



REPRESENTASI BENTUK SARKASME PADA KOLOM KOMENTAR TIKTOK

Nur Halifah¹, Andi Syukri Syamsuri², Abdul Wahid³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Makassar

Corresponding author: lifahh050602@gmail.com

Info Artikel

Submit: 2 Mei
2024

Accepted:
15 Mei 2024

Publish: 30 Mei
2024

Keywords:
gaya Bahasa,
sarkasme, tiktok

© 2024
Education and
Talent
Development
Center of Indonesia
(ETDC Indonesia)
Under the license
CC BY-SA 4.0



Abstrak

Penelitian ini bertujuan menyelidiki bentuk-bentuk sarkasme yang muncul dalam kolom komentar TikTok. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisis cara pengguna TikTok memanfaatkan bahasa, emotikon, dan konteks sosial untuk menyampaikan pesan sarkastik. Data dikumpulkan dari komentar-komentar pada berbagai video TikTok yang menunjukkan penggunaan sarkasme, dan kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi jenis-jenis sarkasme yang muncul. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa sarkasme di kolom komentar TikTok bervariasi dalam bentuk dan penggunaan, yang mencerminkan dinamika komunikasi digital di platform tersebut. Penemuan ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana kolom komentar TikTok berfungsi sebagai media ekspresi sarkastik, serta dampaknya terhadap interaksi sosial dan pemahaman konten di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai komunikasi digital dan penggunaan sarkasme dalam konteks media sosial saat ini, serta berkontribusi pada pengembangan kurikulum Merdeka dalam pembelajaran bahasa.

1. Pendahuluan

Gaya bahasa, atau style, merujuk pada cara seseorang menggunakan bahasa dalam bertutur atau menulis, dengan tujuan mencapai efek tertentu melalui pemakaian ragam bahasa yang khas. Hasan (dalam Murtono, 2010:15) menjelaskan bahwa gaya bahasa mencakup keseluruhan ciri-ciri bahasa dari sekelompok penulis sastra serta cara khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan,

baik dalam bentuk tulisan maupun lisan. Keraf (dalam Murtono, 2010:15) menambahkan bahwa gaya bahasa juga mencerminkan cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa yang unik, mencerminkan jiwa dan kepribadian penulis atau pemakai bahasa tersebut. Gaya bahasa bisa bersifat individu, yang dikenal sebagai idiolek, atau bersifat kelompok, yang dikenal sebagai dialek. Melalui gaya bahasa, kita dapat menilai pribadi, karakter, dan kemampuan seseorang atau masyarakat.

Dalam konteks sarkasme, Sperber dan Wilson (dikutip dalam Tsoory dkk, 2005:288) menyebutkan bahwa sarkasme biasanya digunakan untuk menyampaikan kritik implisit terhadap pendengar atau situasi. Menurut teori Elizabeth Camp (2011), ada tiga jenis sarkasme: sarkasme proposisi, sarkasme leksikal, dan sarkasme ilokusi. Penelitian ini akan fokus pada analisis gaya bahasa sarkasme berdasarkan ketiga jenis tersebut—proposisi, leksikal, dan ilokusi—dalam kolom komentar media sosial TikTok selama kampanye presiden 2024, dari akhir tahun 2023 hingga Januari 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana gaya bahasa sarkasme diungkapkan dalam komentar TikTok, terutama yang mengandung makna kasar, emosi yang meluap, dan penegasan atas ucapan atau tindakan tertentu.

Sarkasme sering digunakan dalam berbagai bentuk ungkapan bernada sindiran, cibiran, kritikan, hingga olok-olokan. Anshari dan Al (2018) menjelaskan bahwa sarkasme adalah gaya bahasa yang dapat mengandung celaan atau hinaan yang tidak nyaman didengar oleh lawan tutur. Selain dalam bentuk kata, sarkasme juga dapat muncul dalam frasa, kalimat, bahkan dalam bentuk gambar dan video dengan tujuan tertentu. Fenomena ini juga mencerminkan bahwa teks dapat menjadi media untuk mengunggulkan diri dan memarjinalkan kelompok lain (Mujiyanto, 2018:157).

Media sosial, sebagai media baru yang memanfaatkan teknologi komunikasi digital, memainkan peran penting dalam penyampaian informasi. Menurut Hanana, Anindya, dan Elian (2020), media sosial menghubungkan berbagai individu dengan latar belakang yang berbeda, termasuk sifat, karakter, budaya, dan gender. McQuail (2011) menekankan bahwa media baru selalu terhubung dengan digitalisasi dan ketersediaan luas untuk penggunaan pribadi. Fenomena penggunaan sarkasme di media sosial seperti TikTok menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami berbagai bentuk penggunaan bahasa sarkasme dalam komentar. Penelitian ini penting untuk memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai gaya bahasa yang santun kepada pengguna bahasa di platform media sosial.

Meskipun penelitian tentang gaya bahasa dan sarkasme telah banyak dilakukan, masih terdapat kekurangan dalam pemahaman mengenai penerapan sarkasme dalam konteks media sosial, khususnya pada platform TikTok. Sebagian besar studi sebelumnya cenderung fokus pada analisis sarkasme dalam teks tertulis atau percakapan formal, tanpa mengaitkannya dengan dinamika interaksi sosial yang khas dalam komentar media sosial. Selain itu, penelitian tentang perbedaan jenis sarkasme—seperti proposisi, leksikal, dan ilokusi—dalam konteks komentar

TikTok selama periode tertentu seperti kampanye politik, belum banyak dieksplorasi. Dengan demikian, terdapat kebutuhan untuk penelitian lebih lanjut yang secara khusus mengkaji bagaimana berbagai jenis sarkasme digunakan dalam kolom komentar TikTok dan bagaimana hal ini mempengaruhi interaksi sosial serta pemahaman konten di platform tersebut.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan dikategorikan sebagai analisis wacana untuk mengeksplorasi representasi sarkasme dalam kolom komentar TikTok. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini memerlukan pemahaman mendalam tentang penggunaan bahasa dalam konteks media sosial, yang tidak dapat dicapai melalui metode kuantitatif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis teks komentar secara mendetail dan memperoleh wawasan tentang bagaimana sarkasme diungkapkan dan diterima di platform TikTok.

Data dikumpulkan dari kolom komentar pada video TikTok yang relevan selama periode kampanye presiden 2024, dari akhir tahun 2023 hingga Januari 2024. Video dipilih berdasarkan popularitasnya dan jumlah komentar yang mencerminkan berbagai bentuk sarkasme. Komentar-komentar yang mengandung elemen sarkasme, baik dalam bentuk teks maupun penggunaan emotikon, diidentifikasi dan dikumpulkan untuk analisis lebih lanjut.

Data komentar dianalisis menggunakan teknik analisis wacana untuk memahami makna dan pesan yang terkandung. Analisis ini mencakup identifikasi dan klasifikasi jenis-jenis sarkasme, seperti sarkasme proposisi, sarkasme leksikal, dan sarkasme ilokusi, sesuai dengan teori Elizabeth Camp (2011). Peneliti memeriksa bagaimana sarkasme digunakan dalam komentar untuk menyampaikan kritik, sindiran, atau olok-olokan dan bagaimana konteks sosial serta penggunaan emotikon mempengaruhi interpretasi sarkasme.

Hasil analisis disajikan dalam bentuk deskriptif yang menggambarkan variasi dan pola penggunaan sarkasme di kolom komentar TikTok. Deskripsi ini dihubungkan dengan teori-teori yang relevan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang fungsi sarkasme dalam komunikasi digital.

Untuk memastikan validitas temuan, penelitian ini menggunakan triangulasi data dengan membandingkan komentar dari berbagai video dan mempertimbangkan perspektif peneliti lain dalam menganalisis data. Proses ini membantu memastikan bahwa analisis sarkasme dilakukan secara objektif dan menyeluruh.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga jenis sarkasme yang ditemukan di kolom komentar tiktok diantaranya sarkasme proposisi, sarkasme leksikal dan sarkasme ilokusi. Dari tiga jenis sarkasme itu dikemukakan secara rinci berikut.

Sarkasme Proposisi

Sarkasme proposisi yang ditemukan di media sosial *Tiktok*, disajikan pada data berikut

13

"Dia tuh liat tiktok gasih? Anjjir rasanya mau gue kasih liat depan mata dia gimana di debat sblmnya". Dari akun @punyaanak2_2 (23 januari 2024)

Dari data 13 di atas diperoleh sarkasme dengan jenis sarkasme proposisi pada media sosial *tiktok*. Hal ini dapat ditandai sebagai sarkasme proposisi yang menyatakan *Anjjir rasanya mau gue kasih liat depan mata dia gimana di debat sblmnya*, yang menunjukkan adanya pernyataan yang menggambarkan kekesalan seseorang terhadap orang lain

Berbeda dengan hasil temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Min Adlina dkk (2020) dengan judul *"Bahasa Sarkasme dalam Tulisan Demonstrasi Mahasiswa terhadap DPR : Tinjauan Pragmatik"* dengan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan Teori Elizabeth Camp, ada terdapat 32 gambar yang menunjukkan sarkasme proposisi, 12 gambar yang menunjukkan sarkasme leksikal, dan terdapat 9 gambar yang menunjukkan sarkasme ilokusi dari 53 gambar yang didapat.

Dengan demikian hasil penelitian sebelumnya berbeda dengan hasil penelitian dari data di atas yang menunjukkan keterkejutan atau ketidaksetujuan atas tindakan yang dilakukan Anies saat wawancara yang menyinggung soal etika sementara Anies sendiri tidak memperhatikan etika saat melakukan debat capres sebelumnya, hal ini membuat kemarahan netizen atas tindakan tersebut. Dengan demikian data 13 di atas dapat dikatakan sebagai sarkasme prproposisi yang mengandung tindakan kemarahan.

14

"Penis tau kalau tgl 14 feb mereka kalah, jadi langkah terakhir yg bs dilakukan penis ya tebar kebencian, doktrin orang2 sepuh yang minim pengetahuan teknologi dan pengetahuan". Dari akun @sandingbukitreal (23 januari 2024).

Dari data 14 di atas diperoleh sarkasme dengan jenis sarkasme proposisi pada media sosial *tiktok*. Hal ini dapat ditandai sebagai sarkasme proposisi yang menyatakan *langkah terakhir yg bs dilakukan penis ya tebar kebencian, doktrin orang2 sepuh yang minim pengetahuan teknologi dan pengetahuan*, yang menunjukkan adanya pernyataan yang menyiratkan bahwa tanggal 14 feb jika seseorang merasa kecewa atau kalah dalam pemilihan nanti, maka Langkah terakhir yang diambil adalah mengekspresikan kebencian dan mengikuti ajaran orang-orang yang kurang memahami teknologi dan pengetahuan.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuralifa, dkk (2021) dengan judul *"Penggunaan Bahasa pada Media Sosial (Medsos): Studi Kajian*

Pragmatik” dengan hasil penelitian menunjukkan tuturan yang digunakan oleh pengguna Facebook didominasi tuturan yang tidak sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia, sehingga penggunaan bahasa sarkasme pada jejaring sosial yang menyebabkan adanya pelanggaran prinsip kesantunan berbahasa yang meliputi maksim kebijaksanaan, penerimaan, maksim simpati, maksim kerendahan hati, maksim kemurahan hati, dan maksim kecocokan.

Dengan demikian hasil penelitian terdahulu berbeda dengan hasil yang didapatkan dari data 14 di atas yang menunjukkan kalimat sindiran yang ditujukan ke Anies dengan mengubah nama Anis menjadi penis (Pak Anies) karena penutur tidak menyukai tindakan dari Anies yang dirasa melakukan tindakan yang menyebar kebencian. Dengan demikian data 14 di atas dapat dikatakan sebagai sarkasme proposisi yang mengandung tindakan berupa ujaran kebencian.

Sarkasme Leksikal

Sarkasme leksikal yang ditemukan di media sosial *Tiktok*, disajikan pada data berikut

15

“bilang mewah bisa ga si knp kudu mevah kntwol”. Dari akun @silentmode404 (10 desember 2023)

Dari data 15 di atas diperoleh sarkasme dengan jenis sarkasme leksikal pada media sosial *tiktok*. Hal ini dapat ditandai sebagai sarkasme leksikal yang menyatakan *knp kudu mevah kntwol*, yang menunjukkan adanya pernyataan atau kalimat yang dituturkan penutur sebab dalam video yang dikomentari penutur muak atas ucapan seseorang yang ada dalam video yang kerap kali mengatakan mewah.

Berbeda dengan hasil temuan yang dilakukan oleh Mochammad Azka Khuluqie, dkk (2022) dengan judul *“Gaya Bahasa Ironi Dan Sarkasme Dalam Kolom Komentar Akun Instagram Tempodotco Dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Sma”* dengan hasil penelitian menunjukan gaya bahasa ironi dan sarkasme dalam kolom komentar akun instagram tempodotco dengan jumlah 47 data. Penelitian gaya bahasa ironi dan sarkasme ini diimplikasikan dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMA kelas X semester genap pada kompetensi dasar 3.12 menghubungkan permasalahan/isu, sudut pandang dan argument beberapa pihak dan simpulan dari debat untuk menentukan esensi dari debat.

Dengan demikian hasil penelitian terdahulu berbeda dengan hasil dari data 15 di atas dengan hasil temuan yang menimbulkan kekesalahan penutur yang muak mendengarkan ucapan seseorang dalam video yang dikomentari yang selalu mengucapkan kata mewah yang harusnya kata mewah, selain itu diikuti dengan kalimat yang tidak pantas diucapkan. Dengan demikian data 15 di atas dapat dikatakan sebagai sarkasme leksikal yang mengandung sindiran dan kritikan.

16

“yg kesenggol kaki, yg geter hati anjrittt”. Dari akun @sanssaেলাাহ_ (18 januari 2024)

Dari data 16 di atas diperoleh sarkasme dengan jenis sarkasme leksikal pada media sosial *tiktok*. Hal ini dapat ditandai sebagai sarkasme leksikal yang menyatakan *yg geter hati anjrittt*, yang menunjukkan adanya pernyataan yang menunjukkan suatu ungkapan setelah mengalami suatu kejadian yang tak terduga atau mengejutkan.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktavia Nur Aisyah, dkk (2021) dengan judul “*Gaya Bahasa Retorika Iklan Makanan Pada Media Sosial Instagram*” dengan hasil (1) deskripsi bentuk-bentuk gaya bahasa retorika iklan makanan pada media sosial instagram, (2) deskripsi fungsi gaya bahasa retorika iklan makanan pada media sosial instagram.

Dengan demikian hasil penelitian terdahulu berbeda dengan hasil temuan dari data 16 di atas dengan hasil temuan sarkasme leksikal yang menyatakan *yg geter hati anjrittt* dimana dalam video yang dikomen menunjukkan seorang pria yang menyenggol kaki seorang wanita dan penutur mengomentari mengatakan hal itu karena dianggap lucu. Dengan demikian data 14 di atas dapat dikatakan sebagai sarkasme leksikal yang mengandung sindiran.

Sarkasme Ilokusi

Sarkasme ilokusi yang ditemukan di media sosial *Tiktok*, disajikan pada data berikut

17

“sedih bet bang sampe kentut keluar dikit”. Dari akun @userkun2201 (20 januari 2024)

Dari data 17 di atas diperoleh sarkasme dengan jenis sarkasme ilokusi pada media sosial *tiktok*. Hal ini dapat ditandai sebagai sarkasme ilokusi yang menyatakan *sedih bet bang sampe kentut keluar dikit*, yang menunjukkan adanya pernyataan yang menunjukkan suatu ungkapan sindiran yang mengejutkan.

Berbeda dengan hasil penelitian oleh Zaki Ainul Fadli, dkk (2020) dengan judul “*Gaya Bahasa Pada Lirik Lagu Spirits Of The Sea Karya Kenshi Yonezu*” dengan hasil berupa data kualitatif yang berupa uraian dan penafsiran, yaitu gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat dalam lirik lagu *Spirits of the Sea* karya Kenshi Yonezu. Selain itu, setelah dianalisis terdapat beberapa jenis gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna dalam lirik lagu *Spirits of the Sea* karya Kenshi Yonezu, seperti personifikasi, hiperbola, dan lain sebagainya.

Dengan demikian hasil temuan dari penelitian terdahulu berbeda dengan hasil temuan yang didapatkan dari data 17 di atas yang menunjukkan seorang pria yang menangis tapi tidak mengeluarkan air mata, sehingga penutur memberikan sindiran tersebut. Dengan demikian data 17 di atas dapat dikatakan sebagai sarkasme ilokusi yang mengandung sindiran.

18

“enek banget sama Kartika yang sok suci, ckuplah Allah yang mengetahui dan menilai jangan merasa paling suci hanya karna bisa mengaji”. Dari akun @gabutdikit77 (24 januari 2024)

Dari data 18 di atas diperoleh sarkasme dengan jenis sarkasme ilokusi pada media sosial *tiktok*. Hal ini dapat ditandai dengan menyatakan *enek banget sama Kartika yang sok suci*, yang menunjukkan ekspresi rasa tidak suka terhadap sikap Kartika Putri yang terlihat sok suci.

Berbeda dengan hasil temuan yang didapatkan oleh Nurlina Arisnawati (2020) dengan judul "*Gaya Bahasa Sindiran Sebagai Bentuk Komunikasi Tidak Langsung Dalam Bahasa Laiyolo*" dengan hasil menunjukkan bahwa gaya bahasa sindiran sebagai bentuk komunikasi tidak langsung dalam bahasa Laiyolo dapat dilakukan dengan menggunakan tiga gaya bahasa sindiran, yaitu ironi, sinisme, dan sarkasme. Ketiga gaya bahasa sindiran ini pada dasarnya bertentangan dengan prinsip kerja sama dan prinsip sopan santun. Namun, ketiga gaya bahasa sindiran ini dianggap lebih aman dituturkan daripada mengkritik, menghina, mencaci, mengejek, dan sebagainya.

Dengan demikian hasil temuan terdahulu berbeda dengan hasil dari data 18 di atas yang menemukan kalimat yang mengekspresikan rasa tidak suka terhadap sikap Kartika Putri yang terlihat sok suci. Penulis menkankan bahwa hanya Allah yang mengetahui mana kesucian seseorang, dan mengngatkan agar tidak merasa paling suci hanya karena kemampuan mengaji. Dengan demikian data 18 di atas dapat dikatakan sebagai sarkasme ilokusi yang mengandung kritikan dan sindiran.

4. Kesimpulan

Dalam artikel penelitian ini, ditemukan bahwa representasi sarkasme dalam kolom komentar TikTok melibatkan berbagai jenis sarkasme, dengan rincian sebagai berikut: sarkasme proposisi tercatat dalam 3 data, sarkasme leksikal dalam 5 data, dan sarkasme ilokusi dalam 2 data. Temuan ini menunjukkan keragaman cara sarkasme digunakan di platform tersebut. Pemahaman yang mendalam mengenai berbagai jenis sarkasme ini dapat memperbaiki interpretasi komentar dan interaksi pengguna di TikTok, serta memberikan wawasan yang lebih baik tentang dinamika komunikasi di media sosial.

Temuan penelitian mengenai representasi sarkasme dalam kolom komentar TikTok dapat memiliki implikasi penting dalam pembelajaran Bahasa Indonesia dengan memperkaya pemahaman siswa tentang nuansa bahasa. Dengan mengenali berbagai jenis sarkasme—seperti proposisi, leksikal, dan ilokusi—siswa dapat dilatih untuk membaca dan menafsirkan teks dengan lebih kritis, memahami makna tersirat, serta meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. Integrasi materi tentang sarkasme ke dalam kurikulum dan metode pengajaran dapat membantu siswa mempelajari cara menggunakan dan mengenali sarkasme dalam komunikasi sehari-hari, sekaligus memanfaatkan teknologi untuk latihan interaktif. Hal ini akan meningkatkan kemampuan mereka dalam memahami konteks dan menyampaikan pesan dengan lebih efektif.

Daftar Pustaka

- Anshari, F., & Al, H. (2018). Bahasa Sarkasme dalam Berita Olahraga-Studi Kasus Bolatory.com. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, Vol. 2(1), 184–196.

- Camp, Elizabeth. 2011. Sarcasm, Pretense, and The Semantics/Pragmatics Distinction. *Journal of University of Pennsylvania*. Pages 1-48
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Depdikbud.
- Hanana, A., Anindya, A., & Elian, N. (2020). Transformasi Media Youtube dan Televisi (Analisis Fungsi dan Konsistensi Media Youtube dan Televisi di Kota Padang). *Jurnal Ranah Komunikasi*, 4(2), 186–194.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* Mc Quail, Buku 1 Edisi 6. Jagakarsa Jakarta: Selemba Humanika.
- Mujianto, Gigit. 2018. Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Tentang Ormas Islam pada Situs Berita Online. *Jurnal KEMBARA*, vol 4(2), 155-172.
- Nurhadi, Z. F. (2017). Model Komunikasi Sosial Remaja melalui Media Twitter. *Jurnal ASPIKOM* Vol. 3 (3), 539-549
- Tarigan, Henry Guntur. (2013). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa