

Fenomena *Buzzer* dalam Cerpen “Riuh” Karya Okky Madasari: Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk

Martha Lusiana

Fakultas Kependidikan dan Humaniora, Universitas Kristen Duta Wacana

marthalusi@staff.ukdw.ac.id

Sejarah Artikel: Diterima (27 Agustus 2020); Diperbaiki (18 September 2020); Disetujui (10 Oktober 2020); Published (30 Oktober 2020)

Bagaimana mengutip artikel ini (dalam gaya APA): Lusiana, M. (2020). Fenomena *Buzzer* dalam Cerpen “Riuh” Karya Okky Madasari: Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk. *Lokabasa*, 11(2), 174-184. doi: <https://doi.org/10.17509/jlb.v11i2.27804>

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah melihat *buzzer* sebagai fenomena praktik kekuasaan yang dinarasikan dalam cerpen “Riuh” karya Okky Madasari dengan pendekatan kognisi sosial dari Teun A. van Dijk. Dengan menggunakan teknik catat, data diklasifikasi menurut wacana sosial dan kekuasaan yang berhasil ditemukan. Setelah itu, data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisis tiga dimensi model van Dijk. Metode ini terdiri atas tiga dimensi/bangunan, yakni (a) teks, (b) kognisi sosial, serta (c) konteks sosial. Inti analisis van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis yang utuh. Berdasarkan analisis, terdapat tiga wacana yang terungkap. Pertama, *buzzer* memiliki akses untuk memengaruhi wacana. Kedua, terungkap adanya praktik kekuasaan antara *buzzer* dan elite penguasa yang mampu membiayai akses wacana. Ketiga, ditemukan pula bahwa *buzzer* menjadi alat propaganda politik di media sosial dalam kasus korupsi. Penelitian kualitatif-deskriptif ini diharapkan dapat memeluas kajian analisis wacana kritis menurut Teun A. van Dijk.

Kata Kunci: analisis wacana kritis; *buzzer*; kekuasaan; media sosial; Teun A. van Dijk.

Buzzer Phenomena in Okky Madasari’s “Riuh”:

A Critical Discourse Analysis from the Perspective of Teun A. van Dijk

Abstract: The purpose of this study is to identify *buzzer* as a power-exercise phenomenon that has been narrated in Okky Madasari’s short story entitled *Riuh* using the Socio Cognitive Approach by Teun A. Van Dijk. Within the conduct of the study, the note-taking technique had been adopted in order to classify the data in accordance to the social and power discourse that had been found. The data that had been collected data were analysed by using the Van Dijk’s three-dimensional method namely: (a) text; (b) social cognitions; and (c) social context. The core of the Van Dijk’s analysis is to combine the three dimensions into a complete and integrative analysis. Thus, the results of the analysis have uncovered three types of discourse. First, the *buzzer* has held the access to influence the discourse. Second, the power exercise has been identified between the *buzzer* and the ruling elites who are capable of funding the access toward the discourse. Third, it has been identified as well that the *buzzer* becomes the device for the political propaganda in the social media within the cases of corruption. At the end of the study, it is expected that the results of the study are able to contribute to the wide array of the studies on the Van Dijk’s Critical Discourse Analysis.

Keywords: *buzzer*; critical discourse analysis; power; social media; Teun A. van Dijk.

PENDAHULUAN

Perkembangan pengguna media sosial di internet memunculkan banyak profesi baru, salah satunya *buzzer*. *Buzzer* merupakan istilah dalam bahasa Inggris “*buz*” yang artinya dengungan, bel, dan

lonceng. Pada mulanya *buzzer* dipakai sebagai strategi marketing dalam bisnis digital. *Buzzer* menjadi sosok yang siap mendengungkan, mempromosikan, mengampanyekan, dan menginformasikan setiap produk dan jasa kepada masyarakat

digital atau warganet (*netizen*). Jika viral, hal ini dapat membawa keuntungan bagi perusahaan karena produk dan jasanya menjadi terkenal. Seiring dengan perkembangan saat ini, aktivitas *buzzer* mengalami pergeseran. Perubahan ini telah diamati sejak 2014, ketika pemilihan umum (pemilu) presiden dan kepala daerah berlangsung di Indonesia. *Buzzer* berubah menjadi salah satu strategi kampanye politik di media sosial.

Menurut pengamat media sosial, Enda Nasution, *buzzer* merupakan akun-akun di media sosial yang tidak mempunyai reputasi untuk dipertaruhkan. Ia mengatakan bahwa *buzzer* ialah sekelompok orang atau individu yang tidak jelas identitasnya. Kelompok ini memiliki motif ideologis ataupun motif ekonomis di baliknya, dan kemudian *buzzer* bertugas menyebarkan informasi. Menurutnya, *buzzer* berbeda dengan *influencer*. *Influencer* merupakan akun yang memiliki nama dan latar belakang yang jelas, seperti Denny Siregar, seorang *influencer* politik ataupun para selebritas dan profesional yang memiliki banyak pengikut di dunia maya. Seorang *influencer* mempunyai sikap atau preferensi yang jelas terhadap suatu isu (Bramasta, 2019). Seiring dengan berjalannya dinamika politik di Indonesia, pemanfaatan media sosial juga membawa dampak yang tidak baik, yakni penyebaran hoaks atau kabar palsu. Keberadaan *buzzer* bayaran dinilai membawa peran dalam penyebaran berita palsu ini. Oleh sebab itu, muncullah istilah *BuzzerRp* atau “*buzzer* rupiah” untuk mengidentifikasi *buzzer* sebagai profesi bayaran yang menyebarkan informasi hoaks. Meskipun demikian, istilah “*BuzzerRp*” dinilai salah kaprah karena justru membuat citra profesi *buzzer* menjadi tidak baik (Arianto, 2020).

Di dalam penelitian ini, eksistensi *buzzer* diduga menjadi dasar penulisan cerpen “Riuh” karya Okky Madasari. Dalam KBBI, riuh berarti sangat ramai, hiruk-pikuk, dan gaduh (Tim Departemen

Pendidikan Nasional, 2008). Judul ini dipilih untuk menggambarkan kegaduhan yang terjadi di media sosial akibat peran *buzzer*. Dengan mengisahkan tokoh “Aku”, cerpen ini secara khusus bercerita tentang kehidupan seseorang yang sangat berpengaruh di media sosial Twitter.

Sejak pertama kali diluncurkan pada 2006, Twitter menjadi salah satu situs jejaring sosial yang populer di Indonesia. Kepopuleran mikroblog ini menjadi latar penting dalam cerpen “Riuh” yang ditulis pada 2013. Cerpen ini kemudian terkumpul dalam antologi berjudul *Yang Bertahan dan Binasa Perlahan* yang terbit pada 2018. Dalam cerpen ini, *buzzer* tidak dikisahkan terlibat dalam kampanye pemilihan seorang pemimpin atas suatu negeri, melainkan keberpihakannya kepada sosok pejabat yang sedang terjerat kasus korupsi.

Pemakaian bahasa dalam teks cerpen “Riuh” diduga memberikan gambaran mengenai kondisi sosial yang berhubungan dengan kehidupan *buzzer*. Untuk menelaah hal tersebut, penelitian ini akan menggunakan pendekatan kognisi sosial yang dikembangkan oleh Teun A. van Dijk. Pendekatan ini dipandang tepat untuk membedah secara kritis karya sastra sebagai produk bahasa.

Sebagai sebuah teori wacana kritis, pendekatan model Teun A. van Dijk ini kerap digunakan untuk menganalisis penggunaan bahasa di berbagai media, seperti pemberitaan surat kabar, film, lirik lagu, ataupun pada karya sastra. Melalui analisis wacana, pendekatan van Dijk pernah diterapkan oleh Hera Wahdah Humaira (2018) untuk melihat struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro pada surat kabar *Republika*. Selain itu, Baiq Fahriatin Bakri, dkk (2020) juga menerapkan pendekatan ini untuk mengungkap wacana perempuan di bidang politik pada surat kabar *Lombok Post* tahun 2019. Adapun pada karya sastra, model ini pernah diterapkan oleh Wahyu Ningsih, dkk (2019) untuk menganalisis ideologi

yang terdapat pada novel *Ayat-Ayat Cinta 2* karya Habiburrahman El Shirazy. Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan, cerpen “Riuh” karya Okky Madasari ini belum pernah dijadikan sebagai objek material dalam sebuah penelitian dengan pendekatan Teun A. van Dijk.

Sebagai teori analisis wacana kritis, pendekatan model Teun A. van Dijk mendeskripsikan wacana tidak terbatas pada kata-kata saja. Ia pun menegaskan bahwa wacana juga merupakan sebuah tindakan yang disengaja atau melalui proses pikiran terlebih dahulu, bukan sebuah tindakan refleksi dan spontan. Sebagai bentuk tindakan, wacana merupakan produk tindakan manusia yang disengaja, terkontrol, dan memiliki tujuan. Dalam penjelasannya, wacana bukanlah sekadar aktivitas berbicara, bernyanyi, ataupun mengingau, melainkan suatu tindakan yang bisa dipertanggungjawabkan (Wahyono, 2018). Dengan demikian, pengkajian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis bahasa teks, tetapi perlu juga melihat praktik produksi di baliknya. Penelitian atas wacana tidak bisa menganggap teks adalah bidang kosong. Akan tetapi, suatu teks menunjukkan struktur sosial yang ada dalam masyarakat. Oleh sebab itu, analisis model van Dijk memperhitungkan struktur sosial, dominasi, dan kelompok kekuasaan yang ada di dalam masyarakat sebagai latar belakang penciptaan teks (Eriyanto, 2011).

Menurut van Dijk, masyarakat masuk ke dalam situasi terkontrol ketika memasuki dunia sosial. Dunia ini juga tercermin dari media sosial. Meskipun masyarakat di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet bukanlah sekadar alat. Internet memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial di internet (Nasrullah, 2018). Di dunia sosial semacam ini pula masyarakat bisa saja tidak menyadari telah menjadi

sasaran atas pengendalian dari suatu kelompok atau elite dominan.

Informasi di dalam media sosial juga merupakan entitas penting. Semua informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna atau masyarakat virtualnya. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar-pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*). Dengan melihat karakteristik dunia virtual tersebut, di media sosial sangat dimungkinkan terciptanya jaringan sosial dalam bentuk relasi kekuasaan. *Buzzer* politik hadir menjadi pekerjaan baru di dunia maya yang kini menjadi strategi untuk menyebarkan ideologi dan melanggengkan kekuasaan tersebut. Artikel ini berupaya melihat teks dengan memperhitungkan konteks secara kritis. Konteks berperan untuk menyingkap makna yang ada di balik teks sehingga kondisi sosial kehidupan *buzzer* yang dikisahkan di dalam cerpen dapat terungkap secara lengkap.

METODE

Penelitian ini menggunakan teori analisis wacana kritis Teun A. van Dijk sebagai alat pengkajian. Data yang dikumpulkan adalah data deskriptif berupa kata, frasa, klausa, kalimat, dan paragraf yang terdapat dalam cerpen “Riuh” karya Okky Madasari sebagai sumber data. Cerpen “Riuh” karya Okky Madasari merupakan sumber data primer dalam penelitian ini. Adapun dibutuhkan pula data sekunder berupa artikel-artikel dan literatur yang terkait dengan fenomena *buzzer* di media sosial untuk menyikap konteks sosial yang melatarbelakanginya.

Pengumpulan data dikerjakan dengan menggunakan teknik catat dengan cara mencatat setiap kata, frasa, klausa, kalimat,

ataupun paragraf yang menunjukkan suatu wacana tertentu untuk dianalisis. Data yang dicatat tersebut kemudian diklasifikasi ke dalam poin-poin wacana sosial dan kekuasaan. Setelah itu, data yang telah diklasifikasi tersebut dikaji dengan menggunakan metode analisis tiga dimensi model Teun A. van Dijk. Metode ini terdiri atas tiga dimensi/bangunan, yakni (a) teks, (b) kognisi sosial, serta (c) konteks sosial. Pada tataran teks, van Dijk memanfaatkan linguistik untuk menganalisis setiap tataran kebahasaan, seperti pilihan kata, frasa, klausa, kalimat, dan paragraf, agar dapat menjelaskan dan memaknai suatu teks. Sementara itu, kognisi sosial mengungkap cara pandang penulis mengenai realitas sosial yang melatarbelakangi suatu teks, sedangkan konteks sosial mengungkap hubungan antara teks dan struktur sosial beserta pengetahuan yang berkembang di lingkungan masyarakat. Ketiga dimensi/bangunan ini merupakan bagian yang integral dan dilakukan secara bersamaan dalam analisis van Dijk (Eriyanto, 2011). Inti analisis van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan analisis yang utuh. Hasil analisis akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan uraian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan pembacaan, ada tiga wacana relasi kekuasaan yang ditemukan dalam cerpen "Riuh" ini mengenai fenomena *buzzer*. Tiga wacana tersebut adalah sebagai berikut.

Akses untuk Memengaruhi Wacana

Analisis van Dijk, Eriyanto (2011) menjelaskan, memberi perhatian pada pihak yang memiliki akses untuk memengaruhi wacana di masyarakat. Di dalam cerpen "Riuh", tokoh Aku memiliki kesempatan atau akses yang lebih besar untuk memengaruhi kesadaran khalayak. Tokoh Aku diduga berperan sebagai seorang

buzzer di media sosial Twitter Hal ini dapat terlihat pada kutipan (1) berikut.

- (1) Esok paginya, di atas Kopaja menuju kantor, aku mulai menyapa para **pengikutku**, "Selamat pagi! Macetnya luar biasa, sampai bisa **nge-twit** sambil nyetir!"

Kata *nge-twit* pada kutipan (1) merupakan istilah untuk menggambarkan aktivitas yang khas dilakukan oleh pengguna Twitter. Twitter adalah sebuah jejaring mikroblog daring yang dapat memfasilitasi penggunanya untuk mengekspresikan pendapat dalam bentuk teks berjumlah 280 karakter yang biasa disebut "kicauan" (*tweet*). Cerpen "Riuh" diterbitkan pada saat Twitter mencapai puncak kepopuleran. Pada sepanjang 2018 lalu, tercatat pengguna Twitter di Indonesia mengalami pertumbuhan di atas angka rata-rata global. Dilansir dalam Antaranews, menurut data internal Twitter Indonesia, pada kuartal pertama 2018, pengguna Twitter di negeri ini tumbuh 11 persen, sedangkan angka global hanya 10 persen. Pada kuartal kedua, pengguna mikroblog tersebut naik mencapai 13 persen, sementara pertumbuhan global hanya 11 persen. Pada kuartal ketiga dan keempat 2018, pengguna Twitter di Indonesia naik pesat ke angka 33 persen dan 41 persen, sedangkan pertumbuhan global hanya 9 persen. Menurut Country Industry Head Twitter Indonesia dan Malaysia, Dwi Ardiansah, tahun 2018 merupakan tahun terbaik Twitter di Indonesia (Andarningtyas, 2019).

Akses tokoh Aku dinilai sangat besar karena dia memiliki jumlah pengikut (*follower*) yang sangat banyak. Hal ini terlihat melalui penggunaan kosa kata (leksikon), seperti pada bukti berikut ini.

- (2) Di sini aku punya kuasa. Di sini aku punya makna dan

dipuja. Di sini aku sejajar dengan orang-orang besar. Aku bisa bicara pada siapa saja tanpa ragu-ragu. Sebaliknya, mereka semua menaruh hormat kepadaku. Aku: si Penguasa Baru.

Pada bukti (2) penulis cerpen memanfaatkan gaya bahasa repetisi kata “aku” untuk memberi kesan dramatis saat mendeskripsikan tokoh sentral Aku yang adalah seorang *buzzer*. Pada bukti tersebut, dituliskan bahwa *buzzer* adalah seseorang yang memiliki kuasa. Kekuasaan itu membuat ia memiliki arti dan dipuja banyak orang di media sosial. Oleh karena itulah, seorang *buzzer* dianggap sejajar dengan orang-orang yang memiliki jabatan penting di suatu negeri sehingga masyarakat dunia virtual menaruh hormat kepada *buzzer*.

Salah satu fitur penting di dalam Twitter adalah *follower* atau pengikut. *Follower* atau pengikut dapat berupa keluarga ataupun kerabat yang mengenal akun yang diikutinya, tetapi para pemirsa yang tidak dikenal pun dapat pula mengikuti sebuah akun Twitter. Para pengikut tersebut akan membaca setiap kicauan dari akun yang diikutinya. *Follower* atau pengikut ini menentukan jumlah penyebaran informasi yang diunggah. Semakin banyak jumlah *follower*, semakin luas pula jangkauan kicauan informasi yang dituliskan.

Untuk menjadi seorang *buzzer*, hal yang penting untuk diperhatikan adalah jumlah pengikut (*followers*) di media sosial, dalam hal ini adalah Twitter. Seorang *buzzer* akan bangga dengan pencapaian jumlah pengikut virtual. Semakin banyak jumlah pengikut, seorang *buzzer* dianggap semakin kuat kekuatannya. Hal ini terlihat dari kutipan berikut ini.

(3) ... Yang **penting** aku punya **kuasa** di hadapan **ribuan orang** di luar sana. Siapa yang

lebih terkenal? Aku *to!* Siapa yang punya **lebih banyak pengikut?** Aku!

(4) ... “Kamu tahu **berapa harganya lima puluh ribu pengikutku?**” bentakku.

Seorang *buzzer* merasa memiliki akses yang sangat besar untuk berbicara pada siapa pun karena memiliki jumlah pengikut sampai puluhan ribu. Bukti kutipan (3) dan (4) menunjukkan bahwa ribuan pengikut virtual, bagi *buzzer*, adalah sebuah kebanggaan, kekayaan, dan eksistensi. Memiliki jumlah pengikut yang banyak adalah sesuatu yang penting bagi *buzzer*. Ia merasa lebih percaya diri dan terkenal dengan keberadaan ribuan *followers* tersebut. Di hadapan ribuan pengikut itu, seorang *buzzer* hadir seperti penguasa, seperti pada kutipan berikut ini.

(5) Setiap yang kukatakan adalah **mantra**. Kata-kataku **membius ribuan orang**, membuat mereka **tunduk dan percaya**.

(6) Setiap yang kukatakan adalah **kebenaran**. Padaku setiap hari ribuan orang mencari jawaban atas bermacam pertanyaan.

Oleh karena merasa sebagai seorang penguasa atas puluhan ribu pengikutnya, *buzzer* memiliki akses yang besar untuk memengaruhi wacana. Setiap perkataan yang dituliskan oleh *buzzer* memiliki *power* atau kekuatan yang besar untuk memengaruhi pikiran dan pemahaman masyarakat. Pada bukti (5) dan (6), terdapat kata “mantra” dan “kebenaran”. Dalam KBBI mantra adalah perkataan atau ucapan yang memiliki kekuatan gaib (misalnya dapat menyembuhkan, mendatangkan celaka, dsb) (Tim Departemen Pendidikan Nasional, 2008). Dalam cerpen ini, kata mantra dipakai untuk menggambarkan perkataan *buzzer* yang mampu memengaruhi banyak orang. Masyarakat

bisa dengan mudah terpengaruh hanya dengan kata-kata yang dituliskan oleh *buzzer* di media sosial. Masyarakat menganggap semua yang diucapkan *buzzer* adalah kebenaran dan layak dipercaya. Hal ini juga digambarkan oleh pengarang melalui teks (7) berikut

- (7) ... Orang-orang selalu suka diberi kata-kata yang sok bijaksana. Setiap hal yang terbungkus dalam bahasa rapi dan sedikit puitis dengan cepat dianggap kebenaran.

Penulis menjelaskan dengan gamblang kondisi masyarakat saat ini yang membuat *buzzer* memiliki akses. Sang *buzzer* menilai masyarakat suka diberi kata-kata yang seolah-olah bijaksana. Dengan kata lain, pada bukti di atas, terlihat bahwa masyarakat suka dengan sosok yang bisa merangkai kata dengan baik dan menggunakan bahasa yang puitis. Pemaikain bahasa yang seperti itu, *buzzer* menilai, dapat dengan cepat ditangkap sebagai suatu kebenaran dan kebijaksanaan oleh masyarakat. Seorang *buzzer* memiliki akses kekuasaan yang besar di masyarakat karena memiliki kemampuan untuk menciptakan bahasa yang bijaksana.

- (8) Apalagi saat ada berita seorang pejabat ditangkap karena menerima suap. Itu berita besar. Tidak mungkin aku tidak komentar apa-apa. Bisa turun wibawaku di hadapan para pengikutku. Tanpa menunggu waktu, **kuhajar habis-habisan** pejabat itu. **Kumaki-maki** tanpa henti dari pagi hingga pagi lagi. **Pengikutku bersorak dan bertepuk tangan atas keberanianku.** Mereka juga terus mengulang apa yang kukatakan. Namaku terus tersebar dan aku semakin

terkenal. Mereka menganggapku **pahlawan.**

Dengan bahasa pula, seseorang dapat mengungkapkan posisinya terhadap sesuatu. Pada bukti (8), seorang *buzzer* menunjukkan kegeraman pada seorang pejabat yang ditangkap akibat melakukan tindakan korupsi suap. Dengan menggunakan gaya bahasa tropen, penulis menggunakan frasa “kuhajar habis-habisan” untuk menunjukkan sikap *buzzer*. Kiasan tersebut tidak berarti sang *buzzer* memukul si koruptor sampai babak belur. Frasa “kuhajar habis-habisan” berkohehi dengan kalimat selanjutnya, yakni “kumaki-maki...”. Artinya, dengan bahasa pula *buzzer* memiliki akses untuk melakukan suatu tindakan dan menunjukkan keberpihakan pada suatu yang benar, yaitu tidak membela tindakan korupsi. Dengan kemampuan tersebut, *buzzer* dianggap sebagai seorang **pahlawan** atau seseorang yang berjasa karena mampu mewakili suara rakyat yang benci terhadap koruptor.

Pada bukti-bukti di atas tidak hanya menunjukkan bahwa *buzzer* memiliki akses untuk memengaruhi wacana karena jumlah pengikut atau *follower* yang banyak, tetapi juga menunjukkan dinamika demokrasi di Indonesia. Demokrasi tersebut terlihat saat masyarakat menyampaikan pandangannya di media sosial, khususnya melalui Twitter dalam mendorong ujaran kebencian. Menurut pandangan Syahputra (2017), *platform* Twitter memiliki dua karakteristik untuk memobilisasi suatu isu. Pertama, Twitter merupakan media sosial yang memiliki pengaruh kuat terhadap dunia politik melalui pembentukan opini publik karena memiliki fasilitas tanda pagar (tagar) atau *hashtag*. Fasilitas ini memiliki tiga kekuatan, yaitu melokalisasi topik, memfokuskan topik, dan memudahkan sistem pencarian berbasis internet. Kedua, karena berlangsung secara virtual, dengan kapasitas karakter huruf yang terbatas, konten

yang diunggah dalam Twitter memiliki kemampuan membangkitkan kemarahan warganet.

Di dalam cerpen ini, tercatat tidak ada penggunaan tanda pagar atau *hashtag*. Akan tetapi, pada bukti (8), melalui frasa "... kuhajar habis-habisan..." dan "Kumaki-maki tanpa henti..." menunjukkan bahwa tokoh Aku, sebagai *buzzer*, sedang mengungkapkan kemarahannya dalam media sosial terhadap pejabat yang terlibat dalam kasus korupsi. Oleh karena tokoh Aku sebagai *buzzer* memiliki jumlah pengikut yang banyak, akses untuk menularkan kemarahan dan kebencian semakin besar pula. Kemarahan tersebut kemudian berubah menjadi kerumuman virtual. Hal ini tampak pada bukti (8) pula dari penggunaan frasa "... Pengikutku bersorak dan bertepuk tangan atas keberanianku. Mereka juga terus mengulang apa yang kukatakan..." Pengikut yang banyak itu seolah-olah membentuk kerumunan yang dapat saling bergantian mengungkapkan kebencian. Kemarahan dan kebencian itu pun sudah ditularkan.

Praktik Kekuasaan

Kekuasaan, bagi van Dijk (dalam Eriyanto, 2011), merupakan suatu kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok. Kekuasaan menjadi suatu kondisi yang menggambarkan suatu kelompok mengontrol kelompok lainnya. Di dalam cerpen "Riuh" juga terdapat praktik kekuasaan yang bisa diketahui dari penggunaan **kata ganti persona**, seperti pada teks berikut ini.

- (9) **Seseorang** menghubungiku pagi ini, mengajakku bertemu untuk menawariku proyek besar dengan upah besar....
... Sebab orang yang mengajakku bertemu memang **mereka** yang membutuhkanku. **Mereka** adalah orang-orang

yang sudah tahu betapa berkuasanya aku. Mereka yang mengajakku bertemu adalah mereka yang hendak minta tolong kepadaku....

Pada teks (9) diketahui bahwa ada pihak lain yang menghubungi tokoh Aku (*buzzer*) untuk menawarkan proyek besar. Pihak tersebut ditandai dengan penggunaan kata "seseorang". Selain itu dijelaskan pula pengalaman tokoh Aku yang sudah pernah bekerja sama dengan pihak-pihak lain karena dianggap mempunyai pengaruh yang cukup besar di media sosial. Pihak-pihak tersebut ditandai dengan penggunaan kata "mereka" yang biasa memintakan jasa *buzzer* untuk keperluan komersil, seperti promosi barang atau acara.

Adanya praktik kekuasaan juga ditandai dengan penggunaan verba proses verbal bentuk pasif yang menunjukkan tokoh Aku sebagai penerima yang terihat pada teks (10)

- (10) Kali ini aku **diminta** membela seseorang yang tiga hari lalu ditangkap karena menerima suap.... Aku **ditawari** sesuatu yang riil....

Pada teks di atas dituliskan bahwa tokoh Aku diminta (oleh seseorang) untuk membela seseorang yang tiga hari lalu ditangkap (oleh pihak berwajib) akibat menerima suap. Hal ini menunjukkan, selain tokoh Aku sebagai penerima, ada pihak lain yang menjadi pelaku dan inisiator kerja sama dengan Aku sebagai *buzzer*, yaitu seseorang. Pada teks itu pula, suap yang dimaksud bukanlah tanda memasukkan makanan ke dalam mulut, melainkan metafora uang sogok yang diberikan untuk kepentingan pribadi. Bagian ini menunjukkan bahwa pertemuan dengan "seseorang" bertujuan untuk meminta tokoh Aku melakukan sesuatu sesuai atas kehendak "seseorang". Hal

tersebut menandakan pula adanya aktivitas aktif, inisiatif, dan imperatif dari pihak "seseorang" kepada tokoh Aku (si penerima). "Seseorang" itu memiliki kuasa untuk membuat tokoh Aku bertindak sesuai dengan keinginannya, seperti terlihat pada teks (11) di bawah ini.

- (11) Cara kerjaku mudah saja. Setiap hari aku hanya tinggal berkata sesuai yang diinginkannya. Kata-kata yang **sudah dipesan**, yang **tinggal kusampaikan ulang kepada ribuan orang**....

Kutipan (11) tampak dideskripsikan cara kerja tokoh aku sebagai *buzzer*, yakni dengan menuliskan suatu gagasan pikiran yang "sudah dipesan". Frasa "sudah dipesan" berkoherensi dengan frasa "tinggal kusampaikan ulang kepada ribuan orang". Hal ini menunjukkan bahwa gagasan yang disampaikan oleh *buzzer* bukanlah sebuah gagasan yang otentik berasal dari pikirannya sendiri. Ide yang dituliskan seolah-olah merupakan miliknya, padahal tidaklah demikian. Bukti di atas juga menunjukkan bahwa tokoh Seseorang memiliki kekuasaan dan kontrol atas diri tokoh Aku. Hal itu berarti keberpihakan seorang *buzzer* pantas dicurigai. Jika sudah dibayar, *buzzer* sudah tidak memiliki kuasa atas pikirannya sendiri.

Kekuasaan, dalam cerpen "Riuh", diwujudkan pula dalam rupa relasi transaksional antara tokoh Aku dan "seseorang" yang tampak dari teks (12) sebagai berikut.

- (12) Kali ini aku diminta membela seseorang yang tiga hari lalu ditangkap karena menerima suap.... Aku ditawarkan **sesuatu yang riil**. Tanggung-tanggung ini **proyek besar** yang terkait dengan negara. **Urusan serius**

dengan **upah yang juga serius**. Untuk pembelaan selama sebulan penuh, mereka menawarkan **enam puluh juta**....

Pada teks (12), pekerjaan transaksional itu disebut dengan sebuah frasa 'proyek besar'. Dalam KBBI, kata 'proyek' berarti rencana pekerjaan dengan sasaran khusus dan dengan waktu penyelesaian yang tegas, seperti pada bidang pengairan, pembangkit tenaga listrik, dsb (Tim Departemen Pendidikan Nasional, 2008). Dalam perkembangannya, proyek pun identik dengan sesuatu pekerjaan atau usaha kolaboratif, misalnya dalam bidang bisnis dan ilmu pengetahuan. Dalam konteks cerpen ini, 'proyek besar' merupakan bisnis politik yang terkait dengan negara dan berongkos tinggi.

Uang menjadi dasar relasi dan kekuasaan tersebut. Pada teks di atas, ditunjukkan dengan frasa "sesuatu yang riil" yang menjadi sasaran dari aktivitas proses perilaku verbal "ditawari". Sasaran atau "sesuatu yang riil" itu disebutkan dalam bentuk upah senilai enam puluh juta. Upah proyek politik sebesar enam puluh juta ini, bagi tokoh Aku, bukanlah jumlah yang kecil, sehingga tokoh Aku menyebut persoalan ini sebagai 'urusan serius' yang harus dikerjakan selama sebulan penuh.

Propaganda

Propaganda adalah penerangan (paham, pendapat, dsb) yang benar atau salah yang dikembangkan dengan tujuan meyakinkan orang agar menganut suatu aliran, sikap, atau arah tindakan tertentu (Tim Departemen Pendidikan Nasional, 2008). Cerpen "Riuh" menampakkan peran *buzzer* sebagai alat propaganda. Pada bukti (13), ditunjukkan konflik batin dalam diri *buzzer* sebagai situasi proses manipulasi gagasan.

- (13) Hanya saja.... *Sial!* Aku **sudah telanjur** ikut mencaci orang yang hendak kubela itu sejak pertama kali beritanya muncul.... Hingga akhirnya tadi pagi... pertemuan dan kesepakatan itu membuatku sementara **bungkam**

Pada awalnya tokoh Aku menunjukkan sikap yang jelas terhadap berita seorang koruptor, yakni turut mendukung koruptor tersebut segera dihukum. Akan tetapi, sikap tersebut kemudian berubah sejak dia bertemu dengan seseorang yang memintanya untuk berbalik membela koruptor dengan bayaran sejumlah uang. Propaganda dimulai sejak ia menunjukkan pembelaannya terhadap koruptor tersebut, seperti tampak pada bukti berikut ini.

- (14) Aku lanjut bekerja: “Saya percaya, Sunyoto Raharjo bukanlah koruptor. Dia dijebak. Ada kekuasaan yang lebih besar yang memanfaatkannya.” Tanpa menunggu aku langsung melanjutkan, “Jangan mudah termakan opini yang dibangun media massa dan orang-orang yang berkuasa. Jangan biarkan orang baik menjadi korban.”

Propaganda bertujuan untuk memengaruhi pendapat dan perilaku masyarakat atau sekelompok orang. Propaganda tidak menyampaikan informasi secara objektif, tetapi memberikan informasi yang dirancang untuk memengaruhi pihak yang mendengar atau melihatnya. Propaganda merupakan sebuah upaya yang disengaja dan sistematis untuk membentuk persepsi, memanipulasi alam pikiran atau kognisi dan memengaruhi langsung perilaku agar memberikan respons sesuai dengan yang dikehendaki pelaku propaganda (Affandi, 2017).

Pada bukti (8) dengan jelas menunjukkan sikap tokoh Aku terhadap koruptor. Akan tetapi sikap tersebut dengan jelas pula perubahannya. Pada bukti (14), tokoh Aku, sebagai *buzzer* bayaran, dengan sengaja menyatakan di status Twitter miliknya bahwa Sunyoto Raharjo, si koruptor, “bukanlah koruptor”. Melalui media sosial Twitter miliknya itu, *Buzzer* menuliskan “Jangan biarkan orang baik menjadi korban”. Ia berupaya membentuk opini baru kepada masyarakat pengikutnya bahwa Sunyoto Raharjo, si koruptor yang ia maki-maki sebelumnya itu, merupakan orang baik yang menjadi korban kekuasaan.

Di dalam cerpen ini, pihak Seseorang memilih menghubungi tokoh Aku untuk memperbaiki citra Sunyoto Raharjo yang sudah buruk akibat berita penangkapan sebagai koruptor. Hal ini menunjukkan bahwa propaganda melalui media sosial, khususnya Twitter, dinilai cukup efektif jika dibandingkan dengan media konvensional karena pesan propaganda bisa dibuat dengan narasi yang singkat sehingga masyarakat virtual tidak membutuhkan waktu yang lama untuk memahami isu yang dibangun. Media sosial menjadi media propaganda. Hal tersebut terjadi karena tak ada warga masyarakat yang tidak terpengaruh oleh media sosial. Media sosial menjadi media yang diandalkan oleh masyarakat untuk menyebarkan pesan-pesannya di dan ke berbagai tempat. Selain itu, media sosial juga mampu memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Kepercayaan masyarakat pada media sosial saat ini bisa melebihi kenyataan sebenarnya (Affandi, 2017). Hubungan opini publik dan propaganda dinilai erat dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Menurut Laswell, propaganda semata-mata merupakan opini publik. Suatu propaganda dilakukan untuk memengaruhi dan mengontrol opini pihak yang menjadi sasaran propaganda (Tahir, Kusmanto, & Amin, 2020). Propaganda, dalam cerpen ini, bertujuan memengaruhi opini publik

tentang Sunyoto Raharjo. Dengan melakukan pembacaan secara utuh, tampak bahwa perubahan opini direncanakan secara matang, baik dari sisi keorganisasian, media penyebaran, aktor penyebarannya, dan sasaran.

Melalui bahasa, cerpen "Riuh" menunjukkan sebuah realitas sosial saat ini yang terjadi di masyarakat. Media sosial menjadi ruang publik yang berisi berbagai kepentingan. Jika digunakan dengan bijak, media sosial bisa menjadi tali penyambung kepentingan rakyat. Media sosial dapat membantu manusia menyampaikan gagasan-gagasan yang baik dan informasi yang benar. Akan tetapi, di saat yang sama, media sosial bisa menjadi medan perang yang tidak sehat bagi masyarakat akibat penyebaran informasi palsu dan kekerasan verbal.

SIMPULAN

Bahasa menunjukkan realitas sosial yang dituliskan dalam karya sastra. Di dunia digitalisasi informasi ini, *buzzer* hadir menjadi pekerjaan baru yang kerap digunakan tidak hanya untuk mempromosikan produk barang dan jasa, tetapi juga untuk memobilisasi gagasan masyarakat lewat bahasa. Melalui cerpen ini, penulis Okky Madasari menyampaikan cerita tentang fenomena *buzzer*. Dengan menggunakan pendekatan kognisi sosial model Teun A. van Dijk, ada tiga hal yang ditemukan dari cerpen "Riuh" karya Okky Madasari mengenai fenomena *buzzer* di media sosial. Pertama, *buzzer* memiliki akses yang besar untuk memengaruhi wacana masyarakat. Kata-kata yang dituliskan oleh *buzzer* dinilai memiliki kekuatan besar untuk dipercaya oleh masyarakat virtual. Kedua, kehadiran *buzzer* rentan dengan kekuasaan dan relasi transaksional. *Buzzer* menjadi sebuah pekerjaan yang dapat dibayar dengan nilai materi yang besar meskipun tidak sesuai dengan ideologi yang dianutnya. Ketiga, dalam cerpen ini, ditunjukkan pula bahwa

buzzer juga rentan menjadi alat propaganda elite penguasa di media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan artikel ini. Semoga artikel ini dapat menambah kanzanah keilmuan bahasa dan sastra Indonesia, terutama dalam pendekatan Teun A. van Dijk dan cerpen "Riuh" karya Okky Madasari.

CATATAN PENULIS

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan terkait publikasi artikel ini. Penulis mengkonfirmasi bahwa data dan artikel ini bebas plagiarisme.

PUSTAKA RUJUKAN

- Affandi, M. (2017). *Komunikasi Propaganda: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Andarningtyas, N. (2019). *Pengguna Twitter Indonesia Tumbuh Pesat 2018*. Retrieved from Antaranews.com: <https://m.antaranews.com/berita/839825/pengguna-twitter-indonesia-tumbuh-pesat-pada-2018>
- Arianto, B. (2020). Salah Kaprah Ihwal Buzzer: Analisis Percakapan Warganet di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, Volume 5, Nomor 1.
- Bakri, Baiq Fahriatin, Johan Mahyudi, and Mahsun. 2020. "Perempuan di Bidang Politik dalam Surat Kabar Lombok Post Tahun 2019: Analisis Wacana Kritis Prespektif Teun A. van Dijk." *Lingua* 65-78.
- Bramasta, D. B. (2019). *Mengenal Buzzer, Influencer, Dampak, dan*

- Fenomena*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2019/10/05/063100765/mengenal-buzzer-influencer-dampak-dan-fenomenanya-di-indonesia?page=all>.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana Kritis: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Humaira, Hera Wahdah. 2018. "Analisis Wacana Kritis (AWK) Model Teun A. van Dijk pada Pemberitaan Surat Kabar Republika." *Jurnal Literasi* 32-40.
- Madasari, Okky. 2018. "Riuh." *Yang Bertahan dan Binasa Perlahan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nasrullah, R. (2018). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ningsih, Wahyu, T. Silvana Sinar, and Thyrhaya Zein. 2019. "Analisis Ideologi pada Novel *Ayat-Ayat Cinta 2*: Analisis Wacana Kritis Model van Dijk." *Medan Makna* 99-110.
- Tahir, R., Kusmanto, H., & Amin, M. (2020). Propaganda Politik Hoaks dalam Pemilihan Presiden Tahun. *Perpektif*, 236-251.
- Tim Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyono, S. B. (2018). Analisis Wacana Kritis Model Teun A. van Dijk. In W. U. (Ed), *Hamparan Wacana dari Praktik Ideologi, Media hingga Kritik Poskolonial* (pp. 27-53). Yogyakarta: Penerbit Ombak.