

LAPIS-LAPIS INFORMASI KOMUNIKASI OSTENTIF HOAKS DALAM PERSPEKTIF RELEVANSI SPERBER DAN WILSON

*Information layers of ostentive communication of hoaxes in the perspective
of relevance theory of Sperber & Wilson*

R. Kunjana Rahardi¹, R. Hery Budhiono²

¹Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Jalan Affandi, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia

²Balai Bahasa Provinsi Kalimantan Tengah

Jalan Tingang Km. 3,5, Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Indonesia

Pos-el: kunjana@usd.ac.id

Abstract

This study aims to find informational layers in the ostentive communication of fake news and to find the types of intent in ostentive communication. The objects of this study are layers of information and intuitive intents in ostentive communication. The data of this study are in the form of excerpts of speech containing layers of information and types of intent in ostentive communication. The source of substantive data for this study is fake news as a manifestation of social texts that are present on social media. Data were obtained by applying the listening method, especially listening which is free of conversation, supported by the understanding of reading and note-taking techniques. The data that has been collected is then classified and typed to facilitate analysis. The analysis was carried out by applying the matching method, especially extralingual matching. The matching method in this study cannot be separated from the context. The steps in data analysis are (1) identifying, (2) reducing, (3) interpreting, and (4) drawing conclusions. This study produces research findings on layers of information and types of intuitive intent in ostentive communication as follows (1) informational layer with intuitive intent to provoke, (2) to worsen the atmosphere, (3) to defame, (4) to insult someone, and (5) informational layer with intuitive intent to incite.

Keywords: *cybertextual context; intuitive meaning; layers of information; ostentive communication*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menemukan lapis-lapis informasional dalam komunikasi ostentif berita bohong dan mengidentifikasi jenis-jenis maksud pada komunikasi ostentif itu. Objek kajiannya adalah lapis-lapis informasi dan maksud-maksud intuitif dalam komunikasi ostentif. Data penelitian berupa cuplikan-cuplikan tuturan yang mengandung lapis-lapis informasi dan jenis-jenis maksud dalam komunikasi ostentif. Sumber data substantif penelitian ini adalah berita bohong sebagai manifestasi dari teks sosial yang hadir di media sosial. Data diperoleh dengan menerapkan metode simak, khususnya simak yang sifatnya bebas libat-cakap dengan teknik baca dan catat. Data yang telah terkumpul selanjutnya diklasifikasi dan ditipekan untuk memudahkan analisis. Analisis dilakukan dengan menerapkan metode padan, khususnya padan yang bersifat ekstralingual yang tidak dapat dilepaskan dari konteks. Langkah-langkah analisis data yang dilakukan adalah (1) melakukan identifikasi, (2) reduksi, (3) intepretasi, dan (4) penarikan konklusi. Temuan-temuan penelitian tentang lapis-lapis informasi dan jenis-jenis maksud dalam komunikasi

ostentif ini ialah (1) lapis informasional dengan maksud intuitif memprovokasi, (2) memperkeruh suasana, (3) mencemarkan nama baik, (4) melecehkan seseorang, dan (5) lapis informasional dengan maksud intuitif menghasut.

Kata kunci: komunikasi ostentif; konteks siberteks; lapis-lapis informasional; makna intuitif

How to cite (APA style)

Rahardi, R. K., & Budhiono, R. H. (2024). Information layers of ostentive communication of hoaxes in the perspective of relevance theory of Sperber & Wilson. *Suar Betang*, 19(2), 207–218. <https://doi.org/10.26499/surbet.v19i2.23484>

Naskah Diterima 19 September 2024—Direvisi 28 Oktober 2024

Disetujui 29 Oktober 2024

PENDAHULUAN

Dalam perspektif linguistik pascafungsional, bahasa bukan lagi dipandang dan dimaknai sebagai peranti penyampai informasi dalam komunikasi ostentif. Para penganut aliran fungsional pada umumnya menegaskan bahwa komunikasi adalah fungsi yang paling mendasar dari entitas bahasa. Konsekuensi logis dari pandangan bahasa sebagai peranti komunikasi itu adalah bahwa bahasa direduksi hakikatnya semata-mata sebagai alat penyampai informasi (Locher, 2013; Tannen, 1984). Dalam aktivitas penyampaian informasi tersebut satu-satunya hal yang paling mendasar dan dianggap krusial adalah penyampaian pesan. Pesan yang tersampaikan dengan baik tanpa distorsi merupakan target paling utama dan sekaligus menjadi parameter keberhasilan sebuah proses komunikasi yang sedang terjadi. Persoalan ketepatan atau keakuratan dalam penggunaan bahasa cenderung diabaikan karena yang paling mendasar dalam komunikasi adalah kelancaran dalam menyampaikan pesan tersebut pada orang lain tanpa distorsi yang berarti (Hanks et al., 2019).

Sejalan dengan hal itu, pembelajaran bahasa dalam paradigma fungsionalisme linguistik di berbagai belahan bumi ini difokuskan pada pembelajaran bahasa untuk berkomunikasi dengan bahan kajian yang berupa nosi-nosi kebahasaan dalam hidup bermasyarakat, seperti nosi berbelanja, berpetualang, atau bepergian. Berbeda dari apa yang disampaikan di depan, dalam perspektif linguistik pascafungsional, bahasa diperantikan sebagai alat untuk bekerja sama,

khususnya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan. Dalam misi yang sangat besar itu, bahasa bertugas menginisiasi, melakukan, dan mengukuhkan kerja sama (Sudaryanto, 1990). Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa fungsi hakiki bahasa tersebut bergeser dari semula yang merupakan peranti komunikasi antarmanusia dalam masyarakat menjadi peranti untuk kerja sama antarsesama umat manusia.

Pada era linguistik pascafungsional ini sesungguhnya konsep *komunio* dalam arti masyarakat secara bersama-sama atau nosi *communion* seperti yang digagas Bronislaw Malinowski itu mendapatkan peremajaan makna karena hakikat bahasa yang telah bergeser fokus dari sekadar peranti komunikasi menjadi peranti menginisiasi, melaksanakan, dan mengukuhkan kerja sama antarmanusia (Abdulrahman Almurashi, 2016; Kellogg & Shin, 2018). Dengan perkataan lain, dimensi interaksi dan partisipasi antarsesama dalam masyarakat menempati posisinya yang semakin krusial. Bahasa pada hakikatnya akan dapat berkembang dengan baik dan menjadi optimal hanya jika dalam bahasa itu terjadi proses interaksi dan partisipasi antarwarga masyarakat yang memiliki dan menggunakan bahasa tersebut.

Dan Sperber dan Deirde Wilson dalam prinsip relevansi menegaskan bahwa komunikasi ostentif akan terjadi hanya jika terbangun struktur komunikasi yang terdiri atas dua lapis informasi, yakni lapis informasional dan lapis informasi terhadap lapis informasional itu (Blakemore, 2002; Carston, 2005). Lapis informasional adalah lapis kebahasaan yang membawa pesan yang

hendak dikomunikasikan secara ostentif. Kejelasan informasi dalam komunikasi ostentif mutlak harus terjadi karena sesungguhnya di situlah hakikat orang berbahasa, yakni kerja sama antara komunikator dan komunikan, penutur dan mitra tutur, penulis dan pembaca, dan seterusnya.

Dalam komunikasi ostentif ternyata kehadiran informasi tentang lapis informasional menjadi bersifat mutlak. Kompleksitas komunikasi sebagai akibat dari libatan berbagai komponen dan aspek konteks menuntut kehadiran konteks sebagai lapis kedua komunikasi ostentif. Perjalanan studi konteks sendiri telah bergeser seiring dengan perkembangan zaman dan tuntutan teknologi. Sebagai bagaian integral dari kebudayaan, teknologi semakin tidak mungkin dipisahkan dari bahasa. Teknologi informasi, teknologi digital, dan teknologi berbasis siber serta *artificial intelligence* (AI) sebagai bagian integral dari kebudayaan semakin mustahil untuk dipisahkan dari bahasa (K. Rahardi, 2019a, 2020a; Rahardi, R. Kunjana., Setyaningsih, Yulia., Dewi, 2015). Konteks pada mulanya dipahami sebagai konteks internal bahasa, yakni entitas-entitas kebahasaan yang hadir mendahului dan mengikuti aspek kebahasaan yang sedang dimaknai secara semantis itu.

Dalam semantik, konteks intralinguistik yang demikian itu dipandang sudah mencukupi untuk menunjukkan makna secara leksikal. Namun, ketercukupan konteks itu menjadi semakin tidak mungkin karena peran bahasa semakin kompleks dalam masyarakat. Masyarakat yang berdimensi sosial-horizantal dan sosial-vertikal membuat pemaknaan bahasa semakin kompleks karena varian-varian bahasa hadir dengan sertamerta dalam masyarakat yang juga berkembang semakin kompleks (K. Rahardi, 2019b, 2022). Dalam pragmatik kultur spesifik, pertimbangan kedua dimensi sosial itu mencukupi untuk menemukan maksud atau makna pragmatik dari sebuah teks sosial.

Dalam perkembangannya, libatan konteks situasi menjadi sebuah keharusan karena bahasa memang tidak pernah dapat dipisahkan maksudnya dari situasi terjadinya

teks sosial itu. Libatan konteks sosial, sosial, dan situasional semakin diperlukan jika teks sosial itu hadir dalam konteks kultural tertentu, baik yang berdimensi interkultural, antarkultural, maupun lintas kultural (K. Rahardi, 2017, 2020b). Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa makna tuturan tidak bisa dilepaskan dari empat jenis konteks pragmatik yang baru saja disampaikan di depan itu, yakni konteks sosial, sosial, situasional, dan kultural.

Pada era linguistik fungsional, entitas kebahasaan yang sedang dimaknai memang cukup memadai jika diinterpretasi dengan libatan empat jenis konteks itu. Selanjutnya pada era pascafungsional yang dipicu oleh kehadiran konteks teknologi informasi, digital, dan siber serta AI, diperlukan konteks jenis baru yang oleh Rahardi disebut sebagai konteks siberteks. Konteks siberteks berdimensi multimodalitas dan di dalamnya terkandung lima dimensi komunikasi, yakni dimensi visual, spasial, gestural, aural, dan linguistik. Dalam era pascafungsional sekarang ini, libatan-libatan dimensi yang sifatnya tidak memiliki akal budi karena memang sifatnya yang bukan manusia itu, seperti halnya teknologi dengan berbagai macam manifestasinya seperti yang disebutkan di depan, menjadi hal yang tidak dapat dihindarkan lagi dalam komunikasi (Abdulrahman Almurashi, 2016; Trinh et al., 2017).

Komunikasi ostentif selain melibatkan dua lapis informasi seperti dipaparkan di depan juga melibatkan dua lapis makna pragmatik atau maksud. Kedua lapis maksud itu adalah maksud informasional dan maksud intuitif (Blakemore, 2002; Carston, 2005; Wearing, 2015). Maksud yang bersifat informasional diemban oleh entitas kebahasaan tanpa perlu melibatkan konteks seperti yang disebutkan di depan. Adapun maksud intuitif sama dengan makna pragmatik sehingga pemaknaannya wajib melibatkan konteks sebagai informasi lapis kedua. Pemahaman demikian sangat penting bukan saja bagi mitra tutur yang bertugas memaknai teks sosial yang disampaikan oleh penutur, melainkan juga penutur sendiri harus

memperhatikan kedua jenis maksud dan dua jenis informasi seperti dipaparkan di depan.

Dalam pengamatan penulis, pemahaman ihwal lapis-lapis informasi dan jenis-jenis maksud dalam komunikasi ostentif demikian itu belum banyak dilibatkan secara mendalam dalam berbagai penelitian dan publikasinya. Dengan mendasarkan pada kenyataan itu, tulisan ini bertujuan mencari lapis-lapis informasi apa saja yang terdapat dalam komunikasi ostentif itu. Penelitian ini juga bertujuan menemukan jenis-jenis maksud apa yang terdapat pada komunikasi ostentif (Sperber & Wilson, 2012; Wilson & Bishop, 2022). Dengan penelitian ini diharapkan ketidakjelasan perihal lapis-lapis informasi dan jenis-jenis maksud dalam komunikasi ostentif tersebut segera terungkap dan hasilnya dapat dipahami secara lebih baik untuk melakukan penelitian yang lebih luas dan ekstensif dalam studi pragmatik. Kelangkaan penelitian ihwal komunikasi ostentif dan lapis-lapis informasi serta jenis-jenis maksud yang terkandung di dalamnya menjadikan urgensi penelitian ini semakin besar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif yang berarti tidak diperlukan kuantifikasi-kuantifikasi tertentu untuk memvalidasi dan memverifikasi aksioma dalam penelitian ini. Perumusan kaidah-kaidah berdasarkan keteraturan sistemis di dalam data penelitian inilah yang lebih mendasar di dalam pelaksanaan penelitian kualitatif.

Sebagaimana disiratkan di dalam judul tulisan, objek kajian penelitian ini adalah lapis-lapis informasi dalam komunikasi ostentif. Data penelitian ini adalah cuplikan-cuplikan tuturan yang di dalamnya terkandung objek sasaran penelitian, yakni lapis-lapis informasi dan jenis-jenis maksud dalam komunikasi ostentif. Sumber data substantif penelitian ini adalah berita bohong sebagai manifestasi dari teks sosial yang hadir di media sosial sebagai salah satu wujud dari ruang publik yang bersifat maya.

Data diperoleh dengan menerapkan metode simak, khususnya simak yang

sifatnya bebas libat-cakap. Penerapan metode simak dalam pengumpulan data penelitian ini ditopang oleh pemerantian teknik baca dan teknik catat (Mahsun, 2007). Data yang telah terkumpul selanjutnya diklasifikasi dan ditepakan sehingga akan memudahkan proses analisis.

Analisis dilakukan dengan menerapkan metode padan, khususnya padan yang bersifat ekstralingual. Sebutan lain untuk metode analisis padan ini adalah metode kontekstual karena analisis di dalam penelitian ini tidak dapat dilepaskan dari konteks, baik kontels yang sifatnya sosial, sosietal, kultural, situasional, maupun siberteks (K. Rahardi, 2020a; Rahardi, R. Kunjana, Setyaningsih, Yulia, Dewi, 2016). Langkah-langkah dalam melakukan analisis data adalah (1) melakukan identifikasi, (2) reduksi, (3) intepretasi, (4) penarikan konklusi. Penelitian ini menerapkan teori relevansi dari Sperber dan Wilson sebagai perspektif. Data dan hasil analisis tersebut ditriangulasi untuk mendapatkan data dan hasil analisis yang sah dan tepercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan temuan tentang lapis-lapis informasi dan jenis-jenis maksud dalam komunikasi ostentif dalam perspektif Sperber & Wilson. Temuan-temuan tersebut ialah (1) lapis informasional dengan maksud intuitif memprovokasi, (2) memperkeruh suasana, (3) mencemarkan nama baik, (4) melecehkan seseorang, dan (5) lapis informasional dengan maksud intuitif menghasut. Lapis-lapis informasi tersebut disampaikan satu demi satu berikut ini.

Lapis Informasional dengan Maksud Intuitif Memprovokasi

Komunikasi ostentif dalam perspektif Sperber & Wilson sangat ditentukan oleh kualitas informasi lapis pertama dan lapis kedua. Informasi lapis pertama ditunjukkan oleh entitas kebahasaan yang digunakan sebagai wahana penyampaian pesan oleh penutur. Entitas kebahasaan itu bisa bermacam-macam, dapat berupa kode-kode kebahasaan

atau dapat pula bersifat numerik yang tergambar dalam diagram atau grafik. Dengan perkataan lain, sesungguhnya pesan utama dalam komunikasi ostentif itu diemban oleh informasi dalam tataran yang pertama.

Selanjutnya dalam komunikasi ostentif juga terdapat lapis informasi tentang informasi itu sendiri. Adapun yang dimaksud dengan konteks yang berupa informasi tentang informasi itu adalah konteks yang melatarbelakangi penyampaian pesan dalam lapis informasi pertama. Konteks termaksud bisa bermacam-macam wujud atau manifestasinya, yakni yang sifatnya sosial, sosietaI, situasional, atau kultural (K. Rahardi, 2016; R. Rahardi, 2020). Konteks yang bersifat siberteks berbasis multimodalitas tidak dapat pula dipisahkan dari konteks-konteks yang disebutkan sebelumnya karena teknologi informasi yang berkembang cepat berdampak pula pada perkembangan konteks sebagai lapis kedua dalam komunikasi ostentif.

Pada data 1, tindakan memprovokasi para pasangan calon presiden dan wakil presiden dalam kampanye pemilihan umum 2024 sangat kentara ditunjukkan, baik oleh

informasi lapis kesatu maupun kedua. Pesan yang hendak disampaikan dalam komunikasi ostentif di media massa itu adalah bahwa angka-angka simulasi penghitungan suara tersebut dapat digunakan untuk tujuan memprovokasi pasangan lain dan simpatisannya. Data 1 berikut dapat dipandang merupakan video simulasi dugaan kecurangan penghitungan suara dalam pemilihan presiden dan wakil presiden 2024 tersebut. Klaim itu disampaikan dalam konten di saluran YouTube on 471 dan akun Facebook Deddy Madjmoe.

Dengan demikian, jelas bahwa keberadaan informasi lapis kesatu dan kedua dalam data 1 keberadaannya sangat mendukung keberhasilan komunikasi ostentif tersebut. Media sosial sangat banyak mengandung wujud-wujud komunikasi ostentif yang demikian itu, baik yang manifestasinya adalah berita yang benar dan tepercaya maupun yang bentuknya berita palsu atau bohong yang tidak ayal di dalamnya terdapat informasi-informasi yang mengandung ujaran kebencian seperti pada data 1 berikut.

Data 1

The image shows a video player interface. At the top left, a red banner reads "Konten Beredar". Below it, a white box contains the hashtag "#Diskualifikasi02". A red callout box says "Simak sampe selesai !! Teknik Pengelembungan angka surat suara". The main content is a screenshot of the "Komisi Pemilihan Umum" website showing "HASIL HITUNG SUARA PEMILU PRESIDEN & WAKIL PRESIDEN RI 2024" for the "TINGKAT NASIONAL" level. A pie chart shows the distribution of votes among candidates. Below the chart is a table with columns for "Kandidat", "Progres", and "Suara". A red button at the bottom right says "Versi Asli".

Kandidat	Progres	Suara
H. ANAS BASTO BRISMAN, Ph.D. - Dr. H.C., H. A. MANSURUSALAM	79.0%	1.874.157
H. PRABOWO SUBANTO - GIBRAN RAHMANTHAN RAGAB	20.0%	468.219
H. GUSLAN PRASNO, S.H., M.P.A. - Prof. Dr. H. H. WALUYO JO	0.0%	0

Sumber: https://cekfakta.tempo.co/fakta/2817/belum-ada-bukti-video-yang-diklaim-menunjukkan-cara-kerja-chart-pengelembungan-suara-pilpres-2024#google_vignette

Lapis Informasional dengan Maksud Intuitif Memperkeruh Suasana

Maksud intuitif dalam perspektif Sperber & Wilson dalam prinsip relevansi sesungguhnya dapat disamakan dengan makna pragmatik dalam berbagai studi pragmatik yang berkembang selama ini. Maksud intuitif tidak dapat dengan mudah diperoleh hanya dari membaca informasi lapis kesatu dalam sebuah teks sosial. Dikatakan demikian karena sesungguhnya maksud intuitif itu merupakan makna yang sifatnya ilokutif dan untuk memaknainya diperlukan konteks nonlinguistik yang cukup kompleks. Konteks nonlinguistik itulah yang disebut dengan informasi tentang informasi dalam perspektif relevansi yang dikembangkan oleh Sperber & Wilson. Lapis informasi yang kedua terdiri atas konteks yang berdimensi sosial, sosieta, situasional, atau kultural (Korta & Perry, 2010; R. K. Rahardi, 2021a).

Dalam menafsirkan maksud intuitif diperlukan konteks sosial yang sifatnya horizontal dan berdimensi jarak sosial. Konteks sosieta yang berdimensi vertikal yang sifatnya bertautan dengan status sosial dan jenjang sosial perlu diperhatikan dalam memahami teks sosial. Selanjutnya konteks kultural juga harus dilibatkan mengingat aspek-aspek kultural itu satu keping uang logam bersisi dua dengan konteks

kemasyarakatan seperti ditunjukkan di depan. Konteks yang sifatnya situasional menjadi demikian penting untuk studi maksud intuitif karena aspek itulah sesungguhnya penentu utama untuk memaknai semua tuturan sebagai teks sosial (R. K. Rahardi, 2018, 2021b).

Jika teks sosial itu muncul dalam paradigma linguistik pascafungsional, informasi lapis kedua itu berupa konteks siberteks berbasis multimodalitas yang berdimensi lima, yakni visual, aural, spasial, gestural, dan linguistik. Pada data 2 berikut ini tuturan di dalam media sosial yang menyampaikan isu adanya penculikan anak itu diyakini sebagai infoirami yang palsu atau merupakan berita bohong. Bentuk kebahasaan yang berbunyi *Harap waspada karna sedang beredar musim penculikan anak di Indonesia* adalah informasi lapis kesatu yang sesungguhnya merupakan berita bohong yang mungkin sekali justru dinarasikan oleh pelaku penculikan. Informasi lapis kedua di dalam data 2 tersebut berdimensi visual, baik yang berupa warna maupun tulisan-tulisan yang sifatnya ortografis. Jadi, jelas sekali bahwa tujuan pokok dari teks sosial yang hadir dalam media sosial tersebut tujuannya adalah untuk memperkeruh suasana seperti pada data 2 berikut.

Data 2



Lapis Informasional dengan Maksud Intuitif Mencemarkan Nama Baik

Media sosial ibarat pedang bermata dua, tajamnya berfungsi di semua sisinya. Teks dalam media sosial dapat digunakan secara positif untuk menyampaikan informasi kepada dunia dalam waktu yang tidak perlu berlama-lama. Hanya dalam hitungan detik dengan satu kali klik pesan yang hendak disampaikan oleh seseorang dapat menyebar ke seluruh dunia. Hebatnya lagi, pesan yang telah terkirim tersebut tidak akan hilang sampai hayat dikandung badan di dalam jejak digital orang yang menyampaikan pesan tersebut. Oleh karena itu, pesan yang positif akan terekam secara positif dan sebaliknya sesuatu yang sifatnya negatif akan terekam secara negatif pula (Koskimaa, 2007; Sykes, 2018).

Pada data 3 berikut ini, informasi lapis pertama yang terbaca secara ortografis adalah teks sosial yang berbunyi *Memakan korban!! Detik2 spike keras Megawati mengenai wajah 2 pemain Hi-Pass hingga lawan terjungkal*.

Diketahui bahwa informasi lapis pertama itu merupakan narasi tidak benar alias berita bohong yang justru bertendensi memiliki tujuan pencemaran nama baik. Narasi tersebut dilebih-lebihkan sehingga seolah-olah *spike* yang dilakukan mengakibatkan korban. Tentu saja berita yang demikian itu dapat menjadi sangat kontraproduktif. Ilustrasi para pemain dan latar tempat mereka bermain dengan langkah dan ayunan tertentu merupakan informasi lapis kedua yang dalam studi pragmatik lazim disebut sebagai konteks siberteks.

Data 3 berikut dapat dicermati lebih lanjut berkaitan dengan makna intuitif yang disampaikan Sperber & Wilson. Komunikasi ostentif bertautan sangat erat dengan kejelasan lapis-lapis informasi seperti yang ditunjukkan dalam data 3. Pembaca dipersilakan membaca dan mencermati dengan saksama data 3 berikut untuk mendapatkan kejelasan lapis-lapis informasi dan makna intuitif mencemarkan nama baik tersebut.

Data 3



Sumber: <https://news.detik.com/berita/d-6539504/viral-pesan-soal-penculikan-anak-jakarta-polisi-pastikan-itu-hoax-lawas>

Lapis Informasional dengan Maksud Intuitif Melecehkan Seseorang

Kemudahan untuk mendapatkan informasi pada era kelimpahan seperti sekarang ini tidak hanya berdampak baik, tetapi juga bisa

berdampak sangat buruk. Dikatakan berdampak baik jika informasi yang disampaikan merupakan kebenaran dan kebenaran itu bersifat konstruktif bagi masyarakat. Sebaliknya bisa dikatakan sebagai informasi yang buruk kalau informasi

yang disampaikan itu dapat menghasilkan sesuatu yang merusak atau bersifat destruktif. Jenis yang disebut terakhir itulah yang biasanya diwadahi dalam berita bohong. Pembuat berita bohong memang biasanya memiliki niat yang tidak baik, misalnya untuk memperkeruh suasana, melecehkan seseorang, atau menghina seseorang.

Komunikasi ostentif memiliki peran untuk menentukan kebenaran berkaitan dengan kehadiran hal-hal yang sifatnya destruktif. Lapis-lapis informasi yang terdapat dalam teks-teks sosial itu akan dapat dimaknai secara tepat hanya jika teks itu dapat dipahami secara baik dan benar (Wearing, 2015; Yus, 2021). Demikian pun informasi tentang informasi yang berada pada lapis kedua teks sosial dapat diidentifikasi dan diperinci dengan baik dan benar pula. Keberhasilan dalam mengidentifikasi dan memaknai lapis-lapis informasi demikian itu akan menjamin keberhasilan komunikasi ostentif. Makna intuitif akan dapat ditemukan secara benar karena kejelasan lapis-lapis informasi seperti yang disampaikan di depan.

Data 4 berikut menunjukkan bagaimana lapis-lapis informasi menuntut ke dalam

menemukan maksud intuitif yang tepat terhadap teks sosial tentang foto Presiden Jokowi yang pingsan dan butuh napas buatan. Si pembuat berita bohong tersebut menggunakan foto Presiden Jokowi yang mengenakan pakaian olah raga terbaring seperti sedang pingsan dan disertai dengan tuturan yang berbunyi *Dia pingsan setelah kena bogem mentah dari Mukidi Cs. Gambah hanya pemanis buatan*. Teks sosial yang hadir di media sosial itu bisa berpotensi menyesatkan jika informasi lapis kesatu dan keduanya tidak teridentifikasi secara cermat dan benar.

Makna intuitif pada data 4 tersebut juga mengandung makna intuitif yang bersifat melecehkan dan berpotensi memperkeruh suasana karena ketidakbenaran yang disampaikan. Komunikasi ostentif menuntun pembaca untuk memberikan makna intuitif itu secara benar-benar cermat dan berhati-hati. Pembaca dipersilakan untuk mencermati lebih lanjut lapis-lapis informasi dalam data 4 berikut ini untuk mendapatkan intepretasi maksud intuitif yang tepat pula.

Data 4



Sumber: <https://archive.vn/fkAN4>

Lapis Informasional dengan Maksud Intuitif Menghasut

Menghasut adalah tuturan yang tidak terpuji. Secara lokutif, tindakan menghasut adalah tuturan yang secara kebahasaan memiliki makna denotatif menghasilkan keonaran. Secara ilokutif, bentuk kebahasaan yang bermakna linguistik menghasut itu dapat memiliki makna intuitif atau makna pragmatik yang jauh lebih luas dari sekadar menghasilkan hasutan-hasutan persoalan, baik yang sifatnya politis maupun bukan. Dengan perkataan lain, hasutan dapat memiliki makna ilokutif yang berada jauh di balik tuturan yang sifatnya menimbulkan keonaran itu. Selanjutnya secara perlokutif hasutan dapat menimbulkan efek ketakutan sehingga dampaknya adalah perasaan takut atau trauma yang berlebihan. Dengan demikian, secara lokutif, ilokutif, atau perlokutif, tindakan menghasut adalah tindakan yang tidak terpuji (Hanna et al., 2022; Kartika et al., 2023; Rahmawati et al., 2021).

Makna intuitif tentu bertali-temali dengan tindak ilokutif seperti disebutkan di depan. Untuk mendapatkannya, teks sosial seperti pada data 5 berikut perlu dicermati

dengan memperhatikan lapis-lapis informasi yang termuat di dalam teks sosial tersebut. Lapis pertama dalam lapis informasi yang kasat mata karena bisa dibaca secara ortografis. Informasi bahwa *Ketua KPU Ketuk Palu dan Mengesahkan Anies Baswedan Jadi Presiden RI* adalah hasutan belaka. Bentuk ortografis dalam lapis pertama itu mengandung informasi yang tidak tepercaya dan memang tidak dapat dipercaya kebenarannya. Komunikasi ostentif tidak cukup menempatkan intepretasi tersebut hanya pada lapis pertama informasi. Lapis kedua yang berupa informasi tentang informasi itu harus lebih diperhatikan pula. Berita bohong yang bertebaran di media sosial di era kelimpahan seperti sekarang ini sangat mudah melahirkan dampak bagi masyarakat jika tidak termaknai secara tepat dan benar (R. K. Rahardi, 2020, 2021a).

Data 5 berikut perlu dicermati dan dipahami secara benar dan hasilnya perlu dikomunikasikan kepada masyarakat secara tepat pula supaya kesadaran kritis masyarakat terbangun dalam menyikapi secara bijaksana berita-berita bohong bernuansa makna menghasut seperti ditunjukkan dalam teks sosial itu.

Data 5



Sumber: https://www.tiktok.com/@willy.nahampun/video/7336243411734842629?_r=1&_t=8kAazmvGToX

PENUTUP

Penelitian terhadap teks-teks sosial yang hadir dalam media sosial yang dilakukan ini menghasilkan temuan-temuan terkait dengan lapis-lapis informasi dan maksud-maksud intuitif yang dijadikan fokus dalam penelitian. Lima manifestasi lapis-lapis informasional dan makna intuitif dari teks-teks sosial yang ditemukan dalam penelitian ini adalah (1) lapis informasional dengan maksud intuitif memprovokasi, (2) memperkeruh suasana, (3) mencemarkan nama baik, (4) melecehkan seseorang, dan (5) lapis informasional dengan maksud intuitif menghasut.

Pelaksanaan penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam hal jumlah sumber data dan data yang harus dianalisis. Keluasan dan kebervariasian sumber data dan data penelitian ini akan menghasilkan temuan yang lebih memadai. Berkenaan dengan itu, dalam kesempatan lain yang lebih luas keterbatasan dalam hal sumber data dan data penelitian itu akan disikapi secara positif dan lebih serius agar lapis-lapis informasi dan makna intuitif dalam komunikasi ostentif tergambar dengan lebih baik. Para peneliti lain yang memiliki perhatian serupa dan ketertarikan pada tema yang sama dipersilakan melakukan penelitian lanjutan sehingga persoalan komunikasi ostentif berita bohong dan persoalan lapis-lapis informasi dalam komunikasi ostentif itu terpecahkan dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman Almurashi, W. (2016). An Introduction to Halliday's Systemic Functional Linguistics. *Journal for the Study of English Linguistics*, 4(1). <https://doi.org/10.5296/jsel.v4i1.9423>
- Blakemore, D. (2002). *Relevance and Linguistic Meaning: The semantics and pragmatics of discourse markers (1st ed.)*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511486456>
- Carston, R. (2005). Relevance Theory, Grice, and the neo-Griceans: A response to Laurence Horn's "Current issues in neo-Gricean pragmatics." In *Intercultural Pragmatics*. <https://doi.org/10.1515/iprg.2005.2.3.303>
- Hanks, W. F., Ide, S., Katagiri, Y., Saft, S., Fuji, Y., & Ueno, K. (2019). Communicative interaction in terms of ba theory: Towards an innovative approach to language practice. *Journal of Pragmatics*, 145. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.03.013>
- Hanna, A., Diana, Y., Valeriia, P., Oksana, Z., & Tetiana, C. (2022). Functioning of Directive Speech Acts in *Modern German Linguistic Culture*. *World Journal of English Language*, 12(8). <https://doi.org/10.5430/wjel.v12n8p212>
- Kartika, D., Rahardi, R. K., Aziz, M., & Rahmat, W. (2023). Depicting reflections of power on illocutionary acts of Japanese Prime Minister Shinzō Abe's speeches on Covid-19. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 13(2), 284–293. <https://doi.org/10.17509/ijal.v13i2.63078>
- Kellogg, D., & Shin, J. young. (2018). Vygotsky, Hasan and Halliday: Towards Conceptual Complementarity. *British Journal of Educational Studies*, 66(3). <https://doi.org/10.1080/00071005.2017.1364695>
- Korta, K., & Perry, J. (2010). Critical pragmatics: An inquiry into reference and communication. In *Critical Pragmatics: An Inquiry into Reference and Communication*. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511994869>
- Koskimaa, R. (2007). Cybertext challenge: Teaching literature in the digital world. *Arts and Humanities in Higher Education*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/1474022207076826>
- Locher, M. A. (2013). Cyberpragmatics: Internet-Mediated Communication in Context. *Journal of Pragmatics*.

- <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2012.12.002>
- Mahsun. (2007). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya* (Edisi Revisi). Raja Grafindo Persada.
- Rahardi, K. (2016). Personal and Communal Assumptions to Determine Pragmatic Meanings of Phatic Functions. *Lingua Cultura*, 10(2), 95. <https://doi.org/10.21512/lc.v10i2.897>
- Rahardi, K. (2017). Linguistic Impoliteness in The Sociopragmatic Perspective. *Jurnal Humaniora*, 29(3). <https://doi.org/10.22146/jh.24954>
- Rahardi, K. (2019a). Extralinguistic context roles in determining meanings of javanese phatic expression *mboten*: a sociopragmatic perspective. *International Journal of Humanity Studies (IJHS)*, 3(1). <https://doi.org/10.24071/ijhs.v3i1.1898>
- Rahardi, K. (2019b). Integrating Social, Societal, Cultural, and Situational Context to Develop Pragmatics Course Learning Materials: Preliminary Study. *Jurnal Gramatika: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2). <https://doi.org/10.22202/jg.2019.v5i2.3572>
- Rahardi, K. (2020a). Konteks pragmatik dalam perspektif cyberpragmatics. *Linguistik Indonesia*, 38(2). <https://doi.org/10.26499/li.v38i2.132>
- Rahardi, K. (2020b). Variasi Maksud Kata Emotif “Wela” dalam Bahasa Jawa: Perspektif Sosiopragmatik. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 9(2). <https://doi.org/10.26499/rnh.v9i2.2937>
- Rahardi, K. (2022). Lanskap konteks ekstralinguistik virtual dalam pragmatik siber. *Linguistik Indonesia*, 40(1). <https://doi.org/10.26499/li.v40i1.287>
- Rahardi, R. (2020). On emblematic meanings of traditional medicinal herbs: local wisdom values in the perspective of culture-specific ecopragmatics. *Jurnal Arbitrer* (Online Version Available in: <http://arbitrer.fib.unand.ac.id>).
- <https://doi.org/10.25077/ar.7.1.16-28.2020>
- Rahardi, R. K. (2018). Elemen dan Fungsi Konteks Sosial, Societal, dan Situasional dalam Menentukan Makna Pragmatik Kefatisan Berbahasa. *Prosiding SETALI: Language in the Digital Era: Opportunities or Threats*.
- Rahardi, R. K. (2020). Covid-19 Hoaxes in Virtual Media : Perlocutionary Effects in Cyber-Pragmatic Perspective. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(5).
- Rahardi, R. K. (2021a). Ilokusi-ilokusi hoaks covid-19 di media sosial dalam perspektif cyber-pragmatics/covid-19 hoax illocutions in instagram in the perspective of cyberpragmatics. *Aksara*, 32(2). <https://doi.org/10.29255/aksara.v32i2.561.313-322>
- Rahardi, R. K. (2021b). Lanskap Konteks Sosial-Sosietal dalam Pragmatik Berbasis Cybertexts Vaksinasi Covid-19 (Socio-Social Context Landscape in Cybertexts-Based Pragmatics Covid-19 Vaccination). *Indonesian Language Education and Literature*, 6(2), 236. <https://doi.org/10.24235/ileal.v6i2.8112>
- Rahardi, R. Kunjana, Setyaningsih, Yulia., Dewi, R. P. (2015). Manifestasi Fenomena Ketidaksantunan Pragmatik Berbahasa dalam Basis Kultur Indonesia. *Prosiding Seminar Antarabangsa Linguistik Dan Kebudayaan Bahasa Melayu IX*.
- Rahardi, R. Kunjana., Setyaningsih, Yulia., Dewi, R. P. (2016). Kefatisan Berbahasa dalam Perspektif Linguistik Ekologi Metaforis. *Seminar Tahunan Linguistik UPI*, 1–6.
- Rahmawati, L. E., Hidayat, N., & Kurniawan, A. (2021). Impoliteness of Directive Speech Acts in Online Indonesian Language Learning. *Journal of Pragmatics Research*, 3(2). <https://doi.org/10.18326/jopr.v3i2.97-107>
- Sperber, D., & Wilson, D. (2012). Pragmatics, modularity and

- mindreading. In *Meaning and Relevance*.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781139028370.016>
- Sudaryanto. (1990). *Menguak Fungsi Hakiki Bahasa*. Duta Wacana University Press.
- Sykes, J. M. (2018). Interlanguage Pragmatics, Curricular Innovation, and Digital Technologies. *CALICO Journal*.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1558/cj.36175>
- Tannen, D. (1984). The pragmatics of cross-cultural communication. *Applied Linguistics*.
<https://doi.org/10.1093/applin/5.3.189>
- Trinh, N. T. T., Hoa, P. Van, & Phuc, T. H. (2017). Halliday's Functional Grammar: Philosophical Foundation and Epistemology. *Jurnal Humaniora*, 29(2).
<https://doi.org/10.22146/jh.v29i2.24295>
- Wearing, C. J. (2015). Relevance theory: Pragmatics and cognition. In *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science*.
<https://doi.org/10.1002/wcs.1331>
- Wilson, A. C., & Bishop, D. V. M. (2022). A novel online assessment of pragmatic and core language skills: An attempt to tease apart language domains in children. *Journal of Child Language*, 49(1).
<https://doi.org/10.1017/S0305000920000690>
- Yus, F. (2021). Relevance theory, internet pragmatics, and cyberpragmatics. In *Smartphone Communication*.
<https://doi.org/10.4324/9781003200574-3>