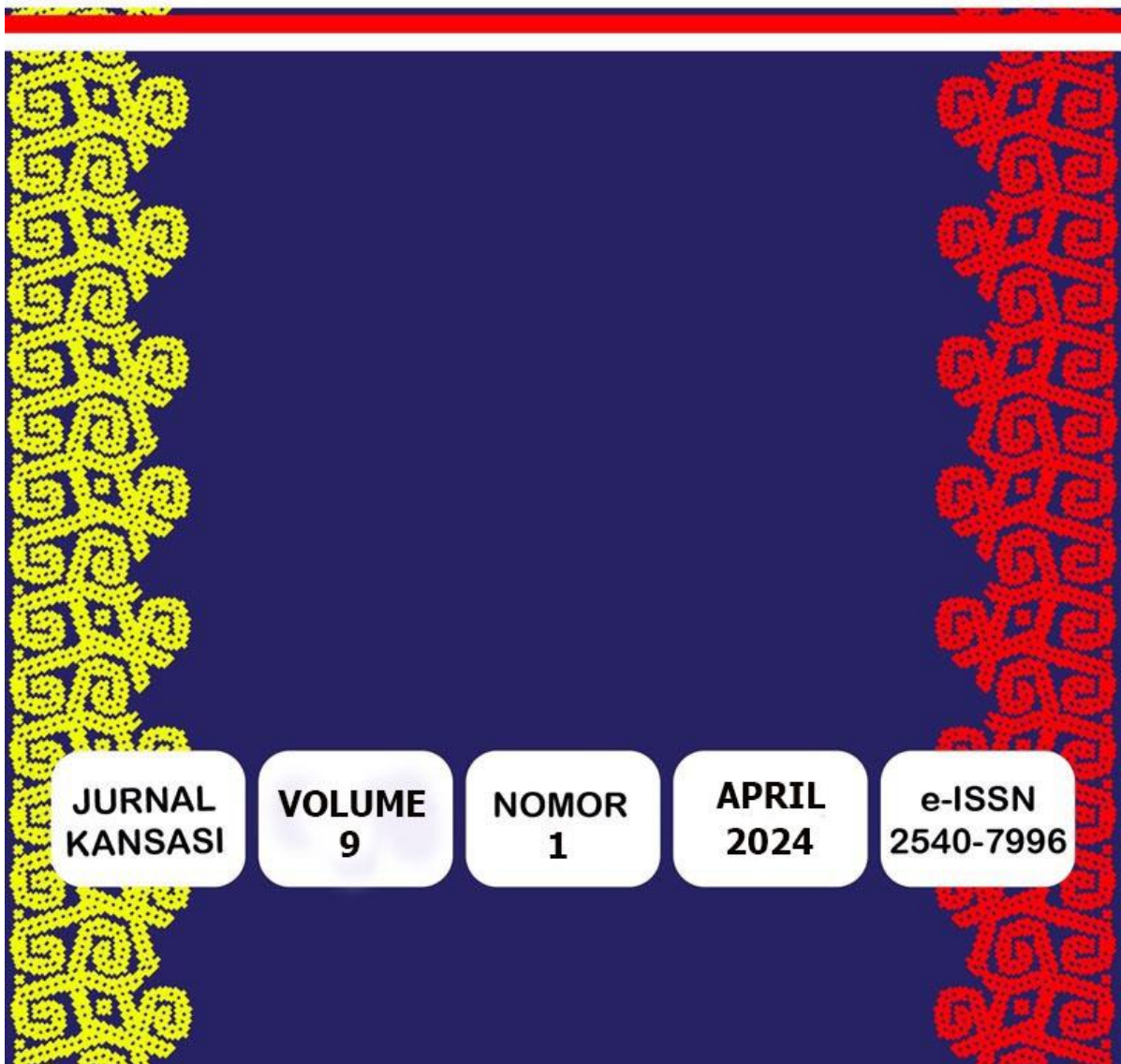




Jurnal
Kansasi
Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia



**JURNAL
KANSASI**

**VOLUME
9**

**NOMOR
1**

**APRIL
2024**

**e-ISSN
2540-7996**



This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2024, The Author(s)

Jurnal Kansasi
Volume 9, Nomor 1, April 2024

Dewan Redaksi

Editor In Chief

Debora Korining Tyas

Deputy Chief Editor

Sri Astuti

Editor

Tedi Suryadi, Valentinus Ola Beding, Katarinna Retno Ttriwidayati, Hariyadi,
Al Ashadi Alimin, Ursula Dwi Oktavian, Muhammad Thamimi, Muchammad Djarot,
Yudita Susanti, Yussi Kurniati, dan Suardi Akiang.

Reviewer

Martono, Ari Ambarwati, Arief Rijadi, Petrus Jacob Pattiasina, Herpanus, Yusuf Olang,
Agus Wartiningih, Yoseph Yapi Taum, Bani Sudard, dan Eri Sarimanah.

Administrative Staffs

Evi Fitrianingrum

Alamat Redaksi: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Jl. Pertamina Sengkuang, Kotak Pos 126, Hp/WA. 085750565546.

Website e-journal KANSASI: <http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/KAN>

Jurnal ilmiah *online* KASASI diterbitkan oleh Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Terbit sejak April 2016.

Penyunting menerima tulisan ilmiah yang belum pernah diterbitkan dimedia lain, baik cetak maupun elektronik. Naskah diketik untuk ukuran HVS A4 dengan spasi satu koma lima, maksimal 20 halaman. Tulisan yang masuk *direview* dan selanjutnya untuk diterbitkan.



This is an open-access article under the CC-BY-SA License
Copyright ©2024, The Author(s)

Jurnal Kansasi
Volume 9, Nomor 1, April 2024

DAFTAR ISI

	Halaman
Jenis-jenis Klausa dalam Slogan Iklan Makanan dan Minuman Yuanita Fitriyana, Syaimah Kusnari Putri, Dona Aji Karunia Putra UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tangerang Selatan	1-10
Analisis Penggunaan Jargon pada Kelompok Partai dalam Berkomunikasi dengan Model Dramaturgi Berdasarkan Fungsi Ekspresif Eka Fatikasari, Gigit Mujiyanto Universitas Muhammadiyah Malang	11-26
Kemampuan Mahasiswa dalam Menulis Surat Resmi Yusi Kurniati, Serapina Sekolah Tinggi Agama Katolik Negeri Pontianak	27-35
Analisis Kesalahan Berbahasa dalam Interaksi Pembelajaran Bahasa Indonesia pada Siswa Kelas VII SMP Negeri 07 Seraras Yusuf Olang, Tedi Suryadi, Tri Susilawati STKIP Persada Khatulistiwa Sintang	36-49
Hubungan Kebiasaan Membaca dan Kemampuan Menulis Surat Resmi pada Siswa Kelas VII SMP Negeri 1 Sungai Tebelian Tahun Pelajaran 2022/2023 Debora Korining Tyas, Evi Fitrianingrum, Isma Tiarani STKIP Persada Khatulistiwa Sintang	50-66



ANALISIS PENGGUNAAN JARGON PADA KELOMPOK PARTAI DALAM BERKOMUNIKASI DENGAN MODEL DRAMATURGI BERDASARKAN FUNGSI EKSPRESIF

Eka Fatikasari[✉], Gigit Mujianto²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Malang, Malang
Alamat Surat Elektronik: ekafatikasari491@gmail.com

Diajukan, 10 Februari 2024, Diterima, 19 Maret 2024, Diterbitkan, 1 April 2024

How to Cite: Eka Fatikasari, Gigit Mujianto. 2024. Analisis Penggunaan Jargon pada Kelompok Partai dalam Berkomunikasi dengan Model Dramaturgi Berdasarkan Fungsi Ekspresif. Jurnal Kansasi: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 9 (1) 10.31932/jpbs.v9i1.3307

ABSTRAK

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan bahasa jargon pada kelompok partai ketika berkomunikasi dengan model dramaturgi. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian ini adalah lima video dari laman youtube yaitu: *Pertama*, youtube KPU RI yang berjudul Iklan Kampanye Partai Demokrat Pemilu 2019. *Kedua*, youtube KPU RI yang berjudul Iklan Kampanye Partai Amanat Nasional (PAN) Pemilu 2019. *Ketiga*, youtube Kumpulan Iklan 2000an yang berjudul Iklan Kampanye Capres Cawapres Mega – Prabowo. *Keempat*, youtube KPU RI yang berjudul Iklan Kampanye Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda) Pemilu 2019. *Kelima*, youtube Official iNews yang berjudul TPS (Tusuk Prabowo-Sandi) Jadi Jargon Penutup Debat Terakhir - Pemilu Rakyat. Data penelitian ini berupa kata-kata dan kalimat yang diucapkan oleh penutur yang ada pada tayangan video. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik simak-catat. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan (1) menyajikan data, (2) meringkas data, dan (3) menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penggunaan bahasa jargon dengan model dramaturgi dapat terjadi dengan adanya jargon internal, jargon identifikasi diri, dan jargon akronim. Dalam penggunaan bahasa jargon model dramaturgi yang terdiri dari wilayah depan dan wilayah belakang. Bahasa jargon model dramaturgi terjadi karena komunikasi antara anggota partai politik dengan masyarakat. Dramaturgi depan dilakukan ketika tokoh politik sedang melakukan orasi kampanye. Dramaturgi belakang ketika tokoh politik melakukan persiapan sebelum berada di wilayah depan.

Kata kunci: Bahasa Jargon, Dramaturgi, Sociolinguistik



ABSTRACT

Abstract: This study aims to determine the use of jargon language in party groups when communicating with dramaturgical models. This study uses a type of descriptive research with a qualitative approach. The source of this research data is five videos from the youtube page, namely: First, the KPU RI youtube entitled Democratic Party Campaign Ads for the 2019 Election. Second, the KPU RI youtube entitled National Mandate Party (PAN) Campaign Ad for the 2019 Election. Third, YouTube 2000s Ad Collection entitled Mega-Prabowo Vice President Candidate Campaign Advertisement.. Fourth, the KPU RI youtube entitled Indonesian Change Movement Party (Garuda) Campaign Ad for the 2019 Election. Fifth, the Official iNews youtube entitled TPS (Tusuk Prabowo-Sandi) became the closing jargon of the last debate - the people's election. This research data is in the form of words and sentences spoken by speakers in video shows. Data collection techniques are carried out with note-taking techniques. Data analysis techniques in this study use (1) presenting data, (2) summarizing data, and (3) drawing conclusions. The results showed that the use of jargon language with dramaturgical models can occur with internal jargon, self-identification jargon, and acronym jargon. In the use of jargon language the dramaturgical model consists of the front region and the back region. The jargon language of the dramaturgical model occurs because of communication between members of political parties and society. Front dramaturgy is performed when political figures are conducting campaign speeches. Back dramaturgy when political figures make preparations before being in the front area.

Keyword: *Jargon Language; Dramaturgy; Sociolinguistics.*

PENDAHULUAN (*Times New Roman, 12, Spasi 1.5, Justify, Bold*)

Dalam kajian sociolinguistik bahasa dipandang sebagai tingkah laku sosial ketika berkomunikasi. Bahasa merupakan sistem simbol bersifat arbitrer yang digunakan oleh suatu anggota komunitas agar dapat berinteraksi satu sama lain. Dalam kehidupan sosial, masyarakat terdiri dari berbagai individu yang saling bergantung. Maka dari itu, bahasa dalam masyarakat tidak hadir dengan sendirinya, tetapi dengan keragamannya. Keragaman bahasa atau disebut dengan variasi bahasa dapat terjadi karena adanya bermacam-macam penutur dan kegiatan interaksi masyarakat yang sangat beragam. Keragaman bahasa akan berkembang apabila bahasa tersebut digunakan oleh banyak penutur dan dalam daerah yang luas (Nugrawiyati, 2020)

Salah satu variasi bahasa yang terdapat dalam sociolinguistik, yaitu variasi bahasa dari segi penutur. Variasi bahasa dari segi penutur, meliputi idiolek, dialek, kronolek dan sosiolek (Chaer, 2014). Berkaitan dengan sosiolek, variasi bahasa sosiolek merupakan keragaman bahasa yang berhubungan dengan golongan, kelas, maupun status sosial dari penuturnya. Selain itu, ragam sosiolek juga dipengaruhi oleh usia, pendidikan, seks, pekerjaan, tingkat



kebangsawanan, dan lain sebagainya. Sosiolek sendiri terdiri atas akrolek, basilek, vulgar, slang, kolokial, dan jargon, dan argot (Yusup, 2022).

Salah satu sosiolek yakni jargon merupakan istilah untuk bahasa tertentu yang hanya dipahami oleh orang-orang yang tergabung dalam suatu kelompok atau bergerak dalam bisnis tertentu. Jargon adalah keragaman bahasa yang digunakan secara terbatas oleh kelompok-kelompok sosial tertentu. Penggunaan bahasa jargon biasanya ditentukan oleh kosa kata khusus yang digunakan di lingkungan profesi tertentu yang tidak digunakan dan sering tidak dipahami oleh orang di lingkungan lain (Kridalaksana, 2013). Jargon digunakan sebagai sarana komunikasi berupa tanda yang digunakan penutur sebagai bahasa khusus. Karena sifatnya hanya kalangan tertentu yang mengetahuinya, biasanya kelompok pengguna jargon tersebut mengetahui dan segera beralih ke bahasa lain jika ada orang lain yang mengajak mereka berkomunikasi. Di samping itu, pandangan Holmes dalam (Muharomah, 2018) penggunaan jargon dapat dikelompokkan dari berbagai sudut pandang seperti, strata sosial, yakni jargon pelaut, jargon pengemis, jargon pelajar, jargon menurut latar belakang penutur, jargon menurut profesi, dan jargon menurut usia.

Berdasarkan uraian di atas, dalam penggunaannya, jargon memang digunakan oleh komunitas atau kelompok-kelompok tertentu. Salah satu kelompok yang menggunakan jargon dalam kegiatan komunikasi adalah kalangan anggota partai. Kelompok partai atau partai politik merupakan beberapa orang yang membentuk kelompok atau faksi besar untuk mengejar kepentingan bersama sehingga keputusan dapat diambil secara langsung (Sutrisman, 2019). Biasanya jargon dalam partai politik lebih banyak muncul ketika pemilihan umum akan berlangsung. Dalam politik, jargon sengaja dibuat sebagai alat dalam kepentingan tertentu.

Penggunaan jargon pada kalangan partai politik memiliki fungsi ekspresif. Fungsi ekspresif memiliki arti, jargon pada komunitas partai digunakan sebagai pengungkapan jati diri. Adapun beberapa contoh jargon pada partai politik, seperti “Katakan Tidak Pada Korupsi” yang berarti ekspresi politik untuk menyampaikan citra positifnya, hal tersebut sengaja dibuat untuk menunjukkan pemerintahan yang sehat dan bersih dari korupsi. “Asli Bagian Wong Cilik” jargon tersebut mengandung ungkapan jati diri bahwa kelompok partai yang bersangkutan benar-benar merupakan bagian dari masyarakat kecil (wong cilik). Pengungkapan kata tersebut upaya memunculkan pencitraan diri agar mereka menjadi



<http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/KAN/index>
populer sebagai calon pejabat.

Berdasarkan fungsi bahasa di atas dramaturgi menjadi model fungsional bahasa yang sesuai dalam kegiatan komunikasi kelompok partai, dimana setiap orang harus memainkan peran dalam berinteraksi dengan masyarakat. Menurut Goffman dalam (Suneki, 2012) dramaturgi merupakan pandangan bahwa ketika orang berinteraksi, mereka ingin mengontrol pesan yang diharapkan tumbuh pada orang lain. Hal tersebut biasanya sesuai dengan seseorang atau kelompok partai yang berperan sebagai aktor dalam jargon yang diusungkan pada saat berkomunikasi dengan masyarakat. Dalam kelompok partai politik tidak lepas dengan adanya kegiatan kampanye. Penggunaan komunikasi oleh kelompok partai dapat diterapkan pada kegiatan kampanye politik yang mampu ditangkap dengan baik dan dapat menyatu (MeNair, 2021). Hal yang tidak kalah penting dalam penggunaan komunikasi dalam kampanye politik adalah untuk melihat pemilih dan memposisikan tokoh politik di benak masyarakat, sehingga dukungan politik dapat diperoleh secara optimal. Melalui kegiatan kampanye tersebut menggambarkan sebuah dramaturgi, yakni kehidupan khususnya pada kalangan kelompok partai bagaikan pertunjukan drama dimana para anggota komunitas partai diibaratkan sebagai aktor yang menampilkan sebuah peran.

Dalam penelitian ini berfokus pada variasi bahasa jargon pada kelompok partai dengan model dramaturgi. Dramaturgi memiliki peran penting dalam komunikasi dimana lebih menitikberatkan pada interaksi sosial (Supardan, 2011). Jargon dalam dramaturgi memiliki peran penting ketika berkomunikasi. Penggunaan jargon yang sesuai akan lebih mudah agar informasi sampai pada masyarakat. Misalnya, pada kegiatan kampanye politik dimana para kelompok partai sering menggunakan jargon pada situasi pemilu. Dalam dramaturgi sering diperlukan penggunaan variasi bahasa jargon agar komunikasi berjalan dengan baik.

Penelitian mengenai bahasa jargon dengan model dramaturgi penting untuk dilakukan karena berbagai alasan. *Pertama*, penelitian ini berguna dalam pemahaman komunikasi politik antara partai politik dengan masyarakat, penggunaan bahasa jargon dapat memahami cara partai menggunakan jargon untuk mempengaruhi opini masyarakat. *Kedua*, penggunaan jargon dalam komunikasi politik adalah salah satu strategi yang digunakan oleh partai politik untuk membangun identitas, dan menghubungkan diri dengan masyarakat. *Ketiga*, penelitian



ini membantu dalam menerapkan konsep dramaturgi pada arena politik dan memahami peran yang dimainkan oleh partai politik sebagai aktor dalam "pertunjukan politik".

Penelitian mengenai bahasa jargon dengan model dramaturgi belum pernah dilakukan, tetapi salah satunya diteliti oleh Kurnia (2013) dengan judul "*Penggunaan Jargon oleh Komunitas Chatting Facebook di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang*" penelitian tersebut bertujuan untuk menggambarkan bahasa, bentuk, fungsi, dan makna jargon yang ada pada komunitas pengguna chatting facebook di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan jargon komunitas chat facebook di kalangan mahasiswa sudah bukan rahasia lagi, namun orang-orang di luar komunitas yang menggunakan jargon tersebut tidak dapat memahami kata-kata tersebut. Hal ini karena makna kata yang mereka gunakan berbeda dengan makna sebenarnya (leksikal). Penelitian selanjutnya oleh Wakari (2017) dengan judul "*Penggunaan Jargon di Kalangan Waria Kota Bitung*". Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan penggunaan jargon hanya pada kalangan waria. Hasil penelitian yakni bahwa sebagian besar istilah jargon yang diciptakan waria mengandung makna ilokusi, yaitu dalam mengujarkan sesuatu, pembicara memiliki maksud tertentu secara tersirat. Penelitian yang dilakukan oleh Haryani (2019) dengan judul "*Jargon Pencitraan Diri dalam Poster Calon Anggota Legislatif DPRD Kota Palangkaraya Tahun 2019*" penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk jargon pencitraan diri dalam poster kampanye calon anggota legislatif dan makna jargon pencitraan diri dalam poster kampanye calon anggota legislatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa klasifikasi bahasa jargon pencitraan diri yang dimunculkan dalam poster oleh calon anggota legislatif dalam rangka menarik masyarakat untuk memilih mereka diantaranya bahasa jargon pencitraan diri melalui kosa kata, pemotongan kata, penggunaan kalimat aktif, penggunaan bahasa lokal, dan lain sebagainya

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dikemukakan di atas, terdapat perbedaan pada penelitian yang telah dilakukan. yang menjadi fokus penelitian ini yaitu penggunaan bahasa jargon dengan model dramaturgi yang belum pernah diteliti. Berdasarkan penjelasan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan bahasa jargon pada kelompok partai ketika berkomunikasi dengan model dramaturgi. Manfaat dari penelitian ini untuk memberikan gambaran kepada para pembaca atau rekomendasi dalam membina komunikasi melalui bahasa jargon dengan menggunakan model dramaturgi.



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian mendalam yang menggunakan data penelitian yang lebih terfokus dari awal hingga akhir penelitian (Hidayat, 2010). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara penjelasan dalam bentuk kata-kata, kalimat serta frasa (Moleong, 2016).

Sumber data penelitian diperoleh dari lima video yang diunduh dari laman youtube, yaitu: *Pertama*, youtube KPU RI yang berjudul Iklan Kampanye Partai Demokrat Pemilu 2019. *Kedua*, youtube KPU RI yang berjudul Iklan Kampanye Partai Amanat Nasional (PAN) Pemilu 2019. *Ketiga*, youtube Kumpulan Iklan 2000an yang berjudul Iklan Kampanye Capres Cawapres Mega – Prabowo. *Keempat*, youtube KPU RI yang berjudul Iklan Kampanye Partai Gerakan Perubahan Indonesia (Garuda) Pemilu 2019. *Kelima*, youtube Official iNews yang berjudul TPS (Tusuk Prabowo-Sandi) Jadi Jargon Penutup Debat Terakhir - Pemilu Rakyat.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah simak-catat. Teknik simak-catat dilakukan dengan mencatat data-data yang akan dihasilkan selama pengamatan dan menyimak setiap peristiwa dengan tujuan untuk menemukan data dalam video di laman youtube.

Instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur dan faktor penting dalam penelitian serta mempermudah peneliti dalam pengumpulan data yang diharapkan dalam suatu penelitian (Indrawan, 2014). Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah daftar tabel yang berisi data kolom yang dikelompokkan berdasarkan teori penelitian. Alat ini digunakan untuk membantu peneliti dalam menganalisis data penelitian

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah; (1) menyajikan data, (2) meringkas data, dan (3) menarik kesimpulan. *Pertama*, penyajian data merupakan langkah awal dalam pengolahan dan penyusunan data yang diperoleh dari rekaman atau transkrip dialog pembicara dalam video penelitian, lalu data tersebut dikategorikan dan diorganisasikan ke dalam tiap-tiap kategori. *Kedua*, meringkas data dilakukan dengan menyaring kembali berbagai data yang diperoleh sesuai tujuan. *Ketiga*, menarik kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam analisis data dengan menafsirkan dan menginterpretasikan data yang terkumpul sesuai dengan teori yang digunakan.



PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian mengkaji dua aspek yakni variasi bahasa jargon yang berfokus pada jargon internal, identifikasi diri dan akronim dan model dramaturgi. Data dari kedua aspek tersebut akan dijabarkan sebagai berikut. Berdasarkan kajian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat kesesuaian data dengan pendapat (Rofek, 2010) yang mengungkapkan terdapat ciri jargon antara lain a) Jargon internal, b) Jargon identifikasi diri, c) Jargon akronim. Adapun pendapat Rahardi (2001:18) yang menyatakan ciri variasi bahasa jargon antara lain sebagai ungkapan yang digunakan sekelompok orang atau komunitas tertentu dengan tujuan dapat dipahami oleh masyarakat dan bersifat terbuka serta positif.

Tabel 1. Hasil Penelitian

Aspek Penelitian	Jenis	Kata/Frasa
Jargon	Jargon Internal	AHY: “Demokrat konsisten menjaga NKRI”
		AHY: “Merawat kebhinekaan, menegakkan keadilan, mengutamakan rakyat”
		Zulkifli: “PAN, Bela Rakyat Bela Umat”
	Jargon Identifikasi Diri	Narator: “Banteng dan Garuda”
		Pembicara Muda: “Pilih garuda aja, suara generasi muda garuda
Jargon Akronim	Sandi: “Karena TPS singkatannya adalah Tusuk Prabowo Sandi”	
Dramaturgi	Dramaturgi Depan	Sandi: “Kami juga meyakini insyaallah, Allah yang maha membolak balikan hati ”



		Sandi: “Akan memberikan arahan kepada masyarakat untuk memilih pemimpin yang terbaik”
	Dramaturgi Belakang	Prabowo: “Saya ingin ucapkan terima kasih kepada semua kelompok yang mendorong gerakan kami, gerakan kebangkitan rakyat”
		Prabowo: “Relawan-relawan, emak-emak semua yang telah memberi uang kepada kita”



Jargon Internal

Berdasarkan kajian pada data menunjukkan bahwa AHY selaku komandan partai demokrat. Dalam berkomunikasi saat mengkampanyekan partainya mengusung sebuah jargon. Hal tersebut seperti pada data berikut.

AHY: “*Demokrat konsisten menjaga NKRI*”

Pada kalimat yang bercetak tebal merupakan bahasa jargon yang digunakan dalam kelompok partai yang memiliki arti ketetapan atau kesesuaian dalam perbuatan untuk menjaga negara Indonesia. Pada kalimat tersebut biasanya hanya digunakan dalam ranah politik saja.

Berdasarkan data, hal tersebut termasuk dalam jargon internal. Pada kalimat tersebut menunjukkan sebuah jargon yang dipakai pada sebuah kelompok partai tertentu. Hal tersebut sejalan dengan ciri bahasa jargon internal yang dikemukakan oleh (Safitri, 2021) menyatakan bahwa pemakaian jargon terbatas hanya pada internal atau dalam kelompoknya saja.

Selain itu, tuturan AHY ketika sedang berkampanye dalam berkomunikasi menyebutkan beberapa jargon. Hal tersebut ditunjukkan pada tuturan berikut.

AHY: “*Merawat kebhinekaan, menegakkan keadilan, mengutamakan rakyat*”

Pada tuturan yang bercetak tebal tersebut menunjukkan bahasa jargon yang bersifat internal. Jargon tersebut identik digunakan oleh kalangan partai dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat dengan tujuan memenuhi kepentingan visi dan misi anggota partai yang bersangkutan.

Data tersebut merupakan jargon internal, hal ini dapat dilihat pada kalimat “*Merawat kebhinekaan, menegakkan keadilan, mengutamakan rakyat*”. Berdasarkan kalimat tersebut AHY mengutarakan visi dan misi partai untuk disampaikan kepada masyarakat. Sebagaimana jargon internal yang digunakan sebagai komunikasi efektif dalam menyampaikan pesan oleh suatu kelompok guna memenuhi kepentingan (Sahroni, 2020)



Penggunaan jargon internal yang lain, yakni pada tuturan Zulkifli selaku salah satu anggota partai politik PAN. Dalam komunikasinya saat berkampanye menyebutkan sebuah jargon. Hal tersebut seperti pada tuturan berikut.

Zulkifli: “*PAN, Bela Rakyat Bela Umat*”

Pada kalimat yang bercetak tebal merupakan jargon yang digunakan oleh partai PAN. Jargon tersebut hanya diusung oleh salah satu kelompok partai sebagai bahasa internal. Kata tersebut digunakan untuk memenuhi kepentingan anggota kelompok dalam memfungsikan pesan komunikasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, jargon internal dikeluarkan untuk trobosan suatu partai di dalam sebuah demokrasi tidak hanya sebagai gagasan, tetapi sebuah kebijakan. Pada data tersebut Zulkifli selaku salah satu anggota partai memperkenalkan jargon tersebut kepada masyarakat. Gagasan tersebut memiliki maksud untuk memenangkan hati dan simpati para rakyat (Aditya, 2016)

Jargon Identifikasi Diri

Berdasarkan kajian pada tuturan Narator yang mengkampanyekan salah satu capres dan cawapres. Pada komunikasinya mengusung sebuah jargon Hal tersebut ditunjukkan pada tuturan berikut.

Narator: “*Banteng dan Garuda*”

Pada kata yang bercetak tebal tersebut merupakan jargon identifikasi diri. Kedua kata tersebut digunakan sebagai jargon untuk memudahkan masyarakat dalam mengenali calon pemimpin dalam pemilu. Kata *Banteng* adalah tanda pengenal bagi Ibu Megawati yang merupakan salah satu anggota partai politik sekaligus calon presiden. Disamping itu, kata *Garuda* merupakan tanda pengenal bagi Bapak Prabowo Subianto.

Data tersebut mengkaji tentang jargon identifikasi diri. Dari data tersebut dapat dilihat pada tuturan Narator yang memperkenalkan sepasang pasangan calon presiden dan calon wakil presiden dengan melambangkan setiap tokoh dengan ikon partai masing-masing. Hal tersebut menjadikan masyarakat lebih mudah mengenali para tokoh partai tersebut. Sejalan



dengan (Luriawati, 2010) yang menyatakan bahwa setiap kelompok menciptakan kosa kata khusus dan berhubungan dengan konteks kelompok tersebut untuk mengekspresikan identitasnya dengan kosa kata khusus yang menjadi ciri dan simbol bagi suatu kelompok.

Selain itu, tuturan Pembicara Muda selaku ikon sebuah partai dalam kampanye politik. Dalam berkomunikasi menyelipkan sebuah jargon. Hal tersebut seperti pada berikut.

Pembicara Muda: *“Pilih garuda aja, suara generasi muda garuda”*

Pada tuturan yang bercetak tebal menunjukkan identifikasi diri dari sebuah partai agar masyarakat lebih mengenal partai tersebut. Pada tuturan tersebut diketahui bahwa garuda adalah sebuah partai yang mampu membawa perubahan serta menerima suara rakyat generasi muda. Pada data di atas, jargon identifikasi diri dapat diartikan sebagai sebuah lambang. Dalam definisi jargon identifikasi diri, tuturan pembicara muda sesuai dengan pengertian yakni sebagai lambang penanda. Hal tersebut terlihat pada kalimat *“Pilih garuda aja”* mengajak masyarakat untuk memilih salah satu partai yang bernama garuda sebagai simbol dari generasi muda. Kalimat tersebut sebagai penanda merujuk pada suatu kelompok tertentu agar memilih partai yang melambangkan kelompok tersebut.

Jargon Akronim

Berdasarkan kajian pada data ke-6 tuturan Sandi dalam debat pemilu presiden wakil presiden. Dalam komunikasinya mengusungkan sebuah jargon. Hal tersebut ditunjukkan pada tuturan berikut.

Sandi: *“Karena TPS singkatannya adalah Tusuk Prabowo Sandi”*

Pada kata yang bercetak tebal tersebut merupakan jargon dalam bentuk akronim karena berupa singkatan dari gabungan huruf pertama atau kombinasi huruf dan suku kata pertama yang ditulis dan diucapkan seperti kata-kata biasa. Cara pembentukan TPS terdiri dari tiga suku kata, yaitu T merupakan Tusuk, P merupakan Prabowo dan S adalah Sandi.



Dalam data tersebut, sandi sebagai calon wakil presiden menciptakan sebuah jargon yang ditujukan kepada masyarakat. Pada jargon yang disampaikan berupa akronim atau singkatan. Hal tersebut sengaja dibuat untuk membentuk suatu kata dengan makna tertentu sehingga mengundang tanggapan bagi seseorang yang melihat atau mendengarnya. Sejalan dengan (Danifi, 2014) yang menyatakan jargon akronim sebagai jargon singkatan atau pemendekan kata dengan tujuan untuk mengemas jargon agar lebih menarik dan berguna sebagai media dalam komunikasi politik dalam kampanye.

Kajian penelitian selanjutnya adalah dramaturgi. Pada hal tersebut (Zulfikar, 2016) berpendapat bahwa suatu gagasan dan tindakan seorang atau tokoh dalam berbuat sesuatu ketika menyampaikan pesan merupakan sebuah dramaturgi. Selanjutnya (Suneki, 2012) mengemukakan bahwa dramaturgi merupakan sebuah konsep interaksi sosial dalam berkomunikasi antara individu maupun kelompok. Dramaturgi dapat diartikan sebagai proses interaksi dalam komunikasi yang disertai dengan tindakan untuk menyampaikan isi pesan tersebut. Adapun dramaturgi sendiri terdiri dari dramaturgi depan dan belakang (Widodo, 2010)

Dramaturgi Depan

Dramaturgi merupakan pandangan bahwa ketika orang berinteraksi, seseorang ingin mengontrol pesan dan diharapkan dapat tumbuh pada orang lain. Pada kajian data ke-7 dan ke-8 tuturan Sandi selaku calon wakil presiden bahwa dalam komunikasinya menggunakan dramaturgi wilayah depan. Hal tersebut ditandai pada kalimat berikut.

Sandi: *“Kami juga meyakini insyaallah, Allah yang maha membolak balikan hati”*

Sandi: *“Akan memberikan arahan kepada masyarakat untuk memilih pemimpin yang terbaik”*

Kalimat di atas menunjukkan sebuah dramaturgi. Kalimat tersebut biasanya diucapkan oleh para kelompok partai yang hendak mencalonkan diri sebagai pemimpin suatu daerah maupun negara. Hal tersebut dilakukan ketika sedang berkampanye pada kegiatan pemilu

dengan maksud meyakinkan masyarakat untuk memilih dan mempercayai suatu tokoh politik.

Dramaturgi depan merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan ketika seorang tokoh sedang menampilkan diri dalam suatu kegiatan. Melalui ujaran tersebut, Sandi menciptakan sebuah dramaturgi dalam komunikasinya. Hal tersebut termasuk dalam dramaturgi depan. Dimana seorang tokoh memberikan pesan kepada orang lain dengan tujuan untuk menjadikan dirinya sebagai pusat perhatian. Sejalan dengan ciri dramaturgi depan yakni ketika tokoh politik melakukan orasi pada saat kegiatan kampanye disertai blusukan (Damayanti, 2017).

Dramaturgi Belakang

Data selanjutnya mengkaji tentang dramaturgi belakang. Dramaturgi belakang merupakan komunikasi tokoh yang merujuk pada sebuah persiapan sebelum menampilkan dirinya di depan orang lain. Hal tersebut dapat dilihat melalui data yang menampilkan dramaturgi belakang. Pada tuturan Prabowo sebagai calon presiden bahwa dalam berkomunikasi menggunakan dramaturgi wilayah belakang. Hal tersebut ditandai pada kalimat berikut.

Prabowo: *“Saya ingin ucapkan terima kasih kepada semua kelompok yang mendorong gerakan kami”*

Kalimat tersebut merupakan dramaturgi yang merujuk pada usaha yang dilakukan oleh kelompok-kelompok relawan partai yang turut membantu kesuksesan pasangan calon pemimpin negara. Tentunya peran para tim sukses tersebut sangat berpengaruh pada kegiatan selanjutnya. Pada data tersebut menunjukkan Prabwo selaku calon presiden menuturkan kalimat *“Saya ingin ucapkan terima kasih kepada semua kelompok yang mendorong gerakan kami”* hal tersebut sebagai penanda bahwa setiap kegiatan yang telah dilakukan tidak terlepas dari sebuah persiapan suatu kelompok.

Tuturan Prabowo yang lain juga menggunakan dramaturgi wilayah belakang. Hal tersebut seperti pada kalimat berikut.

Prabowo: *“Relawan-relawan, emak-emak semua yang telah memberi uang kepada kita”*

Data di atas juga merupakan dramaturgi belakang. Kalimat tersebut mengarahkan pada persiapan yang telah dilakukan oleh sekelompok kaum tertentu dalam mendukung pasangan calon pemimpin dengan memberikan uang. Dengan adanya dukungan yang diberikan dari masyarakat dapat membantu keberhasilan dalam kegiatan politik yang akan datang. Pada kalimat *“Relawan-relawan, emak-emak semua yang telah memberi uang kepada kita”* pada kalimat tersebut menunjukkan persiapan yang dilakukan oleh masyarakat dengan memberikan bantuan finansial khususnya emak-emak yang menjadi pendukung dari pasangan calon presiden. Hal tersebut sejalan dengan (Damayanti, 2017) sebagai tokoh politik melakukan persiapan sebelum berada di wilayah depan serta mempersiapkan diri untuk kegiatan berikutnya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa jargon pada kelompok partai dengan model dramaturgi dapat terjadi dengan adanya jargon internal, identifikasi diri, dan akronim. Dalam penggunaan bahasa jargon model dramaturgi yang terdiri dari wilayah depan dan wilayah belakang sudah sesuai dengan situasi pemilihan serta penggunaan bahasa. Dramaturgi depan dilakukan ketika tokoh politik sedang melakukan orasi kampanye. Dramaturgi belakang ketika tokoh politik melakukan persiapan sebelum berada di wilayah depan. Hal tersebut, karena pembicara yang menempatkan diri sebagai seorang aktor untuk berkomunikasi kepada mitra tutur yakni masyarakat. Jargon internal berguna untuk memenuhi kepentingan kelompok partai dalam menyampaikan pesan. Jargon identifikasi diri digunakan sebagai tanda pengenal atau identitas diri suatu partai. Jargon akronim sebagai jargon singkatan dengan menggabungkan beberapa huruf maupun kata agar komunikasi lebih menarik. Berdasarkan data yang ditemukan dari analisis penggunaan bahasa jargon sesuai dengan situasi yang digunakan pada model dramaturgi.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. (2016). *Moralitas Republik*. (P.Institute, ed.). Jakarta.
- Chaer, A. L. (2014). *Sosiolinguistik Pengenalan Awal*. PT Rineka Cipta.
- Damayanti, N. &. (2017). Strategi Kampanye Politik Pasangan Jokowi-Jk pada Politik Pemilihan Presiden 2014. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 279-290.
- Danifi, R. (2014). Persepsi Masyarakat Sumenep Pada Visi Kepala Daerah Melalui Akronim “Sumenep Super Mantap” .
- Haryani, T. (2019). Jargon pencitraan diri dalam poster calon anggota legislatif DPRD Kota Palangka Raya tahun 2019. *Meretas: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(2), 1-8.
- Hidayat. (2010). *Pengantar Umum Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Verivikatif*. Pekanbaru: Suska Pres.
- Indrawan, R. &. (2014). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
- Kridalaksana, H. (2013). *Kamus Linguistik*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kurnia, V. E. (2013). Penggunaan Jargon oleh Komunitas Chatting Facebook di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 1(2), 126-142.
- Luriawati, D. (2010). Bentuk dan faktor penyebab penggunaan jargon masyarakat nelayan Rembang. *Lingua*, 6(1).
- McNair, B. M. (2021). *KOMUNIKASI POLITIK; Pengiklanan dan Kehumasan Politik: Seri Pengantar Komunikasi Politik*. Nusamedia.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodelogi penelitian*. Remaja Rosdakarya.
- Muharomah, S. (. (2018). Variasi Bahasa: Penggunaan Jargon Pada Karyawan Divisi Humas Taman Mini Indonesia Indah. *WACANA: Jurnal Bahasa, Seni, Dan Pengajaran*, 2.
- Nugrawiyati, J. (2020). Analisis Variasi Bahasa dalam Novel “Fatimeh Goes To Cairo”. El-Wasathiya. *Jurnal Studi Agama*, 8(1), 41-56.
- Rahardi, R. K. (2001). *Sosiolinguistik, kode dan alih kode*. Pustaka Pelajar.
- Rofek, A. (2010). Jargon pada Spanduk Politik Para Calon Bupati Kabupaten Jember.
- Safitri, V. N. (2021). Jargon Bahasa Berdasarkan Model Fungsional Speaking di Kalangan Komunitas Dakwah: Kajian Sosiolinguistik. *Madah: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 12(2), 207-222.



<http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/KAN/index>

Sahroni, A. P. (2020). "Politik Tanpa Mahar": Semiotika Jargon Komunikasi Partai Nasional Demokrat di Era Demokrasi Biaya Tinggi. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 13(2).

Suneki, S. &. (2012). Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial. *CIVIS: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(2).

Supardan, D. (2011). *Pengantar Ilmu Sosial: Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Sutrisman, D. (2019). *Politik, Persepsi, Kepemimpinan, dan Mahasiswa*. Guepedia.

Wakari, R. B. (2017). Penggunaan Jargon di Kalangan Waria Kota Bitung. *Kajian Linguistik*, 5(1).

Widodo. (2010). *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Aditya Media Publishing.

Yusup, A. H.-1. (2022). Kronolek Dalam Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Budaya Islam*, 3(3), 1-12.

Zulfikar, M. H. (2016). Studi Dramaturgi Pada Pengelolaan Kesan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Angkatan 2015 dalam Penggunaan Media Sosial Snapchat. *eProceedings of Management*, 3 (2).



Petunjuk Bagi (Calon) Penulis Jurnal KANSASI

1. Artikel yang ditulis untuk Jurnal KANSASI adalah hasil telaah dan hasil penelitian dibidang pendidikan, bahasa, dan sastra Indonesia serta tidak pernah diterbitkan dimedia lain, baik cetak maupun elektronik.
2. Naskah diketik dengan huruf *Times New Romans*, ukuran 12, dengan spasi 1,5, menggunakan kertas A4, margin atas, kiri, kanan dan bawah 2.54 cm, dengan maksimum 20 halaman, dan diserahkan secara *online* melalui laman (<http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/KAN>) pada bagian *submission*, dan terlebih dahulu penulis melakukan registrasi sebagai penulis (*author*). Pada saat diserahkan, file dalam format *doc*.
3. Nama penulis artikel dicantumkan tanpa gelar akademik dan di tempatkan di bawah judul artikel. Nama penulis hendaknya dilengkapi dengan alamat lembaga tempat penelitian serta alamat korespondensi. Bila naskah ditulis oleh tim, maka penyunting hanya berhubungan dengan penulis utama.
4. Artikel ditulis dalam bahasa Indonesia dengan format esai, disertakan judul masing-masing bagian artikel. Judul artikel dicetak dengan huruf kapital dengan posisi tengah atas dengan ukuran huruf 14 serta ditebalkan.
5. Sistematika artikel hasil telaah adalah: judul, nama penulis (tanpa gelar), identitas lembaga, alamat *e-mail*, abstrak (maksimum 250 kata), kata kunci, pendahuluan; pembahasan, simpulan, dan daftar pustaka.
6. Sistematika artikel hasil penelitian adalah: judul, nama penulis (tanpa gelar), abstrak (maksimum 250 kata), pendahuluan, metode penelitian, pembahasan, simpulan, dan daftar pustaka.
7. Sumber rujukan minimal terbitan sepuluh tahun terakhir. Rujukan yang diutamakan adalah sumber-sumber primer berupa laporan penelitian, atau artikel penelitian terbitan jurnal ilmiah.
8. Perujukan, pengutipan, tabel, dan gambar menggunakan ketentuan yang ada pada template penulisan artikel ilmiah pada Jurnal KANSASI.
9. Naskah diketik sesuai dengan tata bahasa baku bahasa Indonesia.
10. Setiap naskah ditelaah oleh penyunting ahli (*reviewer*) yang ditunjuk oleh penyunting sesuai dengan bidang kepakaran. Penulis artikel diberi kesempatan untuk merivisi naskah berdasarakan rekomendasi dari penyunting. Pemuatan atau penolakan naskah akan diberitahukan secara *online* melalui *e-mail*.
11. Penyuntingan naskah pra-terbit dikerjakan oleh penyunting (*editor*). Naskah pra-terbit dapat batal diterbitkan apabila diketahui bermasalah.
12. **Segala sesuatu yang menyangkut perizinan atau penggunaan *software computer* untuk pembuatan naskah atau hal lain yang terkait dengan pelanggaran hak cipta yang dilakukan oleh penulis, serta konsekuensi hukum yang mungkin timbul karenanya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis.**

