

Resensi Buku

Judul : *Talking Donald Trump: A Sociolinguistic Study of Style, Metadiscourse, and Political Identity*
ISBN : 978-1-138-24450-4 (hbk)
ISBN : 978-1-3152-7688-5 (ebk)
Penulis : Jennifer Sclafani
Penerbit : Routledge (2018)
Tebal : 105 halaman

Karlina Denistia

Eberhard Karls Universitaet Tuebingen, Germany

karlina.denistia@student.uni-tuebingen.de, karlinadenistia@gmail.com

Dalam tiga tahun belakangan ini, bahasa yang digunakan oleh Donald Trump – sekarang Presiden di Amerika Serikat – telah menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Buku ini menggunakan analisis wacana dengan pendekatan sociolinguistik yang berfokus pada elemen-elemen dan strategi linguistik yang digunakan oleh Donald Trump. Pertanyaan yang menjadi fokus penelitian dalam buku ini adalah "bagaimana identitas politik seseorang tercermin dari penggunaan bahasa yang digunakan di media dan bagaimana penggunaan bahasa ini diterima oleh berbagai target pendengarnya?" Data penelitian ini diambil dari www.donaldjtrump.com, www.presidency.ucsb.edu, tiga buah transkrip debat antarkandidat, dan empat buah transkrip pidato formal Donald Trump.

Penjelasan dalam bab pertama mencakup alasan-alasan mengapa Donald Trump, yang pada awalnya memiliki citra *male domination* yang terkenal dengan slogannya 'you're fired!' dalam *reality show The Apprentice*, ternyata dapat membentuk citra yang lebih positif setelah ia memasuki ranah politik. Alasan pertama yang dikemukakan dalam buku ini adalah adanya dikotomi antara dua kandidat presiden: laki-laki dan perempuan. Dikotomi tersebut membentuk paradigma *niceness*, *power*, dan *masculinity* yang lebih mengarah ke Donald Trump sebagai pemimpin politik. Di sisi lain, perempuan dengan citra *nice* dan *powerful* lebih berasosiasi pada perempuan yang menginspirasi melalui proyek kemanusiaan yang tidak masuk dalam ranah politik. Pada akhirnya, hal ini adalah tentang gender, *stereotype*, dan politik. Terlebih lagi, menilik adanya tekanan dari kaum konservatif untuk mengembalikan norma-norma tradisional yang dirasa sudah bergeser, menjadikan Amerika pada saat itu berada dalam posisi *No more Mr. Nice Guy* jika ingin kembali ke nilai-nilai terdahulu; nilai-nilai yang memang diusung oleh Donald Trump yang bukan merupakan *Mr. Nice Guy*.

Bab kedua dan ketiga menjelaskan fitur-fitur linguistik yang membedakan Donald Trump dengan kandidat lainnya dan hingga akhirnya pola tersebut menjadi karakter unik yang dapat diterima oleh masyarakat. Secara khusus, bab 2 membahas tentang *discourse-marking devices* dan bab 3 membahas mengenai strategi-strategi yang digunakan untuk berinteraksi. Bab 4 membahas tentang *metadiscourse* yang ada selama periode kampanye. Dalam bab ini, dibahas adanya beberapa ihwal ekstralinguistik yang analisisnya perlu dipertimbangkan, antara lain adanya fakta bahwa data yang diperoleh merupakan hasil penyuntingan dari televisi, jurnalis,

dan pihak-pihak yang memiliki mekanisme serta pandangan politik tersendiri. Pembahasan buku ini ditutup dengan kesimpulan.

Dalam ulasan mengenai *discourse marker devices*, Trump ternyata jarang menggunakan kata *well* dalam menjawab pertanyaan moderator dalam forum debat kandidat. Menurut Brown & Levinson (1987), ketiadaan ujaran *well* ini dinilai sebagai bentuk *face-threatening act*, serta mengesankan ujaran yang terdengar tegas dan lugas. Sebaliknya, Trump cukup sering menggunakan kata *by the way* jika dibandingkan kandidat lain. Menurut Clayman (2001), *by the way* digunakan untuk mengalihkan topik menjadi diskusi yang sesuai dengan keinginan pembicara. Strategi ini digunakan pada saat Trump merasa perlu mengalihkan fokus dari topik yang ditanyakan menjadi sebuah konstruksi dalam lingkup masalah yang lebih besar sehingga ia dapat mengambil posisi sebagai seseorang yang memandang masalah secara global. Pernyataan *believe me* juga sering diucapkan oleh Trump dalam pidatonya. Kata ini dideskripsikan sebagai penanda akhir kalimat yang berpotensi mengundang respon dari pendengar seperti misalnya tepuk tangan atau tawa. Pada praktiknya, *believe me* berfungsi sebagai frasa pungkasan yang cukup efektif untuk menciptakan kesan yang kuat. Terlebih lagi, Trump menggunakan kata ini secara repetitif dalam konstruksi imperatif yang menimbulkan *state of belief* dalam persepsi kognitif pendengarnya (G. Lakoff, dikutip dari Rossman, 2017).

Fakta lain yang dibahas dalam penelitian ini adalah bahwa Trump sering melakukan interupsi kepada moderator (orang yang bertanggung jawab atas jalannya diskusi). Dalam kapasitasnya sebagai kandidat yang sering melakukan interupsi, Trump menunjukkan citra bahwa ia adalah orang yang memiliki kekuasaan. Namun demikian, Trump mengemas interupsi dalam bentuk lelucon sehingga pendengar tetap dapat menikmati interupsi yang pada hakikatnya merupakan *face threatening act*. Di samping itu, ada pula pembahasan mengenai bagaimana Trump menjawab pertanyaan dengan melakukan monolog atas percakapan yang pernah dia alami dengan beberapa orang. Dengan memasukkan sebuah percakapan dalam monolog, Trump mampu menyuarakan apa yang ada dalam pikiran calon pemilihnya dan menjawab kekhawatiran yang muncul di benak masyarakat Amerika. Dari segi gaya bicara, gerakan hiperbola, ditambah dengan pernyataan *Make America great again* yang diulang-ulang selama debat, Trump mampu menciptakan kesan bahwa ia adalah pribadi yang besar dan kuat. Persepsi citra ini makin diperkuat dengan munculnya parodi-parodi yang mencerminkan gaya bahasa dan gaya bicara Trump. Melanie Trump, istri Donald Trump, juga tidak luput dari bahasan parodi. Secara *metadiscursive*, hal ini mencerminkan citra Trump sebagai pribadi yang *misogynistic* (menunjukkan ketidaksukaan terhadap perempuan) dan *xenophobic* (berprasangka terhadap mereka yang berasal dari negara lain).

Benang merah yang dapat diambil dari buku ini adalah bahwa ada keterkaitan antara penggunaan struktur linguistik tertentu yang digunakan oleh Trump yang berdampak pada persepsi citra politiknya di mata masyarakat Amerika. Penulis buku ini menjelaskan bahwa target masyarakat yang dibahas dalam buku ini merupakan masyarakat secara umum. Salah satu hal yang belum menjadi perhatian khusus pada penelitian ini adalah tipe masyarakat mana yang terpengaruh oleh paparan konsistensi pola linguistik yang diterapkan oleh Trump; mengingat ada banyak jenis masyarakat jika dilihat dari latar belakang pendidikan, asal negara bagian, status sosial, gender, dan faktor-faktor lainnya. Pada akhirnya, dampak strategi linguistik yang diterapkan pada masyarakat satu dengan yang lain pun akan memiliki hasil yang berbeda.

Sasaran pembaca buku ini adalah linguis dan peneliti yang sudah cukup lama berkecukupan dalam bidang sosiolinguistik, bahasa dan politik, ilmu komunikasi, dan retorika. Namun

demikian, bagi saya yang menekuni bidang morfologi, penjelasan dalam buku ini cukup mudah untuk dicerna. Penulis mampu menciptakan alur yang mudah diikuti, mulai dari memberikan deskripsi singkat mengenai temuan-temuan dari penelitian sebelumnya, bagaimana temuan tersebut relevan untuk ditindaklanjuti dalam sebuah penelitian yang dilakukan dalam buku ini, dan adanya simpulan dalam setiap bab.

Daftar Pustaka

- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Clayman, S. E. (2001). Answers and evasions. *Language in Society*, 30(3), 403–442.
- Rossmann, S. (2017, February 16). Trump's repetitive rhetoric is a trick used in advertising. *USA Today*. www.usatoday.com/story/news/politics/onpolitics/2017/02/16/messfake-news-disaster-trumps-repetition-advertisingtactic/98014444/. Diunggah tanggal 10 Mei 2017.