

STRATEGI DIGLOSLIA DAN ALIH KODE DALAM WACANA PERLAWANAN PODCAST GHIAF : ANALISIS VAN DIJK

Ridho Am Kurniawan¹, Zaqiatul Mardiah²

^{1,2} Bahasa dan Kebudayaan Arab, Fakultas Ilmu Pengetahuan dan Budaya,
Universitas Al Azhar Indonesia
ridhomumtaazun21@gmail.com¹

ABSTRACT

This study explores the linguistic strategies used to build a counter-discourse against the financial myth that “employees are poor” in Arabic digital media. It focuses on an episode of the Ghiaf Podcast titled “لماذا الوظيفة هي أسرع طريق نحو الثراء”. By integrating Teun A. van Dijk’s socio-cognitive Critical Discourse Analysis with contemporary Arabic sociolinguistics, this research examines how the speaker uses diglossia (switching between Fusha and ‘Ammiyah) and code-switching to English terms as rhetorical tools. The findings show that these linguistic choices are deliberate. They help construct the speaker’s identity as a “modern and accessible expert” while redefining wealth as cash flow stability achieved through regular employment. At the social cognition level, this strategy answers the exhaustion felt by young Arabs regarding unrealistic entrepreneurship narratives amidst the economic changes of Saudi Vision 2030. Theoretically, this study expands the use of van Dijk’s model to spoken digital Arabic discourse, emphasizing how linguistic hybridity acts as an ideological tool to negotiate power in the digital economy.

Keywords: Critical Discourse Analysis, Teun A. van Dijk, Arabic Diglossia, Code-Switching, Economic Podcast, Counter-Discourse, Saudi Arabia, Vision 2030.

ABSTRAK

Penelitian ini menelusuri berbagai strategi linguistik yang digunakan untuk membangun wacana tandingan terhadap mitos finansial "karyawan itu miskin" di media digital Arab. Studi kasusnya berfokus pada salah satu episode Podcast Ghiaf yang berjudul “لماذا الوظيفة هي أسرع طريق نحو الثراء”. Memadukan Analisis Wacana Kritis model sosio-kognitif Teun A. van Dijk dan sociolinguistik Arab masa kini, riset ini membedah cara penutur memanfaatkan fenomena diglosia (pergantian antara ragam *Fusha* dan ‘*Ammiyah*) serta alih kode ke istilah-istilah bahasa Inggris sebagai alat retorika. Hasil analisis memperlihatkan bahwa pilihan ragam bahasa ini tidak dilakukan secara asal. Taktik tersebut sengaja dipakai untuk membentuk citra sang pembicara sebagai "pakar modern yang merakyat", sembari memaknai ulang kekayaan sebagai stabilitas arus kas yang justru sangat bisa dicapai dengan menjadi karyawan. Pada tataran kognisi sosial, langkah ini pada dasarnya menjadi jawaban atas rasa lelah anak muda Arab Saudi terhadap cerita-cerita manis soal dunia bisnis di tengah transisi ekonomi *Vision 2030*. Secara teori, penelitian ini memperkaya penerapan model van Dijk pada wacana lisan di media digital berbahasa Arab, sekaligus mempertegas bahwa percampuran bahasa bisa menjadi senjata ideologis yang tangguh untuk menegosiasikan relasi kuasa di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Analisis Wacana Kritis, Teun A. van Dijk, Diglosia Bahasa Arab, Alih Kode, Podcast Ekonomi, Kontra-Wacana, Arab Saudi, Visi 2030.

A. Pendahuluan

Perubahan ekonomi di Arab Saudi melalui kerangka *Vision 2030* telah mengubah cara pandang masyarakat terhadap dunia kerja secara besar-besaran. Negara yang dulunya sangat mengandalkan sektor minyak, sekarang berlomba-lomba memajukan ekonomi berbasis pengetahuan dan memperkuat sektor swastanya. Dalam perubahan besar ini, pemerintah dan media terus-menerus menggaungkan semangat kewirausahaan (*entrepreneurship*) sebagai jalan terbaik bagi warga negara untuk berkontribusi memajukan bangsa (Hameed, 2020). Akibatnya, muncul sebuah pandangan di tengah masyarakat yang menganggap profesi karyawan sebagai pilihan "kelas dua", yang lekat dengan citra gaji pas-pasan dan kurang ambisi.

Pandangan ini semakin mengakar kuat akibat banyaknya konten literasi keuangan di media sosial yang sering kali menyederhanakan teori *Cashflow Quadrant*. Dalam perbincangan di media sosial tersebut, karyawan kerap dicap sebagai "budak korporat" yang terjebak dalam rutinitas tanpa akhir, sedangkan pebisnis dan investor

digambarkan punya hak istimewa berupa kekayaan tanpa batas (Fadilah, 2022). Pelabelan buruk terhadap kelas pekerja dan kuatnya nuansa eksploitasi kapitalis ini pada akhirnya memicu tekanan mental, seperti keharusan untuk terus bekerja keras tanpa henti (*hustle culture*), yang malah menurunkan kualitas hidup para pekerja itu sendiri (Madani, 2026). Di sisi lain, tekanan struktural dari lingkungan modern ini juga ikut mengubah cara berpikir dan bertindak masyarakat perkotaan yang sedang menghadapi masa transisi ekonomi (Sastrini, 2026).

Di tengah kuatnya narasi arus utama tersebut, *Podcast Ghlaf* hadir sebagai ruang perdebatan yang secara terang-terangan membangun wacana perlawanan (*counter-discourse*). Dalam episodenya yang berjudul “لماذا الوظيفة هي أسرع طريق نحو الثراء”, sang pembicara dengan berani membalikkan anggapan umum ini, menyatakan bahwa karyawan justru merupakan kelompok yang paling berpeluang menjadi kaya berkat stabilitas arus kas yang mereka miliki (Mukhthalaif Platform, 2025). Menariknya dari sudut pandang linguistik, argumen perlawanan ini tidak hanya bermodalkan teori

ekonomi, tetapi juga dibalut dengan strategi kebahasaan yang cerdas. Secara khusus, pembicara mahir memainkan diglosia Arab berganti-ganti antara bahasa *Fusha* dan '*Ammiyah* untuk menyeimbangkan relasi simbolik di era digital (Suriadi, 2025). Pilihan bahasa ini akhirnya menjadi semacam instrumen ekonomi-politik baru untuk menguliti relasi kuasa kapitalisme tingkat lanjut di dunia maya (Wijaya, 2021).

Sebenarnya, riset mengenai fenomena diglosia dan alih kode di media digital Arab sudah banyak dilakukan. Contohnya, kajian dari Albirini (2016) yang membahas fungsi sosiolinguistik bahasa Arab modern, riset Almoaily (2023) mengenai fungsi alih kode di platform digital, hingga studi Bassiouney (2020) yang meneliti bagaimana seseorang menunjukkan sikapnya (*stance-taking*) lewat pilihan bahasa. Akan tetapi, masih sangat jarang ada penelitian yang secara khusus mengaitkan fenomena tersebut dengan Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk, terutama dalam konteks ekonomi digital di Arab Saudi. Kebanyakan riset Analisis Wacana Kritis (AWK) di media baru lebih fokus pada dinamika tren konten edukasi keuangan secara

umum (Budiarto, 2023). Hal ini membuat penerapan model van Dijk untuk membedah wacana lisan-audiovisual di media digital kontemporer masih belum tergali secara mendalam (Zulkifli, 2022).

Berangkat dari kekosongan tersebut, penelitian ini berupaya mencari jawaban atas satu pertanyaan utama: Bagaimana *Podcast Ghlaf* membangun wacana perlawanan terhadap mitos "karyawan itu miskin" lewat strategi diglosia dan alih kode, bila dilihat dari kacamata Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk. Penelitian ini diharapkan bisa memperkaya kajian teoretis dalam penerapan model van Dijk pada tuturan lisan di media digital berbahasa Arab. Lebih jauh lagi, pembedahan wacana ini sangat relevan untuk melatih cara berpikir kritis masyarakat luas saat mencerna berbagai narasi ideologis yang bertebaran di media sosial (Suryadi, 2026).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersandar pada metode Analisis Wacana Kritis (AWK) model sosiokognitif racikan Teun A. van Dijk. Metode ini kemudian

dipadukan dengan sudut pandang sosiolinguistik Arab masa kini, khususnya konsep Reem Bassiouney mengenai fungsi diglosia dan penentuan sikap (*stance taking*), serta kajian Albirini tentang alih kode. Perpaduan kerangka kerja ini sengaja dipilih karena model van Dijk sangat pas untuk melihat kaitan antara susunan teks, proses berpikir si pembuat konten, dan konteks sosial yang lebih luas. Di saat yang sama, perspektif sosiolinguistik memberikan pisau analisis yang jauh lebih tajam untuk menguliti fenomena diglosia dan alih kode tersebut. Oleh karenanya, bagian analisis teks dalam riset ini akan dititikberatkan pada eksplorasi mendalam terkait fungsi ideologis di balik perpindahan gaya bahasa sang pembicara.

Sumber data utama riset ini adalah transkrip ucapan kata demi kata dari episode Podcast Ghlaf yang berjudul “لماذا الوظيفَةُ هيَ أَسْرَعُ طَرِيقِ نَحْوِ الثَّرَاءِ؟” (*Limādhā al-waẓīfah hiya asra‘ ṭarīq naḥwa al-tharā’*?/Mengapa Menjadi Karyawan Adalah Jalan Tercepat Menuju Kekayaan?). Video berdurasi 12 menit 5 detik ini diunduh dari kanal resmi YouTube Mukhthalaif Platform pada tanggal 6 Februari 2025. Proses pengumpulan datanya

dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis: (1) mengunduh video agar mudah diakses kapan saja; (2) mendengarkan video secara berulang dan saksama untuk memahami konteks, intonasi, serta penekanan makna; (3) mengetik ulang seluruh ucapan ke dalam bentuk teks bahasa Arab; dan (4) memilih kata atau kalimat yang memperlihatkan adanya unsur diglosia (peralihan dari *Fusha* ke ‘*Ammiyah*) serta alih kode ke istilah teknis bahasa Inggris.

Selanjutnya, data dianalisis menggunakan tiga dimensi utama dari model van Dijk. Pada dimensi teks, analisis menyoroti makrostruktur sebagai tema utama, superstruktur menjadi alur argumen, serta mikrostruktur yang berfokus pada makna kata, susunan kalimat, gaya bahasa, dan retorika termasuk di dalamnya fenomena diglosia serta alih kode. Pada dimensi kognisi sosial, peneliti berupaya menafsirkan bagaimana pola pikir dan wawasan sang pembicara turut memengaruhi strategi bahasa yang ia pilih. Terakhir, pada dimensi konteks sosial, hasil analisis dihubungkan dengan perubahan lanskap ekonomi Arab Saudi di bawah payung *Vision 2030*

serta dinamika budaya kerja anak mudanya.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Makrostruktur: Tema Global

Wacana Perlawanan

Gagasan utama yang secara konsisten disuarakan sepanjang episode podcast ini adalah bahwa "menjadi karyawan merupakan jalan paling aman dan rasional untuk membangun kekayaan". Pesan ini secara telak memutarbalikkan pandangan umum yang selama ini menganggap karyawan sebagai korban dari sistem kapitalisme yang mustahil meraih kebebasan finansial. Sang pembicara dengan berani membongkar mitos tersebut dengan menegaskan bahwa kekayaan seseorang tidak bergantung pada asal pendapatannya baik dari bisnis atau gaji bulanan, tetapi dari seberapa disiplin orang itu menyisihkan pendapatannya serta menjaga kestabilan arus kas.

Pada dasarnya, cara pembicara menyampaikan gagasan besar ini tidak bisa dilepaskan dari strategi bahasa yang ia mainkan. Ia membingkai argumen perlawanannya ini dengan menjadikan diglosia dan alih kode sebagai senjata utama.

Kesan stabil dan logis dari seorang karyawan ia sampaikan menggunakan bahasa Arab Fusha yang berwibawa, sedangkan kedekatannya dengan realitas kehidupan kelas pekerja ia tunjukkan melalui bahasa Arab '*Ammiyah*' dan istilah-istilah bisnis berbahasa Inggris. Secara makro, cara pengemasan tema yang diutarakan melalui percampuran bahasa ini memperlihatkan bagaimana media digital mampu mendefinisikan ulang arti stabilitas ekonomi, yang selama ini kerap dicap negatif oleh konten-konten kewirausahaan arus utama (Sari, 2023). Lewat kemasan bahasa yang tertata dan berlapis ini, tema utamanya sukses mengajak pendengar untuk memahami literasi keuangan dari kacamata yang jauh lebih bumi dan realistis (Budiarto, 2023).

Superstruktur: Skema

Argumentasi Logis-Kronologis

Alur argumen dalam episode ini disusun secara urut dan masuk akal untuk memperkuat gagasan utamanya. Cerita diawali dengan kritikan terhadap penyederhanaan teori *Cashflow Quadrant*, yang dinilai abai terhadap kenyataan hidup sebagian besar pemuda Arab Saudi

yang baru saja terjun ke dunia kerja. Setelah itu, pembicara menyodorkan data perbandingan mengenai tingginya angka kegagalan bisnis pemula, dan betapa sedikitnya orang yang benar-benar berhasil menjadi pengusaha sukses. Argumen ini kemudian ditutup dengan pemahaman baru mengenai arti kekayaan, yakni sebagai stabilitas arus kas, sekaligus anjuran praktis agar kaum muda berinvestasi pada pengembangan diri terlebih dulu sebelum nekat berbisnis.

Cara penyusunan argumen seperti ini merupakan cerminan dari taktik alur "masalah-solusi" (*problem-solution*) yang memang sering dipakai dalam konten edukasi investasi untuk pemula (Wahyudi, 2020). Selain itu, alur yang rapi ini juga berfungsi memperkuat daya tarik teks, sehingga pesan logis di dalamnya bisa lebih mudah dicerna dan diterima oleh pendengar (Karuna, 2025).

Mikrostruktur: Strategi Diglosia dan Alih Kode sebagai Instrumen Retoris

Pada lapisan mikrostruktur, sang pembicara sangat cerdas memanfaatkan variasi bahasa untuk mencapai target ideologisnya. Campur aduk bahasa yang ia

gunakan bukan sekadar gaya-gayaan, melainkan strategi retorika yang sengaja dirancang untuk membentuk citra diri, mengatur jarak sosial, dan melawan narasi yang sedang tren. Berikut ini adalah bedah mendalam terhadap beberapa contoh kunci dari transkrip podcast:

Contoh 1: Penekasan Otoritas melalui Struktur Fusha (00:00–00:34)

Teks: في هذه الحالة في موازين الثراء والفقير الموظف هو أغناهم بلا منازع
fī hādhihi al-ḥālāh fī mawāzīn al-tharā' wa al-faqr al-muwazzāf huwa aghnahum bilā munāzi'/Dalam timbangan kekayaan dan kemiskinan ini, karyawan adalah yang paling kaya tanpa pesaing.

Analisis: Penggunaan struktur kalimat nominal (jumlah ismiyyah) yang disisipi dengan kata ganti penegas (*dhamir fashl*) "هو" memberikan kesan ketegasan yang mutlak dan tidak bisa diganggu gugat. Pemakaian kata superlatif أغناهم (yang paling kaya) serta frasa بلا منازع yang kental dengan nuansa bahasa formal (*Fusha*) sukses menciptakan kesan objektivitas ilmiah. Pilihan bahasa ini menjadi penanda otoritas pengetahuan, di mana pembicara memosisikan dirinya sebagai sosok

yang memiliki keahlian mutlak di bidang ekonomi, sejalan dengan fungsi sosiolinguistik Fusha sebagai bahasa keilmuan yang standar (Albirini, 2016).

Dilihat dari kacamata van Dijk, strategi penyusunan kalimat ini mewakili makna mikrostruktur yang secara langsung mendukung tema besarnya guna mengembalikan citra karyawan sebagai aktor rasional yang penting dalam sistem ekonomi. Penggunaan bahasa formal *Fusha* di sini sama sekali bukan kebetulan, melainkan taktik terencana yang sejalan dengan teori sosiolinguistik Arab, bahwa ragam bahasa formal sangat ampuh dipakai untuk memancarkan otoritas intelektual di ruang publik (Albirini, 2016). Di tengah ramainya media digital saat ini, pemakaian Fusha terbukti menjadi cara yang manjur bagi pembicara untuk mengukuhkan dirinya sebagai figur yang kredibel dan bisa dipercaya (Budiana, 2025).

Lebih dari itu, pemilihan frasa bernada pasti seperti *بلا منازع* (tanpa pesaing) juga berfungsi sebagai taktik kognisi sosial. Ini adalah usaha sadar untuk mengubah pola pikir pendengar agar melihat profesi karyawan bukan sebagai kelemahan, melainkan

sebagai fondasi kekuatan finansial yang nyata. Pembicara menggunakan tata bahasa formal ini untuk menumbangkan ideologi arus utama yang selama ini terlalu mendewakan kewirausahaan spekulatif sebagai satu-satunya jalan sukses, sambil menyudutkan nasib kelas pekerja (Yusra, 2025).

Contoh 2: Discourse Marker Dialek untuk Membangun Kedekatan Emosional (00:00–00:34)

Teks: *ترى بالملايين ما شاء الله تبارك الله*

Tarā bil-malāyīn... Mā shā'a Allāh tabāraka Allāh/Kamu lihat/asal tahu saja, dalam jutaan.../Apa yang dikehendaki Allah, Mahasuci Allah.

Analisis: Pergantian mendadak ke bahasa '*Ammiyah* melalui kata seru *ترى* (yang khas dialek Teluk) berfungsi untuk memberikan efek kejutan sekaligus merangkul pendengar secara emosional. Sementara itu, ungkapan religius *ما شاء الله تبارك الله* bertindak sebagai bentuk kesantunan budaya sebelum menyebutkan jumlah harta seseorang. Gabungan strategi ini membuktikan kelihaihan sang pembicara dalam menempatkan diri memakai bahasa formal untuk menunjukkan wibawanya, tapi kemudian beralih ke bahasa gaul

untuk menciptakan keakraban dengan audiens anak muda.

Pilihan bahasa non-formal ini merupakan cerminan dari pola pikir pembicara yang melihat audiensnya sebagai anak muda yang butuh divalidasi perasaannya. Ragam *'Ammiyah* sangat pas dipakai di sini karena merupakan bahasa ibu dan bahasa obrolan sehari-hari, sehingga mampu mencairkan suasana kaku dan langsung menyentuh hati pendengarnya. Dalam kajian sosiolinguistik Arab, pemakaian dialek lokal (*'Ammiyah*) ini sangat penting untuk menunjukkan kedekatan personal atau penentuan sikap (Bassiouney, 2020). Ungkapan budaya dan agama ini juga menjadi perekat sosial yang membuat bahasan ekonomi yang tadinya kaku menjadi terasa lebih membumi dan mudah dicerna oleh masyarakat perkotaan (Al-Quraishi, 2022).

Secara teks, penyisipan gaya bahasa dialek ini berhasil meredam ketegangan dari argumen ekonomi yang terkesan radikal. Penggunaan dialek lokal terbukti jitu untuk menjalin ikatan personal yang hangat dalam format komunikasi audio digital (Fitriyani, 2025). Dengan menggabungkan wibawa *Fusha* dan

kehangatan *'Ammiyah*, pembicara sukses menciptakan gaya komunikasi yang persuasif dan jauh dari kesan kaku (Wahyuni, 2024).

Contoh 3: Code-Switching untuk Mengindeks Identitas Pakar

Modern (01:21–02:17)

Teks: هو قاعد يتكلم عن البزنس مين وإنفستر
Huwa qā'id yatakallam 'an al-biznis min wa investors/Dia sedang berbicara tentang businessmen dan investors.

Analisis: Pemakaian kata *qā'id* yang menunjukkan kejadian sedang berlangsung dalam dialek Teluk sukses memberikan kesan keterlibatan emosional. Di sisi lain, alih kode ke bahasa Inggris (*businessmen* dan *investors*) secara sengaja dipakai untuk melabeli dirinya sebagai "pakar modern". Citra pakar ini dibangun dari kefasihannya melafalkan istilah-istilah ekonomi global, yang menandakan bahwa ia berpendidikan dan melek terhadap tren finansial dunia.

Bila merujuk pada teori van Dijk, alih kode ini adalah bentuk cerminan cara berpikir pembicara yang memosisikan dirinya sebagai mentor yang relevan dengan perkembangan ekonomi Arab Saudi masa kini. Sang pembicara sengaja

menyisipkan istilah kapitalisme global ke dalam bahasa lokal demi menerjemahkan realitas pasar dunia menjadi sesuatu yang lebih akrab di telinga pemuda setempat. Langkah ini membuatnya tampil tidak hanya sebagai penceramah, melainkan fasilitator yang mampu menjembatani dunia lokal dan global. Praktik menyelipkan istilah bahasa Inggris di media sosial Arab memang sedang tren, karena dinilai efektif untuk memunculkan citra gaul dan profesional (Almoaily, 2023). Campuran istilah global ke dalam kalimat lokal ini adalah potret nyata bagaimana bahasa digunakan di era media digital (Budiman, 2023).

Dari bedah mikrostruktur ini, tampak jelas bahwa perpindahan bahasa tidak pernah terjadi begitu saja tanpa maksud tertentu. Penggunaan istilah keuangan global adalah siasat untuk meruntuhkan mitos entrepreneurship yang kerap dilebih-lebihkan di media (Fadilah, 2022). Cara pembicara mengemas obrolan dengan melibatkan bahasa asing ini semakin menegaskan fungsi podcast sebagai media alternatif yang cerdas dalam mengedukasi publik (Arifin, 2024).

Contoh 4: Idiom Dialek sebagai Kritik Emosional terhadap Narasi Dominan (04:04–04:55)

Teks: يعني أنا قاعد أخليهم يخبطوا في الحي
Ya'nī anā qā'id akhallīhum yakhbiṭū fī al-ḥayṭ/Maksudnya, saya sedang membuat mereka menabrak tembok.

Analisis: Kiasan khas dialek *يخبطوا في الحي* ini sangat jitu karena berhasil menggambarkan kegagalan bisnis dengan cara yang sangat nyata, visual, dan memancing emosi. Perumpamaan "menabrak tembok" ini efeknya jauh lebih menusuk dibandingkan bahasa *Fusha* formal yang biasanya terasa mengawang-awang. Kata *qā'id* juga dimunculkan lagi untuk menekankan aksi yang sedang terjadi. Strategi ini dirancang untuk mengetuk nalar pendengar agar tidak mudah tergiur untuk berbisnis tanpa persiapan matang, sesuatu yang sering dikampanyekan oleh penganut narasi kewirausahaan. Dari kacamata van Dijk, pilihan bahasa ini merupakan wujud perlawanan nyata terhadap ideologi yang meremehkan status pekerja kantor.

Taktik ini berfungsi kuat untuk membentuk pola pikir pendengar agar berani menolak godaan berbisnis nekat yang didorong oleh cerita-cerita sukses utopis. Pilihan kata yang

sedikit menyindir dan ekspresif ini menjadi cara ampuh untuk melawan pandangan yang memarjinalkan kelas pekerja (Suriadi, 2025). Pemakaian ungkapan tajam ini juga menjadi penawar dari kampanye janji manis soal kemapanan yang biasa digaungkan oleh para kapitalis (Wiranata, 2022).

Secara makna, kiasan "menabrak tembok" sukses membongkar kerasnya kenyataan dan kerentanan ekonomi yang diam-diam mengintai para pelaku ekonomi baru. Ungkapan bernada emosional ini memotret pilunya nasib kelas menengah perkotaan yang sering kali hanya menjadi korban dalam sistem *gig economy* yang tidak berpihak pada nasib pekerja (Kusuma, 2021). Dengan kata lain, pilihan kosa kata pembicara ini bertindak bak alat pembongkar kedok bahasa yang sering dipakai oleh korporasi besar untuk menutupi praktik eksploitasi kerja (Setiawan, 2024).

Contoh 5: Transisi dari Otoritas ke Kedekatan melalui Imperatif dan Boundary Marker (08:51–09:39)

Teks: *استثمر في نفسك... بس شكراً*

Istathmir fī nafsik... Bas

shukran/Investasilah pada dirimu sendiri... Cukup, terima kasih.

Analisis: Keputusan untuk memakai kalimat perintah berbalut bahasa Fusha *استثمر في نفسك* berhasil memberikan penekanan moral dan ketegasan layaknya seorang guru. Kemudian, penutup *بس شكراً* (dalam bahasa dialek) berfungsi sebagai pembatas yang tegas tapi tetap terasa hangat, menandakan selesainya sebuah pemikiran sembari menjaga keakraban dengan pendengar. Cara transisi ini memperlihatkan kelihaian pembicara dalam memainkan peran ganda sebagai pakar ekonomi yang dihormati, sekaligus sebagai mentor yang sangat paham apa yang dirasakan anak muda. Dilihat dari teori van Dijk, ini adalah usaha sadar untuk melunakkan hati audiens agar mau menerima saran yang diberikan.

Transisi gaya bahasa ini membuktikan keandalan si pembicara dalam mengatur dua identitasnya, yakni sebagai ahli ekonomi yang tepercaya dan mentor yang mengerti kejiwaan anak muda. Penggunaan kalimat penutup khas bahasa keseharian ini sangat cocok dengan pola komunikasi masyarakat umum, yang tujuannya tak lain untuk menjaga kehangatan hubungan (Amanah, 2021). Keluwesan bermain bahasa inilah yang menjadi kunci sukses

masuknya pesan edukasi keuangan di dunia digital (Zulkifli, 2022).

Dalam kerangka Analisis Wacana Kritis model van Dijk, permainan gaya bahasa ini adalah upaya sengaja untuk memengaruhi pikiran pendengar agar mau mengikuti saran si penutur. Penggunaan kalimat perintah ini mengemas pesan "berinvestasi pada diri sendiri" menjadi sebuah tindakan mulia yang patut dilakukan (Sari, 2023). Lewat kombinasi kalimat penutup yang lugas ini, pembicara sukses menularkan kebiasaan berpikir kritis kepada audiens saat menerima informasi keuangan (Suryadi, 2026).

Contoh 6: Representasi Suara Audiens melalui Interogatif Dialek (06:26–07:10)

Teks: من فين أنا يكون عندي 10 مليون

Min fayn anā yakūn 'indī 10

milyon/Dari mana saya akan punya 10 juta?

Analisis: Pertanyaan *Min fayn* adalah bentuk bahasa dialek harian yang menggantikan bentuk resmi *Min ayna* (*Fusha*). Penggunaan bahasa "jalanan" ini sengaja dipakai untuk mewakili suara hati anak muda yang merasa putus asa karena tidak punya modal besar. Strategi ini sukses membangun rasa empati dan

mempertegas bahwa mimpi instan menjadi pengusaha itu sangat tidak masuk akal bagi sebagian besar pendengarnya. Dari sudut pandang van Dijk, pilihan bahasa ini adalah wujud keberpihakan (*alignment*) pembicara kepada masyarakat yang memang menjadi sasaran pesan perlawanannya.

Pilihan kalimat tanya bergaya bahasa lokal ini merupakan bentuk empati yang menyamakan frekuensi dengan kalangan yang sedang dibelanya. Taktik menyuarkan kegelisahan rakyat kecil ini terbukti ampuh untuk menciptakan narasi tandingan di dunia maya demi melawan janji-janji manis soal kemapanan (Wiranata, 2022). Cara bicara ini juga memvalidasi rasa frustrasi kelompok pekerja urban yang sering terpinggirkan dari putaran kapitalisme global (Kusuma, 2021).

Dalam gambaran besarnya, meminjam suara keluhan pendengar menggunakan kalimat tanya berdialek ini semakin mengukuhkan fungsi *podcast* sebagai bentuk perlawanan sosial. Hal ini sejalan dengan teori gerakan sosial, di mana diskusi lisan kerap digunakan sebagai alat untuk memperjuangkan nasib kelas pekerja (Van Dijk, 2024). Dengan

menyuarakan kebingungan soal modal uang ini, podcast tersebut sukses meruntuhkan glorifikasi dunia bisnis dan memangkas dominasi kampanye korporat (Supriyanto, 2022).

**Contoh 7: Pseudo-Agreement
sebagai Strategi Persiapan
Bantahan (01:21–02:17)**

Teks: طيب يا روبرت

Tayyib yā Robert/Baiklah wahai Robert

Analisis: Penggunaan kata *ṭayyib* sukses menciptakan efek "persetujuan semu" (*pseudo-agreement*), sesaat sebelum sang pembicara melontarkan serangan balik terhadap teori Robert Kiyosaki. Strategi ini membuat pembicara tetap terlihat sopan dan menghargai lawan bicaranya, tetapi tetap bisa melayangkan kritik tajam yang terstruktur. Dalam teori van Dijk, cara ini adalah bagian dari strategi retorika yang sengaja didesain untuk meyakinkan audiens betapa kredibelnya argumen sang penutur.

Dari sisi gaya bahasa di media baru, pilihan kata persetujuan ini dimaksudkan untuk memengaruhi anggapan pendengar bahwa argumen yang dibangun pembicara itu sangat objektif dan berbobot. Siasat

menunda bantahan ini merupakan strategi komunikasi tingkat tinggi untuk menggiring pemahaman audiens secara pelan-pelan (Sari, 2023). Cara menyampaikan kritik secara tersirat seperti ini sangat dianjurkan untuk menciptakan perdebatan yang elegan dan berkualitas di ruang publik (Karuna, 2025).

Secara makna, strategi pura-pura setuju ini pelan-pelan mempreteli teori *Cashflow Quadrant* langsung dari akar-akarnya, tanpa terlihat emosional atau menyerang secara membabi buta. Teknik pengemasan pesan ini dipakai untuk mengisolasi efek dari narasi lawan yang dianggap menyesatkan (Siregar, 2021). Berkat kelihaian strategi retorika ini, sang pembicara berhasil menepis mitos kesuksesan bisnis instan dan mengembalikan kehormatan profesi karyawan dalam peta ekonomi saat ini (Fadilah, 2022).

**Hibriditas Bahasa sebagai
Instrumen Ideologis**

Berdasarkan pembedahan ketujuh contoh di atas, bisa disimpulkan bahwa campur aduk bahasa yang terjadi di *Podcast Ghlaf* sangat berperan sebagai alat ideologis yang punya banyak tujuan.

Untuk menunjukkan otoritasnya, paduan antara bahasa *Fusha* yang kaku dan alih kode ke istilah Inggris yang keren secara sadar dipakai pembicara untuk mencitrakan dirinya sebagai "pakar modern" yang tepercaya. Pemakaian bahasa berkelas ini membuktikan bahwa bahasa *Fusha* memang berfungsi kuat untuk menegaskan kewibawaan dan nilai ilmiah seseorang di mata publik (Albirini, 2016). Dimasukkannya istilah-istilah ekonomi global juga mencerminkan pola pikir pembicara yang ingin membentuk pemahaman pendengar mengenai realitas dunia kerja saat ini (Sari, 2023). Lebih dari itu, taktik bahasa ini terbukti manjur sebagai bentuk edukasi keuangan gaya baru untuk meruntuhkan kuatnya narasi korporasi yang sering kali berat sebelah (Budiman, 2023).

Di sisi lain, untuk membangun kedekatan dan menyelipkan kritik yang menyentuh emosi, pembicara lebih sering memakai bahasa '*Ammiyah*' beserta dialek-dialek kesehariannya. Cara ini membuatnya luwes menempatkan diri bukan sebagai pengajar yang membosankan, melainkan sebagai seorang mentor yang benar-benar merasakan keluh kesah pekerja

kantoran (Bassiouney, 2020). Dengan memakai kiasan yang nyata seperti "menabrak tembok" dan melontarkan pertanyaan memakai bahasa gaul, pembicara sukses mengoyak impian kosong soal kewirausahaan langsung ke perasaan pendengarnya. Gaya bahasa kekinian ini mampu membangunkan nalar kritis audiens tentang ancaman krisis finansial yang mengintai warga kelas menengah (Kusuma, 2021). Pola komunikasi *audio visual* yang hidup ini juga terbukti sangat efektif untuk mengaduk emosi penonton di dunia digital (Fitriyani, 2025).

Secara keseluruhan, semua trik bahasa yang dipadukan ini bermuara pada satu tujuan ideologis besar: mengangkat kembali martabat karyawan yang tadinya dipandang sebelah mata, menjadi sosok yang punya peran strategis di era ekonomi digital (Wijaya, 2021). Temuan ini semakin memperkuat dasar teori bahwa pilihan gaya bahasa di media maya tidak pernah sekadar numpang lewat, melainkan menjadi arena pertarungan kelas untuk membangun narasi perlawanan (Wiranata, 2022). Campur bahasa dalam podcast ini adalah wujud nyata perlawanan sosial masyarakat yang menuntut keadilan

cara pandang (Van Dijk, 2024). Lewat pembongkaran mitos keuangan yang terencana dengan matang, wacana perlawanan ini sukses mencerdaskan anak muda agar tak gampang termakan omongan manis di media sosial (Suryadi, 2026

D. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa *Podcast Ghlaf* sukses membangun wacana perlawanan yang masuk akal dan menyeluruh untuk menepis mitos "karyawan itu miskin". Keberhasilan ini dicapai lewat perpaduan argumen ekonomi yang cerdas dengan strategi pergantian bahasa (diglosia dan alih kode). Dilihat dari teksnya, perlawanan ini diwujudkan lewat pemilihan kata, struktur kalimat, penggunaan penanda wacana, hingga alih kode yang secara terencana dipakai untuk menampilkan sosok pakar modern yang tetap gaul dan dekat dengan pendengarnya. Pada tataran pikiran masyarakat (kognisi sosial), strategi ini hadir sebagai obat lelah bagi anak muda Arab Saudi yang sudah muak disuguhi mimpi-mimpi indah tentang dunia bisnis. Sementara itu, dalam konteks sosial yang lebih luas, obrolan podcast ini sangat sejalan dan

mendukung perubahan ekonomi Arab Saudi di bawah *Vision 2030*, yang lebih mengedepankan kemampuan dan stabilitas kerja ketimbang mengambil risiko berbisnis secara membabi buta. Secara teori, penelitian ini berkontribusi untuk memperluas pemakaian model Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk dalam meneliti obrolan lisan di media digital berbahasa Arab. Riset ini juga menyoroti betapa kuatnya peran percampuran bahasa sebagai senjata ideologis untuk menyeimbangkan posisi tawar di ranah ekonomi digital. Untuk ke depannya, temuan dari riset ini bisa dijadikan panduan praktis untuk menyusun program literasi media dan pelatihan bisnis yang lebih peka terhadap kondisi sosial-bahasa dan ekonomi anak muda Arab Saudi saat ini.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ustadzah Zaqiatul Mardiah selaku dosen pembimbing. Arahannya, kritik yang membangun, serta bimbingan beliau sangatlah berharga selama proses penulisan artikel ini. Ucapan terima kasih yang sama juga kami sampaikan kepada Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Arab,

Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Al Azhar Indonesia atas segala dukungan akademik yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quraishi, M. (2022). *Socio-cognitive analysis of financial media in the Arab world: Redefining corporate labor*. Journal of Middle Eastern Communication Studies, 18(3), 241–256.
- Albirini, A. (2016). *Modern Arabic sociolinguistics: Diglossia, variation, codeswitching, attitudes and identity*. Routledge.
- Almoaily, M. (2023). *Code-switching functions in online advertisements on Snapchat*. PLoS ONE, 18(7), e0287478. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287478>.
- Amanah, N. U., Botifar, M., & Khair, U. (2021). *Alih kode dan campur kode dalam interaksi mahasantri putri Ma'had Al-Jamiah IAIN Curup*. Jurnal Bahasa dan Sastra, 9(2), 143–155.
- Andini, C. D., Khairunnisa, F., Annisa, R., & Barus, F. L. (2021). *Analisis makna konotatif dalam novel Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini karya Marchella FP*. Jurnal Serunai Bahasa Indonesia, 18(2), 43–49.
- Arifin, Z. (2024). *Retorika audiovisual media alternatif dalam mengubah persepsi kelas sosial pekerja urban*. Jurnal Kajian Media Kontemporer, 12(1), 45–59.
- Assingkey, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif: Analisis studi komprehensif dalam ilmu sosial*. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, 11(2), 178–192.
- Bassiouny, R. (2020). *Arabic sociolinguistics: Topics in diglossia, gender, identity, and politics* (2nd ed.). Georgetown University Press.
- Budiana, I., & Setiawan, H. (2025). *Studi komprehensif diglosia dalam bahasa Arab: Telaah fungsi variasi fusha dan 'ammiyah pada media digital*. Banggona: Jurnal Penelitian Bahasa dan Sastra, 1(1), 25–38.
- Budiarto, A. (2023). *Pergeseran konsumsi media: Analisis wacana kritis pada popularitas konten edukasi finansial durasi panjang di YouTube*. Jurnal Komunikasi Massa, 16(1), 45–59.
- Budiman, A. (2023). *Analisis sintaksis wacana literasi keuangan pada platform pemutar video digital di Indonesia*. Jurnal Lingua Akademika, 10(1), 33–47.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana Kritis: Pengantar Analisis Teks Media*. Remaja Rosdakarya.
- Fadilah, N. (2022). *Strategi praanggapan semantik dalam dekonstruksi mitos*

- entrepreneurship pada media baru.* Jurnal Bahasa dan Kebudayaan, 9(2), 112–126.
- Fitriyani, E., Wahdania, K., Apriliana, A. S., Firmansyah, D., & Juansah, D. E. (2025). *Analisis deiksis dalam tuturan “Ada Podcast”: Kajian pragmatik media baru.* DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra, 5(4), 4874–4882.
- Hameed, A., Jabeen, I., & Khan, A. M. (2020). *Planning for transformation: A semantic-grammatical based discourse analysis of Saudi Vision 2030.* Arab World English Journal, 11(3), 212–225. <https://doi.org/10.24093/awej/vol11no3.13>
- Kaamiliyaa, S., Irawati, R. P., & Kuswardono, S. (2023). *Alih kode dan campur kode dalam interaksi sehari-hari oleh santriwati Pondok Modern Darul Falach Temanggung (Kajian sosiolinguistik).* Lisanul Arab: Journal of Arabic Learning and Teaching, 12(1), 94–111.
- Karuna, G. B., Utama, I. D. G. B., & Wisudariani, N. M. R. (2025). *Strategi retorika dalam video debat dan relevansinya pada pembelajaran teks persuasif.* Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha, 15(3), 370–379.
- Kusuma, W. (2021). *Prekarisasi tenaga kerja kelas menengah urban dalam ekosistem gig economy kontemporer.* Jurnal Sosiologi Perkotaan, 7(1), 54–68.
- Madani, A. S., Setiawan, M. R., & Fatharani, L. F. (2026). *Hubungan perilaku hustle culture dengan kualitas hidup pada pegawai bank di Kota Bogor.* Journal of Innovation and Creativity (Joecy), 1(2), 32292–32296.
- Maulida, H., Wilastri, R. S., Damayanti, A. P., Al Firdaus, Z. H., & Nafi, M. M. (2026). *Analisis campur kode dan alih kode bahasa Arab dalam buku Ghazi 5: The Gaze of Ghazi karya Felix Y. Siau.* Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, 11(1), 44495–44508.
- Mukhtalaif Platform. (2025, February 6). *نحو طريق أسرع هي الوظيفة لماذا الثراء؟* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Brs2qH4Te0M>
- Payuyasa, I. N. (2017). *Analisis wacana kritis model Van Dijk dalam program acara Mata Najwa di Metro TV.* Segara Widya: Jurnal Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 5(1), 12–25.
- Pratama, B. A. (2021). *Latar belakang dan detail informasi semantik: Struktur mikro teks dalam media audio-visual.* Jurnal Analisis Teks Media, 6(2), 88–99.
- Sari, D. P., & Wahyuni, S. (2023). *Struktur teks dan skema kognitif dalam media baru: Penerapan analisis wacana kritis van Dijk.* Jurnal RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa, 14(1), 45–58.
- Sastrini, Y. E., Goretti, M., Rusdi, & Arief, A. D. (2026). *Analisis kognisi sosial dan perilaku*

- kelompok urban pada masa transisi ekonomi. *Journal of Innovation and Creativity* (Joecy), 1(1), 24110–24119.
- Setiawan, B. (2024). *Struktur sintaksis kalimat pasif sebagai alat kamuflase eksploitasi dalam wacana industri korporasi*. *Jurnal Deskripsi Sintaksis*, 8(1), 22–37.
- Siregar, E. (2021). *Strategi exclusion dalam analisis wacana kritis: Pembungkahan dampak inflasi pada usaha mikro*. *Jurnal Analisis Teks Media*, 6(1), 15–29.
- Supriyanto, H. (2022). *Stigmatisasi kelas pekerja: Studi kritis terhadap konten motivasi bisnis di YouTube Indonesia*. *Jurnal Media dan Kebudayaan*, 8(1), 56–72.
- Suriadi, S. (2025). *Wacana ideologi perlawanan dalam tuntutan rakyat di media sosial: Perspektif analisis wacana kritis Teun A. van Dijk*. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(4), 4899–4909.
- Suryadi, I., & Sanjaya, F. (2026). *Konsep analisis wacana Teun A. van Dijk dan Norman Fairclough: Relevansinya terhadap pembentukan berpikir kritis pada media sosial*. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 8723–8734.
- Van Dijk, T. A. (2018). *Discourse and socio-cognitive approach*. Palgrave Macmillan.
- Van Dijk, T. A. (2024). *Social movement discourse: An introduction*. Routledge.
- Wahyudi, R. (2020). *Pengemasan alur skematik problem-solution pada konten edukasi investasi saham untuk pemula*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 122–136.
- Wahyuni, N. K. S. (2024). *Analisis struktur teks deskriptif dan pengaruh logika kausalitas dalam wacana persuasif digital*. *Jurnal Retorika Komunikasi*, 15(1), 74–89.
- Wijaya, K. (2021). *Ekonomi politik media baru: Integrasi analisis wacana kritis van Dijk dengan relasi kekuasaan kapitalisme lanjut*. *Jurnal Komunikasi dan Teori*, 13(2), 145–160.
- Wiranata, G. (2022). *Hegemoni tandingan di ruang siber: Studi kasus penyebaran narasi stabilitas kerja di media sosial*. *Jurnal Sosiologi Komunikasi*, 15(3), 189–204.
- Yusra, A., & Ramadhan, F. (2025). *Analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk pidato perdana pejabat publik: Studi mikrostruktur dan kognisi sosial*. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha*, 15(3), 336–347.
- Zulkifli, M., & Rahman, A. (2022). *Penerapan analisis wacana kritis model Teun A. van Dijk dalam penelitian media digital kontemporer*. *Jurnal Deskripsi Linguistik*, 5(2), 112–126.