

Analisis Wacana Kritis terhadap Berita “Rupiah Loyo: Kan Orang di Desa Nggak Pakai Dolar?”

Informasi Naskah

Darwin Effendi¹, Catrin Putri Irsa²,
Riska Febrianti³, Shinta Amelia
Nabilla⁴, Yoja Zaiduha Saimona⁵,
Diva Maharani Lolyta⁶, Rofi Salsa
Maharani⁷, Marcella Nurmala Sari⁸,
Wulan Agra Pratiwi⁹, Mellyana
umikalsum Az-zahra¹⁰, Hayatun
Khasanah¹¹

Program Studi Bahasa Indonesia, Fakultas
Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas
PGRI Palembang, Indonesia

darwinpasca2010@gmail.com¹,
chatrineputriirsa@gmail.com²,
rskriskaa66@gmail.com³,
shintaamelianabila@gmail.com⁴,
yojzaiduhassaimona@gmail.com⁵,
diva11maharani@gmail.com⁶,
rufisalsamaharani@gmail.com⁷,
marcellanurmalasari380@gmail.com⁸,
wulanagrapratiwi@gmail.com⁹,
mellyanaumikalsumazzahra@gmail.com¹⁰,
hayatunkhasanah3@gmail.com¹¹

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pernyataan Presiden Prabowo Subianto mengenai pelemahan nilai tukar Rupiah yang direpresentasikan melalui kalimat “rakyat/orang di desa tidak pakai dolar” dalam pemberitaan dan unggahan media digital. Pernyataan tersebut penting dianalisis karena menghubungkan isu ekonomi makro dengan bahasa politik yang sederhana, akrab, dan berorientasi kerakyatan. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan struktur wacana, strategi retorika politik, ideologi populisme ekonomi, serta pengaruh konteks sosial dan media digital terhadap penerimaan publik. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk. Data penelitian berupa teks pernyataan, transkrip video, pemberitaan media daring, serta respons publik yang relevan. Analisis dilakukan melalui lima dimensi, yaitu struktur makro, superstruktur, struktur mikro, kognisi sosial, dan konteks sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana tersebut membangun tema besar penenangan publik melalui simbol “desa” sebagai representasi ekonomi rakyat dan “dolar” sebagai simbol ekonomi global. Pada tingkat mikro, diksi informal seperti “nggak pakai” dan partikel “kan” membentuk kesan akrab, membumi, dan persuasif. Namun, wacana tersebut juga menyederhanakan hubungan antara kurs, harga barang, rantai pasok, dan kehidupan masyarakat desa. Penelitian menyimpulkan bahwa pernyataan tersebut merupakan strategi legitimasi politik berbasis populisme ekonomi yang diperkuat oleh framing media digital.

Kata Kunci:

Analisis Wacana Kritis, Teun A. Van Dijk, Populisme Ekonomi, Framing Media Digital, Rupiah.

Abstract

This study examines President Prabowo Subianto's statement on the weakening of the Indonesian Rupiah, particularly the phrase “people in villages do not use dollars,” as circulated in online news and digital media posts. The statement deserves critical analysis because it links a macroeconomic issue with political language that is simple, familiar, and oriented toward the people. This study aims to describe the discourse structure, rhetorical strategies, economic populism ideology, and the influence of social and digital media contexts on public reception. The research applies a descriptive qualitative method using Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis model. The data consist of the statement text, video transcript, online news reports, and relevant public responses. The analysis is conducted through five dimensions: macrostructure, superstructure, microstructure, social cognition, and social context. The findings show that the discourse constructs a major theme of calming the public by positioning “village” as a symbol of the people's economy and “dollar” as a symbol of the global economy. At the micro level, informal diction such as “nggak pakai” and the particle “kan” creates a familiar, grounded, and persuasive tone. However, the discourse also simplifies the relationship among exchange rates, commodity prices, supply chains, and rural life. The study concludes that the statement functions as a political legitimization strategy rooted in economic populism and amplified by digital media framing.

Key Word:

Critical Discourse Analysis, Teun A. Van Dijk, Economic Populism, Digital Media Framing, Rupiah.

Information Production:

© 2026 by the authors of this article. This work is licensed under an Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)



PENDAHULUAN

Pelemahan nilai tukar Rupiah terhadap Dolar Amerika Serikat tidak hanya menjadi peristiwa ekonomi, tetapi juga isu komunikasi publik. Dalam kehidupan ekonomi nasional, kurs sering dibaca sebagai indikator stabilitas, kepercayaan pasar, kemampuan impor, dan daya tahan fiskal. Ketika nilai tukar melemah, publik

tidak selalu memahami mekanisme moneter secara teknis, tetapi mereka dapat merasakan dampaknya melalui wacana harga, kekhawatiran inflasi, serta narasi tentang kemampuan pemerintah menjaga ekonomi. Oleh karena itu, pernyataan pejabat negara mengenai Rupiah selalu memiliki efek simbolik karena bahasa yang digunakan dapat menenangkan, mengarahkan, atau bahkan membatasi cara publik memahami persoalan ekonomi. Dalam konteks tersebut, pernyataan Presiden Prabowo Subianto tentang “rakyat/orang di desa tidak pakai dolar” menjadi objek yang penting dikaji. Pernyataan tersebut diberitakan sebagai respons terhadap isu pelemahan Rupiah dan kecemasan publik atas nilai tukar yang mencapai kisaran tinggi terhadap dolar AS. Salah satu pemberitaan mencatat bahwa Prabowo menyampaikan, “Mau dolar berapa ribu kek, kan kalian di desa-desa nggak pakai dolar,” dalam acara yang disiarkan melalui kanal Sekretariat Presiden (Oswaldo, 2026). Kalimat ini bukan hanya informasi mengenai perilaku transaksi masyarakat desa, melainkan tindakan diskursif yang mengubah kerangka pembicaraan dari indikator ekonomi makro menuju pengalaman sehari-hari masyarakat pedesaan.

Bahasa politik memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi sosial. Dalam komunikasi politik, aktor kekuasaan tidak hanya menyampaikan data, tetapi juga memilih metafora, contoh, diksi, serta nada bahasa untuk membangun citra dan legitimasi. Kajian tentang komunikasi politik di media baru menunjukkan bahwa media digital memperluas ruang penyebaran pesan politik sekaligus mempercepat perdebatan publik (Adiputra et al., 2023). Hal ini menjadikan setiap pernyataan pemimpin negara mudah dipotong, disebarluaskan, diberi judul baru, dan dipertarungkan dalam ruang komentar. Dalam situasi seperti itu, media digital tidak hanya menjadi saluran, tetapi juga menjadi arena pembingkai makna. Pernyataan “orang di desa tidak pakai dolar” menarik dianalisis karena mengandung penyederhanaan terhadap persoalan ekonomi makro. Secara denotatif, masyarakat desa memang umumnya bertransaksi menggunakan Rupiah, bukan dolar. Akan tetapi, secara ekonomi politik, kehidupan desa tetap dapat terhubung dengan kurs melalui harga pupuk, bahan bakar, obat-obatan, barang impor, komponen produksi, dan rantai pasok kebutuhan pokok. Dengan demikian, kalimat tersebut bekerja sebagai retorika populis: ia dekat dengan pengalaman konkret rakyat, tetapi dapat menutup kompleksitas hubungan antara ekonomi domestik dan ekonomi global.

Di sisi lain, wacana tersebut memperlihatkan oposisi simbolik antara “desa” dan “dolar”. “Desa” diposisikan sebagai ruang ekonomi rakyat yang sederhana, lokal, dan tahan terhadap gejolak global, sedangkan “dolar” diposisikan sebagai simbol ekonomi asing, pasar internasional, atau kepentingan elite. Penelitian mengenai populisme dalam pemberitaan memperlihatkan bahwa populisme sering bekerja melalui pembentukan dikotomi antara rakyat dan elite, atau antara subjek yang dianggap asli dengan kekuatan yang dianggap jauh dari kehidupan publik (Deha, 2021). Pada titik inilah bahasa menjadi sarana legitimasi: pemimpin tampil sebagai pihak yang memahami rakyat kecil dan mampu meredakan kecemasan mereka. Peran media sosial, khususnya TikTok dan platform video pendek, membuat wacana semacam ini lebih mudah viral. Kajian tentang TikTok sebagai media komunikasi politik menunjukkan bahwa bentuk video pendek, gaya bahasa ringan, musik, potongan visual, dan interaksi komentar dapat memperkuat kedekatan emosional antara aktor politik dan audiens (Kamindang & Amijaya, 2024). Akan tetapi, viralitas juga dapat memotong konteks, sehingga publik lebih banyak menanggapi fragmen ucapan daripada membaca kebijakan ekonomi secara menyeluruh.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur wacana dalam pernyataan “rakyat/orang di desa tidak pakai dolar” dengan menggunakan model Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk. Rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro dalam pernyataan tersebut; bagaimana strategi retorika politik digunakan untuk membingkai isu pelemahan Rupiah; bagaimana ideologi populisme ekonomi bekerja dalam wacana tersebut; serta bagaimana konteks sosial dan media digital memengaruhi penerimaan publik. Penelitian ini penting karena menghubungkan kajian bahasa, kekuasaan, ekonomi, dan media digital dalam satu kerangka analitis yang kritis tetapi tetap berbasis data. Selain itu, penelitian ini relevan karena pernyataan pejabat publik tentang ekonomi tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga sebagai sinyal politik. Ketika seorang presiden menafsirkan pelemahan Rupiah melalui contoh kehidupan desa, ia tidak sekadar menjelaskan dampak kurs, melainkan juga membangun batas makna tentang apa yang dianggap penting, siapa yang dianggap terdampak, dan jenis kecemasan apa yang dianggap sah. Dalam perspektif AWK, proses penentuan batas makna inilah yang penting ditelaah karena dapat memengaruhi cara masyarakat menilai keberhasilan atau kegagalan kebijakan ekonomi.

Kajian ini juga berangkat dari kebutuhan untuk membaca ulang hubungan antara fakta ekonomi dan fakta komunikasi. Pelemahan nilai tukar dapat dijelaskan melalui indikator ekonomi, tetapi penerimaan publik terhadap isu tersebut sering ditentukan oleh bahasa yang digunakan otoritas dan media. Oleh sebab itu, analisis terhadap wacana “desa” dan “dolar” tidak diarahkan untuk menilai kebijakan moneter secara teknis, melainkan

untuk menelaah bagaimana isu teknis itu diubah menjadi cerita politik yang mudah diterima, diperdebatkan, dan disebarluaskan. Dalam ruang publik digital, pernyataan ekonomi pejabat negara sering mengalami pergeseran fungsi. Pernyataan yang semula dimaksudkan sebagai penjelasan dapat berubah menjadi materi perdebatan, meme, dukungan, bahkan kritik. Perubahan fungsi ini memperlihatkan bahwa wacana politik tidak hanya diproduksi oleh pembicara utama, tetapi juga oleh jejaring media dan audiens. Oleh karena itu, penelitian ini memandang wacana “Rupiah loyo” sebagai peristiwa komunikasi yang bergerak dari panggung politik menuju ruang partisipasi digital.

Analisis Wacana Kritis (AWK) memandang bahasa sebagai praktik sosial yang tidak netral. Bahasa tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membentuk realitas, mempertahankan relasi kuasa, serta mereproduksi ideologi tertentu. Dalam konteks media dan politik, AWK berupaya menelaah bagaimana pilihan kata, struktur kalimat, urutan argumentasi, dan strategi retorik dapat memengaruhi cara publik memahami suatu peristiwa. Kajian-kajian AWK terhadap teks berita menunjukkan bahwa pemberitaan bukan sekadar cermin realitas, melainkan hasil konstruksi yang dipengaruhi oleh sudut pandang, kepentingan, dan posisi sosial pembuat teks (Oktiaputri, 2023). Model Teun A. van Dijk merupakan salah satu model AWK yang relevan untuk menganalisis wacana politik karena memadukan analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Struktur teks dalam model ini dibagi ke dalam tiga lapis utama, yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. Struktur makro berkaitan dengan tema besar atau topik utama wacana. Superstruktur mengacu pada skema atau alur penyusunan teks, sedangkan struktur mikro mencakup makna lokal, pilihan kata, bentuk kalimat, koherensi, gaya bahasa, dan elemen retorik (Ramadhan & Assidik, 2022).

Selain tiga struktur tekstual, model van Dijk menekankan dimensi kognisi sosial dan konteks sosial. Kognisi sosial menjelaskan pengetahuan, keyakinan, asumsi, dan model mental yang memengaruhi produksi dan penerimaan wacana. Konteks sosial menunjukkan bagaimana wacana berkaitan dengan struktur kekuasaan, institusi, akses terhadap media, dan situasi historis tertentu. Kajian terhadap pidato presiden dalam perspektif van Dijk memperlihatkan bahwa pidato politik tidak hanya dapat dibaca melalui tema dan diksi, tetapi juga melalui hubungan antara posisi pembicara, kepentingan kelembagaan, dan kondisi sosial yang melatarbelakanginya (Sulistiawan et al., 2024). Bahasa dan kekuasaan politik memiliki hubungan yang erat. Aktor politik menggunakan bahasa untuk membangun citra diri, meneguhkan legitimasi, menunjukkan kedekatan dengan rakyat, dan mengelola persepsi publik. Penelitian tentang pidato Prabowo dalam pendekatan wacana kritis memperlihatkan bahwa pidato politik dapat menampilkan relasi, identitas, dan representasi yang berfungsi membangun posisi pembicara di hadapan audiens (Megawati, 2021). Dengan demikian, bahasa tidak dapat dipisahkan dari strategi kekuasaan karena melalui bahasa pemimpin dapat menampilkan diri sebagai pelindung, penyelamat, atau wakil kepentingan rakyat.

Retorika populis merupakan strategi komunikasi yang menonjolkan kedekatan antara pemimpin dan rakyat. Populisme biasanya membangun oposisi antara “rakyat kecil” dan “elite”, “desa” dan “kota”, “ekonomi rakyat” dan “ekonomi asing”, atau “kehendak rakyat” dan “kepentingan teknokratis”. Dalam pemberitaan dan representasi politik, populisme dapat hadir melalui kata, simbol, gambar, maupun gaya komunikasi yang menekankan kesederhanaan dan keberpihakan (Febryanti & Ahmad, 2023). Dalam konteks pernyataan tentang Rupiah, populisme bekerja dengan menjadikan masyarakat desa sebagai simbol rakyat yang dianggap lebih dekat dengan realitas ekonomi sehari-hari daripada dengan indikator pasar global. Framing media digital juga menjadi konsep penting dalam penelitian ini. Media sosial dapat mempercepat penyebaran wacana, memotong konteks, dan memperkuat tafsir tertentu melalui judul, cuplikan video, komentar, serta algoritma distribusi. Kajian tentang media baru dalam komunikasi politik menunjukkan bahwa ruang digital membuka peluang partisipasi, tetapi tidak selalu menghasilkan komunikasi politik yang deliberatif karena pesan sering dikonsumsi secara cepat dan fragmentaris (Adiputra et al., 2023). Pada platform seperti TikTok, pesan politik cenderung bersaing melalui daya tarik emosional, gaya visual, dan kesederhanaan narasi (Kamindang & Amijaya, 2024).

Komunikasi politik dalam isu ekonomi memiliki tantangan khusus karena isu ekonomi makro sering bersifat abstrak. Nilai tukar, neraca perdagangan, suku bunga, inflasi impor, dan cadangan devisa tidak selalu mudah dipahami oleh masyarakat umum. Karena itu, aktor politik sering menyederhanakan isu ekonomi agar lebih komunikatif. Penyederhanaan dapat membantu publik memahami persoalan, tetapi juga dapat menimbulkan bias apabila mengabaikan hubungan tidak langsung antara indikator makro dan kehidupan sehari-hari. Dalam konteks inilah literasi media dan literasi ekonomi menjadi penting agar publik mampu membedakan antara retorika penenang dan penjelasan kebijakan yang berbasis data. Dengan memadukan konsep AWK van Dijk, bahasa dan kekuasaan politik, retorika populis, framing media digital, serta komunikasi politik ekonomi, penelitian ini memosisikan pernyataan “orang di desa tidak pakai dolar” sebagai wacana yang kompleks. Ia tidak hanya dapat dibaca sebagai kalimat spontan, tetapi sebagai praktik bahasa yang

mengandung tema, strategi, asumsi sosial, dan fungsi legitimasi. Kajian ini sekaligus mengisi kesenjangan penelitian mengenai bagaimana isu nilai tukar dibingkai melalui gaya bahasa populis dalam ruang media digital Indonesia kontemporer.

Dalam kajian AWK kontemporer, perhatian terhadap unsur mikro seperti partikel, ragam tutur, dan pilihan pronomina menjadi semakin penting karena pesan politik di media sosial sering bekerja melalui satuan bahasa yang pendek. Kalimat ringkas dapat memuat ideologi karena di dalamnya terdapat pemilihan subjek, penghilangan informasi, pengandaian, serta penekanan tertentu. Oleh karena itu, kajian terhadap kata “kan”, “nggak”, “desa”, dan “dolar” tidak bersifat kebahasaan semata, tetapi berkaitan dengan bagaimana kedekatan, kewajaran, dan otoritas dibangun dalam percakapan politik. Kajian literatur tentang media sosial juga menunjukkan bahwa wacana politik tidak selesai ketika pernyataan diucapkan. Ia terus bergerak melalui praktik repost, komentar, potongan video, dan pemberian judul oleh akun media. Dalam proses ini, satu kalimat dapat memperoleh makna baru sesuai kepentingan pembuat konten dan komunitas audiens. Dengan demikian, framing digital perlu dipahami sebagai proses berlapis: dimulai dari pembicara, diteruskan oleh media, lalu dinegosiasikan kembali oleh publik melalui interaksi platform.

Relasi bahasa dan legitimasi politik juga perlu dilihat dari cara pemimpin memilih titik rujukan. Dalam isu ekonomi, rujukan dapat berupa angka kurs, pernyataan bank sentral, data perdagangan, atau pengalaman rakyat. Ketika pengalaman rakyat dipilih sebagai rujukan utama, pembicara sedang membangun legitimasi berbasis kedekatan sosial. Strategi ini tidak selalu keliru, tetapi perlu dikritisi ketika pengalaman yang dipilih hanya mewakili sebagian realitas dan mengabaikan jaringan ekonomi yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak bertujuan menghitung frekuensi bahasa semata, tetapi menafsirkan hubungan antara teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang melatarbelakangi produksi serta penerimaan wacana. Dengan demikian, metode penelitian ini memungkinkan peneliti mengkaji bahasa politik sebagai praktik sosial yang berkaitan dengan kekuasaan, ideologi, dan legitimasi. Objek penelitian ini adalah pernyataan “rakyat/orang di desa tidak pakai dolar” dalam konteks pemberitaan dan unggahan media sosial mengenai pelemahan Rupiah. Pernyataan tersebut diperlakukan sebagai data wacana utama karena memuat diksi informal, oposisi simbolik, dan strategi retorik yang dapat dianalisis secara tekstual maupun kontekstual. Data tidak dimaknai sebagai representasi tunggal realitas ekonomi, melainkan sebagai konstruksi bahasa yang menghasilkan tafsir tertentu mengenai hubungan antara masyarakat desa dan gejolak nilai tukar.

Sumber data penelitian meliputi teks pernyataan, transkrip atau kutipan video, pemberitaan media daring, serta respons publik yang relevan. Pemberitaan media daring digunakan untuk menempatkan pernyataan dalam konteks peristiwa, sedangkan literatur ilmiah digunakan untuk memperkuat analisis teoritis. Data sekunder berupa artikel ilmiah mengenai AWK, komunikasi politik, populisme, framing media digital, dan TikTok sebagai media komunikasi politik dipakai sebagai landasan untuk menghindari pembacaan yang bersifat opini pribadi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik simak, catat, dokumentasi, dan telaah pustaka. Teknik simak digunakan untuk mencermati bentuk bahasa dalam pernyataan, teknik catat digunakan untuk menandai kata/frasa penting, dokumentasi digunakan untuk menyimpan data pemberitaan dan unggahan yang relevan, sedangkan telaah pustaka digunakan untuk menyusun dasar konseptual. Data yang terkumpul kemudian diklasifikasi berdasarkan elemen analisis van Dijk, yaitu struktur makro, superstruktur, struktur mikro, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Teknik analisis data dilakukan secara bertahap. Pertama, analisis struktur makro digunakan untuk menemukan tema besar wacana. Kedua, analisis superstruktur digunakan untuk melihat alur argumentasi yang menghubungkan isu Rupiah melemah dengan realitas masyarakat desa. Ketiga, analisis struktur mikro digunakan untuk menelaah diksi, sintaksis, koherensi, metafora, gaya bahasa, dan strategi retorik. Keempat, analisis kognisi sosial digunakan untuk memahami asumsi yang bekerja di balik pernyataan. Kelima, analisis konteks sosial digunakan untuk menempatkan wacana dalam situasi ekonomi-politik, relasi kuasa, dan ekosistem media digital. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teori, yakni membandingkan data media dengan literatur AWK, komunikasi politik, dan framing digital. Unit analisis penelitian ini mencakup satuan kalimat, frasa kunci, relasi antarkalimat, konteks pemberitaan, serta pola penyebaran wacana di media digital. Satuan kalimat digunakan untuk melihat bagaimana proposisi utama dibangun, sedangkan frasa kunci digunakan untuk menelaah kerja simbolik kata “desa” dan “dolar”. Relasi antarkalimat membantu memahami alur argumentasi, sementara konteks pemberitaan dan platform digital digunakan untuk membaca bagaimana pernyataan tersebut diterima sebagai isu publik.

Penelitian ini memiliki batasan. Analisis tidak dimaksudkan untuk menguji besaran dampak kurs terhadap ekonomi desa secara kuantitatif, melainkan untuk menafsirkan konstruksi makna dalam pernyataan politik. Karena itu, pembahasan mengenai pupuk, bahan bakar, obat-obatan, dan rantai pasok digunakan sebagai konteks konseptual bahwa ekonomi desa tidak berdiri sepenuhnya terpisah dari ekonomi global. Dengan batasan tersebut, hasil penelitian diharapkan tetap proporsional dan tidak melampaui karakter penelitian wacana. Langkah operasional analisis dilakukan dengan membaca data secara berulang, menandai leksikon dominan, mengelompokkan satuan makna, kemudian menghubungkannya dengan teori AWK dan komunikasi politik. Kategori analisis dibangun dari konsep van Dijk: tema, skema, makna lokal, pilihan kata, bentuk kalimat, strategi retorik, asumsi sosial, dan konteks kekuasaan. Prosedur ini digunakan agar pembahasan tidak hanya mengulang kutipan, tetapi menghasilkan interpretasi yang sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur Makro: Tema Besar Wacana

Pada tingkat struktur makro, tema besar wacana adalah upaya menenangkan publik melalui narasi bahwa pelemahan Rupiah tidak secara langsung menyentuh masyarakat desa. Wacana ini mengubah isu nilai tukar dari persoalan makroekonomi menjadi persoalan kedekatan dengan pengalaman hidup rakyat. Dengan menyebut “rakyat/orang di desa”, pembicara memilih subjek sosial yang memiliki nilai simbolik kuat dalam politik Indonesia: desa dianggap sebagai representasi rakyat kecil, ekonomi domestik, kesederhanaan, dan ketahanan sosial. Tema “desa” dalam wacana ini tidak netral. Desa bukan hanya lokasi geografis, melainkan simbol ideologis yang dipakai untuk menandai kedekatan pemimpin dengan masyarakat akar rumput. Dalam kerangka van Dijk, tema besar seperti ini berfungsi mengarahkan pembaca atau pendengar pada interpretasi tertentu (Ramadhan & Assidik, 2022). Publik tidak lagi diarahkan untuk membahas indikator kurs, neraca perdagangan, atau beban impor, tetapi diarahkan untuk membayangkan kehidupan desa yang tetap berjalan tanpa transaksi dolar.

Dari sisi struktur makro, penempatan desa sebagai simbol utama menjadikan isu ekonomi makro tampak dapat dinilai melalui pengalaman lokal. Strategi ini efektif secara komunikatif karena desa merupakan imaji sosial yang dekat dengan mayoritas masyarakat Indonesia. Namun, secara kritis, tema ini perlu dibaca sebagai pemilihan sudut pandang tertentu. Ketika topik “pelemahan Rupiah” dibicarakan melalui “desa”, aspek seperti impor bahan baku, utang luar negeri, harga energi, dan sentimen pasar menjadi kurang tampak dalam wacana utama. Dengan demikian, struktur makro wacana bekerja melalui proses reduksi tematik. Tema besar yang semula berkaitan dengan stabilitas nilai tukar dipersempit menjadi relevansi langsung dolar dalam transaksi rakyat desa. Reduksi ini bukan kesalahan bahasa, melainkan strategi retorik yang mengarahkan publik untuk mengukur dampak ekonomi berdasarkan pengalaman kasatmata. Dalam AWK, strategi seperti ini penting dikaji karena tema yang dipilih pembicara menentukan arah perhatian publik.

Superstruktur: Alur Argumentasi Wacana

Superstruktur wacana menunjukkan pola argumentasi yang relatif sederhana. Pertama, wacana dimulai dari adanya kecemasan publik mengenai Rupiah melemah. Kedua, kecemasan tersebut direspons dengan contoh kehidupan desa. Ketiga, wacana diarahkan pada simpulan bahwa masyarakat tidak perlu panik karena kehidupan ekonomi rakyat tetap berjalan. Skema ini efektif secara retorik karena memindahkan perhatian dari data ekonomi yang abstrak menuju pengalaman sehari-hari yang mudah dibayangkan. Alur semacam ini dapat disebut sebagai pengalihan fokus diskursif. Isu awal adalah fluktuasi nilai tukar, tetapi simpulan yang dibangun adalah ketahanan masyarakat desa. Dengan demikian, terdapat pergeseran dari pertanyaan “apa dampak pelemahan Rupiah terhadap ekonomi nasional?” menjadi “apakah rakyat desa benar-benar memakai dolar?”. Pergeseran ini membuat wacana lebih mudah diterima, tetapi juga berpotensi menyempitkan ruang diskusi teknis mengenai dampak tidak langsung kurs terhadap harga barang.

Secara superstruktural, pernyataan tersebut juga memperlihatkan pola problem-solution yang sederhana. Masalah yang muncul adalah “Rupiah loyo” atau kekhawatiran terhadap nilai tukar. Solusi diskursif yang ditawarkan bukan paparan kebijakan fiskal atau moneter, melainkan contoh sosial bahwa rakyat desa tidak memakai dolar. Pola ini membuat solusi tampak dekat dan mudah dicerna, walaupun belum tentu menjawab seluruh dimensi masalah ekonomi. Skema wacana semacam itu lazim dalam komunikasi politik krisis karena publik sering membutuhkan jawaban yang cepat, jelas, dan menenangkan. Akan tetapi, skema yang terlalu sederhana dapat menggeser standar penjelasan dari akurasi menuju kenyamanan psikologis. Dalam konteks media sosial, alur yang singkat ini sangat mudah dipotong menjadi konten viral karena memiliki konflik, tokoh, simbol, dan simpulan yang dapat dipahami dalam beberapa detik.

Struktur Mikro: Diksi dan Gaya Bahasa

Pada tingkat struktur mikro, unsur yang paling menonjol adalah pilihan kata “rakyat/orang di desa”, “nggak pakai”, “dolar”, dan partikel “kan”. Frasa “rakyat/orang di desa” membangun subjek kolektif yang dekat dengan identitas kerakyatan. Kata “nggak” merupakan bentuk informal dari “tidak”, sedangkan “pakai” lebih lisan daripada “menggunakan”. Pilihan ini menciptakan kesan percakapan akrab, bukan penjelasan teknokratis. Diksi informal seperti ini membuat pembicara tampak membumi dan tidak berjarak dari audiens. Partikel “kan” berfungsi sebagai penanda pertanyaan retorik dan persetujuan bersama. Dalam kalimat “kan orang di desa nggak pakai dolar”, pembicara seolah-olah mengajak audiens menyetujui premis yang dianggap sudah jelas. Secara retorik, strategi ini mengurangi ruang keberatan karena audiens ditempatkan dalam posisi seolah-olah telah mengetahui kebenaran yang sama. Dalam analisis mikrostruktur van Dijk, unsur leksikon, bentuk kalimat, dan retorika seperti ini penting karena dapat memperlihatkan strategi pembicara dalam membangun penekanan makna (Sulistiawan et al., 2024).

Pada level semantik, pernyataan tersebut mengandung praanggapan bahwa hubungan masyarakat desa dengan dolar bersifat jauh atau tidak langsung. Praanggapan ini tidak dinyatakan sebagai argumen yang perlu dibuktikan, tetapi hadir sebagai sesuatu yang dianggap sudah diketahui bersama. Bentuk seperti ini penting karena wacana yang kuat sering kali tidak bekerja melalui pernyataan eksplisit, melainkan melalui hal-hal yang dibuat tampak wajar dan tidak perlu diperdebatkan. Pada level sintaksis, kalimat pendek dan berciri lisan memproduksi kesan spontan. Kesan spontan ini dapat meningkatkan kredibilitas emosional karena pembicara tampak berbicara apa adanya. Akan tetapi, dalam komunikasi politik, spontanitas juga dapat menjadi strategi performatif. Ia membuat pernyataan terlihat tidak dibuat-buat, padahal tetap memiliki konsekuensi ideologis karena menyusun hubungan antara rakyat, desa, dolar, dan negara dalam satu bingkai makna.

Strategi Retorika Politik

Strategi retorika politik yang tampak dalam pernyataan ini setidaknya meliputi simplifikasi diskursif, pertanyaan retorik, oposisi biner, pembentukan rasa aman, dan delegitimasi kritik teknokratis. Simplifikasi diskursif terjadi ketika isu nilai tukar yang kompleks direduksi menjadi persoalan apakah warga desa memakai dolar atau tidak. Penyederhanaan ini memudahkan pesan dikonsumsi publik, tetapi dapat menyembunyikan fakta bahwa kurs memengaruhi ekonomi melalui banyak saluran tidak langsung. Pertanyaan retorik bekerja dengan membangun kesan bahwa kekhawatiran terhadap dolar tidak sepenuhnya relevan bagi masyarakat desa. Oposisi biner hadir melalui pemisahan antara dunia “dolar” dan dunia “desa”. Pembentukan rasa aman terjadi karena pernyataan memberi sugesti bahwa rakyat tidak perlu panik. Sementara itu, kritik teknokratis dapat terdelegitimasi secara halus karena pembicaraan tentang kurs dapat diposisikan sebagai urusan elite, pengusaha, atau pihak yang jauh dari kehidupan rakyat.

Strategi simplifikasi diskursif tampak paling kuat ketika kompleksitas nilai tukar diubah menjadi pertanyaan tentang penggunaan mata uang dalam transaksi sehari-hari. Pergeseran ini membuat kritik teknokratis tampak kurang relevan karena publik diarahkan untuk menjawab pertanyaan yang lebih sederhana: apakah rakyat desa membayar dengan dolar? Jawaban atas pertanyaan itu memang mudah, tetapi tidak otomatis menjawab apakah pelemahan Rupiah memengaruhi harga barang yang dikonsumsi masyarakat. Strategi pengalihan isu tidak selalu berarti meniadakan masalah. Dalam konteks ini, pengalihan bekerja dengan mengubah medan perdebatan. Dari medan ekonomi makro yang menuntut data, wacana bergerak ke medan identitas rakyat yang menuntut empati. Akibatnya, siapa pun yang mengkritik pernyataan tersebut dapat diposisikan seolah-olah tidak memahami rakyat kecil. Di sinilah relasi bahasa dan kekuasaan bekerja secara halus: bahasa menentukan posisi moral dalam perdebatan.

Strategi legitimasi juga tampak melalui penggunaan contoh konkret. Dalam komunikasi politik, contoh konkret sering lebih kuat daripada statistik karena mudah dibayangkan dan dekat dengan pengalaman audiens. Desa menjadi contoh konkret yang memberi wajah manusiawi pada isu nilai tukar. Namun, kekuatan contoh konkret juga merupakan kelemahannya: contoh dapat mengesankan keseluruhan realitas, padahal ia hanya mewakili sebagian dimensi persoalan. Karena itu, analisis kritis perlu memeriksa apa yang ditampilkan dan apa yang tidak ditampilkan dalam contoh tersebut.

Framing “Desa” versus “Dolar”

Framing utama dalam wacana ini adalah pertentangan simbolik antara “desa” dan “dolar”. “Desa” dibingkai sebagai ruang ekonomi domestik, lokal, sederhana, dan dekat dengan rakyat. Sebaliknya, “dolar” dibingkai sebagai simbol asing, global, elite, dan jauh dari kehidupan sehari-hari. Framing ini dapat memperkuat identitas nasional karena menempatkan masyarakat desa sebagai fondasi ketahanan bangsa. Namun, framing tersebut perlu dibaca secara kritis. Ekonomi desa tidak berdiri sepenuhnya terpisah dari ekonomi global. Harga pupuk dapat dipengaruhi bahan baku impor, harga bahan bakar dapat terkait pasar

energi internasional, obat-obatan dapat bergantung pada komponen impor, dan barang kebutuhan tertentu dapat bergerak mengikuti biaya logistik global. Artinya, meskipun masyarakat desa tidak membayar langsung dengan dolar, mereka tetap dapat mengalami dampak tidak langsung dari pelemahan Rupiah. Di sinilah framing “desa versus dolar” bekerja ganda: ia menenangkan, tetapi juga menyederhanakan.

Framing “desa” versus “dolar” juga membentuk oposisi antara ruang domestik dan ruang global. Desa digambarkan sebagai wilayah yang stabil, konkret, dan dekat dengan kebutuhan dasar, sedangkan dolar digambarkan sebagai simbol ekonomi jauh, spekulatif, dan tidak akrab dengan rakyat. Oposisi ini memudahkan pembicara membangun identitas nasional-ekonomis karena publik diajak merasa berada di pihak yang sama dengan desa dan Rupiah, bukan dengan pasar global. Akan tetapi, ekonomi desa tidak dapat dipahami sebagai ruang yang sepenuhnya tertutup. Petani dapat terdampak harga pupuk, nelayan dapat terdampak harga bahan bakar, pedagang kecil dapat terdampak biaya distribusi, dan rumah tangga dapat terdampak harga barang yang komponennya berasal dari impor. Oleh karena itu, framing “tidak memakai dolar” perlu dibedakan dari “tidak terdampak dolar”. Perbedaan ini penting agar publik tidak menyamakan bentuk transaksi dengan struktur ekonomi yang memengaruhinya.

Bila dilihat sebagai strategi framing, oposisi “desa” dan “dolar” bekerja melalui pemilihan simbol yang memiliki nilai emosional. Desa membawa asosiasi gotong royong, kesederhanaan, produksi pangan, dan rakyat kecil. Dolar membawa asosiasi pasar global, ketergantungan luar negeri, dan ekonomi elite. Kombinasi simbol ini menghasilkan narasi yang mudah menggerakkan identitas nasional. Akan tetapi, identitas nasional yang kuat tetap perlu disertai pemahaman bahwa kedaulatan ekonomi tidak berarti terputus dari interdependensi global.

Kognisi Sosial

Dimensi kognisi sosial memperlihatkan asumsi yang mungkin bekerja di balik wacana. Pertama, masyarakat desa diasumsikan tidak berhubungan langsung dengan dolar. Kedua, isu kurs diasumsikan sebagai isu elite atau isu pelaku pasar, bukan isu rakyat kecil. Ketiga, ketahanan rakyat digunakan sebagai indikator stabilitas sosial. Asumsi-asumsi ini membentuk model mental bahwa ekonomi rakyat tetap kuat meskipun indikator pasar menunjukkan tekanan. Secara kritis, asumsi tersebut perlu diuji. Masyarakat desa memang tidak menggunakan dolar dalam transaksi harian, tetapi mereka tetap berada dalam jaringan ekonomi yang lebih luas. Kenaikan harga barang input pertanian, bahan bakar, obat-obatan, dan kebutuhan pokok dapat terjadi melalui mekanisme harga yang tidak selalu disadari sebagai dampak kurs. Karena itu, kognisi sosial publik dapat terbelah: sebagian menerima pesan sebagai penenang, sementara sebagian lain membacanya sebagai pengabaian terhadap dampak ekonomi yang lebih kompleks.

Dari sudut kognisi sosial, wacana tersebut juga menunjukkan adanya model mental tentang rakyat sebagai komunitas yang sederhana, tahan banting, dan lebih dekat dengan kebutuhan sehari-hari daripada dengan indikator ekonomi global. Model mental ini dapat membangun solidaritas karena rakyat ditempatkan sebagai pusat perhatian. Namun, model yang sama juga dapat menjadi problematis bila ia mengabaikan kerentanan struktural masyarakat desa terhadap kenaikan biaya produksi dan distribusi. Penerimaan publik terhadap wacana ini kemungkinan dipengaruhi oleh pengalaman ekonomi masing-masing kelompok. Kelompok yang tidak bertransaksi dalam dolar mungkin menerima pernyataan tersebut sebagai masuk akal. Sebaliknya, pelaku usaha, petani yang membeli input produksi, atau konsumen barang impor tidak langsung dapat melihat adanya hubungan yang lebih kompleks. Artinya, kognisi sosial publik tidak tunggal; ia dipengaruhi oleh posisi ekonomi, akses informasi, dan kedekatan dengan dampak kurs.

Kognisi sosial pembicara dan audiens juga dipengaruhi oleh memori politik tentang krisis ekonomi. Dalam masyarakat yang pernah mengalami ketidakstabilan harga dan nilai tukar, isu Rupiah dapat memunculkan kecemasan kolektif. Pernyataan yang menenangkan karena itu dapat memperoleh penerimaan emosional yang besar. Namun, memori krisis yang sama juga dapat membuat sebagian publik menuntut penjelasan yang lebih rinci. Perbedaan memori dan pengalaman inilah yang menyebabkan satu pernyataan dapat menghasilkan penerimaan dan penolakan secara bersamaan.

Konteks Sosial dan Politik

Konteks sosial wacana ini adalah situasi pelemahan Rupiah, meningkatnya perhatian publik terhadap kondisi ekonomi, dan kebutuhan pemerintah menjaga kepercayaan masyarakat. Dalam situasi ekonomi yang tidak pasti, pemimpin negara memiliki kepentingan untuk menghindari kepanikan publik. Bahasa yang menenangkan dapat menjadi instrumen stabilisasi psikologis. Akan tetapi, stabilisasi psikologis perlu tetap disertai penjelasan substantif agar publik tidak memperoleh rasa aman yang semu. Konteks politik Indonesia juga memperlihatkan kuatnya tradisi retorika kerakyatan. Aktor politik sering membangun legitimasi melalui klaim kedekatan dengan rakyat kecil, desa, petani, nelayan, pedagang, atau pekerja. Dalam wacana ini, desa

menjadi panggung simbolik untuk menunjukkan bahwa pemimpin tidak hanya berbicara kepada pasar, tetapi kepada rakyat. Fungsi legitimasi ini sejalan dengan temuan kajian komunikasi politik bahwa citra populis sering dibentuk melalui kedekatan simbolik dan visual dengan rakyat (Febryanti & Ahmad, 2023).

Konteks sosial lain yang perlu diperhatikan adalah rendahnya jarak antara komunikasi politik dan hiburan dalam ekosistem media digital. Pernyataan pejabat publik dapat beredar berdampingan dengan konten humor, sindiran, dukungan, dan potongan debat. Kondisi ini membuat wacana ekonomi sering dibaca bukan hanya sebagai informasi, tetapi juga sebagai materi ekspresi politik. Publik menilai bukan hanya benar atau salahnya pernyataan, tetapi juga gaya, keberanian, kedekatan, dan kesesuaian pernyataan dengan identitas politik mereka. Dalam situasi seperti ini, pemerintah memiliki kepentingan menjaga stabilitas psikologis publik. Keresahan terhadap kurs dapat memengaruhi ekspektasi harga, perilaku konsumsi, dan kepercayaan terhadap pengelolaan ekonomi. Oleh karena itu, pernyataan penenang dapat dipahami sebagai bagian dari komunikasi krisis. Namun, komunikasi krisis yang baik tetap perlu menjaga keseimbangan antara bahasa yang menenangkan dan penjelasan yang akurat agar publik tidak kehilangan kepercayaan ketika dampak ekonomi mulai dirasakan.

Ideologi Populisme Ekonomi

Ideologi populisme ekonomi bekerja dengan menempatkan rakyat kecil sebagai pusat moral wacana. Pemimpin tampil sebagai pihak yang memahami realitas rakyat dan tidak tunduk pada kepanikan pasar global. Dalam pernyataan “orang di desa tidak pakai dolar”, populisme ekonomi hadir melalui penyederhanaan relasi ekonomi menjadi oposisi antara rakyat domestik dan mata uang asing. Pemimpin kemudian tampil sebagai penjamin bahwa rakyat tetap aman karena ekonomi mereka dianggap tidak bergantung pada dolar. Keunggulan strategi populis adalah kemampuannya membangun kedekatan emosional. Namun, kelemahannya adalah kecenderungan menghindari penjelasan teknokratis. Populisme ekonomi dapat memberi bahasa yang mudah dipahami, tetapi jika tidak diimbangi data, ia dapat memperlemah literasi ekonomi publik. Dalam konteks AWK, hal ini menunjukkan bahwa ideologi tidak selalu hadir sebagai doktrin eksplisit, tetapi dapat bekerja melalui pemilihan contoh, cara menyusun oposisi, dan cara menentukan apa yang dianggap penting atau tidak penting dalam wacana.

Populisme ekonomi dalam wacana ini juga mengandung dimensi performatif. Pemimpin tidak hanya menyatakan bahwa rakyat aman, tetapi menampilkan diri sebagai seseorang yang mengetahui cara rakyat hidup. Pengetahuan tentang kehidupan desa dijadikan sumber legitimasi. Dengan demikian, legitimasi tidak dibangun melalui angka atau dokumen kebijakan, melainkan melalui klaim kedekatan pengalaman. Klaim kedekatan ini sangat efektif dalam budaya politik yang menghargai pemimpin yang dianggap merakyat. Namun, ideologi populisme ekonomi dapat menimbulkan risiko ketika kedekatan emosional menggantikan akuntabilitas. Kebijakan ekonomi tetap memerlukan penjelasan berbasis data karena dampak kurs tidak selalu muncul secara langsung. Dalam perspektif AWK, masalah utamanya bukan pada penggunaan bahasa sederhana, melainkan pada kemungkinan bahwa kesederhanaan tersebut menutup pertanyaan yang lebih substantif. Bahasa yang merakyat tetap perlu membuka ruang dialog, bukan menutup kritik melalui oposisi antara rakyat dan elite.

Dalam kerangka ideologi, wacana ini memperlihatkan bahwa kekuasaan tidak selalu bekerja melalui paksaan, tetapi melalui produksi kewajaran. Ketika pernyataan “orang di desa tidak pakai dolar” diterima sebagai akal sehat, maka kritik terhadap pelemahan Rupiah dapat kehilangan daya dorongnya. Akal sehat politik semacam ini perlu dibaca secara kritis karena ia membentuk batas pembicaraan publik: apa yang perlu dikhawatirkan, siapa yang boleh dianggap memahami rakyat, dan bentuk penjelasan apa yang dianggap sah.

Peran Media Sosial dalam Penyebaran Wacana

Media sosial memperkuat dampak wacana karena potongan pernyataan dapat beredar lebih cepat daripada penjelasan lengkap. TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts, dan platform video pendek lain mendorong konsumsi pesan secara singkat, visual, dan emosional. Dalam konteks ini, kalimat yang sederhana dan mudah dikutip memiliki peluang lebih besar menjadi viral dibandingkan penjelasan ekonomi yang panjang. Kajian tentang kampanye politik di TikTok menunjukkan bahwa fitur video pendek, musik, hashtag, dan interaksi komentar dapat memperkuat pesan politik dan membangun keterlibatan emosional audiens (Marlina & Hakim, 2025). Viralitas juga membuat wacana menjadi arena pertarungan tafsir. Pendukung dapat membaca pernyataan sebagai bukti keberpihakan pada rakyat kecil, sedangkan pengkritik dapat membacanya sebagai penyederhanaan persoalan ekonomi. Media digital tidak hanya menyebarkan teks, tetapi juga memproduksi ulang makna melalui caption, komentar, duet, potongan video, dan algoritma. Karena itu, analisis wacana politik kontemporer tidak cukup berhenti pada teks asli, tetapi perlu melihat bagaimana teks tersebut diedarkan, dipotong, dan dikomentari dalam ruang digital.

Pada platform TikTok, potongan kalimat yang memiliki ritme percakapan kuat cenderung mudah diproduksi ulang. Kata “nggak”, “desa”, dan “dolar” memiliki kekuatan bunyi serta kontras makna yang mudah menjadi caption atau kutipan. Ketika teks politik berubah menjadi konten pendek, aspek yang paling menonjol sering bukan kelengkapan argumen, melainkan daya ingat, kelucuan, kemarahan, atau rasa kedekatan yang ditimbulkan. Inilah alasan media sosial sering memperkuat aspek afektif wacana. Di sisi lain, media sosial juga dapat membuka ruang koreksi. Pengguna dapat menambahkan data, menjelaskan transmisi harga, atau mengkritik penyederhanaan yang terjadi. Dengan demikian, media digital bukan hanya alat penyebaran hegemoni, melainkan juga ruang kontestasi. Meski demikian, kontestasi tersebut tidak selalu seimbang karena algoritma lebih sering mengutamakan konten yang memicu respons cepat daripada penjelasan panjang. Kondisi ini menuntut literasi media yang lebih kuat dari pengguna.

Di era video pendek, kecepatan penyebaran sering mendahului verifikasi. Potongan pernyataan dapat menjangkau publik lebih dahulu daripada klarifikasi atau analisis ahli. Hal ini membuat tugas media dan pendidik menjadi lebih penting. Mereka perlu menyediakan penjelasan yang ringkas tetapi kontekstual, sehingga publik tidak hanya berhadapan dengan dua kutub ekstrem: menerima pernyataan secara penuh atau menolaknya secara emosional. Literasi kritis menawarkan jalan tengah melalui pemeriksaan konteks, data, dan fungsi retorika.

Implikasi terhadap Literasi Publik

Implikasi utama dari analisis ini adalah pentingnya literasi ekonomi dan literasi media. Masyarakat perlu memahami bahwa tidak memakai dolar secara langsung tidak berarti bebas dari dampak kurs. Publik juga perlu memahami bahwa pernyataan politik sering mengandung strategi framing yang bertujuan mengarahkan emosi dan persepsi. Dengan literasi media, masyarakat dapat memeriksa konteks, membandingkan sumber, dan membedakan antara kutipan singkat dengan penjelasan kebijakan yang lebih lengkap. Bagi media, pernyataan politik tentang isu ekonomi perlu diberi konteks yang memadai. Media tidak cukup hanya menampilkan kutipan yang menarik, tetapi perlu menjelaskan bagaimana nilai tukar bekerja, siapa yang terdampak, dan melalui saluran apa dampak itu muncul. Bagi akademisi, kasus ini menunjukkan pentingnya kajian wacana politik ekonomi karena bahasa pemimpin dapat memengaruhi cara publik memahami realitas ekonomi. Bagi pemerintah, komunikasi publik yang efektif semestinya menggabungkan bahasa yang mudah dipahami dengan data yang transparan dan dapat diverifikasi.

Literasi publik dalam kasus ini juga mencakup kemampuan membedakan antara dampak langsung dan dampak tidak langsung. Tidak memakai dolar adalah fakta transaksi mikro, sedangkan terdampak kurs adalah persoalan struktur harga. Perbedaan ini perlu dipahami agar publik tidak terjebak pada logika permukaan. Pendidikan literasi ekonomi dapat membantu masyarakat membaca hubungan antara nilai tukar, impor, biaya produksi, distribusi, dan harga barang kebutuhan sehari-hari. Implikasi lain adalah perlunya etika komunikasi politik. Pejabat publik berhak menggunakan bahasa sederhana, tetapi penyederhanaan perlu disertai tanggung jawab menjelaskan batas-batasnya. Media juga perlu menghindari sensasionalisme berlebihan karena judul yang hanya mengejar viralitas dapat memperkeras polarisasi. Bagi peneliti bahasa dan komunikasi, kasus ini memperlihatkan bahwa kalimat pendek dalam media digital dapat memuat operasi kekuasaan yang kompleks dan layak dikaji secara serius.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis model Teun A. van Dijk, pernyataan “rakyat/orang di desa tidak pakai dolar” merupakan strategi retorika politik yang menyederhanakan isu ekonomi makro menjadi narasi yang dekat dengan pengalaman sehari-hari. Struktur makro wacana menunjukkan tema penenangan publik, superstruktur memperlihatkan alur pengalihan dari isu Rupiah melemah menuju kehidupan desa, sedangkan struktur mikro memperlihatkan penggunaan diksi informal, pertanyaan retorik, dan oposisi simbolik yang membangun kesan akrab serta membumi. Framing “desa” dan “dolar” membangun oposisi antara rakyat domestik dan ekonomi global. Framing tersebut dapat memperkuat rasa aman dan identitas nasional, tetapi juga berpotensi menyembunyikan hubungan tidak langsung antara pelemahan Rupiah dan kehidupan masyarakat desa. Dalam dimensi kognisi sosial, wacana ini didukung oleh asumsi bahwa masyarakat desa tidak terkait langsung dengan dolar. Dalam konteks sosial, wacana muncul ketika pemerintah perlu menjaga kepercayaan publik di tengah tekanan ekonomi. Ideologi populisme ekonomi bekerja melalui pembentukan citra pemimpin sebagai pelindung rakyat kecil. Populisme ini menekankan kedekatan emosional dengan rakyat lebih daripada penjelasan teknokratis. Media sosial kemudian mempercepat penyebaran wacana dan memperkuat efek emosionalnya melalui potongan video, judul, caption, dan komentar publik. Oleh karena itu, masyarakat perlu meningkatkan literasi kritis agar mampu membedakan antara retorika politik dan substansi kebijakan ekonomi.

Temuan penelitian ini juga menegaskan bahwa analisis wacana kritis perlu terus dikembangkan untuk membaca komunikasi ekonomi di ruang digital. Isu ekonomi tidak lagi hanya dibahas dalam laporan resmi, ruang pasar, atau berita panjang, tetapi juga dalam potongan video dan percakapan media sosial. Akibatnya, publik perlu memiliki kemampuan membaca bagaimana realitas ekonomi diterjemahkan menjadi narasi politik yang ringkas, persuasif, dan sering kali penuh muatan simbolik.

Sebagai saran, akademisi perlu mengkaji wacana politik ekonomi secara lebih mendalam, terutama pada isu yang melibatkan hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan data ekonomi. Media perlu memberikan konteks ekonomi yang berimbang ketika mengutip pernyataan pejabat publik. Publik juga perlu memeriksa data dan membandingkan sumber sebelum menerima narasi politik secara mentah. Dengan demikian, komunikasi politik dapat menjadi sarana edukasi publik, bukan sekadar alat pembentukan legitimasi.

REFERENSI

- Adiputra, W. M., Irawanto, B., & Kurnia, N. (2023). Arena komunikasi politik di Indonesia: Bagaimana masyarakat sipil menggunakan media baru sebagai komunikasi politik. *Jurnal Komunikasi*, 17(2), 225–242. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss2.art6>
- Deha, D. (2021). Representasi ideologi populisme dalam pemberitaan Tempo.co. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 150–165. <https://doi.org/10.14710/interaksi.10.2.150-165>
- Eriyanto. (2023). *Analisis wacana: Pengantar analisis teks media*. LKiS Pelangi Aksara.
- Fadillah, P. (2022). Analisis wacana kritis Teun A. van Dijk pada teks berita KPK respons wacana periksa Anies di kasus korupsi Munjul. *Jurnal Pena Indonesia*, 7(2), 78–85. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpi/article/view/13373>
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
- Febryanti, D. R., & Ahmad, N. (2023). Kandidat ideal atau populis? Strategi framing visual Ganjar Pranowo dan Puan Maharani melalui Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 18(1), 74–94. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss1.art5>
- Hidayat, R. (2024). Retorika populis dan legitimasi kekuasaan dalam diskursus ekonomi nasional. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik*, 12(1), 45–62.
- Kamindang, I., & Amijaya, M. (2024). TikTok sebagai media komunikasi politik aktor partai politik di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 9(1), 1–15. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i1.151>
- Kurniawan, A. (2025). Strategi komunikasi pemerintah dalam menanggapi krisis ekonomi di era media baru. *Jurnal Komunikasi Massa dan Kebijakan Publik*, 9(2), 112–130.
- Marlina, D., & Hakim, L. (2025). Peran TikTok dalam kampanye politik: Strategi menarik Gen Z di Pemilu 2024. *Jurnal Audiens*, 6(1), 196–213. <https://doi.org/10.18196/jas.v6i1.587>
- Megawati, E. (2021). Analisis wacana kritis model Fairclough dan Wodak pada pidato Prabowo. *Kandai*, 17(1), 75–90. <https://doi.org/10.26499/jk.v17i1.1551>
- Nuryanto, T., Rustono, R., & Wahyudi, W. (2021). Analisis wacana kritis profil Usmar Ismail, Bapak Perfilman yang akan dianugerahi gelar pahlawan oleh Jokowi. *Paramasastra: Jurnal Ilmiah Bahasa Sastra dan Pembelajarannya*, 8(2), 129–145. <https://doi.org/10.26740/paramasastra.v8n2.p129-145>
- Oktiaputri, A. (2023). Analisis wacana kritis model Van Dijk terhadap berita online “Gaduh Peduli Lindungi dituding melanggar hak asasi manusia, ada apa?”. *Semantik*, 12(1), 1–20. <https://doi.org/10.22460/semantik.v12i1.p1-20>
- Oswaldo, I. G. (2026, May 17). Prabowo: Mau dolar AS berapa ribu kek, di desa nggak pakai dolar. *detikFinance*. <https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-8491459/prabowo-mau-dolar-as-berapa-ribu-kek-di-desa-nggak-pakai-dolar>
- Prabowo, S. (2026, May). Pernyataan terkait fluktuasi nilai tukar rupiah [Video]. *TikTok*. <https://vt.tiktok.com/ZSxhoDWsX/>
- Pratama, A. (2021). Retorika nasionalisme ekonomi dan dampak psikologis massa dalam krisis moneter. *Jurnal Kajian Politik dan Otoritas*, 8(4), 210–225.
- Ramadhan, S. G., & Assidik, G. K. (2022). Analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk pada pidato Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dalam rangka Hari Pendidikan Nasional 2020. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 8(1), 22–39. <https://doi.org/10.30605/onoma.v8i1.1507>
- Ramadhani, F. (2022). Bahasa dan kekuasaan: Konstruksi hegemoni aktor politik dalam kebijakan publik. *Jurnal Analisis Sosial Politik*, 15(1), 45–58.
- Sakka, S. B., Nurhadi, N., & Sari, E. S. (2023). Analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk pada pidato Presiden di KTT ke-42 ASEAN. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 3(2), 93–102.

<https://doi.org/10.51878/cendekia.v3i2.2237>

- Sari, D. P., & Wijaya, H. (2025). Konstruksi media dan framing isu ekonomi: Studi kasus kebijakan publik di Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 11(3), 201–218.
- Sulistiawan, M. J., Afriliana, V. A., & Baehaqie, I. (2024). Analisis wacana kritis model Van Dijk pada sambutan Joko Widodo pada pembukaan Kongres XXIII PGRI tahun 2024. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(2), 1683–1693. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i2.3582>
- Utami, S., & Wijaya, H. (2023). Dimensi sosiokultural wacana populis: Polarisasi bahasa elit vs akar rumput di Indonesia. *Jurnal Sociolinguistik Indonesia*, 11(2), 89–104.