



FLEXING INDRA KENZ DI SOSIAL MEDIA (ANALISIS WACANA KRITIS PADA KASUS TRADING PADA PLATFORM BINOMO)

(Analisis WK. Teun. A. Van Dijk)

¹ Rafi Arjuna Achmadani , ² R. Arya Dwi Kurniawan, ³ Moh Luqman, ⁴ A.A.I
Prihandari Satvikadewi

Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Korespondensi: junaachmadani@gmail.com aryakurniawan676@gmail.com
muhluqman210@gmail.com vika@untag-sby.ac.id

Abstract

Flexing or showing off wealth on social media has become a trend among celebrities and influencers. One prominent case in point is Indra Kenz and her association with the Binomo trading platform. News about this case was widely reported by the media and caused various reactions from the public. Critical Discourse Analysis developed by Teun A. Van Dijk offers a framework for understanding how news texts are shaped by and shape specific social contexts. This research uses a critical discourse analysis method based on Teun A. van Dijk's model, which involves three main dimensions: text, social cognition, and social context, in addition, there are superstructure, macrostructure, and microstructure. The TikTok app is a social network and music video platform from China launched in early September 2016. The application gives users access to create their own short videos. Teun A. van Dijk's critical discourse analysis shows that Indra Kenz's flexing phenomenon on TikTok social media can be seen as a marketing strategy, symbol, deception, emotional wealth, and social wealth. Flexing is used to attract followers, increase popularity, deceive victims, and gain emotional and social wealth.

Article History

Submitted: 21 Juni 2024

Accepted: 24 Juni 2024

Published: 1 Juli 2024

Kata Kunci

flexing, social media, structural functionalism, Teun A Van Dijk's Critical Discourse Analysis

Abstrak

Fenomena flexing atau pamer kekayaan di media sosial, telah menjadi tren di kalangan selebriti dan influencer. Salah satu contoh kasus yang menonjol adalah Indra Kenz dan hubungannya dengan platform trading Binomo. Berita tentang kasus ini banyak diberitakan oleh media dan menimbulkan berbagai reaksi dari masyarakat. Analisis Wacana Kritis yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk menawarkan kerangka untuk memahami bagaimana teks berita dibentuk oleh dan membentuk konteks sosial tertentu. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis berdasarkan model Teun A. van Dijk, yang melibatkan tiga dimensi utama: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial, selain itu ada superstruktur, makro struktur, dan mikro struktur. Aplikasi TikTok merupakan sebuah jejaring sosial dan platform video musik berasal dari negara China yang diluncurkan pada awal September 2016. Aplikasi tersebut memberi akses kepada para pemakai untuk membuat video pendek mereka sendiri. analisis wacana kritis Teun A. van Dijk menunjukkan bahwa fenomena flexing Indra Kenz di media sosial TikTok dapat dilihat sebagai strategi pemasaran, simbol, penipuan, kekayaan emosional, dan kekayaan sosial. Flexing digunakan untuk menarik followers, meningkatkan popularitas, menipu korban, dan mendapatkan kekayaan emosional dan sosial.

Sejarah Artikel

Submitted: 21 Juni 2024

Accepted: 24 Juni 2024

Published: 1 Juli 2024

Kata Kunci

Flexing, Sosial Media, Analisis Wacana Kritis Teun A Van Dijk.

PENDAHULUAN

Fenomena flexing, atau pamer kekayaan di media sosial, telah menjadi tren di kalangan selebriti dan influencer. Salah satu contoh kasus yang menonjol adalah Indra Kenz dan hubungannya dengan platform trading Binomo. Berita tentang kasus ini banyak diberitakan oleh media dan menimbulkan berbagai reaksi dari masyarakat. Analisis Wacana



Kritis yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk menawarkan kerangka untuk memahami bagaimana teks berita dibentuk oleh dan membentuk konteks sosial tertentu.

Dalam era digital saat ini, media memiliki peran yang sangat kuat dalam membentuk opini publik. Pemberitaan tentang selebriti dan influencer yang memamerkan kekayaan mereka sering kali dibingkai sedemikian rupa untuk menarik perhatian dan menghasilkan klik. Namun, di balik pemberitaan tersebut, terdapat berbagai kepentingan ideologis dan komersial yang mempengaruhi cara berita disajikan dan diterima oleh masyarakat. Fenomena flexing Indra Kenz yang terkait dengan Binomo, sebuah platform trading yang kontroversial, menjadi contoh menarik bagaimana media dapat membingkai isu dan membentuk narasi publik.

Indra Kenz, seorang influencer yang dikenal dengan gaya hidup mewahnya, sering kali memamerkan kekayaan dan kesuksesannya melalui media sosial. Namun, ketika terungkap bahwa kekayaannya terkait dengan aktivitas trading di Binomo, perhatian publik dan media pun tertuju padanya. Binomo sendiri telah menjadi subjek kontroversi karena banyak yang menganggap platform ini sebagai bentuk perjudian yang menyamar sebagai trading yang sah. Dalam konteks ini, media memainkan peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat tentang legalitas dan etika dari praktik yang dilakukan oleh Indra Kenz dan platform Binomo.

Penelitian ini menggunakan Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk untuk mengeksplorasi bagaimana teks berita tentang kasus flexing Indra Kenz dan Binomo disusun dan bagaimana wacana tersebut berinteraksi dengan konteks sosial yang lebih luas. Teun A. van Dijk mengemukakan bahwa wacana tidak hanya sekadar representasi dari realitas, tetapi juga alat untuk membentuk dan mempertahankan kekuasaan dan ideologi. Dengan menganalisis struktur teks, strategi retorik, dan konteks sosial dari pemberitaan kasus ini, penelitian ini berusaha untuk mengungkap dinamika kekuasaan yang tersembunyi dan bagaimana media membentuk narasi yang mempengaruhi pemahaman publik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi-strategi yang digunakan oleh media dalam memberitakan kasus Indra Kenz dan Binomo, serta untuk memahami implikasi sosial dan ideologis dari pemberitaan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang peran media dalam membentuk wacana publik dan bagaimana wacana tersebut mempengaruhi persepsi dan tindakan masyarakat.

Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana pemberitaan tentang Indra Kenz dan Binomo dapat mempengaruhi pandangan masyarakat tentang kekayaan, kesuksesan, dan etika dalam dunia digital. Dalam konteks sosial yang semakin kompleks dan terhubung, pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika wacana media menjadi sangat penting untuk mengkritisi dan memahami pengaruh media terhadap kehidupan sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis berdasarkan model Teun A. van Dijk, yang melibatkan tiga dimensi utama: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Sampel teks berita diambil dari beberapa media utama di Indonesia yang memberitakan kasus flexing Binomo dan Indra Kenz. Analisis melibatkan pemeriksaan struktur teks, penggunaan kata, strategi retorik, dan elemen-elemen lain yang membentuk narasi berita.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Penelitian ini menganalisis teks berita tentang kasus flexing Indra Kenz dan Binomo dengan menggunakan analisis wacana kritis Teun A. van Dijk, yang mencakup tiga dimensi utama: teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

1. Dimensi Teks:

• Struktur Teks:

Media cenderung menyajikan berita tentang Indra Kenz dan Binomo dengan format yang sensasional. Judul-judul berita seringkali provokatif dan menarik perhatian, seperti "Kekayaan Indra Kenz dari Binomo: Fakta atau Fiksi?" Struktur teks sering mengedepankan aspek dramatis, seperti kehidupan mewah Indra Kenz, untuk menarik minat pembaca.

• Pilihan Kata:

Kata-kata yang digunakan dalam pemberitaan seringkali mengandung konotasi negatif terhadap Binomo dan kegiatan trading yang dilakukan oleh Indra Kenz. Istilah seperti "penipuan," "skema cepat kaya," dan "kontroversial" kerap muncul dalam teks berita, yang membentuk citra negatif di benak pembaca.

2. Dimensi Kognisi Sosial:

• Skemata dan Stereotip:

Pemberitaan tentang kasus ini cenderung menguatkan stereotip tentang kekayaan instan dan gaya hidup mewah yang tidak berkelanjutan. Skemata yang digunakan oleh media sering kali menyederhanakan kompleksitas kasus menjadi narasi hitam-putih, di mana Indra Kenz digambarkan sebagai sosok oportunistis yang memanfaatkan platform yang kontroversial.

3. Dimensi Konteks Sosial:

• Pengaruh Sosial:

Berita tentang Indra Kenz dan Binomo juga mencerminkan kekhawatiran sosial yang lebih luas tentang keamanan finansial dan etika bisnis. Kasus ini mengundang diskusi tentang regulasi perdagangan online dan perlindungan konsumen, serta menyoroti ketidakpastian ekonomi di kalangan generasi muda yang mencari cara cepat untuk mencapai kesuksesan finansial.

Super Struktur

Perilaku budaya *flexing* adalah perilaku dari individu yang memamerkan kekayaan maupun status sosial, biasanya budaya perilaku ini dapat ditemukan di media sosial. Budaya perilaku *flexing* terjadi karena individu mempunyai tujuan yang berbeda-beda seperti ingin meningkatkan atau menunjukkan kredibilitas, mencari relasi yang sama-sama kaya, dan juga untuk menciptakan citra glamor dan meningkatkan popularitas melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube (Khayati et al. 2022)

Pengaruh budaya *flexing* dapat menyebabkan netizen mengikuti gaya hidup mewah dengan mengorbankan keuangan mereka. Sebagai contoh, Indra Kenz menunjukkan budaya pamer melalui platform media sosial Tiktok. Indra Kenz menunjukkan gaya hidup mewah untuk memperkuat reputasi glamor dan memikat perhatian followers Tiktok.

Budaya menunjukkan barang juga terlihat dalam dunia pemasaran, di mana seseorang dengan sengaja menunjukkan atau memamerkan barang untuk orang lain. Adanya budaya



flexing ini bisa berdampak pada tingkah laku konsumen, contohnya mahasiswa atau kalangan para penggemar IndraKenz yang kerap menghabiskan uang mereka untuk mengikuti tren terkini.

Dalam penelitian, budaya flexing sering dikaitkan dengan teori fungsionalisme struktural, dengan flexing menjadi budaya yang sedang populer di masyarakat. Pengaruh budaya flexing juga dapat mempengaruhi psikologi perilaku, seperti yang bisa mempengaruhi konsumen meniru penampilan orang lain yang dianggap lebih baik dari mereka.

Makro Struktur

Indra Kenz melakukan Perilaku budaya flexing lewat media sosial, media sosialnya yaitu Aplikasi Tiktok. Aplikasi Tiktok merupakan sebuah jejaring sosial dan platform video musik berasal dari negara China yang diluncurkan pada awal September 2016. Aplikasi tersebut memberi akses kepada para pemakai untuk membuat video pendek mereka sendiri. Sepanjang tahun 2018 sampai 2019, Tiktok menjadikan dirinya sebagai aplikasi paling banyak diunduh yaitu 45,8 juta kali. Dengan jumlah yang sebesar itu, mengalahkan aplikasi populer lainnya seperti Instagram dan Whatsapp (Fatimah Kartini Bohang, 2018).

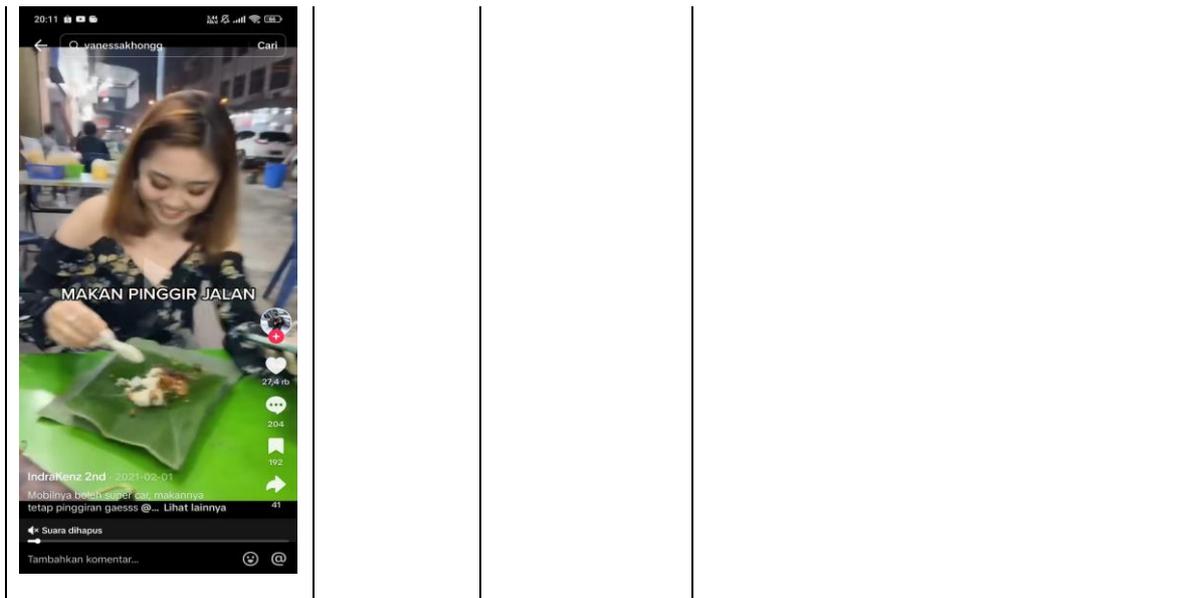
Mikro Struktur

Cuplikan konten	Durasi	Model Teun. A. Van Dijk	Analisis
	13 Detik	Konteks Sosial	Video ini dibuat dan di publish melalui platform media sosial Tiktok, yang populer di kalangan semua usia. Budaya konsumerisme dan materialisme yang trending di media sosial Tiktok IndraKenz dapat mempengaruhi cara penonton menafsirkan video ini. Konten Video ini juga dapat dilihat sebagai bentuk Flexing kekayaan yang dapat menimbulkan kecemburuan sosial, rasa gengsi yang tinggi dan perekonomian individu.





	<p>15 Detik</p> <p>Kognisi Sosial</p>	<p>Video ini kemungkinan dibuat dengan tujuan untuk membangun citra atau self branding IndraKenz sebagai orang yang sukses, dan kaya.</p> <p>Penonton dibuat untuk merasa iri atau termotivasi untuk mencapai kesuksesan finansial dan gaya hidup mewah.</p> <p>Konten Video Tiktok ini juga dapat memperkuat stereotip bahwa mobil mewah dan gaya hidup mewah hanya dapat diakses oleh orang kaya.</p>
	<p>15 Detik</p> <p>Teks</p>	<p>Video ini menampilkan IndraKenz sedang makan di warung pinggir jalan dan menunjukkan mobil Ferrari Indra Kenz yang sedang parkir , menunjukkan interior dan eksterior mobil.</p> <p>Teks yang ditampilkan pun cenderung pamer dan menunjukkan gaya hidup yang mewah.</p> <p>Dan tujuannya untuk menebalkan stereotip bahwa mobil ferrari ini dapat dimiliki oleh orang kaya saja.</p>



KESIMPULAN

Flexing sebagai Bentuk Kekayaan Emosional, Flexing juga dapat digunakan sebagai bentuk kekayaan emosional. Dalam kasus Indra Kenz, ia menggunakan media sosial untuk menampilkan kekayaannya dan berbohong bahwa ia memiliki kekayaan yang tidak sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa flexing dapat digunakan sebagai strategi untuk mendapatkan kekayaan emosional dan meningkatkan status sosial. Flexing sebagai Bentuk Kekayaan Sosial, Flexing juga dapat digunakan sebagai bentuk kekayaan sosial. Dalam kasus Indra Kenz, ia menggunakan media sosial untuk menampilkan kekayaannya dan berbohong bahwa ia memiliki kekayaan yang tidak sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa flexing dapat digunakan sebagai strategi untuk mendapatkan kekayaan sosial dan meningkatkan status sosial. Dengan demikian, analisis wacana kritis Teun A. van Dijk menunjukkan bahwa fenomena flexing Indra Kenz di media sosial TikTok dapat dilihat sebagai strategi pemasaran, simbol, penipuan, kekayaan emosional, dan kekayaan sosial. Flexing digunakan untuk menarik followers, meningkatkan popularitas, menipu korban, dan mendapatkan kekayaan emosional dan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Hawwin Fitra Raharja, Tri Marhaeni Pudji Astuti, Hamdan Tri Atmaja, Puji Lestari, and Eko Handoyo. 2023. "Peran Pendidikan Karakter Untuk Menghadapi Tren Flexing Di Era Teknologi." *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS) 6(1): 369–74.*

Himmatul 'Ulyah, Moh. Edi Marzuki. 2023. "Fenomena Budaya Flexing Lesti – Bilar Dalam Relasinya Dengan Imitative Materialistik The Cultural Phenomenon of Lesti - Bilar Flexing in Relation to Materialistic Imitation." *Ilmiah Multimedia dan Komunikasi 8(2): 127–40.*

Khayati, Nur, Dinda Apriliyanti, Victoria Nastacia Suidiana, Aji Setiawan, and Didi Pramono. 2022. "Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural." *Jurnal Sosialisasi 9: 113–21.*

Pengaruh, Analisa, Flexing Di Media, Sosial Terhadap, Kehidupan Masyarakat, Roida Pakpahan, Donny Yoesgiantoro, Studi Program, et al. 2023. "Analysis of The Influence of Flexing In Social Media on Community Life." *Issue Period 7(1): 173–78.* Zeh, Miriam. 2020.

