

ANALISIS KOMUNIKASI BUDAYA PEMBERITAAN MEDIA MASSA BUZZERWORD POLITISI

Achmad Budiman Sudarsono

*Universitas Satya Negara Indonesia
Jalan Arteri Pondok Indah, No. 11. Jakarta Selatan
ach.budimans@gmail.com*

Abstrak. Pemilihan Presiden (Pilpres) tahun 2019 ini merupakan ulangan dari Pilpres 2014, kala itu Jokowi (Jokowi) yang berpasangan dengan Jusuf Kalla berhasil merebut kepercayaan publik Indonesia untuk menjadi Presiden. Kini kontestan Calon Presiden 2019 mempertemukan kembali Jokowi dan Prabowo di dalam merbutkan RI-1. Berbagai Strategi dirancang untuk mendapatkan kepercayaan publik. Hingga ucapan kontroversial yang diucapkan oleh Jokowi dan Prabowo saat melakukan pidato di depan media massa. Jokowi mengucapkan kata “Sontoloyo” dan Prabowo mengucapkan “Tampang Boyolali”. Ucapan-ucapan tersebut langsung di *ekspos* media massa dan dipersepsikan oleh masyarakat. Pro kontra ucapan terus bergulir, hingga kedua Capres mengungkapkan kata maaf atas ucapan yang dilontarkan. Kita tahu media massa memiliki pengaruh besar di dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Peneliti menggunakan teori Kajian Budaya Stuart Hall yang memaparkan mengenai ide-ide, gambaran-gambaran (images), dan praktik-praktik (practices) yang menyediakan cara-cara menyatakan, bentuk-bentuk pengetahuan, dan tindakan yang terkait dengan topik tertentu, aktivitas social atau tindakan institusi dalam masyarakat. Media juga digunakan sebagai tempat di mana ide-ide berputar sebagai kebenaran dan sebagai alat yang efektif untuk memarginalkan dan menghapuskan kebenaran yang sesungguhnya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metodologi kualitatif dengan cara metode wawancara mendalam ke pada narasumber yang paham di bidangnya.

Kata Kunci: Buzzerword Capres, Komunikasi Budaya, Media

Abstract. *The 2019 Presidential Election (Pilpres) is a repeat of the 2014 Presidential Election, at that time Jokowi (Jokowi) who was paired with Jusuf Kalla managed to win the trust of the Indonesian public to become President. Now the 2019 Presidential Candidate contestants reunite Jokowi and Prabowo in the struggle for RI-1. Various strategies are designed to gain public trust. Until the controversial remarks uttered by Jokowi and Prabowo during their speeches in front of the mass media. Jokowi said the word “Sontoloyo” and Prabowo said “Boyolali look”. These utterances are directly exposed to the mass media and are perceived by the public. The pros and cons of the words continued to roll, until the two presidential candidates expressed their apologies for the words that were said. We know the mass media has a big influence in providing information to the public. The researcher uses Stuart Hall’s theory of Cultural Studies which describes ideas, images, and practices that provide ways of expressing, forms of knowledge, and actions related to certain topics, social activities, or institutional action in society. The media are also used as a place where ideas spin as truth and as an effective tool to marginalize and eliminate the real truth. In this research, the author uses a qualitative methodology by means of in-depth interviews with resource persons who are knowledgeable in their field.*

Keywords : Buzzerword Candidate, Cultural Communication, Media

PENDAHULUAN

Salah satu materi menarik untuk dianalisis dalam konteks budaya

masyarakat dan komunikasi politik pada masa kampanye pemilihan presiden (pilpres) dan pemilihan calon legislatif

(pileg) 2019 adalah keluarnya sejumlah *buzzerword* (ungkapan khas) dari calon presiden (capres) maupun calon wakil presiden (cawapres). Di antara ungkapan yang menjadi viral di media sosial maupun media konvensional adalah ungkapan dari capres Joko Widodo, yakni ungkapan “politikus sontoloyo” dan “genderuwo politik”. Kemudian ungkapan cawapres KH Ma’ruf Amin “budek dan tuli”, dan ungkapan “tampang Boyolali” dari capres Prabowo Subianto.

Penelitian ini hanya memfokuskan pada ungkapan “sontoloyo” dan “tampang boyolali” yang diungkapkan oleh Capres Jokowi dan Prabowo, karena ungkapan inilah yang responnya relatif variatif, baik dari lawan politik Jokowi dan Prabowo, maupun publik. Selain itu ungkapan “sontoloyo” ini pernah dilontarkan oleh Soekarno, sebelum ia menjabat presiden pertama RI, dalam tulisannya berjudul “Islam Sontoloyo” yang dimuat pada Majalah *Pandji Islam* tahun 1940 (Isnaeni, 2018). Sedangkan ungkapan “tampang boyolali” baru diucapkan oleh Prabowo.

Presiden sekaligus capres Joko Widodo mengatakan ungkapan “politikus sontoloyo” saat acara pembagian 5.000 sertifikat lahan di Jakarta Selatan (23/10/2018). Sehari kemudian (24/10/2018) Jokowi mengungkapkan alasan mengapa ia mengeluarkan ungkapan tersebut. Jokowi mengaku jengkel kepada politikus yang mengadu domba, memfitnah, dan memecah belah untuk meraih kekuasaan. Jokowi mengakui tadinya ia berupaya mengerem mengeluarkan kata “sontoloyo”, namun ia merasa sudah sangat jengkel, sehingga mengeluarkan kata “sontoloyo” (*Kompas.com*, 2018).

Sementara ungkapan “tampang boyolali” yang diungkapkan oleh Prabowo

terlontar saat melakukan pidato di Jawa Tengah. Setelah ungkapan tersebut, Prabowo mengungkapkan permintaan maaf yang diunggah melalui video yang difasilitasi oleh Koordinator Juru Bicara Badan Pemenangan Nasional (BPN). Prabowo juga mengaku bersedia berdialog dengan pihak-pihak yang merasa tersinggung dengan ucapan itu. (*Kompas.com*, 2018)

Apabila dilihat dari konteks pertarungan pilpres, kata “sontoloyo” jelas ditujukan Jokowi kepada lawan-lawan politiknya. Begitu banyak komentar terkait istilah “sontoloyo”. Wapres Jusuf Kalla menilai, kata “sontoloyo” maupun kata “genderuwo” termasuk kampanye negatif, meskipun tidak termasuk *black-campaign*” seperti fitnah. Begitupula ungkapan “tampang boyolali” dimaknai sebagai sindiran kepada lawan politiknya yang dimaknai lain oleh lawan politik Prabowo.

Pengamat politik dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Siti Zuhro menilai bahwa sejauh ini kritik yang dilontarkan dua orang pasang capres dan cawapres masih memuat pernyataan yang sarkastik. Menurutnya orang Indonesia masih mengandalkan seberapa sarkastik bahasa itu supaya *punch*, tapi ini salah. Kritik yang meninggalkan kesan melecehkan atau merendahkan pihak lain harus dihindari (<https://kompas.com>, 14/11/2018).

Salah satu responen menarik terhadap ungkapan “sontoloyo” Jokowi adalah “serangan balik” dari kubu Prabowo-Sandi, yakni Wakil Ketua DPR-RI yang juga Wakil Ketua Umum Partai Gerindra, Fadli Zon, dengan puisinya berjudul “Sontoloyo”. Selanjutnya bait-bait puisi tersebut dijadikan video klip, dengan lirik tetap dari puisi Fadli Zon secara utuh, aransemen lagu oleh Sang Alang, dan

vokalis bertiga (Ahmad Dhani, Sang Alang, dan Fadli Zon sendiri). Fadli menggugah rekaman lagu “Sontloyo” yang berdurasi tiga menit 19 detik ini melalui akun *Twitter*-nya pada pukul 18.09 WIB (10/11/2018). Lagu “Sontoloyo” menjadi viral karena juga dipublikasikan pada @YouTube, melalui youtu.be/lqCz1ioX98Y.

Ditinjau dari segi budaya komunikasi, kata “sontoloyo” dan “tampang boyolali” bukanlah suatu jargon. Jargon adalah suatu kata atau istilah yang hanya dipahami oleh komunitas tertentu atau terbatas (Liaw, 2013: 662). Misalnya, di lingkungan polisi berlaku jargon tertentu yang hanya dipahami oleh kalangan polisi, seperti kargo “10-4” (artinya “OK”), “*tanggo*” (artinya “*thank you*”) “*Code eight*” (berarti situasi serius ketika seorang polisi membutuhkan bantuan segera). Ungkapan “sontoloyo” dan “tampang boyolali” bukan jargon mengingat istilah itu bukan istilah eksklusif suatu komunitas, melainkan dipahami secara terbuka, sekurang-kurangnya oleh penduduk berbahasa Jawa yang merupakan suku dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia, mencakup 83.865.724 jiwa atau mencakup 41,71 persen penduduk RI (Pitoyo & Triwahyudi, 2017: 66). Dengan kata lain, ungkapan “sontoloyo” merupakan bagian dari produk kebudayaan dominan di Indonesia.

Istilah “sontoloyo” juga bukan merupakan bahasa gaul (“*slang*”), Istilah “*slang*” muncul sebagai respons terhadap suatu kebutuhan. Ketika kata-kata “tua” terasa terlalu sering digunakan dan kehilangan dampaknya, maka kata-kata baru berupa *slang* dimunculkan di antara suatu komunitas, sehingga kata-kata lama diganti dengan kata-kata baru dengan makna “baru” (Liaw, 2013:663). Kata “sontoloyo” bukan kata *slang*, karena kata

“sontoloyo” bukan merupakan kata baru, tapi kata yang telah lama hidup di kalangan masyarakat berbahasa Jawa.

Persoalan mengenai perkataan “sontoloyo” dan “tampang boyolali” saat ini terlihat semakin menarik, saat media cetak, elektronik, dan online, memberitakannya. Kajian tersebut masuk di dalam kajian media dan budaya, atau yang lebih dengan *Media and Cultural Studies*, pada dasarnya mencoba untuk menggoyang kemapanan berfikir kita tentang “realitis” dan apa yang dimaksud dengan “real” (yang sebenarnya) dalam kehidupan budaya kita sehari-hari. Dalam dunia yang sudah dipenuhi dengan *images* atau gambar-gambar, dan tulisan-tulisan yang ada di Koran, televisi, film, video, radio, iklan, novel, dan lain sebagainya, car kita menentukan diri kita atau mendefinisikan identitas kita dan lingkungan sekitar kita ternyata bervariasi dan berbeda satu sama lain. (Ida, 2014:10)

Budaya dan media adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan, karena keduanya memiliki suatu hubungan yang saling berkaitan. Budaya dan media merupakan kajian yang memiliki daya tarik sendiri. Daya tarik dari kajian ini terletak pada bagaimana media tersebut mempengaruhi budaya begitu juga sebaliknya bagaimana budaya mempengaruhi media dalam memproduksi kontennya.

TINJAUAN LITERATUR KAJIAN BUDAYA

Kajian budaya atau dikenal dengan *cultural studies*, adalah sebuah formasi diskursif, demikian Stuart Hall menyebutnya. Hal menyatakan bahwa kajian budaya adalah sebuah kluster (atau formasi) ide-ide, gambaran-gambaran (*images*), dan praktik-praktik (*practices*) yang menyediakan cara-cara menyatakan,

bentuk-bentuk pengetahuan, dan tindakan yang terkait dengan topik tertentu, aktivitas social atau tindakan institusi dalam masyarakat (Hall, 1997:6)

Stuart Hall menjelaskan bahwa kajian media dan budaya, atau yang lebih dikenal dengan *Media and Cultural Studies*, pada dasarnya mencoba untuk menggoyang keamanan berfikir kita tentang “realitas” dan apa yang dimaksud dengan *real* (yang sebenarnya) dalam kehidupan budaya kita sehari-hari. Dalam dunia yang sudah dipenuhi dengan *images* atau gambar-gambar, dan tulisan-tulisan yang ada di Koran, televisi, film, video, radio, iklan, novel, dan lain sebagainya, cara kita menentukan diri kita atau mendefinisikan identitas kita dan lingkungan sekitar kita ternyata bervariasi dan berbeda satu sama lain.

Di era yang disebutnya sebagai *media saturated world* saat kehidupan manusia telah dimediasi oleh media massa, dan cara kita melihat, memandang, memahami dan berperilaku terhadap realitas social telah di antarai oleh media massa. Apa yang ada disekitar kita, menentukan cara kita bertindak dan berperilaku terhadapnya, karena apa yang kita lihat, tonton, baca, dengarkan, dan nikmati dari media massa seolah ‘mengajarkan’ kita untuk melakukan seperti itu. Pada kenyataannya, budaya kita sebenarnya juga dibentuk oleh media massa yang kita nikmati tiap harinya.

Barker dalam bukunya membagi deinsi kajian budaya (*cultural studies*) dalam empat elemen; *pertama*, kajian budaya adalah kajian interdisipliner (antar disiplin ilmu) dimana perspektif-perspektif dari disiplin ilmu yang berbeda dipakai untuk menjelaskan tentang budaya dan kekuasaan (*culture and power*). *Kedua*, kajian budaya begitu memperhatikan

semua praktik-praktik , institusi-institusi (social, politik, budaya, ekonomi, dsb), dan sistem-sistem klasifikasi yang terjadi dalam komunitas-komunitas dengan nilai budaya tertentu, kepercayaan tertentu, kompetensi-kompetensi tertentu, kehidupan rutin tertentu, dan bentuk-bentuk kebiasaan tindakan mereka. *Ketiga*, kajian budaya mempersoalkan dan mempertanyakan secara kritis bentuk-bentuk ‘power’ atau kekuasaan yang bervariasi dan berbeda-beda yang meliputi; gender, ras, kelas, kolonialisasi, dsb. Kajian budaya dalam hal ini mencari hubungan antara kekuasaan tersebut dan perkembangannya cara berfikir tentang budaya dan kekuasaan yang dapat digunakan oleh agen-agen pembuat perubahan. *Keempat*, kajian budaya tidak hanya merupakan disiplin akademik, melainkan juga mencoba untuk mencari hubungan di luar akademik dengan gerakan-gerakan atau perubahan – perubahan social dan politik, pekerja dalam institusi-institusi budaya dan manajemen budaya. (Barker, 2012:29)

KONSEP KAJIAN BUDAYA

Konsep-konsep kunci dalam kajian budaya antara lain, menurut Barker (2012: 7-10):

1. Praktik-praktik budaya (*signifying practices*) dalam masyarakat yang menghasilkan makna. Budaya yang dimaksudkan adalah makna social yang dibagi, yakni bagaimana dunia (dan kehidupannya) dimaknai. Bahasa, bagi kajian budaya, bukan merupakan medium yang netral bagi formasi makna dan pengetahuan tentang dunia objek yang independen ‘*out there*’ atau di luar. Bahasa digenerasikan melalui tanda-tanda yang terbentuk dan dihasilkan dalam system social. Oleh karenanya itu produksi makna

- itulah yang disebut sebagai praktik-praktik signifikansi.
2. Representasi, pertanyaan dasar dari studi-studi budaya adalah pada representasi-representasi, yakni pada bagaimana dunia dikonstruksi secara social dan direpresentasikan kepada dan oleh kita dalam cara-cara yang bermakna. Dalam hal ini studi budaya mengajarkan kepada kita kebutuhan untuk melakukan investigasi bagaimana makna diproduksi dalam berbagai konteks. Representasi budaya dan makna mempunyai materialitis tertentu; yakni melekat pada suara (*sound*), tulisan-tulisan/pesan/symbol (*inscriptions*), objek, gambar (*image*), buku-buku, majalah, dan program-program televisi. (Barker 2012:8)
 3. Materialisme dan Non-reductionism. Kajian budaya selama ini focus pada ekonomi industrialisasi modern dan budaya media yang terorganisasir dalam garis kapitalis. Representasi kemudian dilihat sebagai hasil produksi dari korporasi yang diatur dan diarahkan oleh motif atau orientasi profit/keuntungan. Kajian budaya mengembangkan kajian-kajian yang mengarah pada bentuk-bentuk materialism budaya yang menekankan pada kajian bagaimana dan mengapa makna-makna di hasilkan seperti itu pada kondisi atau saat diproduksi.
 4. Artikulasi. Kajian budaya juga memilih menggunakan konsep artikulasi, dalam rangka untuk menteorikar hubungan-hubungan antara komponen dari formasi social. Konsep artikulasi adalah konsep yang dimaksudkan adalah upaya melakukan representasi/ekspresi dan membawa bersama atau *putting together*. Maka, representasi gender, tidak hanya bicara bagaimana peran social perempuan dan laki-laki produksi, melainkan juga persoalan ras menjadi penting.
 5. Kekuasaan (power). Bagi kajian budaya, konsep 'kekuasaan' menjadi sentral pertanyaan dalam studi-studinya. Kekuasaan selalu berada di setiap tingkatan hubungan social. Kekuasaan tidak hanya yang menyatukan kebersamaan social atau keseragaman, atau menekankan tekanan melalui subordinasi terhadap proses-proses social, tindakan social dan hubungan yang terjadi. Dengan kata lain, kajian budaya begitu memperhatikan persoalan kelompok yang tersubordinasi atau disubordinasi, baik kelas sosialnya, ras, gender, bangsa, kelompok usia dan sebagainya.
 6. Budaya populer. Kajian budaya melihat budaya populer seringkali menjadi dasar kajiannya. Budaya pop yang diproduksi menghasilkan banyak sekali praktik-praktik proses produksi makna yang beragam. Dalam budaya pop, nilai-nilai, ideologi, subordinasi, representasi dan eksistensi kekuasaan dan ekonomi politik diartikulasikan. Program televisi, iklan, buku, majalah, menjadi medium menuliskan kepentingan, kekuasaan, nilai-nilai, ideologi, subordinasi, dan sebagainya.
 7. Teks dan pembaca/penonton. Kajian budaya memperhatikan

elemen medium seperti teks, terutama praktik-praktik teks yang terhegemoni. Teks tidak hanya berupa tulisan, melainkan juga gambar, suara, objek (seperti pakaian), aktivitas (seperti menari dan olahraga). Teks akan menjadi bermakna bagi pembaca atau penontonnya. Teks merupakan bentuk representasi yang *polysemic* atau mempunyai makna yang lebih dari satu atau tidak tunggal. Sehingga kajian budaya perlu memperhatikan pembaca atau audiens sebagai bagian penting yang menyebabkan teks itu bekerja.

8. Subjektifitas dan identitas. Momen konsumsi teks yang dilakukan oleh audiens (pembaca maupun penonton) merupakan proses yang dibentuk oleh subjektifitas dan identitas lalu menjadi isu sentral bagi kajian budaya di tahun 1990-an. Dengan kata lain, bahwa identitas-identitas itu adalah konstruksi diskursif, produk dari diskursus-diskursus atau standar orang mengatakan tentang dunia. Identitas itu dibuat dan dikonstitusikan, tidak ditemukan oleh representasi, yang dikenal dengan bahasa.

REPRESENTASI BUDAYA

Menurut Hall, budaya atau *culture* adalah tentang 'shared meanings' atau makna-makna yang dibagi. Bahasa dalam konsep budaya menjadi penting, karena bahasalah yang membuat budaya menjadi bermakna dan bahasalah yang pada akhirnya memproduksi makna dan mempertukarkan makna (budaya) dari satu agen kepada agen yang lain dan masyarakat. Bahasa mampu

mengkonstruksi makna karena bahasa beroperasi dalam system representasional. Dalam bahasa, kita menggunakan tandan dan symbol baik itu berupa suara, tulisan, kata-kata, gambar-gambar visual yang diproduksi secara elektronik.

Representasi pada akhirnya menghubungkan antara makna dan bahasa terhadap budaya. Hall lebih lanjut mendefinisikan bahwa representasi berarti menggunakan bahasa untuk berkata tentang sesuatu yang bermakna kepada orang lain. Representasi adalah bagian esensial dari proses dimana makna diproduksi dan dipertarukan diantara anggota-anggota dari sebuah budaya. Representasi melibatkan penggunaan bahasa, tanda-tanda dan gambar yang mewakili atau mempresentasikan sesuatu.

Bahasa adalah media melalui mana pikiran, ide dan perasaan direpresentasikan melalui bahasa menjadi sentral bagi proses ketika makna diproduksi. System representasi meliputi objek, orang, dan kejadian atau peristiwa yang berhubungan dengan seperangkat konsep atau *mental representations* yang kita bawa dalam benak kepala kita.

REPRESENTASI MEDIA

Representasi berbeda dengan refleksi, perbedaannya terletak pada perbedaan pandangan dalam melihat realitas yang ditampilkan media (realitas kedua) dengan realitas yang sebenarnya (realitas pertama). Representasi merupakan sebuah proses menyeleksi dan menyajikan, menstrukturkan dan menajamkan, dan juga bukan hanya menyampaikan makna yang sudah ada, namun juga merupakan sarana dalam membuat sesuatu yang bermakna. Representasi media tidak sepenuhnya

tertutup, tetapi juga memiliki kecenderungan untuk menghasilkan kembali nilai-nilai dan kenyataan dasar yang ada di balik sebuah hegemoni.

Dikaitkan dengan media ternyata representasi berangkat dari kesadaran bahwa apa yang tersaji dalam media tidaklah sama persis dengan apa yang ada di realitas empirik. Media sendiri memiliki potensi untuk menandakan sesuatu dengan berbagai cara, bergantung pada pola-pola apa yang kemudian derepresentasikan. Media juga digunakan sebagai tempat di mana ide-ide berputar sebagai kebenaran dan sebagai alat yang efektif untuk memarginalkan dan menghapuskan kebenaran yang sesungguhnya. Dengan kata lain media juga dianggap sebagai alat kamufase. Sedangkan isi media akan menghasilkan kembali ketidaksetaraan sosial yang sudah ada dalam masyarakat, seperti: ras, kelas sosial, gender, dan orientasi social. (Hidayat. 2001:195)

Media, Masyarakat, dan Budaya: Hubungan dan Konflik

Disarikan dari buku Teori Komunikasi Massa Denis McQuail bahwa komunikasi massa dianggap sebagai fenomena masyarakat dan budaya. Terkait dengan ini, Rosengren (1981b) menawarkan tipologi sederhana yaitu dua proporsi yang saling berlawanan: budaya mempengaruhi struktur sosial dan sebaliknya, struktur sosial mempengaruhi budaya. Hal ini menghasilkan empat pilihan utama yang tersedia untuk menggambarkan hubungan antara media massa dan masyarakat. Jika kita menganggap media massa sebagai aspek dalam masyarakat (dasar atau struktur), maka terdapat pilihan materialism. jika diasumsikan bahwa budaya tergantung pada struktur ekonomi

dan kekuasaan di masyarakat dan ini merupakan inti dari posisi marxist. Pilihan idealisme diasumsikan media memiliki pengaruh signifikan untuk terjadinya perubahan sosial. Pengaruhnya bekerja melalui melalui motivasi dan tindakan individu. Hal ini terkait dengan teori McLuhan. Pilihan interdependence menyiratkan bahwa media massa dan masyarakat secara terus menerus berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain (seperti masyarakat dan budaya). Pilihan terakhir yaitu otonomi terkait dengan hubungan antara budaya dan masyarakat yang tidak harus bertentangan.

a. Komunikasi Massa sebagai Proses pada Tingkat Masyarakat: Mediasi Hubungan dan Pengalaman Sosial

Hal pertama yang harus ditekankan adalah tingkat dimana media yang berbeda telah berada diantara sekitar kita dan segala pengalaman hidup yang melampaui lingkungan personal terdekat dan pengamatan indra perasa kita secara langsung. Mereka mendekatkan kita pada lembaga masyarakat dimana kita tinggal. Dalam media masyarakat sekular dalam hal nilai dan ide, media massa cenderung 'mengambil alih' dari pengaruh sekolah, orang tua, agama, saudara, teman. Dampaknya adalah kita menjadi tergantung pada media akan sebagian besar 'lingkungan simbolik kita' (gambaran yang ada di kepala kita), sebarangpun kita dapat membentuk versi pribadi kita sendiri. Medialah yang mungkin mendorong elemen yang di junjung bersama, karena kita cenderung berbagi sumber media dan 'budaya media' yang sama. Tanpa tingkatan persepsi atau realitas bersama, apapun alasannya, tidak akan ada kehidupan sosial yang teroganisir.

b. Konsep Mediasi

Mediasi melibatkan proses yang berbeda-beda, yang melibatkan perpanjangan tangan pihak kedua (atau ketiga) atas versi peristiwa dan kondisi yang tidak kita dapat amati secara langsung bagi kita sendiri. Mediasi juga merujuk pada upaya aktor atau lembaga lain dalam masyarakat untuk mengontak kita untuk tujuan sendiri. Mediasi juga melibatkan beberapa bentuk hubungan.

Pihak yang melakukan interaksi termediasi harus menemukan informasi kontekstual lebih sedikit daripada dalam kontak langsung. Interaksi yang lain disebut 'interaksi mediasi semu' yang merujuk pada hubungan yang dibangun oleh media komunikasi massa. Ciri-ciri utamanya adalah; pertama, partisipan tidak berorientasi sebagai satu pihak tertentu (baik sebagai pengirim ataupun penerima), dan bentuk simbolik (konten media) diproduksi bagi khalayak luas yang tidak terbatas; kedua, interaksi ini bersifat monologis dalam artian aliran komunikasi bersifat satu arah-dua arah.

c. Metafora Mediasi

Metafora peranan media adalah: 1. Sebagai jendela peristiwa dan pengalaman yang memperluas pandangan kita, memungkinkan kita untuk melihat apa yang terjadi, tanpa gangguan dari pihak lain. 2. Sebagai cermin peristiwa dimasyarakat dan dunia yang merupakan cerminan akurat (walaupun dengan gambaran yang terdistorsi) walaupun sudut pandang dan arah cermin ditentukan oleh orang lain dan kita tidak bebas melihat apa yang kita inginkan. 3. Sebagai penyaring palang pintu (gatekeeper), atau portal yang bertindak memilih bagian pengalaman untuk perhatian khusus dan menutup pandangan dan suara lain, baik

disengaja maupun tidak. 4. Sebagai petunjuk, pemandu atau penerjemah menunjukkan arah dan memberikan makna apa yang membingungkan atau tidak utuh. 5. Sebagai forum atau pijakan presentasi informasi dan ide kepada khalayak, seringkali kemungkinan adanya respons dan umpan balik. 6. Sebagai kontributor yang meneruskan dan membuat informasi tidak tersedia bagi semua orang. 7. Sebagai pembicara atau partner yang memiliki informasi dalam percakapan yang merespons pertanyaan dalam cara interaktif semu.

d. Kerangka Rujukan dalam Menghubungkan Media dan Masyarakat

Pada model ini dinyatakan bahwa media menyediakan khalayaknya, penyedia informasi, gambar, cerita dan kesan terkadang menurut kebutuhan yang telah ada sebelumnya, terkadang dipandu oleh tujuan mereka sendiri (misalnya mendapatkan keuntungan), dan seringkali mengikuti motif lembaga sosial lainnya. Dijelaskan pula bahwa pengalaman tidak selalu atau sepenuhnya dimediasi oleh media massa. Terdapat saluran kontak langsung dengan lembaga sosial (misal partai politik). Terdapat pula kemungkinan pengalaman pribadi langsung terhadap peristiwa jarak jauh yang dilaporkan oleh media.

'Realitas' akan selalu diseleksi dan dikonstruksi dan akan ada beberapa bias yang konsisten. Hal ini akan mencerminkan terutama kesempatan yang berbeda untuk mendapatkan akses media dan juga pengaruh 'logika media' dalam membangun realitas.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan jenis Pendekatan Wawancara Mendalam. Penelitian studi kasus adalah pendekatan kualitatif yang penelitiannya mengeksplorasi kehidupan nyata, system terbatas kontemporer (kasus) atau beragama system terbatas (berbagai kasus), melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam yang tinjauan singkat terhadap berbagai studi kasus kualitatif yang di laporkan dalam berbagai literature menghasilkan beberapa ciri khas. (Creswell, 2015:137-138)

Ciri-ciri tersebut sebagai berikut;

1. Riset studi kasus dimulai dengan mengidentifikasi satu kasus yang spesifik. Kasus ini dapat berupa entitas yang konkret, misalnya individu, kelompok kecil, organisasi, atau kemitraan.
2. Tujuan dari pelaksanaan studi kasus tersebut juga penting. Studi kualitatif dapat disusun untuk mengilustrasikan kasus yang unik, kasus yang memiliki kepentingan yang tidak biasa dalam dirinya dan perlu dideskripsikan atau diperinci.
3. Ciri utama dari studi kasus kualitatif yang baik adalah studi kasus itu memperlihatkan pemahaman mendalam tentang kasus tersebut.
4. Pemilihan pendekatan untuk analisis data dalam studi kasus akan berbeda-beda. Sebagian studi kasus melibatkan analisis terhadap unit-unit dalam kasus tersebut, sementara itu sebagian yang lain melaporkan tentang keseluruhan kasus
5. Agar analisisnya dapat dipahami dengan baik, riset studi kasus yang baik juga melibatkan deskripsi

tentang kasus tersebut. Deskripsi ini berlaku untuk studi kasus intrinsic maupun instrumental.

6. Dasamping itu, tema atau masalah itu dapat diorganisasikan menjadi kronologi oleh peneliti, menganalisis keseluruhan kasus untuk mengetahui berbagai persamaan dan perbedaan di antara kasus tersebut, atau menyajikan dalam suatu model teoritis.
7. Studi kasus sering diakhiri dengan kesimpulan yang dibentuk oleh peneliti tentang makna keseluruhan yang diperoleh dari kasus atau kasus tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Capres Jokowi Widodo

Jokowi adalah politikus PDIP dengan latar belakang pengusaha mabel. Alumni Fakultas Kehutanan Universitas Gajah Mada ini mengawali karir politiknya dengan mencalonkan diri sebagai Walikota Solo tahun 2005. Setelah 5 tahun memerintah Solo, dia kembali terpilih untuk periode kedua. Namun Jokowi tak menyelesaikan jabatannya. Dia maju di Pilgub DKI 2012 dan kembali menang. Di DKI, Jokowi hanya menjabat sekitar 2 tahun. Dia maju Pilpres 2014 dan lagi-lagi menang. Jokowi punya tiga orang anak dari Iriana Jokowi.

Cawapres Ma'ruf Amin

KH Ma'ruf Amin lahir di Tangerang pada 11 Maret 1943. Saat ini, dia adalah Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) non aktif dan Rais Aam PBNU. Ma'ruf punya pengalaman panjang di dunia politik. Dia pernah menjadi anggota DPRD DKI.

Dia juga pernah bergabung dengan PKB, lalu menjadi anggota DPR dan MPR. Ma'ruf juga pernah menjadi anggota Dewan Pertimbangan Presiden (Wantimpres) di era SBY. Di era Jokowi, Ma'ruf ditunjuk menjadi Anggota Dewan Pengarah Badan Pembina Ideologi Pancasila.

Visi

Terwujudnya Indonesia maju yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian, berdasarkan gotong-royong.

Misi

1. Peningkatan kualitas manusia Indonesia
2. Struktur ekonomi yang produktif, mandiri, dan berdaya saing
3. Pembangunan yang merata dan berkeadilan
4. Kemajuan budaya yang mencerminkan kepribadian bangsa
5. Penegakan system hokum yang bebas korupsi, bermartabat, dan terpercaya
6. Pengakan system hokum yang bebas korupsi, bermartabat dan terpercaya
7. Perlindungan bagi segenap bangsa dan memberikan rasa aman pada seluruh warga
8. Pengelolaan pemerintah yang bersih, efektif dan terpercaya
9. Sinergi pemerintah daerah dalam kerangka Negara Kesatuan

Capres Prabowo Subianto

Prabowo pernah menjabat Pangkostrad dan Danjen Kopassus selama berkarir di dunia militer. Setelah pension dari militer, Prabowo pun bergabung dengan Partai Golkar hingga akhirnya mengikuti konvensi capres pada 2004, namun gagal. Pada 2008, Prabowo mendirikan Partai Gerindra. Di Pemilu 2009, Prabowo

menjadi cawapres Megawati Soekarnoputri, yang akhirnya kalah dari SBY-Boediono. Di Pilpres 2014, Prabowo kalah dari Jokowi. Prabowo akan kembali berhadapan dengan Jokowi di Pilpres 2019.

Cawapres Sandiaga Uno

Sandiaga lahir di Pekanbaru, Riau pada 28 Juni 1969. Politisi Grindra ini berlatarbelakang pengusaha. Dia menamatkan studi di Wichita State University pada 1992. Sandiaga dilantik menjadi Wakil Gubernur DKI Jakarta pada Oktober 2017 sehingga dirinya baru menjabat sekitar 10 bulan. Dia mendampingi Anies Baswedan memenangkan Pilgub DKI 2017 pada putaran kedua mengalahkan pasangan petahana Basuki Tjahja Purnama (Ahok) – Djarot Saiful Hidayat.

Visi

Terwujudnya Bangsa dan Negara Republik Indonesia yang adil, makmur bermartabat, relijius, berdaulat di bidang politik, berdiri di atas kaki sendiri di bidang ekonomi, dan berkepribadian nasional yang kuat dibidang budaya serta menjamin kehidupan yang rukun antar warga negara tanpa memandang suku, agama, latarbelakang social dan rasnya berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Misi

1. Membangun perekonomian nasional yang adil, makmur, berkualitas, dan berwawasan lingkungan dengan mengutamakan kepentingan rakyat Indonesia melalui jalan politik-ekonomi sesuai pasal 33 dan 34 UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945

2. Membangun masyarakat Indonesia yang cerdas, sehat, berkualitas, produktif dan berdaya saing dalam kehidupan yang aman, rukun, damai, dan bermartabat, serta terlindungi oleh jaminan social yang berkeadilan tanpa diskriminasi
3. Membangun keadilan dibidang hukum yang tidak tebang pilih dan transparan, serta mewujudkan persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia melalui jalan demokrasi yang berkualitas sesuai dengan Pancasila dan UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945
4. Membangun kembali nilai-nilai luhur kepribadian bangsa untuk mewujudkan Indonesia yang adil, makmur, bermartabat, dan bersahabat, yang diberkati oleh Tuhan Yang Maha Esa.
5. Membangun system pertahanan dan keamanan nasional secara mandiri yang mampu menjaga keutuhan dan intgritas wilayah Indonesia.

Secara historis, pengungkapan ungkapan “sontoloyo” oleh Soekarno (1940) dan Joko Widodo (2018) terdapat latar belakang yang berbeda, begitu juga pengungkapkan kata tampang Boyolali masing-masing yang katakana memiliki pemaknaan yang berbeda-beda. Jokowi melontarkan kata “sontoloyo” untuk menyerang dan mendegradasi lawan politiknya, Prabowo mengatakan kata “tampang Boyolali” untuk menyindir lawan politiknya. Sementara, Soekarno melontarkan istilah “Islam Sontoloyo” terkait dengan peristiwa seorang guru agama yang dijebloskan ke penjara disebabkan memperkosa salah seorang muridnya. Melalui tulisannya itu Soekarno menegaskan bahwa guru agama itu

“sontoloyo”, bukan Islam-nya yang “sontoloyo” (Isnaeni, 2018).

Kata “sontoloyo” dikenal sebagai istilah Jawa, beda dengan kata “tampang Boyolali” yang tidak terdapat di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Arti kata “sontoloyo” cukup beragam, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* mengartikan kata “sontoloyo” (son-to-lo-yo) sebagai konyol, tidak beres, bodoh, yang dipakai sebagai kata makian (<https://kbbi.web.id/sontoloyo>). Sejalan dengan KBBI, *Kamus Indonesian Oxford Living Disctionaries (Indonesian-English)* memasukkan kata “sontoloyo” sebagai kata sifat (*adjective*) yang berarti *stupid*. Dicontohkan: “*You are stupid*” (kamu sontoloyo). Makana yang kurang lebih sama juga dibuat oleh Direktori kamus bahasa Inggris *Javanese English Dictionary Outline* mengartikan kata “sontoloyo” sebagai menipu, mengelabui, mengolok-olok, bodoh, dungu, *bloon*, tolol.

Arti lain kata sontoloyo diarahkan bagi seseorang yang memiliki profesi sebagai penggembala itik atau bebek di Jawa, terutama di daerah Brebes. Jumlah itik tersebut bisa sampai ratusan ekor, digiring oleh “sontoloyo” dari suatu daerah pasca panen padi ke daerah lain pasca-panen padi untuk memulung butiran padi yang tercecce. Ratusan itik tersebut terkadang menghalangi lalu-lintas di jalan raya jika mereka menyeberang. Itik-itik itu tidak jarang pula memakan padi yang belum dipanen. Kemudian orang pun mengumpat “*Dasar sontoloyo!*”

Menurut Darmoko, pakar linguistik dari Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Indonesia, kata “sontoloyo” merupakan kata makian atau umpatan seseorang kepada orang lain atau terhadap perilaku orang lain. Seseorang atau perilaku

seseorang itu telah membuat kesal pihak pengumpat/pemaki. Kekesalannya itu telah menumpuk, menggunung, memuncak; dan kekesalan itu telah dipendam lama. Oleh karena pihak pemaki/pengumpat mengekspresikan kekesalannya itu dengan ungkapan “*Sontoloyo!*” (<https://detik.com>, 10-11-2018).

Ditinjau dari segi budaya komunikasi, kata “sontoloyo” ataupun “tampang Boyolali” bukanlah suatu jargon. Jargon adalah suatu kata atau istilah yang hanya dipahami oleh komunitas tertentu atau terbatas (Liaw, 2013: 662). Misalnya, di lingkungan polisi berlaku jargon tertentu yang hanya dipahami oleh kalangan polisi, seperti kargo “10-4” (artinya “OK”), “*tanggo*” (artinya “*thank you*”) “*Code eight*” (berarti situasi serius ketika seorang polisi membutuhkan bantuan segera). Ungkapan “sontolyo” bukan jargon mengingat istilah itu bukan istilah eksklusif suatu komunitas, melainkan dipahami secara terbuka, sekurang-kurangnya oleh penduduk berbahasa Jawa yang merupakan suku dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia, mencakup 83.865.724 jiwa atau mencakup 41,71 persen penduduk RI (Pitoyo & Triwahyudi, 2017: 66). Dengan kata lain, ungkapan “sontoloyo” dan “tampang Boyolali” merupakan bagian dari produk kebudayaan dominan di Indonesia diucapkan tokoh-tokoh ternama.

Istilah “sontolyo” dan “tampang Boyolali” juga bukan merupakan bahasa gaul (“*slang*”), Istilah “*slang*” muncul sebagai respons terhadap suatu kebutuhan. Ketika kata-kata “tua” terasa terlalu sering digunakan dan kehilangan dampaknya, maka kata-kata baru berupa *slang* dimunculkan di antara suatu komunitas, sehingga kata-kata lama diganti dengan kata-kata baru dengan makna “baru” (Liaw, 2013:663). Kata “sontoloyo” dan “tampang

Boyolali” bukan kata *slang*, katrena kata “sontoloyo” bukan merupakan kata baru, tapi kata yang telah lama hidup di kalangan masyarakat berbudaya Jawa. Sementara kata “tampang Boyolali” baru diucapkan oleh Prabowo saat pidato di Jawa Tengah.

Lebih lanjut, Ivan Lanin mengungkapkan bahwa kata “sontoloyo” telah muncul paling tidak sejak tahun 1935 sebagai pelesetan dari “k loyo” (k=alat kelamin laki-laki; sedangkan loyo=lemah/payah sekali). Dalam karya *Music on Dutch East Indies Radio in 1938: Representations Unity, Disunity, and the Modern*, Philip Yampolsky mengemukakan bahwa Koesbini menyanyikan lagi keroncong berjudul *Krontjong Gembala Sontoloyo* di Radio NIROM Surabaya tahun 1938. Sementara itu Ensiklopedi Wayang Indonesia: Jilid I, diciptakan pada periode pemerintahan Paku Buwana V yang bertahta tiga tahun (1820-1823). Istilah “sontoloyo” bisa berasal dari *gending Sontolojo*, dengan kalimat awal *Sontolojo, angon bebek ilang loro* (Isnaeni, 2018).

Hal itu berarti kata “sontoloyo” sudah muncul paling tidak sejak tahun 1820, ketika Paku Buwana V mulai bertahta. Kata “sontoloyo” ketika itu dikaitkan dengan pengertian bahwa “sontoloyo” adalah penggembala itik. Penggembala itik diperkirakan telah ada sejak sebelum Paku Buwana V bertahta, yang berarti kata “sontoloyo” telah lama menjadi bagian dari kehidupan dan budaya Jawa. Itulah sebabnya “sontoloyo” bukan merupakan kata bentukan baru (*slang*). Namun Jokowi menggunakan ungkapan “sontoloyo” tersebut berkaitan dengan “politikus” lawan poltiknya, bukan “sontoloyo” penggembala itik. Apa yang diungkapkan Jokowi adalah sebuah frasa lengkap “politikus sontoloyo”. Kata “*sontolojo*” memang merupakan kata tua,

namun frasa “*politikus sontoloyo*” merupakan frasa baru yang diungkapkan Jokowi sendiri.

Ungkapan “sontoloyo” adalah ungkapan budaya, sementara ungkapan “tampang Boyolali” perkataan spontan oleh Prabowo. Lebih spesifiknya budaya lokal, yakni budaya Jawa, karena ungkapan “sontoloyo” telah ratusan tahun menjadi bagian dari bahasa Jawa yang telah digunakan lama oleh suku Jawa. Ungkapan demikian lebih tepat disebut *buzzerwords*, yakni kata-kata yang menjadi jalan pintas (*short-cut*) demi meningkatkan pemahaman audiens terhadap suatu hal. Sebagaimana diungkapkan Zuburova (2015: A13-A14) *buzzerword* sering digunakan oleh aktor politik untuk menjelaskan istilah, masalah, atau proses yang sulit dipahami, sehingga audiens akan lebih mudah bukan hanya memahami, namun juga mengingatnya dan mengasosiasikan kata tersebut dengan siapa yang mengatakan dan siapa yang “dibranding” sebagai “sontoloyo” (Serazio, 2015).

Jarak waktu antara tanggal Jokowi mengungkapkan ungkapan “sontoloyo” (23 Oktober 2018), sementara Prabowo mengungkapkannya (30 Oktober 2018) dengan tanggal pencoblosan pilpres 17 April 2019 adalah 176 hari. Meskipun waktu pencoblosan masih lama, maka kata “sontoloyo”, ‘tampang Boyolali’ seperti halnya kata “genderuwo politik” diasumsikan akan masih diingat oleh para pemilih (*voters*).

Suatu hal menarik terdapat suatu kemiripan antara presiden ke-2 RI (Presiden Soeharto) dengan presiden ke-7 (Joko Widodo), yakni dalam hal menggunakan kata “gebuk” Presiden Soeharto (29/9/1989) menggunakan kata “gebuk” untuk memperingatkan lawan

politik yang berupaya mengganti dirinya secara inkonstitusional. Presiden Jokowi (17/5/2017) menggunakan kata “gebuk” bagi pihak-pihak yang coba membangkitkan PKI dari kubur (Akbar, 2017). Secara kultural, kedua presiden tersebut sama-sama menggunakan *buzzerword* “gebuk” yang berasal dari bahasa Jawa. Kedua presiden itu pun kental mempraktekkan adat istiadat Jawa dalam banyak aspek kehidupan, tak terkecuali dalam melakukan komunikasi politik.

Budaya politik dan komunikasi politik yang diimplementasikan setiap politisi tak terpisahkan dari kebudayaan lokal bangsa itu. Sebagaimana diungkapkan oleh Lin *et al.* (2017)., politisi Amerika lebih banyak memasang foto yang tengah tersenyum, berbeda dengan politisi dari China. Dalam hal penampakan wajah, politisi Indonesia seperti Jokowi lebih mirip dengan politisi Amerika dalam hal memasang wajah senyum.

Begitu pula dalam hal menggunakan *buzzerword*, ungkapan “sontoloyo” Jokowi dan “tampang Boyolali” Prabowo seperti menyalahi teori gaya komunikasi. Apabila merujuk pada Gudykunst *et al.* (2003) dan Li *et al.*, (2014:3) gaya komunikasi Jokowi dan Prabowo seharusnya termasuk gaya komunikasi implisit (*implicit style*), karena Indonesia berada satu kelompok dengan negara-negara berkebudayaan “Timur” seperti negara-negara di Asia Tenggara dan Asia Timur. Penggunaan kata *sontoloyo gebuk, genderuwo* oleh Jokowi; seperti juga “budek tuli” oleh KH Maruf Amin, dan “tampang Boyolali oleh Prabowo Subianto menunjukkan bahwa Jokowi lebih memiliki gaya komunikasi eksplisit (*explicit style*) yang lazimnya digunakan oleh politisi dari negara-negara berkebudayaan “Barat” dari pada yang diungkapkan oleh Prabowo.

PENUTUP

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ungkapan “sontoloyo” Jokowi, seperti juga “gebuk” dan “genderuwo politik” dari Jokowi; “buta dan tuli” dari KH Ma’ruf Amin, dan “tampang Boyolali” dari Prabowo, kesemuanya merupakan *buzzerwords*. *Buzzerwords* merupakan kata-kata “:short-cut” untuk menjelaskan kata, masalah, atau proses yang sulit, menjadi lebih sederhana di mata audiens.

Lebih jauh dari sekedar *buzzerwords*, kata-kata sarkastik tersebut, khususnya ungkapan “sontoloyo” dan “tampang Boyolali”, sarat dengan budaya politik dan budaya komunikasi. Kata-kata tersebut bukan merupakan *jargon* atau *slang*, namun kata-kata yang telah berurat berakar dalam kebudayaan Jawa. Kata “sontoloyo” merupakan kata yang termasuk dalam gaya eksplisit, gaya yang biasanya digunakan oleh orang berkebudayaan “Barat”.

Penggunaan *buzzerwords* yang berasal dari ungkapan Jawa, bukanlah tanpa makna kultural. Kata “sontoloyo” dan “tampang Boyolali” secara umum dapat dipahami oleh suku Jawa, yakni suku yang meliputi lebih 83 juta jiwa atau 41,7 persen penduduk Indonesia. Penggunaan kata “sontoloyo” dinilai efektif mempengaruhi *voters*. berkebudayaan Jawa dalam pilpres 2019, dan menjadi ungkapan yang mudah diingat dalam jangka waktu relatif lama.

DAFTAR PUSTAKA

Book Chapter

- Aduradola, R.R.; Ojukwu, C.C. (2013). Language of Political Campaigns and Politics in Nigeria. *Canadian Social Science*, 9(3): 104-116.
- Chen, L. (2016). Learning the Culture of a People: Chinese Communication as an Example. *Intercultural Communication Studies*, XXV:1: 53-65.
- Leonardt, K.; Scotter, J.R.V.; Pakdil, F.; Chamseddine, N.J.; Esatoglu, E.; Gumus, M.; Koyuncu; Wu, L.L.; Mockaitis, A.I.; Salciuviene, L.; Oktem, M.K.; Surkiene, G.; Tsai, F.S. (2011). Examining media effectiveness across cultures and national borders: A review and multilevel framework. *International Journal of Cross Cultural Management*, 11 (1) 83-103.
- Li, H.; Rau, P-L.P.; Salvendy, G.; Chen, C.; & Huebner, D. (2014). Effects of communication styles on acceptance of recommendations in intercultural collaboration. *Journal of International Business and Cultural Studies*, 9, 1-19.
- Liaw, J.O.H.; Dani, N.A.; Johari, A.Z. (2013). Language Usage of Jargon and Slang in Strategis Studies. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(4): 661-666.
- Lin, C.; Adolphs, R.; Alvarez, R.M. (2017). Cultural effects on the association between election outcomes and face-based trait inferences. *Pos One*, July 10π, 1-18.
- Lin, W.C. (2011). The study of political language: A brief Overview of Recent Research. *Chia-Nan Annual Bulletin*, 27: 471-485.
- Michira, J.N. (2014). The Language of Politics: A CDA of the 2013 Kenyan Presidential Campaign Discourse. *International Journal of Education and Research*, 2 (1): 1-18.

Newspaper Article on Website

Akbar, J. (2017). "Politik Gebuk Menggebuk ala Soeharto dan Jokowi". Artikel ini diunduh tanggal 11 November 2018 jam 16.24 WIB dari <https://tirto.id/politik-gebuk-menggebuk-ala-soeharto-dan-jokowi-coXP>

Journal Article with DOI

Barker, C., 2012. *Cultural Studies: Theory and Practices*. London: Sage Publication

Bonikowski, B.; Gidron, N. (2015). The populist style in American Politics: Presidential Campaign Discourse, 1952-1996. Working paper, Oxford University Press on behalf of the University of North Carolina at Chapel Hill, 1-29. Doi: 10.1093/sf/sov 120.

Newspaper Article

CNN Indonesia. (2018). "Analisis: Genderuwo-Sontoloyo dan Lunturnya Politik Simbol Jokowi." *CNN Indonesia*, Senin, 12/11/2018, 16:46 WIB.

"Begini Jurus Kubu Prabowo-Sandi Meredam Tensi Politik: Perang Ungkapan Sudah Mulai Terjadi". Diunduh tanggal 11 November 2018 dari <https://www.idntimes.com/news/indonesia/irfanfathurohman/begini-jurus-kubu-prabowo-sandiaga-meredam-tensi-politik/full>

Carina, J. (2018). "Menurut Timses, Prabowo-Sandi sudah Kampanyekan Visi-Misi, tetapi ..." <https://kompas.com>, 14 November 2018, jam 12.24 WIB.

Hutagaol, R.P.F. (2018). "Rocky Gerung Menyasar Istilah 'Genderuwo' dan 'Sontoloyo', Menilai Jokowi tak Origin Lagi". <http://medan.tribunnews.com>, 13 November 2018, jam 10,57 WIB.

Kuwado, F.J. (2018). "Jokowi: Karena Sudah Jengkel, Keluarlah Itu Sontoloyo," <https://kompas.com>, 24 Oktober 2018, jam 19.05 WIB.

Ramadhani, J. (2018) "Fadli Zon, Ahmad Dhani, dan Alang Bikin Lagu 'Sontoloyo'". <https://news.detik.com>, 10 November 2018 jam 18.45 WIB.

Book

Gudykunst, W.b. (ed). (2003). *Cross-Cultural and Intercultural Communication*, Thousand Oaks: Sage Publications

Hidayat Husen. 2001. *Meretas Ranah Bahasa, Semiotika dan Budaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Newspaper Article on Website

Heriyanto, D. (2018). "What is 'sontoloyo', the new buzzword in Indonesian political lingo?" *The Jakarta Post*, October 27, 2018, 03: 57 pm. Artikel ini dapat diunduh pada <http://www.thejakartapost.com/news/2018/10/27/what-is-sontoloyo-the-new-buzzword-in-indonesian-political-lingo.html>

Book Translation

Indonesian Oxford Living Dictionaries (Indonesian-English). Dapat diunduh pada <https://id.oxforddictionaries.com/translate/indonesian-english>

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (Kamus versi online/daring (dalam jaringan). <https://kbbi.web.id>.

Website

Isnaeni, H.F. (2018). "Asal-Usul Kata Sontoloyo". Artikel ini diunduh tanggal 11 November 2018 dari

<https://historia.id/modern/articles/sal-usul-kata-sontoloyo-vqj9V>