

## STRATEGI VARIASI BAHASA BALIHO IKLAN CALEG TAHUN 2024: PILIHAN BAHASA DAN SEGMENTASI KELAS SOSIAL PEMILIH (PENDEKATAN TEORI VARIASI BAHASA - WILLIAM LABOV)

Restu Kurniawan<sup>1</sup>, Yarno<sup>2</sup>, Ali Nuke Affandy<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Pascasarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Muhammadiyah Surabaya  
restu.hypno@gmail.com<sup>1</sup>; yarno@um-surabaya.ac.id<sup>2</sup>; alinukeaffandy@yahoo.com<sup>3</sup>

### ABSTRAK

Di era masyarakat yang semakin majemuk setiap orang yang ingin bertarung di dalam pemilu wajib mengetahui pola bahasa yang berkembang saat ini. Pola bahasa tersebut terwujud dalam bentuk berbagai macam variasi bahasa yang terkait dengan kelas sosial, usia, budaya, jenis kelamin dan gejala bahasa yang berkembang di masyarakat tertentu. Ada perbedaan antara bahasa tulis dan lisan, terutama terkait dengan norma, kaidah, dan aturan-aturannya. Misalnya dalam konteks politik, bahasa tulis memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan bahasa lisan saat seseorang menyampaikan pidato. Ciri khas bahasa politik sering kali disampaikan dengan simbol-simbol atau pesan yang dapat merepresentasikan ide atau pemikiran dari pembicaranya. Bahasa politik dipakai untuk menyampaikan informasi tertulis melalui baliho yang dirancang untuk menarik perhatian pembaca. Adanya keterkaitan antara bahasa dan masyarakat dalam kehidupan berpolitik maka diperlukan satu kajian untuk melihat gejala yang terjadi di dalamnya. Dalam kajian sosiolinguistik, bahasa dan masyarakat menjadi pokok utama pembahasannya. Seperti halnya penelitian kualitatif pada umumnya, penelitian ini memanfaatkan teknik analisis dokumentatif dengan melihat keunikan variasi bahasa yang digunakan pada setiap baliho yang ditemukan. Selanjutnya bahasa yang telah diidentifikasi polanya kemudian disesuaikan dengan segmentasi status sosial, pendidikan dan usianya. Data pada penelitian ini didapatkan dari penelusuran dokumentasi baliho yang terdapat di beberapa situs internet dan ditemukan 5 baliho yang akan dijadikan sebagai objek penelitian. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi bentuk variasi bahasa yang signifikan sebagai bagian dari strategi komunikasi yang ditemukan pada beberapa baliho para calon legislatif pada pemilu tahun 2024. Analisis mendalam yang dilakukan dapat menunjukkan bahwa pilihan variasi bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai alat membangun persepsi, keterlibatan emosional, serta alat penentu target masyarakat tertentu sebagai calon pemilih.

**Kata kunci:** *Baliho, Gaya Bahasa Politik, Sociolinguistik, Variasi Bahasa, William Labov*

### ABSTRACT

*In the era of an increasingly diverse society, everyone who wants to fight in elections must know the language patterns that are currently developing. These language patterns are manifested in the form of various language variations related to social class, age, culture, gender and language phenomena that develop in a particular society. There are differences between written and spoken language, especially related to norms, rules and regulations. For example, in a political context, written language has different characteristics compared to spoken language when someone delivers a speech. The characteristics of political language are often conveyed with symbols or messages that can represent the ideas or thoughts of the speaker. Political language is used to convey written information through billboards designed to attract readers' attention. There is a connection between language and society in political life, so a study is needed to see the symptoms that occur in it. In sociolinguistic studies, language and society are the main points of discussion. Like qualitative research in general, this research utilizes documentary analysis techniques by looking at the unique variations in language used on each billboard found. Furthermore, the language patterns that have been identified are then adjusted according to social status, education and age segmentation. The data in this research was obtained from searching billboard documentation on several internet sites and found 5 billboards that would be used as research objects. This research succeeded in identifying significant forms of language variation as part of the communication strategy found on several billboards for legislative candidates in the 2024 elections. The in-depth analysis carried out can show that the choice of language variations not only functions as a means of disseminating information, but also as a tool for building perceptions, emotional involvement, as well as a tool for determining targets for certain people as potential voters.*

**Keywords:** *Baliho, Language Variation, Political Language Style, Sociolinguistics, William Labov*

### PENDAHULUAN

Setiap pelaksanaan pemilu yang dilakukan di Indonesia selalu memberikan hal-hal menarik, termasuk yang terjadi di tahun 2024. Diketahui Bersama bahwa pemilu merupakan satu bagian penting di dalam sistem demokrasi yang menuntut warganya terlibat aktif dalam proses pemilihan wakil mereka. Setiap Warga Negara Indonesia memiliki hak memilih dalam pemilu yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (HAM) pada Pasal 43 yang berbunyi, “Setiap warga mendapatkan hak dipilih dan memilih dalam pemilihan umum berdasarkan persamaan hak melalui pemungutan suara yang langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil sesuai dengan ketentuan perundang-undangan” (Alvin,

2022). Berdasarkan informasi yang di dapat langsung melalui *website* resmi KPU bahwa pemilihan umum serentak akan dilakukan pada tanggal 14 Februari 2024. Selain itu KPU juga menjelaskan bahwa di tanggal tersebut masyarakat Indonesia diajak untuk memilih: Presiden dan Wakil Presiden, Anggota DPR RI, Anggota DPD RI, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota (2024).

Di era masyarakat yang semakin majemuk setiap orang yang ingin bertarung di dalam pemilu wajib mengetahui pola bahasa yang berkembang saat ini. Pola bahasa tersebut terwujud dalam bentuk berbagai macam variasi bahasa yang terkait dengan kelas sosial, usia, budaya, jenis kelamin dan gejala bahasa yang berkembang di masyarakat tertentu. Dalam pertarungan politik tentu dibutuhkan strategi dari setiap calon untuk memenangkan kontestasi pada pemilu 2024, diantaranya pemanfaatan media baliho yang di dalamnya menggunakan bahasa sebagai alat komunikasinya. Bahasa sebagai lambang bunyi merupakan sistem ujaran yang digunakan oleh masyarakat dalam berinteraksi, dengan demikian bahasa memiliki peran penting dalam kehidupan manusia baik dalam bentuk lisan dan tulisan.

Ada perbedaan antara bahasa tulis dan lisan, terutama terkait dengan norma, kaidah, dan aturan-aturannya. Misalnya dalam konteks politik, bahasa tulis memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan bahasa lisan saat seseorang menyampaikan pidato. Ciri khas bahasa politik sering kali disampaikan dengan simbol-simbol atau pesan yang dapat merepresentasikan ide atau pemikiran dari pembicaraannya. Bahasa politik dipakai untuk menyampaikan informasi tertulis melalui baliho yang dirancang untuk menarik perhatian pembaca. Pada kontestasi pemilu para politikus memanfaatkan baliho politik yang bertujuan untuk mempengaruhi dan menarik perhatian masyarakat agar mereka mendapatkan dukungan (Suryatin, 2016). Baliho digunakan bukan hanya sebagai sumber informasi calon tetapi juga digunakan sebagai alat membangun citra positif, membangun kedekatan dengan pemilih termasuk untuk menarik simpatiknya. Dalam setiap pemilu yang dilakukan baliho masih menjadi salah satu primadona alat utama yang digunakan calon dalam berkampanye. Untuk itu dalam penyusunan dan disain isinya perlu memperhatikan betul bahasa yang digunakan agar tujuan dari baliho tersebut bisa tercapai, yaitu menarik setiap pemilih memberikan suaranya untuk calon di dalam baliho tersebut Di Indonesia tim pemenangan harus memiliki kemampuan dalam penentuan bahasa yang digunakan dalam alat baliho sebagai alat kampanyenya. Hal tersebut dilakukan untuk memetakan secara demografis target dari kampanye meraka.

Adanya keterkaitan antara bahasa dan masyarakat dalam kehidupan berpolitik maka diperlukan satu kajian untuk melihat gejala yang terjadi di dalamnya. Dalam kajian sosiolinguistik, bahasa dan masyarakat menjadi pokok utama pembahasannya. Sebagai ilmu antardisiplin sosiolinguistik merupakan gabungan antara sosiologi dan linguistik. Chaer dan Agustina (Wahdaniah et al., 2019) mengungkapkan bahwa untuk memahami sosiolinguistik, kita harus terlebih dahulu memahami sosiologi dan linguistik. Sosiologi adalah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam konteks masyarakat, termasuk proses interaksi sosial di antara manusia. Di sisi lain, linguistik adalah disiplin yang fokus pada studi bahasa.

Secara umum istilah sosiolinguistik digunakan dalam kajian keterhubungan bahasa dan masyarakat merupakan area investigasi luas yang berkembang melalui beberapa interaksi linguistic dengan beberapa bidang keilmuan lainnya, lalu digunakan sebagai cara melakukan analisis melalui perspektif sosial (Yule, 2015).

Labov menjelaskan (Zain & 'Iffat, 2025), Sosiolinguistik merupakan wawasan yang sangat luas atas kaidah bahasa yang digunakan seseorang dalam suatu masyarakat, terdapat tata bahasa, yang dimanfaatkan sebagai penilaian keseluruhan daripada nilai individu. Labov meyakini bahwa sebuah komunitas adalah tempat untuk berkembangnya sebuah bahasa berdasarkan variasi kelas sosial, gender, usia, dan kelompok etnis dari satu penutur ke penutur lainnya.

Linguistik menjadikan bahasa sebagai subjek utama yang diteliti. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik adalah disiplin ilmu yang menghubungkan antara sosiologi dan linguistik, yang menganalisis bahasa dalam konteks pemakaian bahasa di masyarakat. Rokhman (Aji et al., 2022) menjelaskan bahwa bahasa dalam kehidupan berpolitik memiliki peran yang sangat signifikan menentukan dukungan publik. Reputasi dan kepercayaan publik juga dapat dibangun melalui pemilihan bahasa yang digunakan, sehingga akhirnya bahasa dapat berpengaruh besar terhadap elektabilitas partai politik, calon legislatif, dan calon presiden.

Mujib (dalam Ibrahim, 2025) menjelaskan bahawa sosiolinguistik telah menetapkan bahwa bahasa bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga berfungsi sebagai penanda sosial yang membentuk identitas, status, dan peran sosial. Karya awal William Labov, terutama studinya di pusat-pusat perbelanjaan di New York City, menunjukkan bagaimana adanya variasi dalam pelafalan dan pilihan kata yang berbeda di antara kelas sosial. Kelas sosial yang lebih tinggi cenderung menggunakan bahasa standar lebih sering daripada kelas sosial yang lebih rendah (Ibrahim, 2025).

Mengenai variasi bahasa, Labov (Papuc, 2016) mendefinisikannya sebagai “cara berbeda” untuk “mengatakan hal yang sama”. Muhammad Syukron Jayadi dan kawan-kawan (Jayadi et al., 2024) memperkenalkan Labov sebagai Linguis Amerika yang dianggap sebagai pendiri sosiolinguistik kontemporer. Melalui penelitiannya, Studinya berkonsentrasi pada hubungan antara perbedaan bahasa dan variabel sosial seperti gender, etnis, kelas sosial, dan usia. Memahami persebaran dialek dalam masyarakat, variasi linguistik, dan dinamika perubahan bahasa telah dibantu oleh Labov. Berikut ini adalah beberapa kontribusi linguistik William Labov:

a. Pendekatan Kuantitatif dalam Sosiolinguistik

Labov menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis hubungan antara variasi linguistik dan variabel sosial. Ia menunjukkan bahwa perubahan bahasa bukanlah fenomena acak, tetapi terkait erat dengan faktor sosial tertentu, seperti status ekonomi dan kelompok etnis.

b. Teori Perubahan Bahasa

Labov mengembangkan teori tentang perubahan bahasa internal dan bagaimana perubahan ini menyebar melalui masyarakat. Ia menyoroti peran individu dan komunitas dalam memelihara atau mengubah struktur bahasa.

c. Penelitian Lapangan (Studi Variasi Dialek)

Penelitian klasik Labov di New York City (*The Social Stratification of English in New York City*, 1966) menunjukkan bagaimana penggunaan bahasa terkait dengan status sosial. Ia juga mempelajari perubahan fonologis dalam komunitas seperti Martha's Vineyard dan Philadelphia, yang memberikan wawasan tentang bagaimana variasi bahasa muncul dan bertahan.

d. Perubahan Vokal Sistematis

Labov menunjukkan bahwa perubahan vokal dalam bahasa Inggris Amerika mengikuti pola sistematis yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan geografis misalnya, studinya menemukan bahwa vokal /æ/ dalam kata "cat" cenderung diftongkan menjadi /eɪ/ di kalangan pembicara dari kelas sosial atas. Sementara itu, varian vokal /ɑ/ dalam kata "father" lebih umum diucapkan sebagai /ɒ/ oleh pembicara di wilayah tenggara Amerika Serikat. Dengan demikian, perubahan vokal dalam bahasa Inggris Amerika dapat dijelaskan melalui penelitian sistematis yang memperhatikan faktor-faktor linguistik dan sosial di masyarakat.

e. Variabel Linguistik

Labov memperkenalkan konsep variabel linguistik, yaitu fitur bahasa yang memiliki lebih dari satu bentuk yang digunakan oleh penutur dalam situasi sosial yang berbeda. Contoh: penggunaan [r] dalam kata seperti "car" di New York City, di mana penghilangan atau pelafalan [r] mencerminkan kelas sosial penutur.

Variasi sosial merupakan perbedaan pemakaian bahasa yang berhubungan dengan perbedaan status sosial para penuturnya. Status sosial penutur dapat berhubungan dengan banyak hal, misalnya tingkat pendidikan, kasta atau lapisan starta sosial masyarakat, kehidupan ekonomi, jenis kelamin, pekerjaan, dan sebagainya (Wijana, 2023). William Labov memperkenalkan konsep variasi bahasa dan sosiolinguistik, yang menunjukkan bahwa faktor geografis dan sosial bukan satu-satunya yang mempengaruhi variasi bahasa melainkan bisa dipengaruhi oleh faktor personal (Bahtiar & Irfan, 2023). Dalam teorinya, William Labov menekankan bahwa variasi bahasa dapat disebabkan oleh faktor sosial eksternal dan juga dapat menjadi ekspresi individu. (Bahtiar & Irfan, 2023).

Lebih lanjut dapat dipahami bahwa variasi bahasa ditentukan oleh identitas sosial masyarakat tertentu dalam bentuk tipe variasi yang dikenal sebagai dialek sosial atau sosiolek sebagai cikal bakal stereotipe kelompok yang memiliki karakteristik khas tertentu seperti etnis bahkan kelas sosial (Putra, 2010). Sosiololek berhubungan erat dengan status, golongan, kelas sosial, serta pekerjaan yang di dalamnya meliputi pembahasan mengenai usia, Pendidikan jenis kelamin, pekerjaan, dan sebagainya (Warsiman, 2014).

Berdasarkan penjelasan teoretis di atas penelitian ini bertujuan melihat beberapa hal yang terjadi di dalam perjalanan pemilu tahun 2024 yang erat kaitannya dengan pemanfaatan variasi bahasa di dalam alat kampanye berupa baliho dengan fokus penelitiannya melihat pengaruh bahasa yang digunakan terhadap segmentasi sosial pemilih. Selain itu penelitian ini bertujuan khusus untuk melihat keterampilan tim sukses dalam pemanfaatan variasi bahasa dalam rangka menjangkau suara dari kelompok-kelompok pemilih tertentu. Berbeda dengan penelitian William Labov mengenai variasi bahasa yang berfokus pada struktur kebahasaan teoretis sintaksis, fonologi dan dialektologi penelitian ini hanya memanfaatkan strata sosial yang berhasil ditemukan Labov melalui penelitiannya yang dilakukan tahun 2006 menemukan beberapa

variabel, yaitu: masyarakat kelas menengah ke atas, kelas menengah ke bawah, kelas pekerja atas dan pekerja bawah, gender, serta usia.

Beberapa penelitian mengenai pemanfaatan baliho pada pemilu melalui beberapa analisis kebahasaan pernah dilakukan, di antaranya: *Pertama*, penelitian yang dilakukan Silvanus Alvin (Alvin, 2022) dengan judul *Strategi Komunikasi Politik Caleg PSI Lolos DPRD Kota Bandung di Pemilu 2019*. Penelitian tersebut bertujuan melakukan kajian empiris strategi komunikasi yang dilakukan Caleg.

*Kedua* penelitian yang dilakukan Wahdaniah dan kawan-kawan (Wahdaniah et al., 2019) dengan judul *Pengaruh Penggunaan Bahasa dalam Spanduk Caleg Terhadap Minat Pemilih pada Pemilihan Legislatif Tahun 2019 di Kota Lhokseumawe*. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor usia pemilih terhadap bahasa persuasif yang digunakan pada spanduk caleg tahun 2019 di Lhokseumawe. Hasil penelitian menemukan pengaruh pemilihan bahasa terhadap keputusan memilih.

*Ketiga* penelitian yang dilakukan Fadli Akbar dan kawan-kawan (Akbar et al., 2023) dengan judul *Gaya Bahasa Baliho Caleg DPRD Kota Makassar yang terbit tahun 2023* bertujuan mendeskripsikan gaya bahasa baliho Caleg DPRD Kota Makassar. Penelitian tersebut berhasil menemukan pemanfaatan gaya bahasa sebagai upaya menarik perhatian masyarakat calon pemilih. Beberapa gaya bahasa yang digunakan yaitu: majas repetisi yang berjumlah 2, majas antithesis yang berjumlah 1, majas eklamasio yang berjumlah 3, majas hipokorisme yang berjumlah 2, dan majas antonomasia yang berjumlah 4.

## METODE PENELITIAN

Seperti halnya penelitian kualitatif pada umumnya, penelitian ini memanfaatkan teknik analisis dokumentatif dengan melihat keunikan variasi bahasa yang digunakan pada setiap baliho yang ditemukan. Selanjutnya bahasa yang telah diidentifikasi polanya kemudian disesuaikan dengan segmentasi status sosial, pendidikan dan usianya.

Data pada penelitian ini didapatkan dari penelusuran dokumentasi baliho yang terdapat di beberapa situs internet. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui beberapa langkah berikut:

1. Pencarian dan seleksi sumber baliho  
Peneliti melakukan pencarian sumber data di beberapa situs internet yang menampilkan gambar baliho sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan untuk penelitian ini.
2. Kriteria Pemilihan Baliho  
Tidak semua baliho bisa digunakan, adapun kriteria-kriteria yang baliho harus memenuhi beberapa kriteria seperti memiliki keunikan dalam penggunaan bahasanya.
3. Dokumentasi Baliho  
Setiap baliho yang telah diseleksi kemudian diambil dengan cara mencuplik layar atau mengunduhnya di situs internet.

Dari hasil penelusuran ditemukan 5 baliho yang akan menjadi objek penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian Labov di tahun 1966 mengenai kelas sosial dilakukan untuk meneliti variasi bahasa dengan berbagai kelas sosial. Labov mampu menunjukkan bahwa seseorang dari kelompok sosial tertentu, dengan usia tertentu, dan jenis kelamin tertentu akan memilih variasi tertentu dalam bahasa; melalui cara ini kita dapat menghubungkan fitur-fitur bahasa (linguistik) dengan kelompok sosial (Ratna, 2013). Berdasarkan konsep tersebut, berikut ini hasil analisis dari beberapa baliho yang ditemukan, antara lain:

### BALIHO 1

Baliho yang pertama berasal dari caleg bernama Fitria Ambarini yang merupakan Caleg DPR RI dari Partai PSI. Baliho ini ditemukan di daerah jalan Dewi Sartika, Cililitan, Jakarta Timur (Wahidin, 2023). Pada baliho tersebut dapat terlihat Fitria dibonceng driver ojek *online*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa baliho caleg dalam Pemilu 2024 pada gambar 1, seperti terlihat dalam sampel baliho, menggunakan pendekatan bahasa santai yang dipadukan dengan elemen visual untuk menjangkau segmen sosial tertentu. Ungkapan seperti "*Ke Senayan ya pak. . .*" mencerminkan upaya caleg untuk membangun ikatan emosional dengan masyarakat kelas pekerja, khususnya pengemudi ojek online yang menjadi representasi kuat dari pekerja sektor informal di perkotaan.



Gambar 1 Baliho salah satu calon legislatif.

Sumber Gambar: [https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google\\_vignette](https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google_vignette)

Pemanfaatan bahasa dalam ranah politik memiliki keragaman yang berbeda dengan komunikasi pada umumnya. Untuk kampanye dan tujuan politik diperlukan ragam bahasa persuasif yang mampu menunjang tujuan besar politik. Ragam bahasa informal biasa digunakan pada model kampanye terbuka, sedangkan pada kampanye dialogis digunakan ragam bahasa formal (Nuryani et al., 2021).

Tabel 1 Pilihan bahasa dan segmentasi baliho 1

Pilihan Bahasa	Segmentasi Sosial	Kelas Menengah Atas	Kelas Menengah Bawah	Segmentasi Usia
Baliho Fitri Ambarini menyajikan bahasa santai yang menjadi strategi untuk menarik perhatian masyarakat pada kelompok sosial tertentu	Para pekerja sektor informal pengguna ojek <i>online</i>		√	Pengguna jasa ojek <i>online</i> peserta pemilu usia produktif: 17 – 30 tahun

Strategi tersebut juga berhubungan dengan konsep akomodasi bahasa, di mana Fitri Ambarini melakukan penyesuaian dalam memilih bahasa sebagai cerminan nilai-nilai atau membangun karakteristik target masyarakat pemilihnya. Hal tersebut diperkuat bahasa non verbal berupa visualisasi pengemudi ojek *online* yang dapat berfungsi sebagai simbol rutinitas kesibukan masyarakat urban.

### Visualisasi dan Konteks Bahasa

Penggunaan elemen visual pada baliho menunjukkan pendekatan komunikasi multimodal. Komunikasi multimodal menurut Alawiah (dalam Nugraha et al., 2024) memberikan penjelasan bahwa gambar menjadi salah satu bentuk teks multimodal yang dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi.

Komunikasi politik melalui baliho sering kali mengintegrasikan elemen visual dengan bahasa yang mencerminkan nilai-nilai lokal dan aspirasi masyarakat. Dalam baliho ini, visual caleg yang mengenakan helm motor dan atribut partai berfungsi sebagai simbol keterhubungan langsung dengan komunitas pekerja harian.

Penggunaan elemen visual ini juga menghasilkan efek retorik yang memperkuat pesan verbal. kombinasi elemen visual dan verbal merupakan strategi penting dalam iklan politik untuk menciptakan citra inklusif dan terhubung langsung di mata pemilih.

## BALIHO 2

### Pilihan Bahasa dan Segmentasi Sosial

Baliho yang dibuat Nofel menggunakan perpaduan bahasa resmi dan bahasa santai untuk menarik perhatian calon pemilihnya. Lihat pada penggunaan frasa “*Izinkanku Mendapatkan Hatimu*” terasa sangat personal, emosional, dan akrab. Tentunya strategi ini sengaja dirancang untuk menjangkau segmen pemilih muda berpendidikan atau masyarakat urban yang peka terhadap pola komunikasi formal. Memilih kata “*Hatimu*” adalah usaha membangun keterhubungan emosional dan pribadi dengan calon pemilihnya

Di sisi lain, bahasa formal juga diterapkan untuk menambah kredibilitas, seperti dalam penyebutan jabatan dan nomor urut ("CALEG DPR-RI GOLKAR," "Nomor Urut 3"). Hal ini menunjukkan perhatian terhadap elemen resmi yang penting bagi pemilih yang lebih konservatif atau berpendidikan.



Gambar 2 Baliho salah satu calon legislatif.

Sumber Gambar: [https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google\\_vignette](https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google_vignette)

Tabel 2 Pilihan bahasa dan segmentasi baliho 2

Pilihan Bahasa	Segmentasi Sosial	Kelas Menengah Atas	Kelas Menengah Bawah	Segmentasi Usia
Menggabungkan bahasa formal dan santai, terdapat pada frasa "Izinkanku Mendapatkan Hatimu" dan beberapa penggunaan lain elemen kebahasaan formal, seperti "DPR RI 2024".	Pemilih muda, masyarakat urban, dan masyarakat modern.	√		Usia Pemilih dengan Pendidikan formal 17 – 50 tahun

### Visualisasi dan Konteks Bahasa

Dalam teknik visualisasi, pemanfaatan warna kuning cerah yang merupakan ciri khas partai Golkar sebagai latar belakang, merupakan usaha untuk menciptakan afiliasi politik yang jelas sekaligus menonjolkan identitas partai tersebut. Elemen visual ini semakin diperkuat oleh bentuk desain minimalis dan ilustrasi kecil, seperti instrument gambar not musik dan simbol hati, yang menggambarkan nuansa informal dan santai.

Teks ditampilkan dengan beragam font; untuk informasi resmi seperti "DPR-RI 2024", digunakan font yang tebal dan lurus, sementara tulisan yang lebih emosional menggunakan gaya huruf yang melengkung dan bebas. Perbedaan ini mencerminkan dualitas antara pesan formal dan kasual. Tampilan visual tersebut berhasil menciptakan keterhubungan erat dengan segmen pemilih yang ditargetkan, yaitu pemilih muda, masyarakat urban, dan masyarakat modern.

### BALIHO 3

#### Pilihan Bahasa dan Segmentasi Sosial

Kreativitas tim sukses untuk memenangkan hasil pemilihan umum sangat diperlukan pada pemanfaatan media promosi seperti baliho, terutama pemanfaatan bahasa populer yang sedang berkembang di masyarakat. Salah satunya adalah "Pelakor" yang merupakan akronim "Perebut Laki Orang". Pada baliho Corrie "Pelakor" yang memiliki konotasi buruk justru dipelesetkan menggunakan frasa baru "Pengganti Legislator Kotor". Hal ini dilakukan untuk membangun citra baik Corrie sebagai calon legislatif. Melalui baliho tersebut target menjadi sangat jelas, yaitu masyarakat dengan literasi tinggi dan akrab dengan isu-isu sosial terkini, termasuk isu "Pelakor" yang sering hadir dalam percakapan sehari-hari.



Gambar 3 Salah satu strategi baliho caleg.

Sumber Gambar: [https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google\\_vignette](https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google_vignette)

Tabel 3 Pilihan bahasa dan segmentasi sosial baliho 3

Pilihan Bahasa	Segmentasi Sosial	Kelas Menengah Atas	Kelas Menengah Bawah	Segmentasi Usia
Pemanfaatan bahasa populer. Kata yang dimanfaatkan adalah "Pelakor".	Masyarakat dengan literasi tinggi dan akrab dengan isu-isu sosial terkini	√	√	Usia Pemilih dengan literasi tinggi 17 – 40 tahun

### Visualisasi dan Konteks Bahasa

Visualisasi memperkuat pesan verbal dengan penggunaan warna kuning cerah yang menjadi ciri khas Partai Golkar, sehingga menciptakan asosiasi visual yang kuat terhadap identitas partai tersebut. Nama "Corrie Annisa, S. E. " ditampilkan dengan ukuran besar dan karakter yang tegas, memberikan penekanan pada personal branding calon legislatif. Selain itu, bentuk tangan yang membentuk simbol hati menambah dimensi emosional, menciptakan kesan keterlibatan dan kepedulian terhadap masyarakat. Gambar ini ditujukan untuk calon pemilih yang akrab dengan simbolisme modern yang sederhana, khususnya kalangan muda dan pemilih pemula.

### BALIHO 4

#### Pilihan Bahasa dan Segmentasi Sosial

Baliho Samsul Arifin memanfaatkan bahasa Osing dari suku Osing di Banyuwangi yang bertujuan menciptakan ikatan emosional dengan masyarakat lokal. Penggunaan frasa "Timbang waras nyusahne, luwong edan nyenengne" menjadi cermin idiom yang populer dalam budaya setempat yang ditampilkan dalam format humor tetapi memiliki nilai kritik sosial. Dari penggunaan bahasa tersebut dapat dilihat bahwa target pemilih Samsul Arifin adalah masyarakat menengah ke bawah, khususnya masyarakat suku Osing.

Penggunaan istilah "waras" dan "edan" sangat dekat dengan masyarakat yang menggambarkan adanya pertarungan antara nilai-nilai kebenaran dan ketidakadilan yang berkembang. Hal tersebut dapat menjadi penarik perhatian bagi mereka yang merasa tidak puas dengan iklim politik saat ini.



Gambar 4 Kiat calon legislator menggunakan bahasa daerah

Sumber Gambar: [https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google\\_vignette](https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google_vignette)

Tabel 4 Pilihan bahasa dan segmentasi sosial baliho 4.

Pilihan Bahasa	Segmentasi Sosial	Kelas Menengah Atas	Kelas Menengah Bawah	Segmentasi Usia
Pemanfaatan bahasa daerah, seperti "Timbang waras nyusahne, luwong edan nyenengne".	Masyarakat menengah ke bawah, khususnya masyarakat suku Osing Banyuwangi		√	Usia Pemilih Masyarakat Kelas Bawah 30 – 40 tahun

### Visualisasi dan Konteks Bahasa

Sebuah citra visual caleg yang mengenakan topi snapback bertuliskan "CAK EDAN" dan pakaian kasual, seperti tank top, menciptakan kesan yang unik dan dekat dengan masyarakat. Gaya ini tampaknya ditujukan untuk menjauhkan diri dari stereotip politisi tradisional yang cenderung formal. Dengan pendekatan ini, calon legislatif berusaha menarik perhatian pemilih muda dan mereka yang menggemari sosok nonkonvensional. Warna merah dan putih yang digunakan pada teks utama memberikan penekanan emosional, sementara angka "6" dan logo PKB (Partai Kebangkitan Bangsa) semakin menguatkan identitas caleg tersebut.

### BALIHO 5

#### Pilihan Bahasa dan Segmentasi Sosial

Kalimat utama pada baliho tersebut adalah, "Kalau dulu memang zamannya Suharto, tapi sekarang masanya...Suharti,". Hal tersebut sepertinya sengaja dilakukan oleh tim sukses untuk membangun citra positif Presiden Suharto yang sampai saat ini masih sangat kuat dan memiliki segmentasi masyarakat tertentu di Indonesia, terutama generasi tua.

Pilihan kata "zamannya" dan "masanya" menggambarkan pergeseran era, dengan pesan tersirat bahwa kandidat ini adalah penerus nilai-nilai baik dari masa lalu, namun tetap relevan di era kini. Segmentasi sosial yang disasar kemungkinan adalah masyarakat yang merindukan stabilitas ala Orde Baru, tetapi tetap terbuka terhadap representasi politik yang lebih segar dan kontemporer.



Gambar 5 Baliho salah satu calon legislator.

Sumber Gambar: [https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google\\_vignette](https://www.idntimes.com/news/indonesia/maulana-ridhwan-riziq-1/10-potret-baliho-caleg-paling-unik-di-pemilu-2024?page=all#google_vignette)

Tabel 5 Pilihan bahasa dan segmentasi sosial baliho 5.

Pilihan Bahasa	Segmentasi Sosial	Kelas Menengah Atas	Kelas Menengah Bawah	Segmentasi Usia
Pemanfaatan jargon, ““Kalau dulu memang zamannya Suharto, tapi sekarang masanya...Suharti,”	Masyarakat menengah ke bawah dan masyarakat menengah ke atas pecinta tokoh Suharto	√	√	Usia Pemilih Yang Mengidolakan Suharto 50 – 70 tahun

### Visualisasi dan Konteks Bahasa

Baliho tersebut didominasi oleh warna biru, tentu sesuai dengan identitas Partai Amanat Nasional (PAN). Lalu gambar sosok Presiden Suharto diletakkan di bagian sudut kiri atas sebagai usaha membangun keterhubungannya dengan historis. Sosok caleg dengan menggunakan jilbab menjadi ciri representasi politik yang modern dan islami. Gabungan tersebut merupakan upaya untuk menarik perhatian calon pemilih dengan berbagai latar sosial yang berbeda, seperti usia tua, wanita modern, dan orang-orang berkarakter Islami.

Penulisan nama “Suharti” dituliskan sedikit lebih besar agar masyarakat mengenali caleg yang akan dipilihnya, sedangkan untuk informasi tambahan seperti nomor urut dan partai diletakkan secara strategis untuk memudahkan identifikasi pemilih saat pemilu.

### SIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi bentuk variasi bahasa yang signifikan sebagai bagian dari strategi komunikasi yang ditemukan pada beberapa baliho para calon legislatif pada pemilu tahun 2024. Analissi mendalam yang dilakukan dapat menunjukkan bahwa pilihan variasi bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai alat membangun persepsi, keterlibatan emosional, serta alat penentu target masyarakat tertentu sebagai calon pemilih.

Dari Teori Variasi Bahasa pendekatan William Labov, beberapa temuan utama dari penelitian ini dapat disampaikan sebagai berikut:

#### 1. Bahasa Sebagai Alat Strategis untuk Menjangkau Pemilih

Penentuan variasi bahasa pada baliho caleg dilakukan dengan melakukan beberapa pertimbangan target dan identitas sosial masyarakat yang dituju. Penggunaan bahasa tidak formal atau pemilihan frasa unik dapat menjadi bagian dari strategi menarik perhatian calon pemilih dari berbagai kalangan masyarakat.

## 2. Integrasi Visual dan Verbal dalam Komunikasi Politik

Penelitian ini sekaligus menegaskan pentingnya unsur visual untuk memperkuat pesan verbal. Termasuk peran esensial dari penggunaan warna, simbol, dan gambar yang ditampilkan pada baliho mampu memberikan efek ketertarikan masyarakat untuk memilih calonnya.

## 3. Pentingnya Segmentasi Sosial dalam Strategi Komunikasi

Cermin segmentasi masyarakat sosial tertentu dapat dilihat dari pemilihan bahasa yang dilakukan oleh tim sukses calon legislatif sebagai bagian dari strategi pemenangan. Seperti penggunaan bahasa daerah jelas bertujuan menarik perhatian pemilih pada komunitas tertentu, sedangkan penggunaan bahasa Indonesia dimanfaatkan untuk menarik perhatian calon pemilih yang lebih luas.

## 4. Relevansi Variasi Bahasa dengan Tren Politik Modern

Pada konteks politik saat ini pemanfaatan variasi bahasa sejalan dengan perkembangan sosial, budaya yang di dalamnya dapat berupa permainan kata atau idiom populer tentu saja dapat menjadi strategi menarik perhatian calon pemilih. Pendekatan yang demikian merupakan bentuk adaptif para calon legislatif terhadap gaya komunikasi masyarakat yang menjadi target pemilih mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti bahwa variasi bahasa dalam baliho calon legislatif merupakan strategi komunikasi politik yang efektif untuk membangun hubungan antara calon legislatif dan pemilih. Pilihan bahasa tidak hanya mencerminkan identitas calon, tetapi juga menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang audiens yang ditargetkan.

## SARAN

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, ada beberapa rekomendasi yang dapat digunakan dalam rangka meningkatkan efektivitas komunikasi politik melalui media baliho, antara lain:

### 1. Penggunaan Bahasa yang Lebih Inklusif

Para caleg sebaiknya memperluas variasi bahasa yang digunakan, termasuk bahasa lokal atau idiom yang relevan dengan komunitas tertentu. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kedekatan emosional dengan audiens lokal, terutama di daerah dengan keberagaman budaya yang tinggi.

### 2. Optimalisasi Baliho di Era Digital

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media digital, desain baliho perlu diadaptasi untuk platform online, seperti media sosial. Elemen visual dan verbal dalam baliho fisik harus disesuaikan agar tetap menarik dan efektif ketika disajikan dalam format digital, yang menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

### 3. Fokus pada Keaslian Pesan

Bahasa dan visual yang digunakan dalam baliho hendaknya mencerminkan kepribadian caleg secara autentik. Pesan yang terlalu manipulatif atau tidak relevan dengan karakter caleg dapat menurunkan kredibilitas di mata pemilih.

### 4. Peningkatan Penelitian tentang Efektivitas Bahasa

Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengevaluasi dampak variasi bahasa terhadap keputusan pemilih, terutama dalam konteks digital. Studi semacam ini dapat membantu caleg merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan berbasis data.

### 5. Pelatihan untuk Tim Kampanye

Tim kampanye caleg perlu diberikan pelatihan tentang sosiolinguistik dan segmentasi sosial, guna memahami cara penggunaan bahasa secara strategis. Dengan pengetahuan ini, pesan kampanye dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pemilih.

Dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi di atas diharapkan strategi komunikasi politik melalui baliho dapat menjadi lebih efektif, relevan, dan adaptif terhadap kebutuhan audiens yang beragam.

## REFERENSI

- Aji, E. N. W., Sudono, A., Sutarsih, N., & Utami, R. E. (2022). Kosakata dalam Wacana Alat Peraga Kampanye Pemilu 2019 (Vocabulary in Discourse 2019 Election Campaign Props). *Kandai*, 18(2), 233. <https://doi.org/10.26499/jk.v18i2.3599>
- Akbar, F., Musyawir, Arianti, I., & Salam, Abd. L. (2023). Gaya Bahasa Baliho Caleg DPRD Kota Makassar. *Jurnal Konsepsi*, 11.
- Alvin, S. (2022). Strategi Komunikasi Politik Caleg PSI Lolos DPRD Kota Bandung di Pemilu 2019. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 312–323. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i4.1167>

- Bahtiar, A., & Irfan, M. (2023). Variasi Idiolek Bahasa Sasak Desa Pengadangan. *Jurnal Alinea*, 3(3), 675–688. <http://ejournal.baleliterasi.org/index.php/alinea>
- Ibrahim, M. (2025). Bahasa dan Kelas Sosial: Hubungan Antara Pilihan Kata dan Status Sosial. *Proceedings Series on Health & Medical Sciences*, 7. <https://doi.org/10.30595/pshms.v7i.1456>
- Jayadi, M. S., Wahyudin, D., & Suriani, E. (2024). Jejak Sejarah Linguistik dalam Perkembangan Ilmu Bahasa: Studi Tokoh-Tokoh Linguistik Terkemuka. *Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 4(4). <https://jurnalp4i.com/index.php/social>
- Komisi Pemilihan Umum (KPU). (2024). *Kilas Pemilu Tahun 2024*. <https://www.kpu.go.id/page/read/1136/kilas-pemilu-tahun-2024>
- Nugraha, F., Luthfiyanti, W. N., Nuraeni, S., & Khaeruni. (2024). Komunikasi Multimodal Alfiansyah Komeng dalam Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Daerah RI 2024. *Dialektika Komunika*.
- Nuryani, Isnaniah, S., & Eliya, I. (2021). *Sosiolinguistik dalam Pengajaran Bahasa Berbasis Multikultural: Teori dan Praktik Penelitian*. In Media.
- Papuc, R. D. (2016). Language Variation, Language Attitudes and Linguistic Discrimination. *This Article Is CC BY Raluca Diana Papuc Essex Student Journal*, 8. <https://doi.org/10.5526/esj35>
- Putra, I. N. A. J. (2010). *Bahasa, Varietas Bahasa, dan Variabel Penentu Penggunaannya* (Vol. 6, Issue 12).
- Ratna, E. (2013, June). *William Labov, Penelitian tentang Kelas Sosial Pengguna Bahasa*. [https://duniyasosiolinguistik.wordpress.com/2013/06/08/william-labov-penelitian-tentang-kelas-sosial-pengguna-bahasa/#:~:text=Labov%20dapat%20membuktikan%20bahwa%20seorang,\(linguistik\)%20dengan%20kelas%20sosial.](https://duniyasosiolinguistik.wordpress.com/2013/06/08/william-labov-penelitian-tentang-kelas-sosial-pengguna-bahasa/#:~:text=Labov%20dapat%20membuktikan%20bahwa%20seorang,(linguistik)%20dengan%20kelas%20sosial.)
- Suryatin, E. (2016). Analisis Tindak Tutur Pada Baliho Kampanye Calon Legislatif Pemilu Tahun 2009 di Kalimantan Selatan. In *Undas* (Vol. 12).
- Wahdaniah, Jamilah, Surbakti, E. B., & Isa, I. (2019). Pengaruh Penggunaan Bahasa dalam Spanduk Caleg Terhadap Minat Pemilih pada Pemilihan Legislatif Tahun 2019 di Kota Lhokseumawe. *Proceeding Seminar Nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe*, 3.
- Wahidin, K. P. (2023, December). *Baliho 'nyeleneh' para caleg dan upaya menggaet pemilih*. <https://www.alinea.id/politik/baliho-nyeleneh-para-caleg-dan-upaya-menggaet-pemilih-b2ic49Py5>
- Warsiman. (2014). *Sosiolinguistik: Teori dan Aplikasi dalam Pembelajaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Wijana, I. D. P. (2023). *Pengantar Sosiolinguistik*. Gadjah Mada University Press.
- Yule, G. (2015). *Kajian Bahasa*. Pustaka Pelajar.
- Zain, J. F., & Iffat, U. (2025). Struktur Naratif Labov dan Variasi Bahasa dalam Majalah Bobo: Tinjauan Teori Labov. *NUSA (Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra)*, 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/nusa.1.1.1-14>.