

# (In-)Konsistensi Bahasa Politik Presiden

---

Penulis : Surahmat, S.Pd., M.Hum.

Tanggal terbit : 6 Desember 2016

---

SAAT menanggapi pernyataan wartawan mengenai penangkapan Novel Baswedan, Presiden Republik Indonesia Ir H Joko Widodo tampil sangat meyakinkan. Dia berada di samping pintu mobil (tampaknya hendak masuk mobil) ketika menjawab pertanyaan wartawan dengan tegas. “Pertama untuk tidak ditahan. Kedua proses hukum untuk dilaksanakan secara transparan dan adil. Ketiga, saya minta Polri tidak membuat kontroversi di masyarakat,” katanya.

Sayang, perintah Jokowi tak ditaati Polri. Novel dikabarkan tetap ditahan. Bareskrim bersikeras menyidik Novel atas kasus penganiayaan yang terjadi 11 tahun silam itu.

Ini bukan kali pertama Joko Presiden Joko Widodo (Jokowi) mendapat kritik atas performa linguistiknya saat berkomunikasi. Sejak dilantik, Jokowi lebih produktif menggunakan pronomina “saya” dan cenderung meninggalkan “kita”. Meski tampak sebagai sebuah masalah sederhana, pilihan kata Jokowi menggambarkan realitas ideologis yang penting, bagi dirinya, bagi rakyatnya, juga bagi bangsanya.

Kecenderungan ini dapat diamati dari status Jokowi di media sosial *Facebook*. Akun dengan 2 juta pengikut ini rajin melaporkan kegiatan Jokowi dengan sudut penceritaan orang pertama. Dalam satu status, Jokowi bisa menyebut “saya” lebih dari 3 kali. “Pagi tadi saya mengunjungi...”, “Saya bersama istri sedang...”, atau “Di Palembang, saya menghadiri...”

Kecenderungan menggunakan “saya” mengindikasikan bahwa Presiden tengah mengalami sindrom bintang (*star syndrome*). Sindrom ini dialami oleh tokoh publik, atlet, dan selebritas yang menyadari bahwa dirinya sedang menjadi pusat perhatian. Penderita *star syndrome* mempersepsi dirinya adalah yang utama dan menganggap orang lain sebagai figuran atau penonton.

Kondisi ini kontraproduktif dengan bahasa politik saat ia berkampanye. Dulu, ia melahirkan sebuah *tagline* kampanye yang sangat kuat “Jokowi adalah kita”. Kata “kita” berkontribusi memangkas jarak psikologis antara dirinya sebagai elit dengan konstituennya yang *grassroot*. Kata “kita” memperkuat citraan Jokowi sebagai pemimpin yang lahir dari rakyat.

Pendahulu Jokowi, Susilo Bambang Yudhoyono, juga menggunakan “kita” dalam kampanye tahun 2004 silam. Ia populer dengan jargon “Bersama kita bisa”. Jargon ini menunjukkan keyakinan si pembuat bahwa persoalan bangsa tidak

dapat diatasi seorang diri. Diperlukan kerja sama dan agar masalah bisa diatasi, janji bisa ditunaikan, dan cita-cita bisa diraih. Dalam jargon itu termuat pemahaman bahwa SBY berada di sisi yang sama dengan rakyat,

Dalam kajian psikolinguistik, pronomina yang digunakan seseorang merupakan representasi persepsi posisi sosialnya di antara orang-orang yang sedang diajak berkomunikasi. Penggunaan pronomina, “saya”, “dia”, “kami”, “kita”, “kalian”, “mereka” menggambarkan cara seseorang mempersepsi keberadaan dirinya. Kerancuan sebagian penutur bahasa Indonesia dalam menggunakan “kami” dan “kita” merupakan kerancuan nalar yang mendasar.

### **Bahasa Politik**

Pilihan kata presiden, meski dengan status sebagai kepala negara, merupakan bagian dari bahasa politiknya. Di Amerika, strategi bahasa politik presiden menjadi aspek yang sangat diperhatikan. Bahasa politik dikemas untuk menunjukkan bahwa presiden hadir di antara rakyat, berempati kepada rakyat, sekaligus dapat memberi harapan kepada rakyat.

Karakter bahasa politik berbeda dengan bahasa keseharian, jurnalistik, dan sastra – baik tujuan maupun bentuk gramatikalnya. Pada bahasa keseharian, bahasa lebih bersifat informatif. Bahasa dijadikan “kurir” untuk menyampaikan pesan penutur kepada mitra tutur. Adapun dalam bahasa politik, bahasa lebih bersifat performatif, tidak hanya menginformasikan tetapi menggerakkan.

Searle (1969) mengemukakan, ada tiga bentuk tindak tutur (*speech act*) yang banyak dipraktikkan masyarakat, yaitu lokusi (*locutionary acts*), ilokusi (*illocutionary acts*), dan perlokusi (*perlocutionary acts*). Tiga kategori tindak tutur ini menjelaskan bahwa sebuah kalimat yang sama dapat digunakan untuk tujuan yang sama sekali berbeda.

Tindak tutur lokusi digunakan penutur bahasa untuk menyatakan sesuatu. Maksud penutur bahasa sama persis dengan yang terutara secara eksplisit pada kata, frasa, atau kalimat yang diutarakan. Tindak tutur ilokusi, selain berfungsi untuk mengatakan sesuatu dapat juga dipergunakan untuk melakukan sesuatu. Dalam praktiknya, ilokusi dapat berupa perintah, larangan, deklarasi, dan pernyataan. Adapun perlokusi merupakan tindak tutur yang memiliki pengaruh terhadap publik pendengarnya, baik yang sengaja dikreasi maupun akibat tambahan.

Bahasa politik presiden, jelas, masuk sebagai bahasa ilokusi dan perlokusi. Ketika ia menceritakan aktivitasnya, ia tidak sekadar sedangewartakan sesuatu. Pada saat yang sama ia menunjukkan sikap politiknya sekaligus berupaya supaya sikap politiknya dibenarkan dan didukung masyarakat.

## Sabda Ratu

Dalam sejarah kepresidenan Amerika, Ronald Reagan adalah contoh presiden yang berhasil mengelola bahasa politiknya. Dia dinilai berhasil melibatkan dirinya dengan *audience*. Sebaliknya, George W Bush Jr adalah presiden yang dinilai payah memberdayakan bahasa politik. Ada keangkuhan dan kegoisan dalam pidato dan pernyataan persnya.

Dalam catatan Thomas dan Warein (2012) keberhasilan Reagan dapat diamati saat ia debat kandidat dengan Jimmy Carter dalam debat kandidat tahun 1980. Dengan santai, Reagan sukses melibatkan dirinya menjadi bagian dari rakyat Amerika dengan memilih “kami”. Adapaun Carter cenderung tertutup dan menjaga jarak dengan data-data statistic yang tidak populer. Data yang dimiliki Carter sebagai kandidat petahana justru membuatnya kesepian.

Presiden Barck Obama tampaknya telah mengambil pelajaran penting dari para seniornya sehingga ia memiliki performa bahasa yang jauh lebih memesonakan. Baik pada masa kampanye maupun setelah dilantik, Obama stabil dengan performa bahasa yang dinamis dan komunikatif. Ia memberdayakan pronomina, sapaan, dan humor dengan sama baiknya. Sesekali ia bahkan memberdayakan puisi.

Selain tiga gal di atas, Obama mampu memberdayakan metafora. Metafora penting agar konsep-konsep abstrak dapat dipahami masyarakat luas. Metafora dipadupadankan dengan gaya bahasa eksemplar yang membuat sesuatu terasa lebih konkret. Untuk melaporkan kondisi ekonomi yang progresif, misalnya, presiden tidak perlu melaporkan jumlah devisa yang triliunan. Ada baiknya, ia mengatakan dampaknya terhadap biaya hidup, biaya berobat, dan perbaikan jalan kampung.

Bagi rakyat kebanyakan, kecenderungan bahasa seseroang hanya penting karena bahasa merpresentasikan ideologi dan cara berpikirnya. Bagi presiden, pilihan bahasa jauh lebih penting karena merepresentasikan haluan ideologis dan kemungkinan kebijakan yang akan diambilnya. Adapun kebijakan presiden, selalu berefek panjang dengan spektrum yang luas. Apalagi karena keputusannya akan diikuti jutaan rakyat. *Sabda pandita ratu.*