



Analisis Komentar Negatif Kelangkaan Minyak Goreng pada Akun Instagram @megawatisoekarnoputri.id

Muthmainnah¹, Savira Noerrosolina², Rama Reinaldo Aran³, Farida Hariyati⁴

^{1,2,3,4}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah

Prof.Dr.Hamka, Jakarta, Indonesia

Email: ¹inamtmh24@gmail.com, ²saviranoerrosolina24@gmail.com, ³ramareinaldo2@gmail.com,

⁴farida@uhamka.ac.id

Abstract

Technology has progressed massively, providing people to access information very quickly. Some citizens, misuse these technological developments to slander others, they are not reflecting as good internet users, for the example they used sarcasm to comment on others to express their thoughts. This study aims to analyze negative comments on @megawatisoekarnoputri.id Instagram account which include: a) Form, b) Meaning, and c) Purpose. This research is descriptive qualitative research. The data were collected by analyzing Instagram comments from @megawatisoekarnoputri.id account. The data are all facts, words and sentences contained in the comments column of @megawatisoekarnoputri.id's Instagram account which contains negative elements. The data were collected using the method of reading and note-taking, especially the method of free reading with the following stages: 1. Search / data search, 2. Attention / listening and paying attention, 3. Copy paste / taking screenshots or copying, 4. Transcript / transcribing data. The data analysis technique utilized a qualitative descriptive technique with stages, including: 1. Identification, 2. Classification, 3. Description, 4. Analysis. The results of this research are: (1) The form of sarcasm consists of: word form and sentence form. (2) The purposes of sarcasm are: satirizing and swearing, insulting or mocking. (3) Sarcasm consists of several meanings contained in it such as: connotative meaning, denotative meaning, contextual meaning.

Keywords: Sarcasm, Content Analysis, Social Media, Instagram

Abstrak

Teknologi mengalami kemajuan yang besar, memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Namun sebagian masyarakat, menyalahgunakan perkembangan teknologi tersebut untuk menggunjing orang lain. Beberapa pengguna internet tidak mencerminkan sebagai pengguna internet yang baik, salah satunya yaitu penggunaan kalimat sindiran atau sarkasme yang digunakan dengan mengomentari orang lain untuk mengungkapkan isi pikiran mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komentar negatif pada akun Instagram @megawatisoekarnoputri.id yang meliputi: a) Bentuk, b) Makna, dan c) Tujuan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berasal dari aplikasi instagram milik akun @megawatisoekarnoputri.id. Data penelitian yaitu seluruh fakta, kata maupun kalimat yang terdapat di kolom komentar akun instagram milik @megawatisoekarnoputri.id yang mengandung unsur negatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode simak dan catat, khususnya metode simak bebas cakap dengan

tahapan yaitu: 1. *Search*/pencarian data, 2. *Attention*/menyimak serta memperhatikan, 3. *Copy paste*/melakukan tangkapan layar atau menyalin, 4. *Transcript*/transkrip data. Teknik analisis data menggunakan teknik deskriptif kualitatif dengan tahapan yaitu: 1. Identifikasi, 2. Klasifikasi, 3. Deskripsi, 4. Analisis. Hasil Penelitian ini: (1) Bentuk bahasa sarkasme terdiri dari: dalam bentuk kata dan bentuk kalimat. (2) Tujuan sarkasme yaitu: menyindir dan mengumpat, menghina atau mengejek. (3) Sarkasme terdiri dari beberapa makna yang terkandung di dalamnya seperti: makna konotatif, makna denotatif, makna kontekstual.

Kata kunci: Sarkasme, Analisis Isi, Media Sosial, Instagram

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi saat ini banyak mengalami kemajuan yang pesat, baik di bidang jaringan komunikasi, *hardware* maupun aplikasi dan infrastruktur lain yang bisa menunjang suatu sistem data tersebut menghadapi kemajuan serta perkembangan. Pertumbuhan jaringan komunikasi memiliki jangkauan yang cukup luas dengan banyaknya penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi menghadapi kemajuan, misalnya berkembangnya telepon seluler menjadi telepon pintar atau *smartphone*. Terciptanya *smartphone* atau layanan untuk pengguna yang menyediakan layanan berbicara, kemudian dikembangkan menjadi berbagai macam, mulai dari fitur *chat*, *browsing* dan layanan media sosial.

Perkembangan *smartphone* atau layanan bagi pengguna yang menawarkan layanan *speaking*/berbicara menyebabkan munculnya sejumlah kategori yang berbeda, termasuk kemampuan *chatting*, opsi *browsing*, dan layanan jejaring sosial. Kehadiran media komunikasi itu sendiri dipengaruhi oleh tahapan pertumbuhan komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Fase-fase tersebut, menurut Rogers, meliputi zaman ketika orang berkomunikasi melalui media tertulis ("waktu menulis"), media cetak ("waktu pencetakan"), komunikasi berbantuan teknologi ("waktu telekomunikasi"), dan masa ketika media menjadi lebih interaktif daripada di masa lalu (waktu komunikasi interaktif) (Dewi, 2019).

Media adalah pusat kendali dengan koneksi dan kemampuan komunikasi yang memberikan pengguna akses ke jaringan global (*global network*). Dengan munculnya internet, media juga telah berkembang pesat sebagai aspek teknologi informasi, meskipun berbeda dari situs web dan konten karena tidak mengubah perilaku orang. Menurut Harold D Laswell (Dewi, 2019), fungsi media terbagi menjadi tiga. Pertama, media berfungsi memberikan informasi kepada masyarakat tentang hal-hal yang tidak dapat mereka lihat. Kedua, berfungsi untuk memilih, mengevaluasi, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh. Ketiga, berfungsi untuk menyampaikan nilai-nilai dan warisan sosial budaya kepada masyarakat. Media yang saat ini sering kita gunakan yaitu media massa. Banyak pilihan media massa yang dapat digunakan, tergantung tujuan dan target penerima pesannya. Adanya media massa menciptakan sebuah komunikasi dengan jangkauan yang luas atau menjadi komunikasi massa. Komunikasi Massa (*Mass Communication*) merupakan proses pertukaran informasi yang memakai media massa, bisa berupa cetak (Pesan, Berita, Majalah) atau elektronik (Radio, TV) yang diurus oleh suatu lembaga ataupun orang yang dilembagakan, diperuntukan kepada seberapa luas orang yang tersebar di berbagai tempat. (Qadaruddin, 2013). Komunikasi massa merupakan sebuah proses penyampaian pesan, dalam bentuk verbal atau nonverbal dengan jumlah publik yang luas dan biasanya membutuhkan internet sebagai penghubung dengan komunikatornya.

Media sosial merupakan media massa paling populer yang saat ini banyak digunakan dan diminati. Salah satu media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi secara online

adalah media sosial, yang hadir dalam bentuk aplikasi. Media sosial yang digunakan oleh warganet ada bermacam-macam, mulai dari Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, dan Tiktok. Dengan banyak pilihan media sosial tidak jarang *netizen* memiliki semua akun pada media sosial tersebut. Menurut McQuail (Luqyana, 2018) Adapun beberapa faktor pendorong mengapa media sosial dianggap penting yaitu: faktor informasi, identitas personal, faktor integratif dan interaksi sosial, faktor hiburan.

Penggunaan media sosial di Indonesia hadapi kenaikan yang signifikan. Bersumber pada data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Katadata *Insight Center* (KIC) 2022, WhatsApp menempati posisi utama dalam aplikasi media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia sehari-hari. Ada 10 ribu responden yang disurvei, sebanyak 72,5% responden menggunakan WhatsApp lebih dari 2 jam/hari. Sedangkan Facebook mayoritas 58,6% penggunaannya menggunakan media sosial itu kurang dari 2 jam/hari. Kemudian responden yang menggunakan Line kurang dari 2 jam/hari mencapai 75,5%, Twitter 73,3%, Telegram 69,9%, Instagram 57,6%, Youtube 54,9%, dan Tik Tok 52,6%. Informasi tersebut menampilkan terbentuknya kenaikan pemakaian internet oleh warga.

Maraknya penggunaan media sosial, memunculkan sebuah istilah baru bagi para penggunaannya. Istilah ini dinamakan dengan sebutan “*Netizen*” yang merupakan seorang pengguna media sosial. Menurut (Dewi, 2019) *Netizen* adalah sebutan untuk orang-orang yang ikut serta aktif pada komunitas *online* atau internet secara *online*. Penafsiran *Netizen* secara harfiah merupakan “masyarakat internet”. Sebutan *netizen* dibangun dari 2 kata: *internet* serta *citizen* (masyarakat). Dengan demikian, dapat disimpulkan jika *netizen* merupakan pengguna internet aktif dalam berbicara, menghasilkan komentar, bekerjasama di media *internet* seperti Facebook, Twitter, Blogger dan “aktivis” media sosial yang lain termasuk dalam jenis *netizen*. Mereka mempunyai hak bebas untuk menampilkan diri dalam media massa. Melalui media tulis serta lisan, seseorang *netizen* senantiasa berusaha menunjukkan jati diri mereka serta menampilkan eksistensinya di dunia maya.

Bersikap santun di media sosial merupakan suatu hal yang penting. Hal ini didorong oleh hasil survei pengguna media sosial yang mengalami peningkatan pengguna tiap tahunnya. Salah satu yang menjadi karakteristik khas dari *netizen* yaitu pemakaian bahasa yang digunakannya. Menurut Sandra & Dewi dalam (Kusmanto, 2019) menyebutkan bahwa dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa etika komunikasi yang baik di media sosial adalah tidak menggunakan kata-kata kasar, provokatif, cabul atau rasis; jangan mengunggah postingan atau status palsu; jangan menyalin dan menempelkan artikel atau gambar berhak cipta dan memberikan umpan balik yang relevan. Media massa menjadi ruang bebas untuk berkomunikasi, sehingga ada pula orang-orang yang menggunakan kalimat negatif dalam mengkomunikasikan gagasannya. Maka dari itu diperlukan adanya kesantunan berbahasa dalam bermedia sosial.

Setiap orang memiliki kebebasan dalam berpendapat namun seringkali pemilihan kata yang digunakan kurang baik dan sopan, salah satu contohnya yaitu sarkasme. Sarkasme adalah jenis tindak tutur dengan “lelucon” untuk mencibir dan menyakiti hati. Sarkasme ialah tipe bahasa yang memiliki celaan apalagi dapat berupa kalimat menghina yang kurang sopan didengar oleh lawan bicara (Anshari et al. 2018). Penggunaan bahasa sarkastik dari sudut pandang *netizen* untuk mengkritik selalu menyimpang dari kaidah kesopanan (Nugraha, 2017). Pemakaian bahasa sarkasme di gunakan oleh para *netizen* tersebut seolah jadi ciri tertentu. Dampaknya *netizen* kerap dinilai negatif karena bahasa yang digunakan kurang santun dalam menyampaikan pendapatnya. Mulanya pendapat kurang baik para menjadi jargon tertentu yaitu “*netizen* senantiasa benar ataupun *netizen* maha benar” (Inderasari et al., 2019).

Penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu oleh (Inderasari et al., 2019) Persamaan penelitian ini ada pada unit yang diteliti, yaitu komentar di Instagram. Berdasarkan penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan bahasa sarkasme komentar netizen dalam akun Instagram Lambe Turah mengarah pada pelanggaran terhadap prinsip kesopanan berbahasa yang meliputi maksim kebijaksanaan, kemurahhatian, penerimaan kerendahan hati, kecocokan dan kesimpatian. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan analisis komentar negatif pada akun Instagram @megawatisoekarnoputri.id akibat membuat suatu pernyataan kontroversial di depan publik. Manfaat penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan kontribusi dalam pertumbuhan teori linguistik pada umumnya dan sebagai contoh komentar negatif pada media sosial Instagram.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Jejaring sosial adalah jenis media sosial dan bagian dari media baru. Kita dapat mengamati bahwa ada banyak pengguna media sosial yang aktif. Menurut Wikipedia, media sosial mengacu pada platform media *online* seperti blog, wiki, forum, dan dunia maya yang memudahkan pengguna untuk berkumpul, terlibat, dan menghasilkan informasi. (Ulfatun et al, 2021)

Definisi lain oleh (Rahmadhany et al. 2021) dapat disimpulkan bahwa media sosial ialah sebuah produk media digital untuk menghubungkan manusia dan manusia, atau menjadikan zona komputerisasi untuk masyarakat dalam berkirim pesan dan berinteraksi.

Dengan bermedia sosial penutur bisa berkomunikasi dan saling berbagi info dengan banyak orang tanpa patut bertatap muka atau (*face to face*). penutur juga bisa memakai simbol atau *emoticon* untuk menyingkat pesan sebagai wujud ekspresi diri (Nuralifa et al., 2021)

Pengguna media sosial bisa mengakses kapan saja dan dimana saja, selain bisa diakses melewati komputer bisa diakses lewat *mobile/smart phone* (Untari et al. 2018)

Instagram

Menurut (Tarwiyati & Sabardila, 2020) Instagram adalah perangkat lunak untuk berbagi foto sekaligus video yang tengah populer dikalangan masyarakat. Melalui Instagram seseorang bisa mengupload foto ataupun video yang dibagikan terhadap pengikutnya.

Dikutip dari (Ulfatun, 2021) Seperti kamera polaroid, yang pada saat itu lebih dikenal sebagai "foto instan," kata "insta" berasal dari kata "instan." Instagram memiliki kemampuan untuk menampilkan foto secara instan, bahkan polaroid. Adapun "*gram*," itu berasal dari kata "*telegram*," yang sistemnya digunakan untuk mengkomunikasikan informasi dengan cepat kepada orang lain. Serupa dengan ini, Instagram memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan gambar menggunakan jaringan *online* sehingga informasi yang diberikan dapat langsung diakses. Instagram dengan demikian merupakan aplikasi dari istilah "instan" dan "*telegram*". Sedangkan (Kholifah et al. 2020) menjelaskan Instagram ialah media yang sering kali terdapat dengan fitur yang berpusat pada gambar dan video, tak seperti facebook yang lebih dulu timbul dengan fitur lebih bebas dan lebih fleksibel dalam pemakaiannya..

Sarkasme

Ekspresi kasar, juga disebut sebagai sarkasme, yaitu majas yang menggabungkan kata-kata kotor dengan cercaan yang kurang sopan untuk didengar dan dapat menyebabkan miskomunikasi antara pembicara dan lawan bicara. Kata "sarkasme" berasal dari kata Yunani "sarkasmos," yang berarti "menggigit bibir karena marah" dalam referensi kasar

untuk sinisme majas dan ironi majas. Bahasa sarkastik biasanya digunakan untuk mengolok-olok orang lain. (Sucikaharti et al., 2011).

Menurut (Setiawan, 2018) Sarkasme bisa pula dikatakan sebagai gaya bahasa yang mengandung kepahitan yang kurang bagus didengar maupun dibaca. Kemudian adapun ciri utama gaya bahasa sarkasme adalah senantiasa mengandung kepahitan dan celaan yang getir, menyakiti hati dan kurang enak didengar (Anshari & Hafiz, 2018). Mengamati fenomena-fenomena yang sering kali kita lihat bagaimana bebasnya pengguna media sosial dalam menerapkan bahasa tanpa ada batasan, sehingga banyak ditemukan beragam variasi tuturan. Tuturan yang negatif maupun yang positif. Dan salah satu wujud tuturan yang paling banyak ditemukan ialah tuturan yang bersifat sarkasme. (Ulfatun, 2021).

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu institusi atau orang yang melembagakan dan dimaksudkan terhadap sejumlah besar orang yang tersebar di banyak, anonim dan *heterogeny* (Tambunan, 2018).

Definisi lain berdasarkan (Kurniawan & Yulistyo, 2018) Agar pesan yang sama dapat diterima secara bersamaan dan sesaat oleh sejumlah besar audiens yang tersebar, heterogen, anonim, komunikasi massa adalah proses di mana media menyebarkan pesan kepada publik secara luas. Komunikasi massa juga disebut sebagai bentuk komunikasi. Tujuan komunikasi massa bukan hanya untuk menginformasikan kepada khalayak tentang sesuatu, tetapi juga untuk memungkinkan mereka mengalaminya setelah mempelajarinya (Kunci et al., 2019).

Analisis Isi (Content Analysis)

Penelitian yang mengeksplorasi isu-isu yang termasuk dalam jaringan media massa disebut analisis konten, dan jaringan media itu sendiri berfungsi sebagai objek penelitian. Setiap objek yang diperiksa akan diberi interpretasi setelah dimasukkan ke dalam bentuk atau simbol. Namun, dengan media audio saja, harus didengar secara konsisten dan ditanggapi secara tertulis. Hal yang sama berlaku untuk media visual. Tujuannya adalah untuk menjadi terbiasa dengan karakteristik setiap pengiriman. Dengan memantau konteksnya, analisis isi merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan penilaian yang bermakna dan dapat ditiru. (Gusti Yasser Arafat, 2018)

Berdasarkan Holsti, metode analisis isi ialah suatu teknik untuk mengambil inti sari dengan mengidentifikasi beragam karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis. Objektif berarti berdasarkan regulasi atau prosedur yang jika dilakukan oleh orang peneliti lain bisa menciptakan kesimpulan yang serupa. Sistematis artinya penetapan isi atau klasifikasi dilaksanakan berdasarkan metode yang digunakan secara tetap, mencakup penjaminan seleksi dan pengkodean data supaya tak bias. Generalis artinya penemuan mempunyai acuan teoritis (Zuchdi & Afifah, 2019).

METODE

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengumpulkan sebuah informasi yang aktual, sistematis dan akurat. Penelitian ini berusaha untuk menjawab permasalahan yaitu untuk mengetahui bagaimana bentuk, tujuan dan makna komentar negatif kelangkaan minyak goreng pada akun Instagram @megawatisoekarnoputri.id. Sumber data yang diperoleh berasal dari media sosial Instagram khususnya akun milik ketua mantan presiden Indonesia Megawati Soekarno Putri. Data yang dikumpulkan berasal dari komentar-komentar netizen yang bersifat sarkasme pada beberapa postingan @megawatisoekarnoputri.id terkait kelangkaan

minyak goreng pada 5 postingan sejak 6 Januari 2022 hingga 16 Maret 2022 dengan mengikuti alur penelitian agar menghasilkan data yang akurat. Penelitian ini berlangsung selama 6 bulan, mulai dari Maret 2022 hingga Agustus 2022.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode simak dan catat, khususnya metode simak bebas cakap dengan tahapan yaitu:

1) *Search*/pencarian data, 2) *Attention*/menyimak serta memperhatikan, 3) *Copy paste*/melakukan tangkapan layar atau menyalin, 4) *Transcript*/transkrip data.

Disimpulkan menurut Winartha dalam (Fitriyah & Yuniseffendri, 2021) mengungkapkan bahwa teknik deskriptif kualitatif adalah acara yang dipakai untuk menganalisa, mengilustrasikan, dan menyimpulkan situasi dan keadaan dari bermacam-macam data yang dibuat dari pelaksanaan wawancara pengamatan kepada problem/ fenomena yang terjadi dengan tingkatan sebagaimana dalam bagan berikut:

1) Identifikasi, 2) Klasifikasi, 3) Deskripsi, 4) Analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL TEMUAN

Pada bagian ini merupakan hasil dari analisis data bahasa sarkasme netizen pada komentar postingan Instagram @megawatisoekarnoputri.id pada kasus kelangkaan minyak goreng pada tanggal 6 Januari 2022 hingga 16 Maret 2022.

1). Bentuk Bahasa Sarkasme

Pada kolom komentar akun Instagram Megawati Soekarno Putri ditemukan komentar negatif yang mengarah pada bahasa sarkasme. Ada dua jenis bentuk Bahasa sarkasme adalah kata dan kalimat. Kalimat adalah konstruksi linguistik yang terdiri dari sekelompok kata yang dapat berdiri sendiri dan menyampaikan makna penuh, sedangkan kata adalah morfem atau kombinasi morfem yang dapat berdiri sendiri. Frasa yang ditemukan harus memiliki unsur ironis, seperti mengejek, menyindir, menghina, dan lain sebagainya. Berikut data yang ditemukan:

A. Bahasa sarkasme dalam bentuk kata:

1) @zyrf_ : Jahanam

Kata jahanam bisa masuk kedalam dua kategori yaitu kelas kata verba dan kata nomina.

2) @muhamadwahyudi25 : Kentut

Kata kentut adalah kelas kata nomina atau kata benda.

3) @ceritalaraas : Menyeramkan

4) @dinkartika_ : Hadeh

Kata menyeramkan dan hadeh/aduh/payah adalah kelas kata adjektiva atau kata sifat

5) @pinn.agr : Rebussss

Kata rebus adalah kelas kata verba atau kata kerja.

B. Bahasa sarkasme dalam bentuk kalimat

Berdasarkan fungsinya, kalimat - kalimat dibawah ini masuk pada kategori kalimat seru atau seruan, sebagai berikut:

1) @muhammad_andrian2006 : semenjak ibu bicara tentang minyak goreng!! emak saya buat donat direbus

2) @bro_rendra : BACOT TUA! @megawatisoekarnoputri.id

3) @kimon : YAH ELAH LU BICARA GTU KAARNA UDAH DI ATAS !

4) @valyn_gtg : Semangatt ayo kita merebussss!!!

Kalimat – kalimat dibawah ini termasuk pada kategori kalimat pernyataan atau berita, sebagai berikut:

- 5) @heri_dermawannn : Calon penghuni neraka jalur prestas
- 6) @herlinda_novia : Jangan sok berwibawa Anda itu, bicara aja nggk berbobot.
- 7) @kouheire : Udah tua malah suka bikin Indonesia hancur, nek nek, ingat umur
- 8) @zuhdian_cazper : Rakyat makan pakai minyak goreng anda makan pakai uang rakyat
Kalimat – kalimat dibawah ini termasuk pada kategori kalimat tanya, sebagai berikut:
- 9) @raihan.alghifari.1656 : Org Kyk gini kok bisa jadi Presiden dlu?
- 10) @heri_dermawannn : Bu, mau tanya kenapa ibu Megawati keras kepala? Apa sukanya sama brondong" luar Bu?
- 11) @tahu_bulat98 : Klo berlindung di balik sosok nama besar bung Karno gimana tuh Bu?
- 12) @hidayatfajar2205 : Apa yg kau telah berikan kepd negri ini?????. Sebatas bikin kisruh & ruwet rakyat

Berdasarkan data yang dianalisis di atas, komentar tersebut masuk pada kategori bahasa sarkasme karena mengandung kebencian dan hinaan yang dapat menyakiti hati orang yang dituju. Setelah dianalisis tidak terdapat komentar dengan kategori kalimat ajakan.

2). Makna Bahasa Sarkasme

A. Makna Konotatif

Makna Konotatif merupakan suatu kata yang memiliki konotasi. Makna tersebut memiliki dua jenis diantaranya positif dan negatif. Dalam data ini hanya ditemukan Makna Konotatif negatif.

1) @heri_dermawannn : Calon penghuni neraka jalur prestasi.
"Calon penghuni neraka jalur prestasi" merupakan kalimat yang ditujukan kepada Megawati dikarenakan pernyataannya dan diksi tersebut memiliki makna konotatif. Calon penghuni neraka yang dimaksud yaitu sekelompok manusia yang akan disiksa di akhirat akibat perbuatannya di dunia sangat merugikan orang-orang di sekitarnya. Kemudian, jalur prestasi dimaksud karena Megawati memiliki prestasi atau bakat dan minat yang memenuhi persyaratan untuk masuk neraka.

2) @tahu_bulat98 : Klo berlindung di balik sosok nama besar bung Karno gimana tuh Bu?

"Klo berlindung di balik sosok nama besar bung Karno gimana tuh Bu?"

Kalimat "berlindung di balik nama besar bung Karno" memiliki makna konotatif karena bertujuan untuk menyinggung Megawati sebagai anak dari bung Karno.

3) @hidayatfajar2205 : Apa yg kau telah berikan kepd negri ini?????. Sebatas bikin kisruh & ruwet rakyat

Kalimat tersebut memiliki makna konotatif dikarenakan hanya membuat "kisruh dan ruwet" masyarakat. Kisruh sendiri memiliki arti sebagai kekacauan, sedangkan ruwet adalah sulit.

4) @raihan.alghifari.1656 : Org Kyk gini kok bisa jadi Presiden dlu?

Kemudian, kalimat "Org kyk gini kok bisa jadi Presiden dlu?" mempunyai makna konotatif.

Karena tindakan dari Megawati sebelumnya tidak mencerminkan sebagai pejabat yang baik.

5) @heri_dermawannn : Bu, mau tanya kenapa ibu Megawati keras kepala? Apa sukanya sama brondong" luar Bu?

Kalimat "Bu, mau tanya kenapa ibu Megawati keras kepala? Apa sukanya sama brondong & quote; luar bu?" memiliki makna konotatif. Dikarenakan pernyataannya yang seakan-akan seperti tidak mau menurut nilai-nilai sosial yang berlaku.

6) @kimon___ : YAH ELAH LU BICARA GTU KAARNA UDAH DI ATAS !!

Diksi ini memiliki makna konotatif. Dikarenakan "UDAH DI ATAS," dimaksud ialah sudah menjadi pejabat, namun bertindak atau berkata semena-mena.

7) @ceritalaraas : Menyeramkan

Pilihan kata tersebut berasal dari seram dan memiliki makna konotatif. Berangkat dari pernyataan Megawati yang seolah-olah menyeramkan menurut akun @ceritalaraas.

8) @dinkartika_ : Hadeh

Pilihan kata ini memiliki makna konotatif dan ini tidak memiliki arti di KBBI, namun melalui beberapa sumber media sosial di Indonesia “Hadeh” artinya untuk mengungkapkan sebuah kekecewaan.

9) @zyrf_ : Jahanam

Pilihan kata “Jahanam” memiliki makna konotatif dan artinya untuk mengungkapkan rasa kesal atau emosi kepada seseorang.

10) @muhamadwahyudi25 : Kentut

Pilihan kata “Kentut” memiliki makna konotatif dan artinya gas yang berbau busuk keluar dari anus. Namun pilihan kata tersebut juga bisa digunakan sebagai hinaan atau ejekan kepada seseorang.

B. Makna Denotatif

Makna Denotatif ialah makna yang bersifat alamiah atau apa adanya. Dalam data ini hanya ditemukan Makna Denotatif negatif.

11) @kouheire : Udah tua malah suka bikin Indonesia hancur, nek nek, ingat umur

Pilihan kata “Ingat umur,” memiliki makna denotatif. Ungkapan tersebut untuk memperingatkan seseorang yang sudah tua.

12) @zuhdian_cazper : Rakyat makan pakai minyak goreng anda makan pakai uang rakyat.

Pilihan kata “Uang rakyat,” memiliki makna denotatif. Ungkapan tersebut artinya uang negara.

13) @bro_rendra : BACOT TUA! @megawatisoekarnoputri.id

Pilihan kata “Bacot,” memiliki makna denotatif. Ungkapan tersebut berasal dari bahasa Jawa yang artinya mulut atau banyak mulut.

14) @herlinda_novia : Jangan sok berwibawa Anda itu, bicara aja nggak berbobot.

Pilihan kata “Nggak berbobot,” memiliki makna denotatif. Ungkapan tersebut artinya tidak bermutu atau tidak ada isinya.

C. Makna Kontekstual

Makna Kontekstual adalah makna yang timbul sesuai dengan konteksnya.

15) @muhammad_andrian2006 : semenjak ibu bicara tentang minyak goreng!! emak saya buat donat direbus.

16) @valyn_gtg : Semangatt ayo kita merebussss!!!

17) @pinn.agr : Rebussss

Diksi dari 3 kalimat di atas yaitu “Rebus,” berangkat dari pernyataan Megawati sebelumnya terkait permasalahan minyak goreng di Indonesia.

3). Tujuan Bahasa Sarkasme

1) Menghina atau mengejek

- @r.ardola : "Itu tempe direbus apa dikukus ibu? Atau dibumbu rujak, rujak congor mungkin"

- @yyyaa_ina : "Nenek Megatron mending mikir rebusan2 daripada berkata-kata bijak. Nggak pantes soalnya nek @megawatisoekarnoputri.id"

Komentar tersebut termasuk dengan kalimat yang mengandung unsur hinaan dan juga sindiran. kalimat yang mengandung kata hinaan yaitu pada kalimat “Nenek Megatron mending mikir rebusan2 daripada berkata-kata bijak”. Pada akun tersebut, ia menghina dengan perasaan yang kesal dan juga marah.

2) Menyindir dan mengumpat

- @aksoneotech : "@megawatisoekarnoputri.id WOW 😏 😏, Pasti makanan nya direbus semua ya nek??"

- @faizal_7x : "Makananya di rebus gak tuh...? Awas kalau di goreng wkw"

Komentar pada dua akun tersebut mengandung unsur yang bersifat menyindir dan mengumpat. Kalimat tersebut dapat kita lihat pada sorotan dari komentar akun @aksoneotech dan juga @faizal_7x yang berkomentar dengan maksud mengumpat serta menyindir.

3) Menyindir

- @ka_aima : "Bude mega msknya pakek minyak solar,benzin oli kotor,tmbh sehat untk seluruh tubuh,biar gk berani semua virus menular k tubuh mlh,menjauh semua virus.tmbh baik untk kesehatn ya bude Mega...ngomong aj udh tesengok"ni bude Mega hei hei hussssss"

- @handa_wahyu : "Buuuu tutoriall goreng ikan tanpa minyak dong bu"

- @zuhdian_cazper: "Rakyat makan pakai minyak goreng anda makan pakai uang rakyat" Kalimat yang dilontarkan oleh ketiga akun tersebut termasuk ke dalam kalimat yang bersifat menyindir. dimana bisa dilihat dari kalimat pada salah satu akun yaitu @handa_wahyu yang menyebutkan "Buuuu tutoriall goreng ikan tanpa minyak dong bu". akun tersebut menyindir dengan maksud tertentu dan dengan permasalahan yang sedang terjadi.

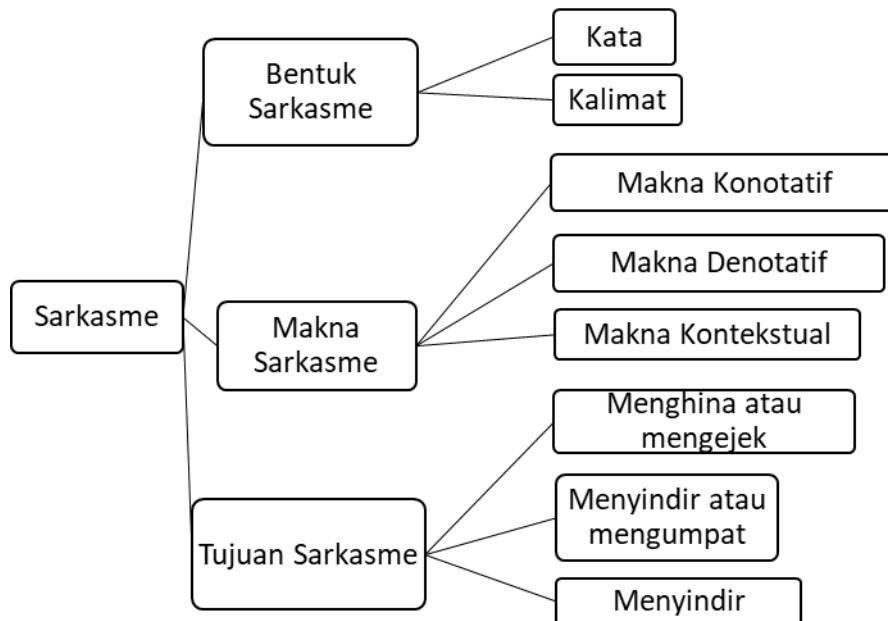
PEMBAHASAN

Dari hasil menyimak dan menganalisis kolom komentar Instagram @megawatisoekarno.id maka peneliti gambarkan bahwa adanya penggunaan gaya bahasa sarkasme yang dikirimkan dalam kolom komentar oleh *netizen*. Komunikasi dilakukan melalui kolom komentar Instagram, Instagram adalah salah satu media sosial untuk melakukan komunikasi massa. Netizen secara bebas menuangkan opini nya didalam media sosial, salah satunya opini yang menggunakan bahasa sarkasme.

Data komentar yang dikoleksi memiliki unsur sarkasme sesuai dengan definisinya yaitu kasar, menyakiti dan mengolok-olok. Hal ini senada dengan opini oleh (Ulfatun, 2021) Sarkasme adalah sejenis karya bahasa yang mengandung 'olok-olok atau sindiran pedas dan menyakiti hati.

Hasil analisis dari penelitian ini membuktikan bahwa bahasa sarkasme yang ditemukan dalam masyarakat Indonesia memiliki bentuk, makna, dan tujuan yang beragam. Penemuan ini dapat diterapkan dalam dunia pendidikan bahasa Indonesia, khususnya kajian semantik pada bab perubahan makna kata karena faktor nonkebahasaan seperti kata "jahanam, kentut, hadeh". Selain pada bidang semantik, bahasa sarkasme netizen juga dapat diterapkan dalam bidang pragmatik yaitu kesantunan berbahasa dan ketidaksantunan berbahasa. Bahasa sarkasme yang digunakan oleh netizen merupakan contoh pelanggaran kesantunan berbahasa tulis karena telah melanggar maksim-maksim yang ada di dalamnya seperti maksim kebijaksanaan, kedermawanan, pujian, kerendahan hati, kesepakatan, dan simpati. Sarkasme dinilai menyimpang dari maksim-maksim tersebut karena bahasanya hanya memuat olok-olok, cacian, hujatan, hinaan, dan umpatan yang sangat bertolak belakang dengan prinsip-prinsip kesantunan berbahasa.

Mengenai gambaran sarkasme sesuai data dalam komentar pada akun Instagram @megawatisoekarno.id maka penggambarannya sebagai berikut:



Bagan I. Bentuk, Makna, dan Tujuan Sarkasme

PENUTUP

Akun Instagram @megawatisoekarno.id, peneliti menemukan banyak sekali penggunaan gaya bahasa sarkasme oleh *netizen* pada kolom komentarnya. Dalam hal ini, proses komunikasinya dilakukan melalui platform Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat berfungsi untuk melakukan komunikasi massa. Di sisi lain, netizen bisa memberikan pendapatnya di seluruh media sosial dan salah satunya dengan menggunakan bahasa sarkasme. Sarkasme merupakan sejenis bahasa yang bisa menyinggung perasaan seseorang.

Hasil analisis dari penelitian ini menemukan bahwa bahasa sarkasme memiliki pengertian dan tujuan yang beragam. Penemuan ini juga bisa dilaksanakan di dunia pendidikan bahasa Indonesia, khususnya pada bidang semantik dan pragmatik karena terdapat faktor non kebahasaan serta nilai kesantunan maupun ketidaksantunan dalam berbahasa.

Bahasa yang digunakan oleh netizen pada akun Instagram tersebut merupakan contoh pelanggaran kesantunan berbahasa karena melanggar maksim-maksim yang ada. Mulai dari maksim kebijaksanaan, kederawanan, pujian, kerendahan hati, kesepakatan, dan simpati. Sarkasme juga dinilai hanya memuat hinaan, cacian, dan olok-olok yang sangat menyimpang dari prinsip-prinsip kesantunan bahasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, F., & Hafiz, A. (2018). Bahasa Sarkasme dalam Berita Olahraga-Studi Kasus Bolatary.com. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 02(01).
- Dewi, M. S. R. (2019). Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam). *Research Fair Unisri*, 3(1), 139–142.
- Fitriyah, M. N., & Yuniseffendri. (2021). bahasa sarkasme warganet dalam komentar akun instagram Puan Maharani dan DPR RI. *Bapala*, 8(4), 112–119.

- Gusti Yasser Arafat. (2018). Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis Gusti Yasser Arafat UIN Antasari Banjarmasin. *Jurnal Alhadrah*, 17(33), 32–48. <https://jurnal.uin-antasari.ac.id>
- Inderasari, E., Achsani, F., & Lestari, B. (2019). BAHASA SARKASME NETIZEN DALAM KOMENTAR AKUN INSTAGRAM “LAMBE TURAH.” *Semantik*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.22460/semantik.v8i1.p37-49>
- Kholifah, U., & Sabardila, A. (2020). Analisis Kesalahan Gaya Berbahasa Pada Sosial Media Instagram Dalam Caption dan Komentar. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 15(3), 352–364. <https://doi.org/10.14710/nusa.15.3.352-364>
- Kunci, K., Massa, K., & Ahmad Dahlan, U. (2019). *Efektivitas Komunikasi Massa Pasangan Jokowi-Ahok Sebelum dan Sesudah Pilkada DKI Jakarta Tahun 2012 Intan Rawit Sapanti*. <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL>
- Kurniawan, R., & Yulistyo, D. (2018). *Analisis Penggunaan Cerita Rakyat Bengkulu Dalam pembelajaran Retorika/Komunikasi Massa*.
- Kusmanto, H. (2019). PERWUJUDAN TINDAK KESANTUNAN BERKOMENTAR PADA WACANA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (The embodiment of Politeness Acts Commenting on Instagram Social Media Discourse). *Sawerigading*, 25(2), 119. <https://doi.org/10.26499/sawer.v25i2.640>
- Luqyana, W. A. (2018). *Instagram Dengan Metode Klasifikasi Support Vector Machine*. <http://repository.ub.ac.id/13396/>
- Nuralifa, Rahim, Abd. R., & Muhdina, D. (2021). Penggunaan Bahasa pada Media Sosial (Medsos): Studi Kajian Pragmatik. *Gema Wiralodra*, 12(2), 305–319.
- Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Informasi Pemasaran Produk. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 320–326. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.250>
- Setiawan, E. (n.d.). *PENGUNAAN GAYA BAHASA SARKASME PADA KOMUNITAS MOTOR*.
- Sucikaharti, A., Hidayah, Y., Anshori, D. S., & Indonesia, U. P. (2011). *Kajian Prinsip Kesantunan Berbahasa Pada Komentar Pemanfaatannya Sebagai Bahan Ajar*. 2, 62–66.
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v4i1.1475>
- Tarwiyati, P. A., & Sabardila, A. (2020). Bahasa Sarkasme Warganet dalam Berkomentar pada Akun Instagram @Aniesbaswedan. *Jurnal Literasi*, 4(2), 157–168.
- Ulfatun, U. (2021). Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial Instagram. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 7(2), 411–423. <https://doi.org/10.30605/onoma.v7i2.1255>
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>

Zuchdi, D., & Afifah, W. (2019). *Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory, dan Hermeneutika Dalam Penelitian* (Pertama). PT Bumi Aksara.