

ABSTRAK

Partai Keadilan Sejahtera merupakan partai yang konsisten mengusung jargon politik dalam setiap pemilu yang diikuti. Jargon politik adalah medium komunikasi politik yang sering digunakan oleh partai untuk memperkenalkan identitas diri dan ideologi kepada massa. Jargon diproduksi dengan tujuan tertentu dan memiliki tendensi kepentingan. Seringkali jargon hanya diproduksi untuk kepentingan pragmatis sebagai *political gimmick* dan *imaging politic*. Dalam politik Indonesia, produksi jargon rutin dilakukan oleh partai politik baik yang diproduksi sebagai proyeksi nilai-nilai ideologis, induksi dari originalitas atau bahkan sekedar menjadi pembentuk opini massa dalam upaya kemenangan kompetisi politik.

Penelitian ini bertujuan mengungkap makna dibalik teks-teks jargon dalam realita politik Indonesia. Sebagai sebuah representasi yang memberikan gambaran yang menyeluruh, komprehensif mengenai makna teks secara *historical* dan tujuan, makna teks jargon dalam pandangan produsen teks dan secara sosiokultural yang membawa teks yang bersifat mikro kedalam susunan sosiokultural yang bersifat makro. Jargon juga memiliki makna tersembunyi berupa kepentingan dan hegemoni yang harus diuraikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah *critical discourse analysis* (CDA) dengan model Norman Fairclough yang membagi teks kedalam tiga level yaitu mikro (teks), meso dan makro. Analisis mikro membongkar teks dengan analisis intertekstual studi bahasa kritis. Sedangkan analisis meso dan makro dilakukan melalui pendekatan wawancara dengan produsen teks dalam hal ini DPP PKS dan pengamat politik dan budayawan.

Hasil penelitian menunjukkan jargon PKS dalam setiap periode memiliki makna yang berbeda. Jargon 2004 menunjukkan "*dramatistic content*", jargon 2009 menunjukkan makna "*realistic content*" dan jargon 2014 mewakili "*apologist content*". Jargon juga menjadi media kuasa yang memobilisasi massa internal PKS untuk kepentingan elite atas nama kepentingan agama dan bersama. Kontestasi hegemoni mencuat dalam praktik distribusi kesejahteraan dan hasil perjuangan politik yang tidak merata. Kesejahteraan hanya berputar disekitar elite kekuasaan belum menyentuh elemen terbawah partai. Sebagai sebuah media dan pesan politik jargon juga dinilai sebagai marketing politik dalam kapasitas segmentasi dan *positioning*.

Kata kunci: jargon, politik, PKS, analisis wacana kritis, kepentingan, hegemoni, kekuasaan

ABSTRACT

PKS is a political party that consistently carries political jargon in every election that they followed. Political jargon is a medium political communication that is often used by political parties to introduce their identity and ideology to the masses. Jargon is produced with a specific purpose and have a tendency of interests. Often jargon is only produced for pragmatic interests as a political gimmick and imaging politic. In Indonesian politics, production of jargon routine performed by both political parties as projections to produced ideological values, induction of riginalitas or even just be a mass of opinion in the effort to win the political competition.

This study aims to uncover the meaning behind the jargon texts in Indonesian political realities. As a representation that provides a thorough overview, a comprehensive historical meaning of the text and purpose, meaning of jargon text in a manufacturers and sociocultural text view that bringing the micro text into a macro socio-cultural composition. Jargon also had a hidden meaning in the form of interests and hegemony that must be described.

This research use critical discourse analysis (CDA) method by Norman Fairclough models that divide the text into three levels: micro (text), messo and macro. Microscale analysis unload text with intertextual analysis and critical linguistic. While messo and macro analysis conducted through approach interviews with producers text in this case the DPP PKS and political and cultural observer. The results showed that PKS jargon in each period has a different meaning. Jargon 2004 show "dramatistic content", the jargon of 2009 shows the meaning of "realistic content" and 2014 jargon represent "apologist content".

Jargon is also a powerful media that mobilizing internal mass of PKS for elite interests in the name of religion and common interests. Contestation of hegemony sticking in the distribution of welfare practice and outcomes of uneven political struggles. Welfare only revolve around the power elite and have not touched the bottom element of the party. As a media and political message, jargon is also considered as a political marketing in the capacity of segmentation and positioning.

Keywords: *jargon, politics, PKS, critical discourse analysis, interests, hegemony, power*