

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Hampir semua aktivitas manusia, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kegiatan khusus, memerlukan bahasa sebagai alat bantu komunikasi. Bahasa berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pendapat dan argumentasi kepada orang lain. Oleh karena itu, bahasa memiliki peran sosial yang krusial dalam berkomunikasi dengan masyarakat secara luas (Adolf Hualai, 2017: 7). Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun komunikan memerlukan keterampilan berbahasa untuk memahami isi pembicaraan. Mereka mengandalkan bahasa untuk mengurai dan membedakan setiap masalah sosial yang muncul selama proses komunikasi. Bahasa selalu bergantung pada penggunaannya, dan inilah yang menjadikan aspek bahasa sangat penting dalam komunikasi.

Bahasa dan komunikasi memiliki hubungan yang sangat erat. Hubungan keduanya tercermin dalam pengertian bahasa menurut rumusan linguistik dan tinjauan komunikasi, yaitu bahasa sebagai alat atau media komunikasi yang digunakan oleh manusia dalam berinteraksi dengan sesamanya. Sebaliknya komunikasi, membutuhkan media yaitu bahasa. Tanpa bahasa maka seseorang tidak dapat terhubung dengan orang lain, baik untuk berbicara maupun mengobrol. Dengan adanya bahasa maka dapat terciptanya komunikasi yang baik, karena tolak ukur keberhasilan tersampainya perasaan, pikiran, atau hal apapun dari seseorang bisa dipahami oleh lawan bicaranya melalui bahasa. Noermanzah (2017: 2) menjelaskan bahwa bahasa adalah suatu pesan yang biasanya disampaikan dalam

bentuk ekspresi sebagai alat komunikasi dalam berbagai kegiatan tertentu. Manusia sebagai makhluk sosial tentu tidak akan lepas dari bahasa, karena bahasa dapat mengungkapkan ide, pikiran, dan gagasan dalam menyampaikan informasi dan pendapat (Restivayani, 2010: 1). Melihat dari fungsinya bahasa berperan sebagai alat untuk berkomunikasi dengan seseorang guna menyampaikan apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh seseorang kepada lawan bicaranya. Seiring berkembangnya zaman, kini masyarakat dapat berkomunikasi online yang secara umum dilakukan lewat media sosial. Melalui media sosial masyarakat dapat berkomunikasi dengan banyak orang tanpa harus bertatap muka langsung (*face to face*).

Netizen atau biasa disebut sebagai warga internet (warganet) merupakan sebutan bagi mereka yang suka berselancar di internet atau dunia maya. Mereka memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri dalam media massa. Melalui media tulis dan lisan, seorang *netizen* selalu berusaha menampilkan jati diri mereka masing-masing dan menunjukkan eksistensinya di dunia maya. Di era millennial ini, manusia dapat dikatakan tidak bisa hidup tanpa internet. Internet sudah menjadi bagian dari kehidupan terpenting mereka. Dengan adanya internet, manusia dapat dengan mudah mengakses informasi. Sehingga tak jarang bahwa semua orang dapat dikatakan sebagai *netizen*. Hal itu terbukti dari setiap akun media sosial yang dimiliki oleh orang-orang yang memiliki gawai atau mereka yang suka berselancar dan menggunakan internet.

Kehadiran media sosial dalam kehidupan masyarakat membawa dampak tersendiri. Misalnya memudahkan manusia untuk saling berkomunikasi dalam jarak jauh secara cepat, sebagai wadah bersosialisasi dan interaksi. Dengan

menyebarkan suatu jaringan, maka manusia pun merasa lebih mudah untuk saling berkomunikasi dengan siapa saja dan dimana saja (Fitriyanto, dkk, 2018). Namun tidak dapat dipungkiri dampak negatif juga ditimbulkan dari adanya internet atau media sosial. Salah satu dampak yang muncul misalnya ujaran kebencian dan *bullying*. Nurrachmi & Ririn (2018) menemukan beberapa perilaku yang sering dilakukan oleh netizen yaitu mulai dari memaki, mengucapkan kata kotor, hingga merendahkan diri si korban. Hal ini dikarenakan *netizen* atau warganet yang kurang bijak dalam menggunakan sosial media (Aziz, 2018). Padahal kebebasan berpendapat memiliki tanggungjawab dan dibatasi oleh hukum yang dibutuhkan demi menghormati hak dan reputasi orang lain, perlindungan keamanan negara, kesehatan, dan moral publik (Arief Mansur, 2015: 45). Ketentuan tercantum pada Pasal 19 (3) ICCPR “Kebebasan berpendapat dan berekspresi itu harus menghormati hak atau nama baik orang lain dan tidak memberikan ancaman terhadap keamanan nasional, ketertiban, kesehatan, dan moral umum”.

Bagi negara demokrasi, media sosial memiliki peran penting karena membuat masyarakat menerima banyak informasi dari media sosial. Media sosial membentuk bagaimana orang menafsirkan dan mengamati informasi politik, terutama liputan terkait pemilu dan peristiwa politik lainnya. Media sosial secara eksplisit berupaya melibatkan masyarakat secara langsung dalam aktivitas politik, seperti dalam hal pemungutan suara, berkomunikasi kepada pejabat publik, dan keikutsertaan dalam gerakan protes terhadap pemerintah. Media sosial membuat berbagai politisi berlomba-lomba untuk menampilkan citra yang baik untuk ditunjukkan demi menarik simpatisan dari masyarakat. Selain itu, besar

kemungkinan bahwa preferensi politik masyarakat telah dipengaruhi oleh perilaku politik para politisi melalui media sosial. Pemilihan umum presiden dan wakil presiden (Pilpres) 2014 merupakan pemilihan umum pertama di Indonesia dimana media sosial digunakan oleh kandidat untuk menarik perhatian pemilih. Hal ini didukung oleh survei tentang pengaruh media sosial terhadap preferensi politik masyarakat oleh Charta Politika pada periode 19-25 Maret 2019. Pada tahun 2019, media sosial menjadi lebih populer jika dibandingkan dengan media mainstream seperti televisi atau surat kabar. Hal ini kemudian menempatkan peluang besar bagi kedua kandidat tahun 2019 untuk meyakinkan pemilih dengan mempengaruhi preferensi politik melalui tampilan pencitraan pada platform media sosial masing-masing kandidat.

Pada Pilpres 2024 berlangsung, ketiga pasangan calon dan masyarakat kembali menggunakan media sosial sebagai wadah selama kampanye berlangsung. Media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk menyebarkan pesan, tetapi juga menjadi arena di mana persepsi publik dibentuk. Dalam kampanye digital pilpres 2024, kandidat akan lebih menghadapi tantangan dalam mengelola persepsi publik melalui media sosial karena tingkat kesadaran dan kritisisme publik yang mungkin lebih tinggi setelah pengalaman pilpres sebelumnya (Hadi, 2018). Pemilihan Umum (Pemilu) Presiden dan Wakil Presiden berlangsung pada 14 Februari 2024. Terdapat 3 pasangan calon presiden dan calon wakil presiden pada tahun 2024 yang sudah ditetapkan oleh KPU, yakni Anies Rasyid Baswedan-Muhaimin Iskandar, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka, dan Ganjar Pranowo-Mahfud MD. Ketiga pasangan calon telah memenuhi ketentuan pasal 220 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 yang di mana partai politik atau gabungan partai politik bisa

mendaftarkan bakal pasangan calon, yaitu telah memenuhi ketentuan 25% kursi di DPR atau 25% perolehan suara sah secara nasional. Dalam kampanye digital Pilpres 2024, memahami peran media sosial dalam membentuk persepsi publik merupakan kunci utama untuk meraih dukungan kuat dari pemilih. Media sosial, sebagai platform untuk menyampaikan nilai-nilai dan ideologi politik, semakin penting. Oleh karena itu, para kandidat dalam Pilpres 2024 perlu memanfaatkan media sosial secara bijaksana, tidak hanya untuk menyebarkan pesan-pesan kampanye mereka, tetapi juga untuk mengkomunikasikan visi, misi, dan nilai-nilai yang mereka perjuangkan. Dalam konteks ini, strategi komunikasi digital yang tepat dapat membantu kandidat untuk membangun citra yang kuat dan memengaruhi persepsi publik secara positif. Namun, kunci utamanya adalah kesesuaian pesan-pesan yang disampaikan dengan nilai-nilai yang dipercayai dan diinginkan oleh pemilih, untuk membentuk hubungan emosional yang kuat dan mendapatkan dukungan yang signifikan dalam Pilpres 2024 (Anwar et al., 2022). Oleh karena itu, kandidat, tim kampanye, dan masyarakat perlu memahami secara mendalam dinamika media sosial dan menggunakan platform tersebut secara efektif selama menyampaikan dan menerima pesan-pesan politik.

Kebebasan bersosial media selama Pilpres 2024 berdampak pada perkembangan bahasa Indonesia saat ini. Hal ini terlihat dari semakin beragamnya pilihan cara berkomunikasi. Bahkan, metode komunikasi tidak hanya menjadi lebih beragam tetapi juga semakin canggih. Salah satu fenomena komunikasi yang paling pesat perkembangannya adalah penggunaan bahasa yang didukung oleh teknologi tepat guna, terutama bahasa yang digunakan di dunia maya seperti *X*, *TikTok*, *Facebook*, *WhatsApp*, *Line* dan platform lainnya. Pengaruh media sosial yang

populer ini membuat manusia semakin canggih dalam terhubung dengan ruang publik informasi yang tak terbatas, baik dalam konteks personal maupun nonpersonal. Hal ini juga berdampak pada penggunaan bahasa oleh netizen yang berasal dari beragam latar belakang, termasuk penggunaan bahasa yang tidak sesuai dengan kaidah kebahasaan dan kurang santun. Tingkat ekspresi yang beragam di kalangan netizen menyebabkan hilangnya batasan atau pemisah dalam interaksi di media sosial. Pada beberapa akun ruang publik, seringkali ditemukan netizen yang disadari atau tidak, melanggar prinsip kesantunan berbahasa, baik terhadap sesama pengguna media sosial maupun orang lain. Contoh kasus ini dapat dilihat di situs jejaring sosial seperti *X* dan *TikTok*. Media sosial *X* sebelumnya dikenal dengan *Twitter*, *X* merupakan salah satu ruang digital global yang terpercaya bagi semua orang. Melalui aplikasi *X* kita dapat memposting dan melihat konten baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video. Sedangkan media sosial *TikTok* menurut Prosenjit & Anwesana (2021) adalah sebuah aplikasi turunan dari internet yang berbasis media sosial dengan memberikan fitur untuk membuat dan membagikan konten berupa video dan gambar.

Warganet menggunakan aplikasi *X* dan *TikTok* untuk turut berkontribusi pada Pilpres 2024 berlangsung. Warganet menggunakan aplikasi *X* dan *TikTok* sebagai sarana untuk mengirim dan menerima informasi seputar pemilu. Penggunaan *X* dan *TikTok* warganet kemudian memunculkan bahasa sarkasme yang menyebabkan pelanggaran prinsip kesantunan berbahasa (Siska, 2020). Contohnya terlihat dalam postingan akun *TikTok* @SultanMH pada 23 Januari 2024, akun tersebut dengan jelas menyebut ungkapan sarkasme yakni “anak songong” yang ditujukan kepada calon wakil presiden Gibran Rakabuming Raka. Selanjutnya

terdapat penggunaan bahasa sarkasme pada tuturan yang dituliskan oleh akun X @plisitin, pada 23 Februari 2024, terdapat sindiran yang berawal menggunakan tuturan positif berupa “tanggal cantik” berakhiran dengan emotikon salah, ditutup dengan tuturan berefek negatif “tanggal ipk Gibran” yang berakhiran dengan emotikon benar. Menunjukkan adanya sindiran yang ditujukan untuk calon wakil presiden nomor urut 2, karena pada waktu yang bertepatan viral ijazah S1 Gibran Rakabuming menunjukkan angka IPK 2,3 yakni sesuai dengan tanggal penulisan akun X @plisitin, yaitu tanggal 23.

Sarkasme merupakan jenis gaya bahasa yang mengandung celaan bahkan bisa menjadi hinaan yang kurang enak didengar oleh lawan tutur (Anshari & Al, 2018). Handono (2018) juga menyatakan bahwa sarkasme mengandung kepahitan dan celaan kasar karena bersifat merendahkan atau mengejek. Biasanya, sarkasme digunakan untuk mengolok-olok atau menjatuhkan pihak yang menjadi lawan bicara. Penggunaan gaya bahasa ini umumnya dapat melukai perasaan pendengar, sehingga tuturan sarkasme dianggap kurang santun. Gaya bahasa sarkasme merupakan gaya bahasa yang dinilai lebih kasar dari ironi dan sinisme apabila disampaikan ke media sosial karena publik dapat melihatnya, terkhusus media sosial X dan *TikTok*. Penggunaan bahasa sarkasme warganet untuk mengkritik selalu menyimpang dari kaidah prinsip kesantunan berbahasa (Nugraha, 2017). Penggunaan pelanggaran kesantunan berbahasa oleh para warganet tampak menjadi karakteristik tersendiri. Akibatnya, warganet sering dipandang negatif karena bahasa yang mereka gunakan cenderung kurang santun. Berawal dari komentar-komentar negatif para warganet, masyarakat kemudian menciptakan jargon tersendiri, yaitu “*netizen* selalu benar” atau “*netizen* maha benar.”

Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu dilakukan analisis untuk mendeskripsikan bentuk pelanggaran prinsip kesantunan berbahasa yang dilakukan oleh para warganet dalam menggunakan media sosial *X* dan *TikTok*. Dengan melakukan analisis penggunaan bahasa sarkasme pada Pilpres 2024, diharapkan dapat memperoleh pemahaman mengenai kesantunan dalam berbahasa sehingga dapat meminimalisir adanya penggunaan gaya bahasa sarkasme pada masa Pilpres atau pemilu selanjutnya. Penggunaan bahasa sarkasme yang digunakan pada waktu dan tempat yang tidak tepat dapat menyakiti seseorang, sehingga penelitian ini diharapkan bisa menjadi pengingat untuk menggunakan bahasa yang baik dan sopan dalam menggunakan media sosial karena bahasa juga dapat menunjukkan kepribadian seseorang.

Sejumlah penelitian juga mengungkapkan bahwa penggunaan bahasa sarkasme dalam media sosial melanggar kesantunan berbahasa karena menjadi konsumsi publik. Salah satu penelitian tahun 2023 yang berjudul “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial *TikTok*” menemukan terdapat gaya bahasa sarkasme oleh netizen di media sosial *TikTok* yang beragam seperti dalam bentuk penyampaian pendapat, penolakan, bentuk larangan, penyampaian informasi, perintah, dan pernyataan sapaan. Penelitian ditulis oleh Sarli, Nurhadi, dan Esti Swastika Sari dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Penelitian lainnya juga menemukan adanya penggunaan gaya bahasa sarkasme berjumlah 30 data dan 48 data gaya bahasa satire pada debat capres 2019. Penelitian ini ditulis oleh Siti Farmida, Ediwarman, dan Sundawati Tisnasari pada tahun 2021, dengan judul “Analisis Satire dan Sarkasme dalam Debat Capres 2019

dan Implementasinya terhadap Pembelajaran di SMA”. Gaya bahasa sarkasme dalam penelitian yang termasuk tindak tutur ekspresif dan memiliki beberapa tujuan seperti menuduh, menyindir, mengkritik, mencurigai, memperingatkan, mengecam, menyalahkan, membantah, meremehkan, membanggakan diri, memarahi, tidak setuju, dan menegur.

Penelitian lain juga menemukan penyimpangan berbahasa di media sosial salah satunya disebabkan karena bentuk bahasa sarkasme. Penelitian yang ditulis oleh Lyswidia Andriarsih dan Wahyu Asriyani pada tahun 2020, menemukan alasan yang mempengaruhi netizen menggunakan bahasa sarkasme yaitu karena marah, bercanda, spontan, dan kecewa. Situasi dan kondisi juga menjadi penyebab utama seseorang menggunakan bahasa sarkasme. Penelitian berjudul “Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme pada Komentar Netizen di Media Sosial Instagram” dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Penelitian selanjutnya ditulis oleh Min Adlina, Mulyadi, dan Eddy Setia pada tahun 2020, dengan judul “Bahasa Sarkasme dalam Tulisan Demonstrasi Mahasiswa terhadap DPR: Tinjauan Pragmatik”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk sarkasme yang mahasiswa tulis di dalam demonstrasi mereka. Terdapat bukti hasil penelitian yang menunjak 32 gambar sarkasme proporsional, leksikal, dan ilokusi.

Penelitian Siska Luthfiyani, Burhan Eko Purwanto, dan Syamsul Anwar juga menemukan wujud sarkasme berupa kata dan kalimat yang terdapat dalam kolom komentar akun media sosial twitter. Kemudian hasil penelitian diimplikasikan pada pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA kelas X SMA semester II kurikulum 2013 KD 3.12 dengan menghubungkan permasalahan isu

sudut pandang dan argumen beberapa pihak. Penelitian berjudul “Sarkasme pada Media Sosial Twitter dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA” yang diterbitkan pada tahun 2020 oleh Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya.

Hasil penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan adanya penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam satu media sosial dengan hasil yang berbeda-beda. Maka kebaruan dalam penelitian ini ialah penggunaan dua media sosial yakni *X* dan *TikTok* untuk menemukan wujud bahasa sarkasme yang digunakan warganet. Selanjutnya yang membuat penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yakni objek Pilpres 2024 yang belum pernah diteliti, penggunaan bahasa perlu lebih diperhatikan terlebih pada masa Pilpres berlangsung karena banyak masyarakat yang turut serta. Kusno & Abd (2016) menyatakan bahwa bentuk-bentuk pelanggaran prinsip kesopanan berpotensi dapat memicu dan menimbulkan konflik. Penggunaan kaidah kebahasaan yang menyimpang dari prinsip kesantunan dapat dikatakan sebagai bentuk merendahkan orang lain dan tidak menghargai orang lain. Sehingga melalui analisis gaya bahasa sarkasme pada Pilpres 2024 dalam penelitian ini, penulis dapat mendeskripsikan bentuk-bentuk gaya bahasa sarkasme.

Agar lebih memperdalam penelitian tentang gaya bahasa sarkasme yang terdapat dalam media sosial *X* dan *TikTok*, maka penelitian ini menggunakan metode analisis bahasa sarkasme model Elizabeth Camp. Jika dalam penelitian-penelitian sebelumnya hanya terfokus pada 3 jenis bahasa sarkasme Elizabeth, maka dalam penelitian ini menggunakan 4 jenis bahasa sarkasme yakni sarkasme proposional, sarkasme leksikal, sarkasme *like prefixed*, dan sarkasme ilokusi (Elizabeth, 2011: 815). Melalui penelitian ini, penulis ingin mendeskripsikan

bentuk gaya bahasa sarkasme yang terdapat pada Pilpres 2024 yang belum pernah ada dalam penelitian-penelitian sebelumnya, melalui penelitian yang berjudul “Analisis Gaya Bahasa Sarkasme Warganet dalam Media Sosial *X* dan *TikTok* pada Pilpres 2024”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah-masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Dampak kebebasan menggunakan media sosial
2. Media sosial berperan aktif pada Pilpres 2024
3. Adanya penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam media sosial *X* dan *TikTok*
4. Penggunaan bahasa sarkasme dinilai lebih kasar dari ironi dan sinisme

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini berfungsi untuk membatasi masalah dalam penelitian agar fokus kajian dapat lebih terarah dan tidak melebar ke topik lain. Masalah dalam penelitian ini akan dibatasi hanya seputar mengenai penggunaan bahasa sarkasme dalam media sosial *X* dan *TikTok* pada Pilpres 2024.

1.4 Rumusan Masalah

Selama Pilpres 2024 berlangsung masyarakat bebas menentukan pilihannya masing-masing dan menyampaikan opini lewat media sosial. Melalui kebebasan tersebut kemudian ditemukan adanya penggunaan bahasa sarkasme dalam media sosial *X* dan *TikTok*. Rumusan masalah ini kemudian dapat diselesaikan dengan menjawab, bagaimana bentuk sarkasme proposional, leksikal, *like prefixed*, dan ilokusi pada media sosial *X* dan *TikTok*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu untuk menganalisis bentuk-bentuk sarkasme yang terdapat dalam media sosial *X* dan *TikTok* pada Pilpres 2024.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis pada penelitian ini ialah diharapkan pembahasan yang tersaji dalam penelitian ini dapat berguna sebagai materi pembahasan terkait analisis bahasa sarkasme. Manfaat praktis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi membantu mahasiswa untuk belajar dan mengembangkan wawasan terkait menganalisis suatu masalah. Juga dapat bermanfaat sebagai bahan referensi mahasiswa dalam mengerjakan tugas yang sama namun dengan sudut pandang yang berbeda.
2. Bagi peneliti, diharapkan mampu sebagai sarana belajar untuk terus menambah wawasan terkait materi serta sebagai tempat bagi peneliti untuk mengamalkan pengetahuan yang dimilikinya.
3. Bagi Masyarakat dan institusi, diharapkan menjadi bahan referensi yang berguna terkait materi sarkasme karena materi tersebut masih sedikit yang mengkaji.