***DEIKTIS**: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, Vol. 5, No. 3, 2025
Copyright © the author(s)

Analisis Wacana pada *Talkshow* Festival LIKE 2 dengan Tema "10 Tahun untuk Sustainabilitas": Kajian Ekolinguistik Kritis

Nurlaila Manja[1], Dwi Widayati[2] Rosliana Lubis[3]
[1,2,3] Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Penulis Korespondensi:
Nurlaila Manja[1]
[1]manjmanja211@gmail.com

[2] dwiwidayati@usu.ac.id
[3] rosliana@usu.ac.id

Abstrak

Wacana lingkungan memiliki strategi penyampaian tertentu, salah satunya melalui penggunaan bahasa yang dihaluskan (eufemisme) guna menyamarkan atau menghindari makna yang lebih kasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji struktur wacana, mengidentifikasi bentuk dan motif penggunaan eufemisme dalam *Talkshow* Festival LIKE 2. Jenis penelitian ini kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan pada elemen teks, struktur makro (judul wacana menggambarkan isi wacana *talkshow*), superstruktur (kerangka wacana menekankan suatu masalah, lalu menyampaikan informasi penting tentang upaya penyelesaiannya), pada struktur mikro (menggunakan istilah teknis, kalimat aktif, kata ganti yang membangun kesan kebersamaan, dan gaya penyampaian menggunakan gambar). Berdasarkan klasifikasi Allan dan Burridge, bentuk eufemisme dalam *Talkshow* Konversi Motor Listrik terdiri atas *understatement* (45%), *one-for-one substitutions* (33%), *circumlocutions* (11%), dan *flippancy* (11%). Adapun dalam *Talkshow* Minim Sampah ditemukan *one-for-one substitutions* (57%), *understatement* (15%), *acronym* (14%), dan *circumlocutions* (14%). Motif penggunaan eufemisme pada *talkshow* konversi motor listrik terdiri dari dua motif, yatitu penyembunyian fakta (2 data) dan reifikasi (1 data). Sedangkan pada *talkshow* minim sampah, motif yang muncul hanya berupa penyembunyian fakta (2 data).

Kata Kunci: *Analisis Wacana Kritis, Ekolinguistik Kritis, Eufemisme, Talkshow LIKE 2*

Pendahuluan

Sustainabilitas (keberlanjutan) telah menjadi isu penting dalam beberapa dekade terakhir, seiring meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang (Browy dalam Findiastuti, 2020:1). Media massa berperan strategis dalam meningkatkan pemahaman publik tentang keberlanjutan, terutama melalui penyebaran informasi dan pembangunan kesadaran publik. Di antara berbagai platform, YouTube menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan karena daya jangkaunya yang luas.

Salah satu kampanye lingkungan yang memanfaatkan YouTube adalah Festival LIKE 2, diselenggarakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dengan tema '10 Tahun Kerja untuk Sustainabilitas'. LIKE adalah Singkatan dari Lingkungan, Iklim, Energi Baru Terbarukan. Salah satu acara utamanya adalah *talkshow* yang menghadirkan narasumber ahli di bidangnya. Wacana yang dibangun dalam *talkshow* semacam ini berperan penting dalam membentuk persepsi publik terhadap isu

lingkungan. Namun, di balik penyajian informasi yang tampak objektif dan ilmiah, terdapat kepentingan dan ideologi tertentu yang dapat memengaruhi konstruksi serta penyampaian isu keberlanjutan kepada publik.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keprihatinan terhadap maraknya penggunaan istilah keberlanjutan yang bertentangan dengan makna aslinya. Seperti istilah 'ramah lingkungan' sering digunakan untuk melegitimasi praktik yang justru merusak lingkungan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk elemen teks wacana, bentuk eufemisme dan motif penggunaan eufemisme dalam *Talkshow* Festival LIKE 2 yang berfokus pada video *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BMM Menjadi Sepeda Motor Listrik dan video *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah.

Penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Maha et al. (2024) yang berjudul "*Realization of Euphemism in Discourse of Environment about the Movement of the State's Capital: Critical Ecolinguistics*", yang menganalisis wacana lingkungan tentang pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) dengan menggunakan teori analisis wacana kritis dari Van Dijk dan teori ekolinguistik dari Trampe. Penelitian yang dilakukan oleh Harahap et al. (2023) berjudul "Eufemisme dalam Visi dan Misi Ganjar-Mahfud tentang Lingkungan: Kajian Ekolinguistik Kritis" yang menganalisis eufemisme pada visi misi Ganjar- Mahfud dengan menggunakan teori ekolinguistik kritis dari Allan dan Burridge, serta teori analisis wacana kritis dari Fairclough dan Wodak. Penelitian ini menawarkan nilai kebaruan pada objek penelitiannya, serta pada penelitian ini menganalisis keseluruhan elemen teks wacana *talkshow*.

Tinjauan Pustaka

Analisis wacana merupakan proses analisis bahasa sebagaimana digunakan dalam konteks nyata. Pandangan tersebut menegaskan bahwa analisis wacana bertujuan untuk memahami penggunaan bahasa secara tepat dan sesuai dengan konteksnya (Wahab, dalam Ratnaningsih, 2019: 15). Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks yang hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati (Eriyanto, 2001:221). Van Dijk membagi tiga elemen analisis wacana kritis yaitu: elemen teks, elemen kognisi sosial dan elemen konteks sosial.

Elemen teks terdiri atas struktur makro yaitu mengamati topik atau tema dalam wacana. Superstruktur yaitu mengamati kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi penutup, dan kesimpulan (skema). Struktur mikro yaitu mengamati pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks dengan mengamati semantik, sintaksis, stilistik, dan retoris.

Tabel 1. Tiga Struktur Analisis Wacana Kritis Elemen Teks Teori Van Dijk

No	Struktur Wacana	Hal yang Diamati	Elemen
1	Struktur Makro	**Tematik** Hal yang diamati adalah sesuatu yang dibicarakan	Topik
2	Superstruktur	**Skematik** Hal yang diamati adalah bagaimana pendapat dirangkai.	Skema
3	Struktur Mikro	**Semantik** Hal yang diamati adalah makna yang ingin ditekankan.	Latar, maksud, detil, nominalisasi.
		Sintaksis Hal yang diamati adalah bagaimana suatu pendapat disampaikan.	Bentuk kalimat, koherensi, kata ganti.
		Stilistik Hal yang diamati adalah pilihan kata yang	Leksikon

Copyright © the author(s)

		digunakan dalam wacana.	
		Retoris Hal yang diamati adalah bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan.	Grafis, metafora dan ekspresi.

Secara etimologis, istilah eufemisme berasal dari bahasa Yunani, yaitu *eu* yang berarti 'baik' atau 'bagus' dan *phemeo* yang berarti 'berbicara'. Dengan demikian, eufemisme dapat diartikan sebagai cara berbicara dengan menggunakan kata-kata yang lebih halus atau sopan sehingga memberikan kesan yang lebih baik (Laili, 2016:28).

Penelitian ini menggunakan pendekatan eufemisme dari Allan dan Burridge untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk eufemisme. Menurut Allan dan Burridge, eufemisme dapat diklasifikasikan ke dalam 16 jenis (Allan & Burridge, 1991). Adapun bentuk-bentuk eufemisme tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ekspresi figuratif (*figurative expression*), yaitu bersifat perlambangan, ibarat atau kiasan sesuatu dengan bentuk yang lain.
   Contoh: *go to the happy hunting grounds* dia > 'meninggal'
2. Metafora (*metaphor*), yaitu perbandingan yang implisit di antara dua hal yang berbeda.
   Contoh: *the miraculaos pitcher that hold water with the mouth down word* > 'vagina'
3. Flipansi (*flippancy*), yaitu menghaluskan suatu kata, tetapi makna kata yang dihasilkan di luar pernyataan. Contoh: *kick the bucket* > 'meninggal'
4. Memodelkan kembali (*remodeling*), yaitu pembentuk ulang.
   Contoh: *shoot sheet shit* >'kotoran'
5. Sirkumlokusi (*cirkumlocutions*), yaitu penghalusan suatu kata dengan menggunakan beberapa kata yang lebih panjang dan bersifat tidak langsung. Contoh*: little girl's room> toilet* 'wc'
6. Kliping (*clipping*), yaitu pemotongan, membuat menjadi pendek atau singkat. Contoh: Jeeze Jesus 'Tuhan Yesus'
7. Akronim (*accronym*), yaitu penyingkatan atas beberapa kata menjadi satu. Contoh: *snaru > normal situation* 'situasi normal'
8. Singkatan (*abbreviations*), yaitu singkatan kata-kata menjadi beberapa huruf. Contoh: *S.O.B > son of a bitch* 'anak seorang pelacur'
9. Pelesapan (*omission*), yaitu menghilangkan sebagian kecil.
   Contoh*: I need to go > I need to go to the lavatory* 'saya mau ke belakang'.
10. Satu kata untuk menggantikan satu kata yang lain (*one for one substitutions*). Contoh: *bottom > ass* 'pantat'
11. Umum ke khusus (*general for spesific*), kata yang umum menjadi kata yang khusus. Contoh: *go to bed > fuck* 'bersenggama'
12. Sebahagian untuk keseluruhan (*part for whole euphemisms*), yaitu kata yang khusus menjadi kata yang umum.
    Contoh: *stuffed up nose, postnasal drip running eyes > I 've got a fever* 'saya demam'
13. Hiperbola (*hyperbole*), yaitu ungkapan yang melebih-lebihkan.
    Contoh: *flight to glory > death* 'meninggal'
14. Makna di luar pernyataan (*understatement*), yaitu satu makna kata yang terlepas dari makna kata tersebut. Contoh: *genitas, bulogate, etc* > *thing* 'sesuatu'
15. Jargon, yaitu kata yang memiliki makna yang sama tetapi berbeda bentuk.
    Contoh: *feces shit* > 'kotoran'
16. Kolokial (*colloquial*), yaitu ungkapan yang dipakai sehari-hari. Contoh: *period menstruate* > 'menstruasi'

Ekolinguistik kritis adalah menganalisis wacana lingkungan secara kritis.

Ekolinguistik kritis mengkaji teks-teks yang berkaitan dengan lingkungan, khususnya yang diproduksi oleh media massa. Teks-teks ini membentuk realitas sosial yang memengaruhi cara masyarakat memandang dan memahami isu lingkungan. Media massa berperan dalam membentuk kognisi pembaca, mendorong partisipasi mereka dalam pelestarian lingkungan. Namun, beberapa wacana yang disajikan media juga dapat mengandung kepentingan politik, baik yang bersifat konstruktif dan destruktif (Laili, 2013: 48).

Analisis ekokritis mencakup kajian terhadap penggunaan kosakata, diksi, eufemisme, disfemisme, dan lain sebagainya. Trampe menyatakan bahwa wacana lingkungan dalam media massa biasanya mengandung hal-hal sebagai berikut: (1) Reifikasi, yaitu memperlakukan makhluk hidup sebagai objek yang bernilai ekonomis, berkaitan dengan teknologi dan ideologis. (2) Menyembunyikan fakta, yaitu penggunaan eufemisme untuk menggantikan beberapa kata atau istilah yang dihindari. (3) Menyatakan kebencian atau perlawanan terhadap pihak-pihak yang merusak lahan tradisional atau lahan adat; (4) Menciptakan slogan dan elemen yang menyampaikan ide dan gagasan yang digunakan untuk membuat proses perusakan lingkungan dan kebudayaan yang dilakukan oleh sekelompok orang tampak seolah sesuai dan sejalan dengan hukum alam (Trampe, dalam Fill & Peter Muhlhausler, 2001:238).

Metode

Penelitian ini berjenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan data yang diteliti. Data kebahasaan yang dianalisis secara deskriptif merupakan data yang tidak dapat diubah dalam proses analisis, sehingga peneliti perlu menguraikan dan menjabarkan data tersebut (Sudaryanto, 2015). Data penelitian ini berupa wacana *talkshow* yang diperoleh dari akun YouTube Kementerian Kehutanan RI. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik simak dan catat serta menggunakan teknik analisis data berupa teknik analisis isi. Tujuan dari teknik analisis isi adalah mengungkap makna atau pesan yang terkandung Dalam suatu teks (Ibrahim, dalam Haryoko et al., 2020:237).

Hasil

Bagian ini menyajikan hasil analisis terhadap wacana *talkshow* pada acara Festival LIKE 2 yang diakses melalui YouTube dari akun Kementerian Kehutanan RI yang berfokus pada video Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik dalam Upaya Mendukung Program Langit Biru dan video *talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah. Penelitian ini menganalisis elemen teks wacana *talkshow* dengan menggunakan pendekatan Van Dijk, menganalisis bentuk eufemisme dengan menggunakan pendekatan Allan & Burridge dan menganalisis motif penggunaan eufemisme terhadap wacana lingkungan yang sering muncul di media masa dengan menggunakan pendekatan Trampe.

1. Analisis Elemen Teks

1) Struktur Makro (Topik Utama)

Topik utama *Talkshow* Festival LIKE 2 pada video *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik dan video *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah ialah judul dari video itu sendiri. Berikut kutipan wacana yang menunjukkan topik utama dalam wacana.

Data 1

"*Master of Ceremony: ...sesi diskusi kita pada kesempatan sore hari ini, topiknya*

Copyright © the author(s)

menarik banget nih, yaitu 'Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik dalam Upaya Mendukung Program Langit Biru'".

Topik dalam kutipan tersebut menginterpretasikan bahwa dengan mengonversi sepeda motor BBM menjadi sepeda motor listrik dapat memperbaiki kualitas udara sehingga mampu membuat langit bebas dari polusi sehingga tampak biru.

Data 2

"*Moderator: Selama satu jam ke depan, kita akan mendengarkan diskusi seru dengan topik Gaya Hidup Minim Sampah! Itu dia! Boleh berikan tepuk tangan sekali lagi! Gaya Hidup Minim Sampah. Jangan kebanyakan gaya, ya, sampahnya yang harus minim!*".

Topik tersebut merepresentasikan isi wacana secara keseluruhan, yakni tentang penerapan gaya hidup dengan mengurangi penggunaan sampah.

2) Superstruktur

Kerangka wacana *Talkshow* Festival LIKE 2 pada video *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik dan video *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah diawali dengan pembukaan yang disampaikan oleh *Master of Ceremony* atau moderator, lalu pada bagian isi berupa sesi tanya jawab antara moderator dan narasumber. Pada bagian isi wacana, secara keseluruhan memberikan penekanan di awal tentang suatu masalah, dan menyembunyikan informasi penting (disampaikan di akhir) tentang upaya yang dilakukan untuk mengatasi masalah yang ditekankan. Pada bagian penutup, ditutup oleh kesimpulan dari moderator dan closing statement dari narasumber.

3) Struktur Mikro

(1) Semantik (Latar, Detil, Maksud, dan Nominalisasi)

a. Semantik (Latar)

Latar dalam wacana adalah makna yang ingin disampaikan komunikator agar pesan dapat dipahami pendengar (Eriyanto, 2001: 235). Dalam *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik, latarnya membentuk pemahaman masyarakat tentang memburuknya kualitas udara saat kemarau, di mana 57% partikulat debu PM 2.5 berasal dari sektor transportasi. Konversi motor diharapkan menjadi solusi untuk mengurangi emisi dan memperbaiki kualitas udara. Sementara, dalam *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah, latar wacananya membentuk pemahaman masyarakat bahwa tingginya volume sampah dan buruknya pengelolaan dapat menimbulkan dampak serius. Le Minerale, sebagai produsen air mineral, berupaya mengurangi sampah plastik sebagai bentuk tanggung jawab atas limbah yang dihasilkan.

b. Semantik (Detil)

Detil adalah bagian wacana yang menguntungkan komunikator melalui penyampaian informasi secara rinci (Eriyanto, 2001: 238). Dalam *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik, wacana memuat detil tentang dampak udara tidak sehat, emisi kendaraan, dan upaya para narasumber. Detil ini menguntungkan komunikator karena mendorong dukungan publik terhadap program konversi serta menampilkan mereka sebagai pihak yang aktif dalam perbaikan kualitas udara. Sementara, dalam *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah, detil wacana menjelaskan masalah sampah di Indonesia tentang data peningkatan sampah global dan nasional, serta dampaknya jika tidak dikelola dengan baik. Serta dipaparkan upaya Le Minerale sebagai produsen untuk mengurangi sampah plastik, peran aktif pemerintah,

dan tumbuhnya startup yang fokus pada pengelolaan sampah berkelanjutan.

c. Semantik (Maksud)

Maksud adalah strategi menyampaikan informasi dengan menonjolkan hal menguntungkan secara eksplisit dan menyembunyikan yang merugikan secara implisit (Eriyanto, 2001: 238). Dalam *talkshow* Konversi Motor BBM ke Listrik, secara eksplisit disampaikan dukungan terhadap perbaikan udara melalui konversi, sedangkan secara implisit proses konversi tidak disertai penjelasan dampak baterai terhadap lingkungan. Pada *talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah, eksplisitnya terlihat dari upaya Le Minerale, pemerintah, dan startup dalam kelola sampah, sementara implisitnya terdapat pada klaim daur ulang kemasan menjadi pakaian tanpa membahas akan bagaimana produk akhir daur ulang tersebut.

d. Semantik (Nominalisasi)

Nominalisasi adalah proses mengubah verba menjadi kata nomina dengan menambahkan 'pe-an' dan proses ini dapat menghilangkan subjek dalam wacana (Koromani, dalam Ratnaningsih, 2019). Dalam *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik terdapat nominalisasi yaitu nominalisasi pemantauan. Sementara pada *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah terdapat beberapa nominalisasi, yaitu pengolahan, pembuangan, dan perbaikan. Berikut ini salah satu kutipan dan analisisnya.

Data 3

"*Penyuluh Lingkungan Hidup Direktorat Pengurangan Sampah (Mbak Ana): Bantar Gebang mendunia dan mendapat status sebagai tempat pembuangan sampah terbesar di Asia*."

Kata pembuangan adalah nominalisasi dari verba buang dengan imbuhan 'pe-an'. Dalam wacana, bentuk ini menyamarkan pelaku karena tidak menyebut siapa yang membuang sampah ke Bantar Gebang.

(2) Sintaksis (Bentuk Kalimat, Kata Ganti, dan Koherensi)

a. Sintaksis (Bentuk Kalimat)

Kalimat aktif umumnya menempatkan seseorang sebagai subjek tindakan, sedangkan kalimat pasif menjadikannya objek (Eriyanto, 2001: 251). Dalam *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik, ditemukan 39 kalimat aktif yang menekankan aksi nyata, tanggung jawab, dan keterlibatan berbagai pihak seperti Kemenkes, KLHK (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan), ESDM (Kementerian Energi dan Sumber Daya Alam), PLN, dan bengkel. Sementara itu, 14 kalimat pasif menyoroti pihak penerima tindakan dalam mendukung proses konversi dan program Langit Biru. Sementara dalam wacana *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah terdapat 79 kalimat aktif dan 21 kalimat pasif. Berikut ini contoh kutipan dan analisis kalimat aktif dan pasifnya. Berikut contoh kutipan dan analisis bentuk kalimat aktif dan pasif.

Data 4

"*Penyuluh Lingkungan Hidup Direktorat Pengurangan Sampah (Mbak Ana): Jadi, pembeli bisa membawa tumbler dan dapat diskon 10% kalau pakai tumbler sendiri*".

Kutipan tersebut merupakan kalimat aktif karena 'pembeli' melakukan tindakan membawa tumbler.

Data 5

"*Sustainability Manager Le Minerale (Mbak Tania): Mungkin sekarang juga sudah*

Copyright © the author(s)

ada di masyarakat untuk kemasan di Le Minerale, baik galon maupun botol ini dari daur ulang".

Kutipan tersebut merupakan kalimat pasif karena kemasan mendapatkan tindakan dari daur ulang.

b. Sintaksis (Koherensi)

Koherensi merujuk pada kesinambungan makna antar kalimat, kelogisan, dan keterkaitan dalam suatu paragraf (Ragaminfo, 2024). Pada wacana *talkshow* saling berkoherensi karena wacana disusun secara berkesinambungan tentang masalah lalu tentang upaya untuk menanggulanginya.

c. Sintaksis (Kata Ganti)

Kata ganti berperan dalam membentuk komunitas imajiner dengan menunjukkan posisi seseorang dalam wacana (Eriyanto, 2001: 254). Dalam *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik menunjukkan adanya kata ganti yaitu kami, kita, saya dan mereka. Sementara pada *talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah ditemukan kata ganti kita, saya, kami, mereka, dan kalian. Kata ganti dalam Festival LIKE 2 pada video *Talkshow* tersebut didominasi oleh kata ganti yang membentuk komunitas imajiner kebersamaan.

3) Stilistik (Leksikon)

Leksikon adalah kata yang dipilih komunikator untuk mencerminkan seseorang memaknai sesuatu fakta (Eriyanto, 2001: 255). Dalam *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik menunjukkan adanya leksikon PM 2.5 (Particulate Matter), mereduksi, *cadence*, aksi nyata, *early retirement, backbone, swapping*, PoC, mengkonversi dan *scrap*. Sementara pada *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah menunjukkan adanya leksikon *highlight*, *overload*, retribusi, predikat, proyeksi, *business as usual* (kumpul-angkut-buang), biaya ekonomi, *closed-loop, open-loop*, keamanan dan kesehatan, pengurangan gramasi, *health collaboration*, *waste management*, dan *sustainability*. Berikut contoh data wacana dan analisisnya.

Data 6

Founder Elders Garage (Pak Haret): *Jadi, memang dari apa yang menjadi target pemerintah, kami sebagai bengkel yang melakukan prosesnya nih, gitu. Kita di ujungnya yang mengonversinya gitu.*

Pada kutipan di atas, leksikon '*mengonversi*' memiliki makna mengubah bentuk atau fungsi dari sesuatu. Dalam wacana tersebut, leksikon tersebut digunakan komunikator untuk menjelaskan tindakan teknis berupa mengganti mesin berbahan bakar fosil menjadi mesin listrik. Penggunaan kata ini menekankan proses teknis yang dilakukan oleh pelaku industri kecil sebagai bagian dari kontribusi terhadap program konversi sepeda motor BBM menjadi sepeda motor listrik.

4) Retoris (Metafora, Grafis, dan Ekspresi)

a. Retoris (Metafora)

Metafora adalah kata atau kelompok kata bukan dalam arti sebenarnya (Haula, 2020: 16). Dalam *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik menunjukkan adanya metafora 'logam berat', 'langit biru', 'kualitas kita turun', 'ada rapornya', dan 'tapi begitu musim kemarau, itu menjadi ancaman'. Sementara pada *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah ditemukan ditemukan metafora 'Gaya Hidup Minim Sampah', 'nasinya nangis', 'jangan kebanyakan gaya, ya, sampahnya yang harus minim', dan 'hulu ke hilir'. Berikut contoh data wacana dan analisisnya.

Data 7

"*Direktur Pengendalian Pencemaran Udara KLHK (Ibu Lukmi): Terus, ada juga*

pemantauan secara manual yang dievaluasi setiap tahun sekali dalam program ***Langit Biru*** *dalam bentuk Indeks Kualitas Udara*".

Pada kutipan di atas, 'Langit Biru' tidak sekadar merujuk pada warna langit secara harfiah, melainkan digunakan sebagai representasi udara yang bersih dan bebas dari polusi atau emisi. Dengan demikian, metafora ini membangun citra lingkungan yang sehat dan mendukung keberlanjutan melalui program pemantauan kualitas udara.

b. Retoris (Grafis)

Grafis adalah elemen dalam wacana yang membantu untuk menyoroti makna penting dalam wacana (Eriyanto, 2001: 257-258). Dalam *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik menunjukkan adanya grafis dalam bentuk kata-kata dan gambar. Sementara dalam video *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah grafis ditemukan dalam bentuk gambar. Berikut ini contoh penekanan melalui grafis.



Gambar. 1 Proses Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik (Sumber: Youtube Kementerian Kehutanan RI).

Gambar tersebut merupakan grafis yang menunjukkan proses konversi sepeda motor BBM menjadi sepeda motor listrik. Melalui gambar tersebut, menekankan makna penting tentang proses penggantian tempat bensin yang diganti menjadi baterai.

c. Retoris (Ekspresi)

Ekspresi adalah intonasi pembicara, yang berperan dalam mempengaruhi pemahaman pendengar (Eriyanto, 2001: 258). Dalam *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik ditemukan 5 data ekspresi. Sementara pada *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah ditemukan 4 data ekspresi. Pada *talkshow* tersebut, ekspresi wacana mempengaruhi pendengar untuk mendukung kebijakan atau upaya yang dilakukan narasumber. Berikut contoh data wacana dan analisisnya.

Data 8

Moderator: *Gaya Hidup Minim Sampah, jangan kebanyakan gaya, ya, sampahnya yang harus minim!*

Pada kutipan wacana di atas, menunjukkan ekspresi yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk tidak banyak gaya dan untuk menerapkan hidup dengan penggunaan sampah seminim mungkin.

2. Analisis Bentuk Eufemisme

Bentuk eufemisme tingkatan kata, frasa dan kalimat pada Wacana *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik bentuk eufemisme pada tingkatan kata ditemukan 4 data yaitu kata berbahaya, langit biru, ancaman, dan andal yang terdiri dalam kategori satu kata untuk menggantikan satu kata yang lain (one for one substitutions) dan flipansi (flippancy). Pada tingkatan frasa tidak ditemukan dan pada tingkatan kalimat ditemukan 5 data yang terdiri dari

Copyright © the author(s)

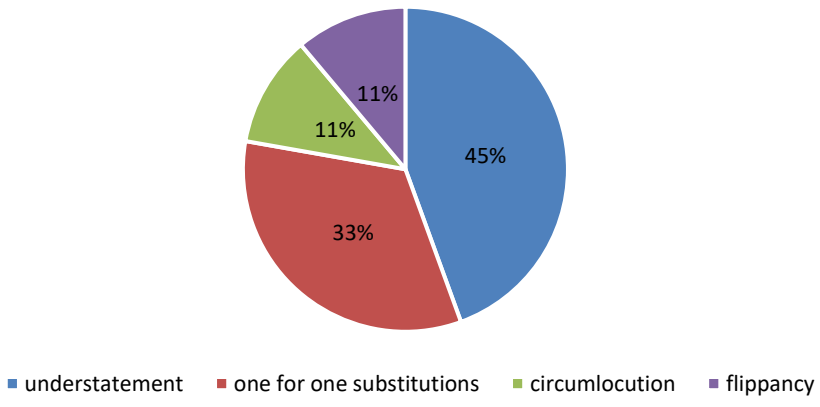
kategori sirkumlokusi (circumlocution), dan makna di luar pernyataan (understatement).

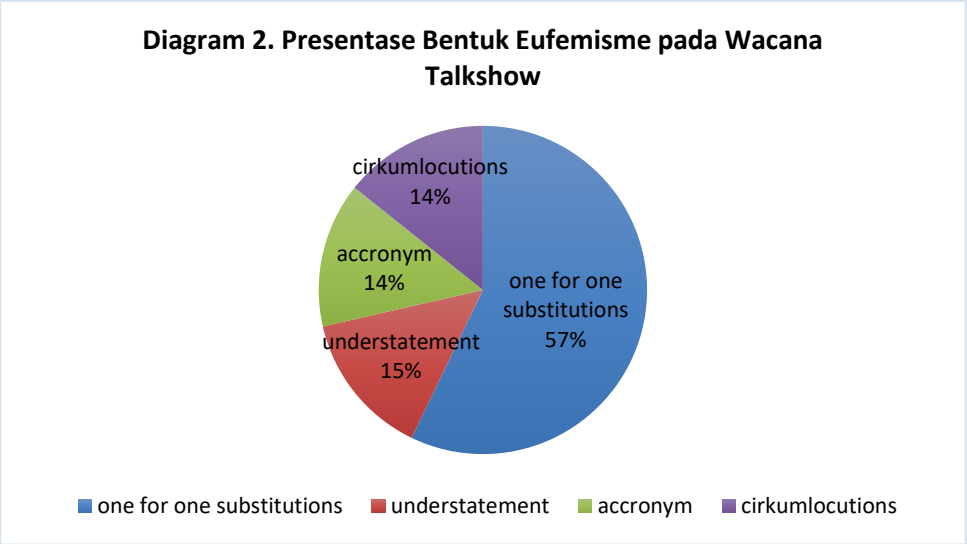
Bentuk eufemisme tingkatan kata, frasa, dan kalimat pada wacana *Talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah bentuk eufemisme pada tingkatan kata ditemukan 5 data yaitu kata kematian, masif, urgensi, isu lingkungan, dan PR yang terdiri dalam kategori eufemisme satu kata untuk menggantikan satu kata yang lain (one for one substitutions), makna di luar pernyataan (understatement), dan akronim (accronym). Pada tingkatan frasa ditemukan 1 data dan pada tingkatan kalimat ditemukan 1 data. Berikut ini contoh data dan analisis bentuk eufemisme pada wacana *talkshow*.

Eufemisme atau Halus	Makna Netral atau Kasar
*Ternyata sampah plastik ini menyebabkan **kematian** pada hewan laut dan burung akibat menelan dan terjerat.*	*Ternyata sampah plastik ini menyebabkan **kepunahan** pada hewan laut dan burung akibat menelan dan terjerat.*

Pada tabel di atas, kematian artinya hilang nyawa. Kata kematian termasuk eufemisme karena memberikan kesan yang lebih halus dibandingkan dengan kata kepunahan, yang menyiratkan lenyapnya kelompok atau spesies secara total. Kematian bersifat individual dan umum, sedangkan kepunahan lebih ekstrem dan menunjukkan dampak yang luas. Penggunaan eufemisme ini meredam kesan fatal dan menyampaikan peristiwa secara lebih netral. Berdasarkan pendekatan Allan dan Burridge, kata kematian termasuk dalam kategori satu kata untuk menggantikan satu kata yang lain (*one for one substitutions*). Kata kematian diterapkan sebagai pengganti kata kepunahan.

Diagram 1. Presentase Bentuk Eufemisme pada Wacana *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM menjadi Sepeda Motor Listrik





3. Analisis Motif Penggunaan Eufemisme

Motif penggunaan eufemisme pada wacana *Talkshow* Implementasi Konversi Sepeda Motor BBM Menjadi Sepeda Motor Listrik ditemukan 3 data yang terdiri dari menyembunyikan fakta dan reifikasi. Sementara pada wacana *talkshow* Gaya Hidup Minim Sampah motif penggunaan eufemisme ditemukan 2 data yang terdiri dari menyembunyikan fakta. Berikut ini contoh data dan analisnya.

Kutipan Wacana	Makna
Kalau kita mau mengubah lingkungan kita menjadi lebih baik, artinya kita juga harus mengubah kebiasaan kita.	*Lingkungan rusak karena kebiasaan yang merusak, sehingga kita harus mengubah kebiasaan yang merusak itu.*

Pada tabel di atas, berdasarkan pendekatan ekolinguistik kritis Trampe (2001) motif penggunaan eufemisme tersebut adalah untuk menyembunyikan fakta, karena menghindari penggunaan kata 'rusak' atau 'merusak' yang memiliki konotasi negatif dan menyalahkan. Maka, kalimat ini menjadi bagian dari penyembunyian fakta melalui penyulapan makna tanggung jawab menjadi dorongan untuk mengubah kebiasaan agar lingkungan lebih baik.

Simpulan

Struktur wacana elemen teks pada wacana *talkshow* pada struktur makro (judul wacana menggambarkan isi wacana *talkshow*), superstruktur (kerangka wacana menekankan suatu masalah, lalu menyampaikan informasi penting tentang upaya penyelesaiannya), pada struktur mikro (menggunakan istilah teknis, kalimat aktif, kata ganti yang membangun kesan kebersamaan, dan gaya penyampaian menggunakan gambar). Berdasarkan klasifikasi Allan dan Burridge, bentuk eufemisme dalam *Talkshow* Konversi Motor Listrik terdiri atas understatement (45%), one-for-one substitutions (33%), circumlocutions (11%), dan flippancy (11%). Adapun dalam *Talkshow* Minim Sampah ditemukan one-for-one substitutions (57%), understatement (15%), acronym (14%), dan circumlocutions (14%). Motif penggunaan eufemisme pada *talkshow* konversi motor listrik terdiri dari dua motif, yaitu penyembunyian fakta (2 data) dan reifikasi (1 data). Sedangkan pada *talkshow* minim sampah, motif yang muncul hanya berupa penyembunyian fakta (2 data).

Copyright © the author(s)

Referensi

(Allan & Burridge, 1991)Allan & Burridge. (1991). *Euphemism and Dysphemism: language used as shield and weapon*. Oxford University Press.

Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. LKIS Yogyakarta.

Fill, A., & Peter Muhlhausler. (2001). *The Ecolingistics Reader: Languange, Ecology and Environment*. Continuum.

Findiastuti, W. (2020). *Kinerja Sustainabilitas*. MNC Publishing. https://ipusnas2.perpusnas.go.id/book/37f239c9-0c4d-4f82-ae02-052555fa5604

Harahap, T. A., Widayati, D., & Maha, R. F. (2023). *Eufemisme dalam Visi dan Misi Ganjar-Mahfud tentang Lingkungan : Kajian Ekolinguistik Kritis*. 273–283.

Kementerian Kehutanan RI. (2024a). *Gaya Hidup Minim Sampah*. https://www.youtube.com/live/swT3TIkTR1c?si=T_PPAEz17sK79De1

Kementerian Kehutanan RI. (2024b). *Talkshow Festival LIKE: Implementasi Konversi Motor Menjadi Motor Listrik*. https://youtu.be/2Fc_XqcvXK8?si=ecMbegrSC8Fbymda

Laili, E. N. (2013). *(Dysphemism Used in Environmental Discourse : an Eco- Critical Discourse Analysis on Indonesian Mass Media)*. 47–58.

Maha, R. F., Widayati, D., & Lubis, R. (2024). *Realization of Euphemism in Discourse of Environment about the Movement of the State's Capital: Critical Ecolinguistics Realization of Euphemism in Discourse of Environment about the Movement of the State's Capital: Critical Ecolinguistics*. *7*(2). https://doi.org/10.32734/lwsa.v7i2.2063

Ragaminfo. (2024). *Perbedaan Kohesi dan Koherensi beserta Contohnya*. Kumparan.

Ratananingsih, D. (2019). *Analisis Wacana Kritis Sebuah Teori dan Implementasi*. Universitas Kotabumi.

Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Bahasa (Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik)*. Santa Darma University Press.