

OLOK-OLOK POLITIK PILPRES PERIODE 2019 DI TWITTER : KAJIAN SEMIOTIKA

MOCH. AMIRUL WAHYUDI

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FBS

Universitas Negeri Surabaya

Surel : moch.wahyudi@mhs.unesa.ac.id

Dosen Pembimbing :

Prof. Dr. Bambang Yulianto, M.Pd.

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FBS

Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Olok-olok politik pilpres di twitter digunakan para pendukung antar calon presiden untuk menurunkan elektabilitas. Olok-olok politik pilpres berbagai macam bentuk, berupa postingan kata-kata, gambar, maupun foto yang berkaitan dengan pemilihan presiden. Kata-kata yang digunakan mengolok-olok seperti kampret dan kecebong. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna olok-olok politik pilpres.

Teori dalam penelitian ini menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce yakni tanda, objek, dan interpretan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan objek penelitian olok-olok politik pilpres 2019 di twitter. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah penyeleksian data, reduksi data, menyajikan data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian dan pembahasan berupa tanda, objek, dan interpretan olok-olok politik pilpres. Hasil penelitian menunjukkan suatu simpulan adanya makna baru yang digunakan masyarakat di media sosial untuk menyindir, mengejek yang berkaitan dengan pilpres pada tahun 2019.

Kata-kata yang digunakan dalam olok-olok politik pilpres memiliki makna ambigu, pertama merupakan makna asli, dan yang kedua makna yang digunakan mengolok-olok dalam politik pilpres.

Kata Kunci : Olok-olok politik pilpres , Semiotika, Makna.

Abstract

Keywords : *Political Burlesque of Pilpres, Semiotic, Mean*

Political Burlesque of Pilpres in twitter was used by supporters of presidential candidates to reduce electability. The political mockery of various types of presidential election, in the form of posting words, pictures, and photos relating to the presidential election. The words used are mocking like shucks and tadpoles. The purpose of this study was to determine the meaning of Political Burlesque of Pilpres.

The theory in this study uses Charles Sanders Peirce's semiotics namely signs, objects, and interpretants. The method used in this research is descriptive qualitative, with the object of the 2019 presidential election political banter research on social media. The data collection

technique used is documentation. Analysis of the data used is data selection, data reduction, presenting data, and conclusions.

The results of research and discussion in the form of signs, objects, and interpretants of the presidential election political banter. The results showed a conclusion that there was a new meaning that was used by the community in social media to satirize, ridicule related to the presidential election in 2019.

The words used in the political mockery of the presidential election have ambiguous meanings, the first is the original meaning, and the second meaning is used in mockery in presidential election politics.



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang menerapkan sistem pemerintahan demokrasi. Posisi Indonesia sebagai negara demokrasi di dunia terletak pada posisi ketiga (Suwarno, 2012:80). Undang-undang dasar negara Republik Indonesia menjadi konstitusi yang memisahkan antara eksekutif (pemerintahan), legislatif (DPR), dan yudikatif (badan peradilan). Dengan adanya aturan dan perundang-undangan yang jelas di Indonesia, hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara demokrasi

Dari sejarah pemilihan presiden yang berlangsung di Indonesia dan sistem pemilihan yang selalu berkembang, pada pilpres tahun 2019 dengan dua calon presiden yang berkompetisi sama dengan pilpres pada tahun 2014 yakni antara Joko Widodo dan Prabowo Soebiyanto. Hal tersebut menjadi fenomena dari pilpres 2014 dibanding dengan pilpres sebelumnya ialah, pertarungan wacana yang tetap berlanjut meskipun pemilihan presiden telah selesai dan mendapatkan presiden baru. Di pilpres sebelumnya pertarungan wacana antar kubu pendukung berakhir ketika pemilihan presiden telah selesai. Sedangkan di tahun 2014 pertarungan wacana antara kedua kubu tetap berlanjut di berbagai ranah publik baik dunia nyata maupun dunia maya. Pertarungan wacana tersebut lebih dominan di dunia maya yakni *facebook*, *twitter*, dan media lainnya.

Paska pemilihan presiden 2014, pendukung masing-masing calon presiden masih sering membahas dan mengkritisi perilaku politik yang dilakukan oleh pihak Jokowi maupun Prabowo. Kedua kubu terus membangun opini untuk menguasai persepsi publik. Dalam pertarungan wacana ini tak pelak menghasilkan istilah-istilah yang kemudian terbentuk dari opini-opini yang tak berdasar pada pemikiran yang rasional. Dari pertarungan yang subyektif dan emosional tersebut kemudian menghasilkan olok-olok yang kemudian digunakan untuk melakukan pembunuhan karakter tokoh yang dianggap mampu untuk menurunkan elektabilitas.

Olok-olok yang tersebar di dunia maya untuk menurunkan elektabilitas diantaranya yakni kecebong, kampret, dan lain sebagainya. Hal tersebut dijadikan asumsi peneliti untuk mengetahui maksud olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial dengan pertimbangan data penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan dari segi bahasa dan di media sosial *twitter*. Adapun peran peneliti dari perspektif bahasa, yakni meneliti olok-olok yang terjadi pada politik pilpres tahun 2019 di media sosial dengan tujuan untuk mengetahui makna olok-olok yang terjadi dengan menggunakan analisis semiotika.

KAJIAN PUSTAKA

1. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini ada lima. Penelitian yang pertama dilakukan oleh Indrati Tyas Utami dengan judul "Citra Joko Widodo dan Jusuf Kalla dalam Iklan Politik Televisi (Studi Analisis Semiotik Citra Joko Widodo dan Jusuf Kalla dalam Iklan Politik Televisi Masa Kampanye Pemilu Presiden dan Wakil Presiden Periode Mei--Juli 2014)". Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan Citra Joko Widodo dan Jusuf Kalla dalam iklan politik televisi. dan menginterpretasi tekstual iklan televisi Jokowi-JK, Representasi tanda, dan telaah terhadap iklan Jokowi-JK adalah kita. Penelitian tersebut termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan kajian analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil penelitian ini berupa menginterpretasi tekstual iklan televisi Jokowi-JK versi "Siapakah Kita", "Wujudkan Mimpi", "Dukungan Artis Ibu Kota", dan versi "Rekening Gotong Royong", kemudian penelitian tersebut berupa representasi tanda, dan telaah terhadap iklan Jokowi-JK adalah kita

Penelitian kedua dilakukan oleh Khosiah, judul penelitian tersebut adalah "Memahami Pesan Kampanye Politik dalam Permainan Selamatkan Jakarta". penelitian

tersebut bertujuan untuk mengetahui makna dari pesan kampanye politik yang dilakukan oleh Jokowi dan Ahok dalam pemilihan Gubernur DKI Jakarta. Jenis penelitian tersebut termasuk dalam penelitian kualitatif dan menggunakan kajian semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil penelitian tersebut adalah tanda-tanda yang ada di dalam permainan Selamatkan Jakarta.

Penelitian yang relevan ketiga berjudul "Pengaruh Twitter Terhadap Partisipasi Politik Remaja dalam Pilkada Serentak 2015 pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2014" yang dilakukan oleh Afindiary Novalindaviani tahun 2017. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh media *microblogging twitter* terhadap tingkat partisipasi politik remaja dalam Pilkada serentak 2015 kalangan mahasiswa fakultas ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2014. Jenis penelitian dalam penelitian yang dilakukan Afinsiary yaitu penelitian kuantitatif yang menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Hasil penelitian ini berupa prosentase data pengaruh twitter terhadap partisipasi politik sebesar 12,8% sedangkan 87,2% di pengaruhi oleh variabel lain.

Penelitian-penelitian tersebut memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing. Penelitian yang pertama kelebihannya yaitu topik yang dipilih masih sangat baru yakni pilpres 2014 sedangkan penelitian tersebut dilaksanakan pada tahun 2015. Namun, kelemahan dari penelitian tersebut hanya memaparkan satu paslon saja seharusnya kedua paslon di paparkan agar tahu keduanya. Penelitian yang kedua yakni berasal dari jurnal "*the mesenger*" membahas tentang politik namun ranahnya di pilgub DKI Jakarta. Penelitian tersebut menganalisis tanda dari suatu permainan

selamatkan jakarta, hal tersebut menjadi nilai positif bagi peneliti namun kelemahannya yakni kurang dalam memaparkan pembahasan karena penelitian tersebut berbasis jurnal singkat. Penelitian yang ketiga yakni membahas tentang media sosial twitter yang dikaitkan dengan politik, penelitian tersebut relevan dengan penelitian ini yakni membahas tentang politik dan media sosial. Kelebihan dari penelitian tersebut adalah menggunakan metode kuantitatif sehingga data yang dipaparkan jelas dan pasti, namun kekurangan dalam penelitian tersebut hanya menggunakan satu media sosial tidak dapat membandingkan dengan media sosial lainnya. Penelitian yang keempat yakni penelitaian Nurfahirah, penelitian tersebut relevan dengan penelitian ini karena sama halnya menggunakan media sosial dan berorientasi pada politik, perbedaanya dengan penelitian ini yakni tidak menggunakan media sosial *facebook* melainkan *twitter* dan politik bupati melainkan pilpres. Kelebihan dari penelitian tersebut adalah waktu penelitian tidak jauh setelah pemilihan bupati namun kelemahannya yaitu hanya untuk mengetahui pemanfaatan media dalam politik saja. Penelitian yang terakhir yakni memiliki kelebihan fokus ke jargon kampanye politik pilpres yang masih berkaitan dengan penelitian ini. Kekurangannya data yang dipaparkan hanya sebagian saja karena penelitian tersebut hanya berbentuk jurnal saja.

Berdasarkan kelemahan-kelemahan tersebut, peneliti bermaksud untuk menambahkan informasi khususnya mengenai olok-olok politik pilpres yang dianalisis berdasarkan segi bahasa dengan menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce. Penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yakni sama-sama membahas tentang politik dengan berdasarkan teori semiotika Charles Sanders Peirce dan sama-sama berobjek di media sosial. Namun, penelitian ini juga

memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yakni penelitian sebelumnya hanya meneliti citra dari pilpres, pemahaman kampanye politik, pengaruh media sosial twitter terhadap keadaan politik, dan yang terakhir memahami mitos jargon politik. Dengan berdasarkan hal tersebut yang didasarkan peneliti untuk meneliti penelitian olok-olok politik pilpres tahun 2019 di media sosial kajian semiotika Charles Sanders Peirce.

2. Semiotika

Olok-olok politik pilpres dijadikan peneliti sebagai objek karena di media sosial twitter dijadikan orang dan kelompok (golongan) untuk saling mengolok-olok seperti halnya : kecebong, kampret, dan sengkuni.

Pierce merumuskan tentang adanya fungsi tanda : tanda A menunjukan suatu fakta (atau objek B), kepada penafsirnya, yaitu C. oleh karena itu suatu tanda itu tidak pernah berupa suatu entitas yang sendirian, tetapi yang memiliki ketiga aspek tersebut (Sobur, 2009:41). sejalan dengan pernyataan tersebut Rusmana (2014:108) mengemukakan bahwa Pierce memandang tanda merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari objek referensinya serta pemahaman subjek atas tanda. Dengan demikian Pierce memandang adanya relasi triadik dalam semiotika, yaitu antara tanda, objek, dan interpretan

Dalam bagan tersebut dapat diartikan bahwa semiotika Charles Sanders Peirce saling berkaitan satu dengan yang lainnya yakni antara tanda dengan objek, objek dengan interpretan, dan interpretan dengan tanda. Kaelan (2009:194) menafsirkan tentang adanya fungsi tanda : tanda A menunjukan suatu fakta (objek B), kepada penafsirnya, yaitu C. oleh karena itu, suatu tanda itu tidak pernah berupa suatu entitas yang sendirian, tetapi yang memiliki ketiga aspek tersebut. Tanda A yang di maksudkan oleh Kaelan dalam bagan

tersebut di namakan tanda itu sendiri, objek B yang di maksud Kaelan dalam bagan tersebut ialah objek, sedangkan penafsir C ialah interpretan.

Bagi Peirce (Pateda, 2001:44) tanda "*is something which stands to somebody for something in some respect or capacity*". Suatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi, konsekuensinya tanda (*sign, representament*) selalu dalam triadik, yaitu tanda, objek, dan interpretan. Peirce juga mengklasifikasikan tanda yang dikaitkan dengan *ground* (dasar) dibaginya menjadi *qualisign*, *sinisign*, dan *legisign*. Kemudian, berdasarkan objeknya Peirce membagi tanda atas *icon*, *index*, dan *symbol*. Dan Interpretan dibagi atas *Rheme*, *Dicisign*, dan *Argument* (Sobur, 2009:41--42).

3. Olok-Olok Politik Pilpres

Olok-olok merupakan suatu istilah mengenai ejekan, lelucon, sindiran, dan ujaran kebencian. Dalam penelitian ini, olok-olok dikaitkan dengan politik pilpres maka olok-olok yang dimaksudkan ialah segala bentuk ejekan, lelucon, sindiran, dan ujaran kebencian yang berkaitan dengan politik pilpres. Badru mengatakan dalam buku terjemahan Qurtubi bahwasannya olok-olok sama halnya dengan *istahza'* adalah pelecehan dan penghinaan sekaligus atas perbuatan mereka. Kata olok-olok dibedakan menjadi dua. Pertama, mengolok-olok secara terang-terangan/langsung. Kedua, mengolok-olok secara tidak terang-terangan yaitu ucapan, perbuatan atau berbuat sesuatu yang secara tidak langsung menghina namun berisi merendahkan, menghina, mempermainkan, dan bersenda gurau didalamnya.

4. Politik Digital

Djalong & Kaunang (2017) menyebutkan bahwa belakangan ini di internet, khususnya media sosial tampil sebagai arena strategis dan taktis bagi diskusi dan debat politik berbagai kalangan termasuk kaum muda. Tidak terkecuali presiden dan mantan presiden, para politisi

tua dan muda, gubernur, bupati serta pejabat daerah memanfaatkan teknologi digital ini untuk berpendapat atau membela pendapatnya

Hal tersebut menggambarkan bahwa media sosial sudah menjadi satu diantara wadah diskusi untuk semua kalangan yang tidak terkecuali membahas politik. Di zaman teknologi ini mayoritas orang bisa menggunakan hak suaranya/pendapatnya di media sosial tanpa adanya sekat karena media sosial (publik virtual) tidak memilih-milih orang yang bersuara, seperti halnya sistem demokrasi di Indonesia yang memperbolehkan semua rakyat untuk bersuara. Maka dari itu, media sosial memungkinkan terjadinya kampanye politik, seperti yang disebutkan Hill dan Sen dalam Nuswantoro (2015:59) teknologi internet memungkinkan terjadinya kampanye virtual, lewat perang *website* dan pesan-pesan politik di dunia maya.

5. Media Sosial

Penggunaan media sosial untuk berpolitik praktis sudah dilakukan beberapa politikus asal amerika Barack Obama, dalam jurnal komunikasi yang di tulis Anshari (2013:4) menyatakan bahwa "keberhasilan menggunakan media sosial dipandang sebagai salah satu faktor kesuksesan Barack Obama dalam pemilihan presiden Amerika Serikat". hal tersebut merupakan salah satu manfaat media sosial dalam pemilihan presiden yang ada di Amerika Serikat.

Media sosial memiliki bermacam-macam jenis antara lain, *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan media yang digunakan untuk pengambilan data yakni *twitter*.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan objek penelitian olok-olok politik

pilpres 2019 di twitter. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah penyeleksian data, reduksi data, menyajikan data, dan kesimpulan. Sesuai dengan pendapat Moleong (2002:6) menyatakan bahwa istilah deksriptif merupakan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.

Pendekatan kualitatif di gunakan peneliti karena untuk mendapatkan makna di balik data yang tampak. Gejala sosial sering tidak bisa difahami berdasarkan apa yang diucapkan dan dilakukan orang. Setiap ucapan dan tindakan orang sering mempunyai makna tertentu (Sugiyono, 2006:26).

Hasil Penelitian

Tanda pada Olok-Olok Politik Pilpres Tahun 2019 Di Twitter

Tanda merupakan salah satu bentuk relasi triadik semiotika Charles Sanders Peirce. Tanda memiliki hubungan antara objek dan interpretan yang saling berhubungan. Tanda sendiri juga tergolong menjadi tiga macam yakni *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*. Ketiga macam tanda tersebut digunakan peneliti untuk mengkaji olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial sebagai berikut :

Qualisign Pada Olok-Olok POLITIK Pilpres Periode 2019 di Twitter

Qualisign merupakan bagian tanda dari semiotika Charles Sanders Peirce yang menunjukkan kualitas pada tanda itu sendiri, atau juga dapat dikatakan tanda yang dapat ditandai berdasarkan sifat. Olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial yang termasuk dalam *qualisign* adalah sebagai berikut,

- (1) Sampai lebaran kuda, penyelenggara pemilu selalu dituduh tidak adil bagi yang

kalah. Selalu akan dituduh berpihak inkumben. Sebetulnya bisa diatasi dengan mengembalikan penyelenggara ke Pemilu 1999. Penyelenggara dikembalikan ke Partai Politik. Pemilu 1999 tidak ada isu curang. (LK/01/19-6-2019)

Pada data (1) terungkap bahwa adanya olok-olok politik pilpres *lebaran kuda*, berasal dari kata *lebaran* yang menunjukkan suatu waktu perayaan umat Islam dan digabung dengan kata *kuda*, sehingga data (1) menunjukkan suatu sifat olok-olok pilpres.

(2) Jadi, Walaupun Kamu Punya Modal Dan Pengikut, Tapi Takdirmu Lain, Sampai Lebaran Kuda Pun, Tak Akan Jadi Presiden. Sadarlah Wahai Manusia (LK/02/22-6-2019)

Adapun data (2) termasuk sebagai *qualisign* karena dalam data terdapat kalimat yang tampak menggambarkan secara langsung olok-olok *lebaran kuda*, dalam data tersebut dapat digolongkan sebagai olok-olok politik sebab data (2) menunjukkan adanya sindiran kepada seseorang yang ingin menjadi presiden.

(3) Modal tagar doang pengen dadi presiden 😊 😊 😊 😊 😊 😊 😊 ampe lebaran kuda lu bakal tetep kotet.....kamfret kamfang otak somplak #MKTakAdilRakyatMenggugat (LK/03/27-6-2019)

Data (3) terungkap adanya olok-olok politik pilpres *lebaran kuda*, kata *lebaran kuda* bersifat menunjukkan suatu waktu. Data (3) juga berkaitan dengan pemilihan presiden sehingga kata *lebaran kuda* merupakan bentuk sindiran yang digolongkan peneliti sebagai olok-olok politik pilpres.

Berdasarkan klasifikasi semiotika Charles Sanders Peirce ketiga data tersebut

termasuk sebagai tanda bagian *qualisign* sebab ketiga data tersebut menunjukkan tanda yang dapat ditandai berdasarkan sifat berupa keadaan yang tampak pada data itu sendiri.

Sinsign Pada Olok-Olok POLitik Pilpres Periode 2019 di Twitter

Sinsign merupakan tanda atas dasar kenyataan atau juga dapat dikatakan sebagai eksistensi aktual pada benda atau peristiwa yang terjadi pada tanda. Beberapa olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial tergolong menjadi *sinsign* sebagai berikut,

(4) Kampret-kampret emg terlalu..Seenaknya blg Presiden gua dianggurin. Itu bule2 Italy lg diskusi untuk jawab pertanyaan susah dr Presiden gua..paham? Presiden gua lagi nunggu jawaban "5 nama ikan" itu. Kampret! (KMP/01/29-6-2019)

Berdasarkan data (4) menunjukkan bentuk peristiwa orang-orang bersama dengan presiden Jokowi dan peristiwa tersebut dijadikan cuitan dalam twitter yang tergolong sebagai olok-olok politik pilpres *kampret*. Peristiwa tersebut tergolong menjadi tanda olok-olok politik pilpres bagian *sinsign*.

(5) ketika kampret ingin menjadi cebong. (KMP/02/30-6-2019)

Data (5) terungkap adanya olok-olok politik *kampret*, termasuk dalam *sinsign* sebab data (5) menampilkan suatu bentuk nyata mengenai berita dari detik.com dengan judul "wakil ketua gerindra ngebet ingin koalisi dengan kangmas Jokowi".

(6) Akhirnya w ngerti arti logo & salamnya kampret (KMP/03/30-6-2019)

Pada data (6) menunjukkan tampilan logo dengan ditambahkan kata loser berbentuk miring, hal tersebut yang menjadikan data tersebut tergolong dalam *sinsign* karena data tersebut merupakan bentuk eksistensi aktual yaitu dengan adanya bentuk logo.

Legisign Pada Olok-Olok POLitik Pilpres Periode 2019 di Twitter

Legisign merupakan bentuk trikotomi dari tanda semiotika Charles Sanders Peirce. *Legisign* dapat diartikan sebagai tanda yang terjadi atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum, sebuah konvensi, sebuah kode. Olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial memiliki tanda yang tergolong sebagai *legisign* sebagai berikut,

- (7) #RakyatMenolakPutusanMK MK hanyalah Mahakamah Kecebong IQ 200 secomberan.Bukti kecurangan seabrek kok masih dibilang 01 gak curang? (KCB/01/28-6-2019)

Pada data (7) terdapat olok-olok politik pilpres *kecebong* dengan disertai foto orang berorasi mengangkat tangannya. Makna mengangkat tanganya tersebut dikaitkan dengan postingan menunjukkan tidak setuju terhadap suatu putusan. Peristiwa dalam data tersebut terdapat sebuah kode yang berarti data tersebut digolongkan sebagai *legisign*.

Objek Pada Olok-Olok Politik Pilpres Periode 2019 di Twitter

Objek merupakan bentuk dari salah satu triadik semiotika Charles Sanders Peirce. Objek di bagi menjadi tiga macam yakni ikon, indeks, dan simbol. Ketiga macam objek tersebut digunakan untuk mengkaji olok-olok politik pilpres periode

2019 bagian objek. Bentuk analisis dari olok-olok politik pilpres sebagai berikut,

Ikon Pada Olok-Olok Politik Pilpres Periode 2019 di Twitter

- (8) Akhirnya w ngerti arti logo & salamnya kampret (KMP/03/30-6-2019)

Pada data (8) terdapat kemiripan dengan salam dua jari dari calon presiden nomor urut 02 yakni Prabowo-Sandi. Salam dua jari dari capres Prabowo adalah jempol dan telunjuk tangan hal tersebut terdapat kemiripan dalam data (8) sehingga digolongkan sebagai ikon.

- (9) Udah dapet gelar S5...Sampun Sepuh Sanget Sekedap malih Sedho... Kok ya masih aja nggladrah...tobat Sengkuni, tobat.. Sengkuni ajak 100rb orang gelar aksi sidang putusan MK. (SKN/01/22-6-2019)

Data (9) merupakan bentuk kemiripan sifat Amien Rais dan Sengkuni, kemiripan sifatnya cerdas yakni mudah meraih simpati dan gampang mendapatkan pengikut, sehingga sama halnya dengan data yakni sengkuni mengajak 100 ribu orang untuk menggelar sidang putusan MK.

Indeks Pada Olok-Olok Politik Pilpres Periode 2019 di Twitter

Indeks juga termasuk macam-macam objek semiotika Charles Sanders Peirce yang berarti tanda yang memiliki keterkaitan peristiwa dan eksistensi (bentuk kehadiran) antara representant dan objeknya atau juga dapat diartikan hubungan sebab-akibat. Bentuk indeks dalam olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial sebagai berikut,

- (10) Kampret-kampret emg terlalu..Seenaknya blg Presiden gua dianggurin Itu bule2 Italy lg diskusi untuk jawab pertanyaan susah dr Presiden gua..paham?

Presiden gua lagi nunggu jawaban "5 nama ikan" itu

Kampret ! (KMP/01/29-6-2019)

Pada data (10) dalam sebuah objek digolongkan sebagai Indeks sebab dalam data tersebut terdapat olok-olok politik pilpres *kampret* yang dikaitkan dengan foto kejadian Jokowi menghadap berlawanan dengan orang-orang. Data (10) menunjukkan adanya hubungan sebab akibat terjadinya olok-olok politik *kampret* ingin menjadi *cebong* yang dikaitkan dengan foto waketum Gerindra dalam berita ingin berkoalisi dengan Jokowi.

(11) #RakyatMenolakPutusanMK
MK hanyalah Mahkamah Kecebong IQ 200 secomberan. Bukti kecurangan seabrek kok masih dibidang 01 gak curang?
(KCB/01/28-6-2019)

Data (11) menunjukkan sebuah aksi penolakan terhadap putusan Mahkamah Konstitusi, hal tersebut juga dapat diketahui dalam data tersebut terdapat tagar #RakyatMenolakPutusanMK sehingga pemilik akun @Palugada1924 mengolok-olok bahwa MK adalah Mahkamah Kecebong.

(12) #RakyatMenolakPutusanMK
Semprul....bukti begini jelas kok gak dipertimbangkan. MK memang Mahkamah Kecebong
(KCB/02/28-6-2019)

Pada data (12) menunjukkan adanya olok-olok politik pilpres *kecebong* yang dikaitkan dengan tagar #RakyatMenolakPutusanMK bahwa merupakan mahkamah *kecebong*.

Simbol Pada Olok-Olok Politik Pilpres Periode 2019 di Twitter

Simbol merupakan bentuk objek yang tergolong dalam objek semiotika Charles Sanders Peirce. Simbol dapat diartikan

tanda yang bersifat konvensional (kesepakatan sosial), tanda-tanda kebahasaan biasanya adalah simbol-simbol. Olok-olok politik pilpres periode 2019 yang digolongkan sebagai simbol adalah sebagai berikut,

(13) Untuk saya sendiri,kecebong gak boleh ikut2an. (KCB/03/29-6-2019)

Data (13) merupakan bentuk perayaan kemenangan Prabowo sebagai presiden dengan ditambah tumpeng kemenangan. Postingan bertuliskan untuk saya sendiri *kecebong* tidak boleh ikut-ikutan, dalam postingan tersebut terdapat olok-olok politik pilpres *kecebong* yang dihubungkan dengan data (13) bermakna pendukung Jokowi karena tumpeng kemenangan tersebut untuk pendukung Prabowo yang sudah merayakan kemenangannya sendiri.

(14) He sengkuni bebek. Lumpuh amin rais dmn gerangan Tuhanmu tdk ngabulkan doamu dan gerombolanmu??? Ketika kalian2 berdo smp bikin bisung telinga phk lain Tuhanmu pssnya lagi dmn ya kira2 saat itu?? Kasihan deh kamu Mien... Justru doa phk yg kmu tuduh curang yg dikabulkan Alloh (SKN/03/28-6-2019)

Data (14) merupakan bentuk kesepakatan masyarakat menenghai berita Amien Rais bahwa Sengkuni dalam postingan tersebut dikaitkan dengan berita cnn indonesia mengenai konferensi bersama Amien Rais.

(15) Buat Wan Bangau @Sandiuno Kalo Mau Sowan Ke Pondok Cirebon .Nanti Saja Ya Habis Pilpres. Untuk Sementara Kunjungan Kamu Berbau Politik. Jadi Kalo Masih Punya Niat Silahturohmi Ke Pondok Di

Cirebon Nanti Setelah Pilpres.
(BG/02/3-3-2019)

Pada data (15) merupakan postingan yang ditujukan langsung terhadap Sandiaga Uno yakni “ buat wan bangau @sandiuno kalo mau sowan ke pondok cirebon nanti saja ya habis pilpres untuk sementara kunjungan kamu berbau politik jadi kalo masih punya niat silaturahmi ke pondok cirebon nanti setelah pilpres”. kata bangau merupakan salah satu olok-olok politik pilpres.

Intepretan Pada Olok-Olok Politik Pilpres Periode 2019 di Twitter

Interpretan merupakan bentuk triadik atau trikotomi semiotika Charles Sanders Peirce. Trikotomi semiotika Charles Sanders Peirce adalah tanda, objek dan interpretan. Interpretan terbagi menjadi tiga macam yaitu *rheme*, *decisign*, dan argumen. Dalam penelitian ini olok-olok politik pilpres yang tergolong dalam interpretan di bagi menjadi tiga triadik sebagai berikut,

Rheme Pada Olok-Olok Politik Pilpres Periode 2019 di Twitter

Rheme merupakan bagian dari argumen yang digunakan peneliti untuk menganalisis olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial. Data yang termasuk dalam *rheme* sebagai berikut,

- (16) Provokator perang badar si Sengkuni. Hayok @DivHumas_Polri tangkap. Yg dipanasi rakyat Radikal Goblok Yg anarki yg mati rakyat radikal goblok. Provokator kabur dpt duit. Hi3 #02JualanAgamaDiBulanSyawal #212JihadSangitBelaWoMenang Hoax #01MenangTotaldiMK (SKN/02/24-6-2019)

Data (16) merupakan *rheme* karena orang dapat memaknai postingan yang terdapat olok-olok politik pilpres sengkuni tersebut merupakan provokator dari massa Prabowo, sehingga sengkuni tersebut dapat dimaknai orang yang memprovokatori adanya perang badar jika Prabowo kalah saat pilpres periode 2019 meskipun tiap individu juga memiliki pemaknaan yang berbeda

Decisign Pada Olok-Olok Politik Pilpres Periode 2019 di Twitter

Decisign merupakan penanda yang menginformasikan tentang penandanya, atau juga dapat diartikan tanda sesuai kenyataan. *Decisign* digunakan peneliti untuk menganalisis olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial sebagai berikut,

- (17) Kampret-kampret emg terlalu..Seenaknya blg Presiden gua dianggurin Itu bule2 Italy lg diskusi untuk jawab pertanyaan susah dr Presiden gua..paham? Presiden gua lagi nunggu jawaban "5 nama ikan" itu Kampret ! (KMP/01/29-6-2019)

Data (17) digolongkan sebagai *decisign* berupa postingan yang berkaitan dengan olok-olok politik pilpres kampret dan di kaitkan dengan foto Jokowi bersama orang-orang.

- (18) ketika kampret ingin menjadi cebong (KMP/02/30-6-2019)

Data (18) merupakan kejadian sesuai kenyataan bahwa waketum Gerindra ingin berkoalisi dengan Jokowi, namun pemilik akun @Ajieavatara menambahkan olok-olok politik pilpres dalam postingannya bertuliskan bahwa ketika kampret ingin menjadi cebong, jika disesuaikan dengan foto maka kampret tersebut diibaratkan sebagai waketum gerindra yakni orang yang

mendukung Prabowo dalam pemilihan presiden tahun 2019.

(19) Udah dapet gelar S5...Sampun Sepuh Sanget Sekedap malih Sedho... Kok ya masih aja ngladrah..... tobat Sengkuni, tobat..Sengkuni ajak 100rb orang gelar aksi sidang putusan MK. (SKN/01/22-6-2019)

Data (19) merupakan bentuk nyata ajakan Amien Rais kepada 100 ribu orang untuk menggelar aksi sidang putusan MK terhadap pilpres 2019. dalam hal ini, pemilik akun @KanjengRaden terdapat olok-olok sengkuni yang dapat dimaknai sebagai Amien Rais.

Argumen Pada Olok-Olok Politik Pilpres Periode 2019 di Twitter

Argumen tergolong sebagai triadik interpretan, argumen merupakan tanda yang memberikan alasan tentang sesuatu. Olok-olok politik pilpres periode 2019 yang termasuk dalam argumen sebagai berikut,

(20) Akhirnya w ngerti arti logo & salamnya kampret (KMP/03/30-6-2019)

Pada data (20) terungkap bahwa sebuah logo berbentuk jari ibu dan jari telunjuk dengan tulisan *looser* yang dapat dimaknai sebuah sindiran kekalahan Prabowo-Sandi dalam pilpres tahun 2019. Akun @punkdut tersebut terdapat olok-olok politik pilpres kampret, sehingga dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa olok-olok politik pilpres kampret tersebut ialah pendukung Prabowo selaku salah satu calon presiden tahun 2019.

(21) #RakyatMenolakPutusanMK MK hanyalah Mahakamah Kecebong IQ 200 secomberan. Bukti kecurangan seabrek kok

masih dibilang 01 gak curang? (KCB/01/28-6-2019)

Pada data (20) terungkap bahwa bentuk aksi demo terhadap putusan mahkamah konstitusi yang memutuskan bahwa 01 (calon presiden nomor urut satu) tidak curang dalam pilpres tahun 2019, sehingga dapat disimpulkan bahwa olok-olok politik pilpres kecebong dalam data tersebut dimaknai pendukung Jokowi.

(22) #RakyatMenolakPutusanMK Semprul....bukti begini jelas kok gak dipertimbangkan. MK memang Mahkamah Kecebong (KCB/02/28-6-2019)

Data (22) menunjukkan foto hak suara sebagai bukti kecurangan calon presiden 01 dan tidak dipertimbangkan oleh mahkamah konstitusi, jadi dalam data tersebut olok-olok politik pilpres kecebong dimaknai pendukung Jokowi.

Pembahasan

Adanya Hubungan Elektabilitas Pilpres Tahun 2019 Dengan Media Sosial Twitter

Elektabilitas menurut Abramowitz dalam Wibowo (2018:32) adalah kemampuan seseorang kandidat untuk mempengaruhi persepsi dari para pemilih untuk memilih dirinya pada saat waktu pemilihan dilaksanakan. Dalam kamus besar bahasa indonesia elektabilitas adalah tingkat keterpilihan yang disesuaikan dengan kriteria pilihan. Dalam penegertian tersebut jika dikaitkan dengan penelitian ini maka elektabilitas pilpres 2019 merupakan adanya suatu cara untuk mempengaruhi seseorang untuk memilih seorang presiden.

Penelitian dengan judul olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial jika dikaitkan dengan penelitian dahulu yang relevan seperti "pengaruh twitter terhadap partisipasi politik remaja dalam

pilkada serentak 2015 pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi dan informatika universitas muhammadiyah surakarta angkatan 2017” yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Afindiary Novalindaviani. Sejak tahun 2017 telah di teliti pengaruh media sosial twitter terhadap partisipasi politik dalam pilkada sampai saat ini elektabilitas dalam media sosial twitter juga masih berpengaruh untuk memilih seseorang bahkan untuk menjatuhkan seseorang.

Pada penelitian relevan yang lain yakni “Media Sosial Facebook Sebagai Ruang Komunikasi Politik dalam PILKADA di Kabupaten Gowa Tahun 2015” yang telah dilakukan Nurvahirah Universitas Alauddin Makassar pada tahun 2016 tampak bahwa suatu media sosial dengan politik masih berkesinambungan sebab pada era yang sekarang media sosial seperti facebook, twitter, maupun instagram sudah menyajikan ruang untuk mengeluarkan aspirasi di publik dunia maya.

Dari kedua penelitian yang relevan tersebut masih berkesinambungan dengan penelitian olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial, berkesinambungan dalam hal sama-sama membahas tentang politik yang dikaitkan dengan media sosial. Adapun beberapa data dalam penelitian ini yang tergolong untuk menurunkan elektabilitas calon presiden Joko Widodo,

Disfemisme Dalam Media Sosial Twitter Sebagai Bahan Ajar Bahasa Indonesia di Sekolah

Disfemisme menurut Glück dalam Kurniawati (2011:53) adalah “*schlechte, obszöne Reden führen, Blasphemie betreiben*” (ucapan atau kalimat yang jelek, cabul, menghujat). Disfemisme juga merupakan ungkapan yang bias, melukai atau menyinggung, mengungkapkan hal-hal yang tabu, menggunakan kata-kata umpatan atau makian (*Schimpfwörter*) dan kata-kata yang bersifat vulgar (*Vulgarismen*).

Chaer (2007: 154) mengemukakan bahwa disfemisme mengakibatkan perasaan terhadap pembaca atau pendengar merasa tidak nyaman, tertekan, sakit hati, atau tersinggung karena disfemisme adalah upaya penggunaan bahasa yang mengarah pada makna kasar untuk menggantikan kata-kata dan ungkapan yang terasa halus. Jadi dapat diartikan bahwa disfemisme adalah bahasa kasar.

Hubungan disfemisme dengan penelitian ini adalah adanya olok-olok politik pilpres yang menggunakan bahasa kasar selain itu ada pula olok-olok politik pilpres dalam bentuk sindiran. Jika dikaitkan dengan pendidikan maka dapat dimanfaatkan sebagai bahan ajar muatan pelajaran bahasa indonesia kurikulum 2013 kelas VIII dengan KI dan KD yakni,

KI 4 mengolah, menyaji, dan menalar dalam ranah konkret (menggunakan, mengurai, merangkai, memodifikasi, dan membuat) dan ranah abstrak (menulis, membaca, menghitung, menggambar, dan mengarang) sesuai dengan yang dipelajari di sekolah dan sumber lain yang sama dalam sudut pandang/teori.

KD. 4.11 menangkap makna teks cerita moral/fabel, ulasan, diskusi, cerita biografi, baik lisan maupun tulisan. (Permendikbud No 68 Tahun 2013 halaman 41).

Disfeminisme pada olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial twitter dijadikan sebagai contoh bahan ajar bagi siswa untuk menerapkan KD 4.11 dan dalam dapat digunakan untuk mengajarkan etika berbahasa di media sosial. Disfemisme dapat dijadikan sebagai bahan ajar bagi siswa di SMP kelas VIII. Bentuk penerapannya dalam sekoalah yakni dapat dilakukan dengan membaca fenomena disfeminisme yang diberikan oleh pendidik untuk di cari makna yang terkandung didalamnya kemudian mencari fenomena

disfenimisme secara individu di media sosial.

Kesimpulan

Berdasarkan fokus dan tujuan penelitian serta penganalisisan data maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut,

Pertama, tanda olok-olok politik pilpres terbagi menjadi tiga yakni *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*. Tanda yang paling banyak di temukan dalam olok-olok politik pilpres periode 2019 di twitter ialah *sinsign*, tanda yang tergolong *sinsign* berjumlah tujuh belas. Tanda olok-olok politik pilpres menampilkan suatu postingan mengenai olok-olok politik yang terjadi di media sosial pada tahun 2019. Adapun tanda yang tergolong *qualisign* dan *legisign* hanya minoritas sebab tanda yang menunjukkan suatu sifat dari tanda itu sendiri sedikit serta yang menunjukkan suatu peraturan umum atau kode hanya sedikit, sedangkan banyak tanda-tanda yang menunjukkan suatu kenyataan dengan ditandai dengan adanya foto.

Kedua, objek olok-olok politik pilpres dalam penelitian ini sebagian besar terjadi karena adanya hubungan sebab dan akibat pemilu pada tahun 2019, sehingga objek olok-olok politik pilpres mayoritas tergolong sebagai indeks. Objek yang termasuk ikon hanya terdapat pada data (22) dan data (23) yakni adanya hubungan kemiripan logo dan sifat, kemudian objek yang termasuk sebagai simbol hanya empat. Objek memiliki keterkaitan dengan tanda dan interpretan sehingga objek dalam penelitian ini sebagai penunjang untuk mengetahui makna olok-olok politik pilpres periode 2019 di media sosial.

Ketiga, interpretan pada olok-olok politik pilpres merupakan penafsiran yang dilakukan peneliti berdasarkan tanda dan objek yang ada. Olok-olok politik pilpres

yang terdapat dalam penelitian ini ialah kampret yang pada dasarnya bermakna kelalawar kecil pemakan serangga, namun pada politik pilpres kata kampret dimaknai golongan pendukung Prabowo sebagai calon presiden tahun 2019. Kata kecebong yang pada dasarnya bermakna larva hewan katak yang hidup di air dan bernafas dengan insang serta berekor, namun pada pilpres di tahun 2019 kata kecebong berarti golongan pendukung Jokowi selaku calon presiden periode 2019. Kata sengkuni merupakan tokoh antagonis yang ada dalam cerita mahabharata, namun sekarang jika dikaitkan dengan data dan teori semiotika sengkuni ialah tokoh politik Amien Rais.

Kata yang digunakan olok-olok politik pilpres selanjutnya ialah petugas partai, kata petugas partai dapat diartikan orang yang ditugasi dari suatu partai politik. Dalam olok-olok politik Jokowi diartikan sebagai petugas dari partai PDIP. Bagau adalah jenis unggas yang kaki, leher, dan paruhnya panjang. Dalam olok-olok politik pilpres bangau digambarkan sebagai sandiaga uno selaku calon wakil presiden tahun 2019.

Kata lebaran kuda digunakan dalam olok-olok politik pilpres yang pada mulanya kata lebaran kuda merupakan kata yang tidak padu, namun dalam olok-olok politik pilpres kata tersebut digunakan untuk mengolok-olok dalam bentuk sindiran yang bermakna waktu yang tidak akan pernah ada. Olok-olok politik pilpres selanjutnya ialah bani onta digunakan untuk mengolok-olok dalam bentuk samaran yang berarti orang-orang yang tergolong ormas FPI dan HTI.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang berkaitan dengan olok-olok

politik pilpres periode 2019 di media sosial : kajian semiotika diantaranya,

(a) Bagi pendidikan yakni penelitian ini dapat diaplikasikan sebagai bahan ajar dalam pelajaran bahasa indonesia mengenai disfemisme di media sosial twitter serta etika berbahasa di media sosial yang dikaitkan pada SMP kelas VIII KD 4.11 menangkap makna teks cerita moral/fabel, ulasan, diskusi, cerita biografi, baik lisan maupun tulisan.

(b) Bagi peneliti lain agar mengadakan penelitian lanjutan mengenai olok-olok politik pilpres. Penelitian ini fokus menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan untuk melengkapi teori semiotika yang lainnya mengingat penelitian bahasa yang berkaitan dengan politik khususnya pilpres masih bisa terus berkembang.

Daftar Rujukan

- Anshari, Faridhian. 2013. *Komunikasi Politik di Era Media Sosial*, 8.
- Chaer, Abdul. 2007. *Sintaksis Bahasa Indonesia Pendekatan Proses*. Jakarta : Rineka Putra.
- Djalong, Frans & Kaunang, Hendrikus. 2017. *Demokras Digital : Masalah dan Tantangan bagi Masyarakat Politik Indonesia*.
- Kaelan. 2009. *Filsafat Bahasa Semiotika dan Hermeneutika*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kurniawati, Heti. 2011. *Eufemisme dan Disfemisme Dalam Spiegel Online*. Litera.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nuswantoro, Aloysius, Ranggabumi. (2015). *Politik Internet Indonesia : Ide Bebas*

Terhadap Perkembangan Politik, Ekonomi, dan Demokrasi, 12.

- Pateda, Mansoer. 2001. *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rusmana, Dadan. 2014. *Filsafat Semiotika*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suwarno. 2012. *Sejarah Politik Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.
- Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Wibowo. 2018. *Akuntabilitas Partai Politik & Elektabilitas Partai Politik*. Yogyakarta . Universitas Kristen Duta Wacana.