
THE USE OF SARCASM ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MEME

SARKASME PADA MEME DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Veronika Unun Pratiwi

Indonesia, Universitas Veteran Bangun Nusantara, veronikaup@gmail.com,

Article history: Received 21 April 2022
Accepted 2 Juni 2022

Revision: 18 Mei 2022
Available online: 20 Juni 2022

ABSTRACT

This study aimed to determine the stylistic style of sarcasm in Indonesian memes on Instagram. This study took a formal object, namely stylistics, and a material object in the form of Indonesian memes on Instagram. The two objects were appointed as research material because they were motivated by meme problems and at least stylistic, linguistic research. This study aimed to determine the analysis of memes through stylistic studies. The method used in this research was descriptive research in the form of qualitative. The data was in the form of memes taken on Instagram with the condition that the meme uses language styles and symptoms. This research showed that memes use language as a medium, including written language and images that mutually support readers' emotional formation. Secondly, memes have language style and language symptoms. The last, memes use more than one figure of speech. With the existence of memes in the digital world, such as creating memes in this satirical review, the creative platform for reviews has become open and diverse. Memes can be humorous and thought-provoking material about what is going on. Consequently, the meme became a new reaction to the nation's events, especially in political and social life. Memes clarify attitudes of criticism and irony but can also create irony and criticism in humor.

Keywords: meme, figurative language, sarcasm; meaning; stylistic

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya bahasa Sarkasme dalam meme bahasa Indonesia di Instagram. Penelitian ini mengambil objek formal yaitu stilistika, dan objek material berupa meme Indonesia di Instagram. Kedua objek tersebut diangkat sebagai bahan penelitian karena dilatarbelakangi oleh permasalahan meme dan setidaknya penelitian stilistika dalam linguistik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis meme melalui kajian stilistika. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif berupa kualitatif. Data yang digunakan berupa meme yang diambil di Instagram dengan syarat meme tersebut menggunakan gaya bahasa dan gejala bahasa (majas). Hasil analisis data penelitian ini adalah: (1) meme menggunakan bahasa sebagai media, termasuk bahasa tulis dan gambar yang saling mendukung untuk pembentukan emosi pembaca. (2) meme memiliki gaya bahasa dan gejala bahasa. (3) meme menggunakan lebih dari satu kiasan. Dengan adanya meme di dunia digital, seperti membuat meme dalam ulasan satir ini, platform kreatif untuk ulasan menjadi terbuka dan beragam. Meme bisa menjadi bahan humor dan juga bahan pemikiran tentang apa yang sedang terjadi. Sehingga meme menjadi reaksi baru terhadap peristiwa-peristiwa bangsa, khususnya dalam kehidupan politik dan sosial. Meme memperjelas sikap kritik dan ironi, tapi juga bisa menimbulkan ironi dan kritik dalam humor.

Kata kunci: meme, bahasa kiasan, sarkasme; makna; gaya Bahasa

DOI: [https://doi.org/10.25299/geram.2022.vol10\(1\).9360](https://doi.org/10.25299/geram.2022.vol10(1).9360)

Citation: Pratiwi, V. U. (2022). Sarkasme Pada Meme di Media Sosial Instagram. *Geram*, 10(1).

PENDAHULUAN

Pemakaian bahasa di era digital seperti saat ini makin berkembang. Ragam bahasa yang digunakan di dunia maya pun kian banyak. Menurut Burling dkk., (1993) bahasa adalah sistem tanda bunyi yang arbitrer sistem komunikasi masyarakat yang berperadaban untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi satu sama lain. Chaer, (2007:42) menegaskan bahwa bahasa adalah sistem dan bahasa adalah tanda, lalu sekarang bahasa terdengar. Sementara itu, Keraf, (2009) mengatakan bahwa bahasa adalah sistem komunikasi yang menggunakan lambang-lambang ujaran

yang arbitrer (bunyi ujaran) yang dapat diperkuat dengan gerakan tubuh yang nyata. Berdasarkan pengertian tersebut, secara sederhana bahasa dapat diartikan pelafalan dan bunyi yang digunakan sebagai alat komunikasi dalam suatu masyarakat yang merupakan suatu kesepakatan bersama. Bahasa menjadi sangat penting bagi kelangsungan interaksi manusia, bukan hanya secara langsung namun juga melalui berbagai media seperti telepon, maupun media sosial yang kian banyak diantaranya: Facebook, Whatsapp, Twitter, Path, Instagram, dan lain-lain.

Dalam perkembangannya, media sosial digunakan bukan hanya untuk berkomunikasi tetapi juga digunakan sebagai media yang dapat menyampaikan aspirasi para penggunanya. Menurut Rohmadi, (2016:1) jejaring sosial adalah media yang memberikan kesempatan pengguna untuk berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain, berbagi informasi, dan berkolaborasi. Salah satu dari banyak sosial media yang ada sangat populer di dunia ialah Instagram. (Rohmadi, 2016) mengatakan bahwa Instagram adalah salah satu media sosial utama dengan 100.000.000 pengunjung bulanan, data ini diperoleh dari EBIZMBA rank September 2015. Pada awal kemunculan media sosial Instagram, masyarakat hanya menggunakan media sosial tersebut untuk mengunggah foto-foto saja. Namun saat ini tidak sedikit masyarakat pengguna Instagram yang mengunggah foto dengan maksud tertentu disertai teks yang bertujuan mengolok-olok atau menyindir pihak tertentu.

Penggunaan sarkasme dalam komunikasi manusia sangat menarik. Ini berbeda dari komentar positif dan negatif karena lebih sulit untuk dipahami. Sebuah pernyataan sarkastik dapat memiliki dua arti yang berbeda: satu arti literal dan satu makna yang dimaksudkan (González-Ibáñez et al., 2011), sebaliknya, makna literal dan maksud dari sebuah pernyataan adalah sama dalam pernyataan non-sarkastik. Dari sudut pandang analisis sentimen, pada kenyataannya pendeteksian sarkasme telah lama diabaikan. Dalam komunikasi manusia, pernyataan sarkastik umumnya dikaitkan dengan indikator nonverbal. Untuk memahami komentar sarkastik, Gibbs, (2007) mengklaim bahwa seseorang harus menyadari isyarat verbal dan nonverbal pada saat yang bersamaan.

Konsep gaya bahasa adalah ungkapan pikiran melalui bahasa, dengan memperhatikan secara khusus ciri dan kepribadian pengarang (pengguna bahasa) (Herdiana et al., 2021). (Widayati & Pradopo, 2014) menegaskan bahwa penuturan bahasa adalah cara menyampaikan pikiran, perasaan atau maksud lain yang menimbulkan gaya bahasa yang berbeda-beda. Simanjuntak & Tarigan, (2013) turut memaparkan bahwa gaya bahasa adalah suatu bentuk retorika, yaitu penggunaan kata-kata dalam bentuk lisan dan tulisan untuk membujuk atau mempengaruhi pendengar atau pembaca. Jadi, berdasarkan paparan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya bahasa adalah kemampuan seseorang untuk mengkomunikasikan sesuatu dengan bahasa tertentu untuk membujuk atau mempengaruhi pasangan atau pembaca.

Gaya bahasa yang berupa sindiran kasar biasa disebut dengan istilah sarkasme. Keraf, (2009:143) mengungkapkan bahwa sarkasme adalah suatu makna bersifat konotasi yang kasar serta mengandung olok-olok atau insinuas yang pedas dan dapat menyinggung perasaan seseorang. Sarkasme bisa saja bersifat ironis dan bisa juga tidak bergantung situasi dan kondisi. Namun yang kentara pada umumnya sarkasme ini selalu menyakiti perasaan dan kurang pantas didengar. Tidak hanya dipakai buat menyindir orang atau kawan tutur, namun sarkasme bisa juga mengacu terhadap suatu situasi atau ide. Penggunaan sarkasme umumnya menjadi suatu cara buat menyampaikan aktualisasi diri yg tidak bisa dituturkan secara langsung.

Penelitian tentang meme di media sosial telah sebelumnya banyak dilakukan, misalnya kajian meme dari sudut pandang Stilistika (Kurniawan, 2017), analisis gaya Bahasa pada meme sosial media Instagram (Cahyanto, 2017); penggunaan Meme Instagram bertujuan mempromosikan pembelajaran Bahasa dan kompetensi sosial budaya (Trevisan et al., 2021). Sebagian besar penelitian sarkasme berasal dari bidang linguistik, psikologi, dan ilmu kognitif. (Gibbs, 1986), misalnya penelitian Gibbs, (1986) yang menggunakan 256 mahasiswa sarjana dalam uji coba untuk menunjukkan bagaimana manusia memahami interpretasi non-literal dari pernyataan sarkastik terhadap makna literal.

Mereka mengklaim bahwa ketika pernyataan sarkastik dibuat secara langsung dan audiens memiliki akses terhadap isyarat nonverbal selain pernyataan lisan, audiens menafsirkan pernyataan tersebut ke dalam makna yang dimaksudkan, yaitu makna nonliteral, sebelum menerjemahkannya ke dalam makna permukaan/literal. Mereka juga membahas tentang bagaimana sarkasme mempengaruhi berapa lama orang mengingat apa yang mereka katakan dalam sebuah percakapan. Mereka menekankan kemudahan dengan mana pernyataan sarkastik dapat diproses dan diingat kembali.

(Gibbs, 2007) mengkaji teori ironi dalam kumpulan karya empiris dan teoritis, dengan fokus pada persepsi sarkasme dalam bentuk verbal, keadaan sosial, dan fungsi ironi.

Media sosial berpotensi memicu gerakan massa karena memungkinkan orang untuk berbagi pemikiran mereka dalam berbagai cara. Itu dapat dibagikan dengan cara yang serius atau lucu. Itu juga dapat ditransmisikan dalam bentuk tulisan, gambar, atau video (Funk, 2014). Salah satu gaya yang lebih umum tentang bagaimana netizen menyebarkan ide-ide mereka hari ini adalah meme, yang sangat menarik bagi para peneliti. Kita biasanya mencari meme untuk hiburan. Namun, pembuat meme terkadang memposting meme yang terkait dengan peristiwa terkini, sehingga internet tidak hanya dapat menemukan lelucon tetapi juga mempelajari apa yang sedang terjadi di dunia.

Istilah "meme" diciptakan untuk menggambarkan unit terkecil dari budaya yang dapat menyebar. Dalam bukunya *The Selfish Gene*, Richard Dawkins menggunakan meme untuk mengekspresikan ide, gaya, perilaku, dan fenomena budaya lainnya sambil menggambarkan Darwinisme dan evolusi. Saat tersiar kabar tentang fenomena budaya ini, hal itu berkembang. Gambar atau video yang berisi gambar dan kata-kata lebih dikenal dengan meme internet saat ini. Dalam dunia digital, ada istilah yang disebut viral (Hadas & Shifman, 2013). Meme hari ini terkait erat dengan berbagai peristiwa sosial. Bahasa yang digunakan dalam meme masa kini tidak hanya lucu, tetapi juga menyindir dan vulgar (Rohmadi, 2016).

Belum banyak penelitian terbaru tentang meme, namun penelitian sebelumnya oleh (Pusanti, 2015) menyatakan bahwa meme adalah pesan kritis yang berkembang di media sosial dan mencakup tanda-tanda verbal dan visual, dan penggambaran meme sebagai kritik dapat diidentifikasi dengan tanda-tanda yang ada sebagai bentuk kritik. (Sudarsono, 2017) mengklaim bahwa meme mencerminkan prasangka terhadap masyarakat Indonesia dalam artikelnya. Dalam kajiannya, (Zubaidah & Ardelia, 2018) menjelaskan bahwa meme di internet digunakan untuk berbagai tujuan, antara lain persuasi, pengungkapan sarkasme, dan sebagai kampanye hitam berdasarkan urutan pasangan calon. Meme yang muncul di masyarakat juga sebagai bentuk kritik, mendorong masyarakat untuk lebih terbuka. (Handayani & Chasanah, 2019) mengkaji meme Instagram, hanya berfokus pada meme dan tulisan-tulisan yang terkandung di dalamnya. Teks, proses produksi teks, dan praktik sosial budaya dipelajari dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Fairclough. Munculnya meme di Instagram yang diunggah oleh pembuat meme, menurut pendekatan ini, diterima secara terbuka oleh netizen. Tulisan meme juga bernuansa, pendek, padat, jelas, dan mudah dipahami. Lebih jauh, meme dapat mencakup teks yang dimaksudkan untuk mengkritik sesuatu dalam kehidupan sosial untuk mendapatkan tanggapan dari pembaca.

Meme berpotensi menjadi *viral* atau menyebar luas karena menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan umum serta menyertakan gambar. Topik-topik tersebut diambil dari kehidupan sehari-hari dan dapat berupa sindiran terhadap berbagai isu sosial atau isu terkini yang muncul di masyarakat (Kostadinovska-Stojchevska & Shalevska, 2018). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi ragam bahasa pada gaya bahasa, bentuk diksi dan jenis-jenis gaya bahasa sarkasme yang terkandung dalam meme di media social Instagram. Melalui pemikiran Fairclough penulis ingin mengkaji teks, produksi teks, serta sosial budaya yang menggambarkan fenomena kebakaran hutan saat yang sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan berpikir kreatif dan kritis warganet melalui meme yang tersebar di media sosial sehingga terjadi sebuah diskusi publik di ruang siber.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kepustakaan, sehingga tidak memerlukan tempat khusus untuk pelaksanaannya, karena subjek yang diteliti berupa aspek kebahasaan sindiran meme bahasa Indonesia, sedangkan data penelitian ini berupa segala sesuatu yang berhubungan dengan stilistika. aspek satire dalam meme Indonesia yang diunggah antara November 2021 hingga 10 April 2022. Instrumen penelitian ini adalah Documentary review yang dibuat dengan menganalisis gaya satire dalam meme Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menerapkan pencarian sistematis dan sintesa data yang diperoleh dari hasil penelitian bibliografi dan teknik notasi dengan cara menyusun data ke dalam kategori-kategori, mendeskripsikannya ke dalam satuan-satuan, merangkumnya, menyusunnya menjadi suatu model, memilih yang penting dan mempelajarinya. Apa dan menarik kesimpulan yang dapat dimengerti oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbicara tentang humor di media online dengan berbagai tema, tema, tujuan dan fungsi, dewasa ini cerita lucu merajalela di media internet. Humor digital yang dimaksud ialah meme (diucapkan: mim). Popularitas meme di internet meningkat di Internet melalui beberapa situs meme di Indonesia, seperti www.memecomindo.com, www.1cak.com, www.na9a.com, serta Facebook, Twitter, forum komunikasi online online (misalnya Kaskus), dan blog. Serta website meme terbesar di dunia yaitu 9gag.com.

Jika dicermati, meme adalah kata-kata bergambar atau gambar dengan tema tertentu. Pernyataan ini dikuatkan oleh pendapa Nugraha dkk., (2015: 239) yang menyatakan bahwa meme adalah gambar atau gambar yang diberikan teks atau bahasa untuk menciptakan makna baru. Teori mengenai meme ini masih sangat terbatas. Secara eistemologis, Meme berasal dari kata Yunani “mimema” yang bermakna suatu yang ditiru. Istilah meme sebenarnya sudah diperkenalkan sejak lama oleh ahli biologi Richard Dawkins dalam bukunya (dalam Wadipalapa, 2015:1) yang menyatakan bahwa istilah meme pertama kali dikemukakan dalam *The Selfish Gene*, untuk merujuk pada unit imitasi budaya dan transmisi dalam Gen". Definisi terakhir dari istilah biologis Konsep Dawkins ini kemudian digunakan untuk merujuk pada fenomena umum budaya meme Internet, yang merupakan sarana untuk mengekspresikan ide-ide yang ditiru, disiarkan, dan ditransmisikan dari satu orang ke orang lain kepada orang lain, melalui interaksi atau percakapan, baik melalui media analog maupun digital.

Rohmadi, (2016: 133) menegaskan bahwa meme merupakan fenomena baru di dunia maya yang dituangkan dalam bentuk verbal dan disebarluaskan di dunia maya melalui media sosial. Kata meme berasal dari kata Yunani mimesis yang berarti meniru atau meniru. Meme media sosial unik karena menyebar melalui dunia maya, yang memiliki keunggulan jarak dan dalam waktu yang singkat (cepat tersebar)

Pusanti, (2015:3) berpendapat bahwa meme internet dapat dipahami sebagai budaya baru yang menyebar secara daring. (Rohmadi, 2016) berpendapat bahwa meme merupakan hasil produksi orang yang biasa mengomentari suatu peristiwa, diikuti oleh sejumlah pola visual online yang populer. Seperti definisi ini, imitasi dalam meme dapat dilihat dari kecenderungan orang untuk menyebarkan ide-ide yang terkandung dalam meme atau membuat sesuatu yang serupa. Ide-ide yang terkandung dalam meme dapat berupa aktivitas, kejadian peristiwa, atau pernyataan yang menarik. Hal ini memudahkan ide menyebar secara online dengan cepat dan menjadi meme internet. Bentuk verbal meme dapat berupa video, gambar, atau teks bergambar.



Bukan Stalking



Cuma Nambah wawasan aja

“Percaya atau Tidak. Mata kita mendadak lebih tajam saat stalking IG Mantan, ada yang tahu kenapa?” – “Bukan Stalking- Cuma Nambah wawasan aja”. Stalking ini diambil dari bahasa asing yang orang Indonesia artikan mengikuti kehidupan pribadi seseorang tentang apa yang mereka lakukan, apa yang mereka alami belakangan hari itu. Gambar ini menggambarkan seorang figur ibu-ibu dengan mata melotot yang menunjukkan sikap keseriusan.



Menikah dgn mahar berupa perhiasan

Menikah dgn mahar berupa minyak goreng

“Menikah dgn mahar berupa perhiasan vs menikah dgn mahar berupa minyak goreng”. Kalimat ini menyindir sekaligus menyerukan kepada pemerintah akan kesusahan yang menimpa warga Indonesia dalam beberapa hari belakangan yang diibaratkan membeli minyak goreng sebagai sesuatu yang membebani masyarakat dan dipersepsikan sebagai mahar yang sangat mahal untuk dipenuhi.

Merujuk pada analisa data audiens meme yang diambil dari akun Instagram, dikumpulkan data tentang berbagai bahasa umum, termasuk variasi luas seperti bahasa percakapan, bahasa bisnis, gaul, bahasa resmi, dll. Pada data gambar di atas adalah kata-kata yang terdapat dalam gambar yang digunakan oleh pengguna jejaring sosial. Dengan mengamati penggunaan gaya bahasa pada media sosial meme di Instagram, hal ini membuktikan bahwa ekspresi Bahasa sarkame seakan terus berkembang dan berganti sesuai dengan *Trend* yang ada.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Kbbi, 2016) majas atau gaya bahasa adalah penggunaan kekayaan bahasa, penggunaan ragam tertentu untuk mencapai efek tertentu yang membuat suatu karya sastra lebih hidup, ciri-ciri keseluruhan kelompok bahasa penulis sastra, dan cara penyampaian pikiran dan perasaan yang khas, baik secara lisan maupun dalam menulis, semua contoh bahasa kiasan atau gaya.

Gaya linguistik kebahasaan berdasarkan penyampaian makna meliputi dua kelompok yaitu gaya retorika dan gaya bahasa kiasan. Gaya retorika adalah gaya bahasa yang maknanya ditafsirkan secara harfiah menurut makna yang dihasilkannya. Bahasa yang digunakan mengandung kontinum makna. Misalnya asindeton, polisindeton, litotes, hiperbola, anastrof dll. Sedangkan gaya bahasa kiasan adalah gaya bahasa yang maknanya tidak dapat dijelaskan berdasarkan kata-kata penyusunnya. Gaya bahasa kiasan dicapai dengan melihat perbandingan atau menyamakan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Bahasa kiasan (perumpamaan) adalah teknik ekspresi bahasa yang maknanya tidak terkait dengan makna literal kata-kata pendukungnya, melainkan makna tersirat. Makna tidak langsung ini merupakan salah satu trik pengarang untuk menarik perhatian pembaca (Nurgiyantoro, 2005).

Menurut (Kerbrat-Orecchioni, 1986), segala macam makna laten dalam konteks tertentu dapat membentuk adanya citraan ujaran. Menurutnya, graf hanyalah kasus khusus dari fungsi implisit. Dalam bentuk verbal, bentuk implisit adalah denotatif dan bentuk yang menggantikannya adalah bentuk denotatif. Lebih lanjut, (Prihastuti et al., 2019) dalam penelitian mereka menjelaskan bahwa citra ujaran digunakan dalam penciptaan karya sastra, seperti puisi dan prosa. Secara umum, puisi memiliki kemampuan yang lebih besar untuk menggunakan citraan daripada prosa. Bahasa perumpamaan adalah jenis bahasa kiasan yang dapat digunakan untuk menghidupkan sebuah karya sastra dan menyampaikan makna tertentu. Menggunakan bentuk tuturan yang tepat dalam sebuah karya sastra membantu pembaca memahami pesannya.

Untuk analisis pola tutur dalam meme, tokoh tutur biasanya dibedakan menjadi empat, yaitu perbandingan, kontradiksi, asosiasi, dan pengulangan. Empat part of speech shape menjadi dasar analisis, dan seperti yang disebutkan dalam metode penelitian, meme yang dipilih subjeknya adalah 23 meme, yang meliputi analisis sebagai berikut:

1. Majas Perbandingan

Majas perbandingan adalah jenis bahasa kiasan atau kata-kata yang mengungkapkan perbandingan di antara perbandingannya. Perbandingan ini dapat menciptakan kesan dan pengaruh yang berbeda pada pendengar dan pembaca. Gambaran komparatif majas dapat dipecah menjadi komparatif, metafora, personifikasi, merendahkan, alegori, anistrasi, dan respons stres nefritis, prediksi atau simbol dan jargon. Namun, tidak semua jenis tuturan termasuk dalam 23 meme yang diteliti. Hanya ada 8 jenis aliterasi yang digunakan dalam meme: metafora, simile, alegori, personifikasi, deskripsi, jargon, alegori, dan simbolisme.



Majas perbandingan yang ditemukan antara lain penggunaan metafora, yang dalam konteks meme di atas merupakan analogi yang langsung membandingkan dua hal, minyak goreng dan tembakau. Metafora sebagai perbandingan langsung tidak menggunakan kata-kata: suka, bak, suka, dll, jadi poin pertama langsung berhubungan dengan poin kedua, namun dalam kutipan data di atas, metafora Rokok dan Minyak Goreng yang dibandingkan, dimana maksud yang ingin diutarakan yaitu kenaikan harga minyak goreng bukanlah sesuatu yang positif bagi semua kalangan, karena merupakan bahan baku dalam setiap rumah tangga. Dibandingkan rokok yang hanya dinikmati oleh kalangan tertentu yaitu para laki-laki yang dari segi kesehatan malah membahayakan.

2. Majas Pertentangan

Majas pertentangan, dalam kelompok gaya yang saling bertentangan ini, mencakup setidaknya 20 jenis hieroglif, yaitu Hiperbola, Litotes, Ironi, Oxymoron, Paronomasia, Paralipsis, Zeugma dan sylepsis, Satire, Inuendo, Antifrasis, Paradoks, Klimaks, Antiklimaks, Apostrof, atau kebalikannya, Apop Penekanan atau berpura-pura, Proteron Hysteron, Hypalase, Sinisme dan Sarkasme. Namun, tidak semua pola bicara termasuk dalam 23 meme yang diteliti. Hanya empat jenis tuturan kontradiktif yang ditemukan dalam analisis meme: paradoks, meremehkan, ironi, dan sindiran. (Zaimar, 2002) dalam sebuah studi yang berjudul "Majas dan Pembentukannya" menjelaskan bahwa paradoks adalah pendapat atau argumen yang bertentangan dengan opini publik, yang dapat dianggap aneh atau luar biasa. Ini juga mengatakan paradoks seringkali menyembunyikan kebenaran dapat dipertahankan. Di Majand, dua penanda memiliki perasaan oposisi. Dua spidol muncul, jadi itu tidak disembunyikan. Namun, oposisi hanya ada dalam arti kata-kata, sedangkan dalam kehidupan paradoks seringkali tidak berlawanan tetapi memperkuat makna. Sedangkan litotes sendiri dimana kata tersebut berasal dari bahasa Yunani, dan berarti "kesederhanaan". Tidak seperti melebih-lebihkan, bentuk majas ini digunakan untuk mengungkapkan pemikiran yang merendahkan nilai pembicara, dengan demikian, untuk mengekspresikan gagasan tentang sesuatu yang kuat atau besar melalui ekspresi yang bernilai rendah demi kesopanan.



Paradoks sendiri berkaitan dengan pengungkapan dengan menyatakan dua hal yang seolah-olah bertentangan, namun sebenarnya keduanya benar. Dapat dilihat dalam meme disamping menunjukkan bahwa model marketing politik ala Dilan (Digital Melayani) pada kenyataannya belum atau tidak memenuhi ekspektasi masyarakat atas janji-janji Presiden Jokowi pada pemilu sebelumnya.

3. Majas Pertautan

Metonymy, Synecdoche, Allusion, Euphemism, Eponim, Epithet, Antonomasia, Erothesis, Parallelism, Ellipsis, Gradation, Asindenton, dan Polydentone termasuk di antara gaya bahasa pertautan dalam kelompok gaya bahasa ini. 23 meme yang diteliti tidak mencakup semua jenis majas. Analisis ini hanya berisi dua jenis majas: kiasan dan erotesis. Dalam ujaran atau tulisan untuk tujuan mencapai efek yang mendalam, penekanan yang lebih masuk akal, dan tidak memerlukan tanggapan, majas alusio adalah suatu ujaran yang mengungkapkan sesuatu yang lain melalui kesamaan antara

orang terkenal, peristiwa, atau tempat, seperti dalam legenda, peribahasa, atau sampiran yang umum dikenal dan digunakan oleh masyarakat umum, bersifat erotis.



Dalam konteks meme tersebut, majas pertautan adalah rangkaian kata kiasan yang memperkenalkan makna berorientasi pesan bertujuan tertentu. Majas ini menggunakan kalimat yang secara tidak langsung menggambarkan suatu peristiwa, yaitu ekspresi seorang Jokoor, tokoh jahat dari film Batman, sebagai metafora bagi pejabat pemerintah yang seolah-olah menutup mata terhadap penderitaan kelas bawah sebagai akibat kebijakan kenaikan harga BBM.

4. Majas Perulangan

Kelompok gaya pengulangan ini mencakup setidaknya dua belas pengulangan, termasuk Aliterasi, Asonansi, Antanaklasis, Kiasmus, Epizeukis, Tautotes, Anafora, Epistropha, Simploke, Mesodilopsis, Epanalepsis, dan Anadilopsis. Namun, tidak semua jenis kiasan termasuk dalam 23 meme yang diteliti. Hanya enam jenis kiasan yang ditemukan dalam analisis penelitian terhadap 23 meme. Aliterasi, asonansi, kimia, epizeukis, anafora, dan simploke hanyalah beberapa contoh.



Ekspresi “Langit, bisakah kau turunkan harga minyak goreng?” dalam konteks pawang hujan MotoGP Sirkuit Mandalika ini yang dibubuhi kalimat “Langit, bisakah kau turunkan harga minyak goreng?” merupakan penggunaan gaya Bahasa aliterasi. Biasanya bentuk bahasa yang digunakan mengandung makna kiasan seperti meme tersebut, hanya dapat dipahami melalui perasaan dan penghargaan yang dalam hal ini terinspirasi dari ekspresi verbal puitis yang dimaksudkan sebagai lelucon sekaligus kritik terhadap pemerintah yang menaikkan harga minyak goreng.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa dengan membaca dan mengamati sumber data atau gambar meme Indonesia di media sosial Instagram, terdapat berbagai bentuk dan gaya sarkasme yang tertulis dalam meme Indonesia. Kontras bahasa kiasan ini membandingkan dan mengkontraskan dua frasa. Misalnya, perilaku anak muda saat ini mirip dengan langit dan bumi, kondisi perekonomian di Indonesia dalam beberapa hari belakangan terkait dengan kenaikan harga barang, minyak goreng dan bahan bakar minyak (BBM). Majas pertentangan, banyak mempunyai pilihan seperti melebihlembihkan sesuatu hal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya meme Instagram mengandung gaya satir dengan sarkasme, yang digunakan untuk menyindir dan mengkritik dengan rasa humor. Dalam hal karakteristik meme, pilihan bahasa dan frasa sangat menarik. Forum ulasan kreatif menjadi lebih terbuka dan beragam sejak munculnya alat komunikasi meme di dunia digital, seperti pembuatan meme dalam ulasan satir ini. Meme tentang peristiwa baru-baru ini bisa lucu sekaligus menggugah pikiran. Meme telah menjadi terkenal sebagai cara baru untuk menanggapi peristiwa nasional, khususnya dalam politik dan kehidupan sosial. Meme dapat memperjelas sikap ironi dan kritik, namun juga dapat menimbulkan ironi dan kritik bernuansa humor.

DAFTAR PUSTAKA

- Burling, R., Armstrong, D. F., Blount, B. G., Callaghan, C. A., Foster, M. L., King, B. J., Parker, S. T., Sakura, O., Stokoe, W. C., & Wallace, R. (1993). Primate calls, human language, and nonverbal communication [and comments and reply]. *Current Anthropology*, 34(1), 25–53.
- Cahyanto, R. J. (2017). *Analisis Gaya Bahasa Meme Di Media Sosial Instagram*.
- Chaer, A. (2007). *Kajian bahasa: struktur internal, pemakaian, dan pembelajaran*. Rineka Cipta.
- Funk, T. (2014). *Advanced social media marketing: How to lead, launch, and manage a successful social media program*. Apress.
- Gibbs, R. W. (1986). On the psycholinguistics of sarcasm. *Journal of Experimental Psychology: General*, 115(1), 3.
- Gibbs, R. W. (2007). On the psycholinguistics of sarcasm. *Irony in Language and Thought: A Cognitive Science Reader*, 173–200.
- González-Ibáñez, R., Muresan, S., & Wacholder, N. (2011). Identifying sarcasm in twitter: a closer look. *Proceedings of the 49th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies*, 581–586.
- Gorys Keraf, D. (2009). *Diksi dan gaya bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hadas, L., & Shifman, L. (2013). Keeping the elite powerless: Fan-producer relations in the “Nu Who”(and new YOU) era. *Critical Studies in Media Communication*, 30(4), 275–291.
- Handayani, E. N., & Chasanah, S. N. (2019). Representasi Kehidupan Dalam Program Meme di Instagram: Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough. *Proceeding of The URECOL*, 180–184.
- KBBI, K. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). *Kementerian Pendidikan Dan Budaya*.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). Nouvelle communication» et «analyse conversationnelle. *Langue Française*, 70, 7–25.
- Kostadinovska-Stojchevska, B., & Shalevska, E. (2018). Internet memes and their socio-linguistic features. *European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies*, 2(4).
- Nugraha, A., Sudrajat, R. H., & Putri, B. P. S. (2015). Fenomena Meme Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Posting Meme Pada Pengguna Media Sosial Instagram). *Jurnal Sosioteknologi*, 14(3), 237–245.
- Nurgiyantoro, B. (2005). *Tahapan perkembangan anak dan pemilihan bacaan sastra anak*. Yogyakarta State University.
- Prihastuti, A. K. K., Suwena, K. R., & Sujana, I. N. (2019). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Common Size Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 11–20.
- Pusanti, R. R. (2015). *Representasi Kritik dalam Meme Politik (Studi Semiotika Meme Politik dalam Masa Pemilu 2014 pada Jejaring Sosial” Path” sebagai Media Kritik di Era Siber)*.
- Rohmadi, A. (2016). *Tips produktif ber-social media*. Elex Media Komputindo.
- Sudarsono, S. C. (2017). Representasi Masyarakat Indonesia Melalui Ketidakjujuran yang Tecermin dalam Meme “Awes Itu Hoax.” *Konferensi Linguistik Tahunan Atma Jaya*, 15.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Trevisan, D. A., Abel, E. A., Brackett, M. A., & McPartland, J. C. (2021). Considerations About How Emotional Intelligence can be Enhanced in Children With Autism Spectrum Disorder. *Frontiers in Education*, 6, 639736.
- Wadipalapa, R. P. (2015). *Meme culture & komedi-satire politik: kontestasi pemilihan presiden dalam media baru*.
- Zaimar, O. K. S. (2002). Majas dan pembentukannya. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 6(2), 45–57.
- Zubaidah, N., & Ardedia, I. (2018). A Discourse analysis of memes. *Getsempena English Education Journal*, 5(2), 58–64.