

**PENGGUNAAN GAYA BAHASA SARKASME DALAM KOLOM
KOMENTAR PADA AKUN INSTAGRAM @NAJWASHIHAB:
KAJIAN PRAGMATIK.**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)
Pada Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia



OLEH:

MOHAMAD FATKUL HUDA
NPM: 2014040019

**PROGAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

Skripsi Oleh:

MOHAMAD FATKUL HUDA
NPM: 2014040019

Judul:

**PENGGUNAAN GAYA BAHASA SARKASME DALAM KOLOM
KOMENTAR PADA AKUN INSTAGRAM @NAJWASHIHAB:
KAJIAN PRAGMATIK.**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
FKIP UN PGRI Kediri

Tanggal: 26 Juni 2025

Pembimbing I,



Dr. Nur Lailiyah, M.Pd
NIDN. 0731038605

Pembimbing II,



Drs. Moch. Muarifin, M.Pd
NIDN. 0012066902

Skripsi Oleh:

MOHAMAD FATKUL HUDA

NPM: 2014040019

Judul:

**PENGGUNAAN GAYA BAHASA SARKASME DALAM KOLOM
KOMENTAR PADA AKUN INSTAGRAM @NAJWASHIHAB:
KAJIAN PRAGMATIK.**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 9 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

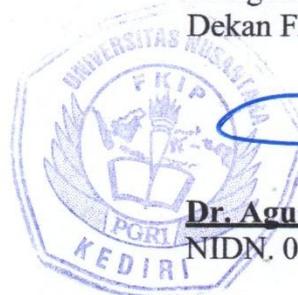
Panitia Penguji:

1. Ketua penguji : Dr. Nur Lailiyah, M.Pd.

2. Penguji 1 : Dr. Sujarwoko, M.Pd.

3. Penguji 2 : Drs. Moch. Muarifin, M.Pd.

Mengetahui,
Dekan FKIP



Dr. Agus Widodo, M.Pd.
NIDN. 0024086901

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Mohamad Fatkul Huda
Jenis kelamin : Laki – Laki
Tempat/tgl. Lahir : Kediri, 25 Desember 2001
NPM : 2014040019
Fak/Jur./Prodi. : FKIP/ SI Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



Mohamad Fatkul Huda

NPM: 2014040019

MOTO

*“Setiap hal membutuhkan proses, dan pada setiap proses
harus ada ketenangan dan ketabahan”*

-Alfiyyah Ibni Malik-

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur dan ketulusan yang mendalam, telah diselesaikannya tugas akhir Skripsi ini saya mempersembahkan kepada:

1. Keluarga besar penulis yang telah senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, dan nasihat.
2. Teman-teman penulis baik teman kampus seangkatan, adik tingkat, kakak tingkat di program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Maupun teman-teman dalam lingkup pondok pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Mojoroto Kota Kediri yang telah memberikan semangat, arahan, dan masukan sehingga penulisan skripsi dapat terselesaikan.
3. Kepada pihak-pihak yang setiap hari bertanya: “kapan sidang?”, “kapan wisuda”, dan sejenisnya.

ABSTRAK

Mohamad Fatkul Huda Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme dalam Kolom Komentar pada Akun Instagram @najwashihab: Kajian Pragmatik, Skripsi, PBSI, FKIP UN PGRI Kediri, 2025.

Kata Kunci: Gaya bahasa sarkasme, bentuk, fungsi, pragmatik, media sosial Instagram.

Bahasa berperan penting dalam kehidupan manusia dan memiliki kedudukan yang sangat tinggi. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini dimanfaatkan manusia sebagai sarana berkomunikasi di media sosial, salah satunya jejaring media sosial Instagram. Komunikasi dalam media sosial Instagram tidak jarang diujarkan dalam bentuk tuturan sarkastik (kasar) sebagaimana yang terlihat dalam kolom komentar akun Instagram @najwashihab. Sarkasme sebagai salah satu bentuk komunikasi dipakai untuk menyampaikan sindiran, dan kritik sosial sehingga tuturan yang disampaikan menjadi tidak terkontrol. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian tentang gaya bahasa sarkasme dalam media sosial sebagai salah satu masukan pendidikan karakter di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) Bentuk – bentuk gaya bahasa sarkasme dalam kolom komentar pada akun Instagram @najwashihab, (2) Fungsi gaya bahasa sarkasme dalam kolom komentar pada akun Instagram @najwashihab. Bentuk dan fungsi sarkasme dibatasi pada tuturan berupa kata, frasa, klausa, dan kalimat kompleks yang terdapat dalam kolom komentar akun Instagram @najwashihab.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pragmatik. Jenis penelitian yang dipergunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, meliputi: tahapan persiapan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan pelaporan. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah metode simak dengan teknik catat yang dilakukan dengan beberapa cara, meliputi: (1) melihat postingan yang telah diunggah oleh akun Instagram @najwashihab, (2) mencermati gaya bahasa sarkasme pada kolom komentar akun Instagram @najwashihab yang digunakan oleh pengikut akun Instagram tersebut, (3) mengidentifikasi pernyataan-pernyataan yang mengandung gaya bahasa sarkasme dengan cara tangkap layar (*mengscreenshot*) setiap komentar yang dipandang masuk ke dalam kategori bentuk dan fungsi gaya bahasa sarkasme, (4) mencatat kegiatan (3) ke kartu data serta memberi kode pada setiap data yang telah diperoleh, (5) mengklasifikasikan kartu data sesuai dengan bentuk dan fungsi gaya bahasa sarkasme.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan menunjukkan bahwa terdapat: (1) bentuk gaya bahasa sarkasme, meliputi: (a) bentuk proposisional, (b) bentuk leksikal, (c) bentuk *like prefixed* atau awalan “seperti”, dan (d) bentuk ilokusi; (2) fungsi gaya bahasa sarkasme meliputi fungsi penyampaian: (a) penolakan, (b) larangan, (c) informasi, (d) penegasan, (e) pendapat, (f) perintah, (g) pertanyaan, (h) perbandingan, (i) persamaan, dan (j) penyampaian sapaan.

PRAKATA

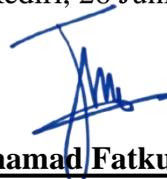
Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya limpahan Rahmat dan hidayah-Nya penyusunan tugas akhir skripsi dapat diselesaikan yang berjudul penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam kolom komentar pada akun Instagram @najwashihab Studi kajian pragmatik. Sholawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW.

Dengan mengucap rasa syukur dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor UNP Kediri,
2. Dr. Agus Widodo, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
3. Dr. Nur Lailiyah, M.Pd selaku Kepala Progam Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sekaligus dosen pembimbing 1.
4. Drs. Sempu Dwi Sasongko, M.Pd selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan, dukungan, dan motivasi dengan baik.
5. Drs. Moch Muarifin, M.Pd. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan, masukan, dukungan, dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Nusantara PGRI Kediri.
7. Kedua orang tua dan adik penulis yang selalu memberi doa, dukungan, dan nasihat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan, kritik, dan saran yang membangun guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang kebahasaan.

Kediri, 26 Juni 2025


Mohamad Fatkul Huda
NPM: 2014040019

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Ruang Lingkup.....	9
C. Pertanyaan Penelitian	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoretis.....	10
2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Hakikat Pragmatik	12
1. Pengertian Pragmatik.....	12
2. Konteks.....	14
3. Tindak Tutur	15
4. Jenis-Jenis Tindak Tutur Ilokusi	17
B. Hakikat Gaya Bahasa Sarkasme.....	19
1. Pengertian Sarkasme.....	19
2. Bentuk-Bentuk Sarkasme	21

3. Fungsi Gaya Bahasa Sarkasme.....	24
4. Faktor Munculnya Gaya Bahasa Sarkasme.....	29
C. Hakikat Media Sosial Instagram.....	29
1. Media Sosial.....	29
2. Instagram.....	31
3. Deskripsi Akun Instagram @najwashihab.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
1. Pendekatan Penelitian.....	35
2. Jenis Penelitian.....	37
B. Tahap Penelitian dan Waktu Penelitian.....	37
1. Tahap Penelitian.....	37
2. Waktu Penelitian.....	39
C. Data, Sumber Data, dan Instrumen Penelitian.....	41
1. Data.....	41
2. Sumber Data.....	41
3. Instrumen Penelitian.....	41
D. Prosedur Pengumpulan Data.....	42
E. Teknik Analisis Data.....	44
F. Pengecekan Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Deskripsi Bentuk-Bentuk Sarkasme dalam Kolom Komentar Akun Instagram @najwashihab.....	48
1. Bentuk Gaya Bahasa Sarkasme Proposisional.....	48
2. Bentuk Gaya Bahasa Sarkasme Leksikal.....	67
3. Bentuk Gaya Bahasa Sarkasme <i>Like Prefixed</i>	79
4. Bentuk Gaya Bahasa Sarkasme Ilokusi.....	82
B. Deskripsi Fungsi Gaya Bahasa Sarkasme dalam Kolom Komentar Akun Instagram @najwashihab.....	94
1. Fungsi Penyampaian Penolakan.....	95
2. Fungsi Penyampaian Larangan.....	96
3. Fungsi Penyampaian Informasi.....	97

4. Fungsi Penyampaian Penegasan	103
5. Fungsi penyampaian Pendapat	107
6. Fungsi Penyampaian Perintah	120
7. Fungsi Penyampaian Pertanyaan	121
8. Fungsi Penyampaian Perbandingan.....	125
9. Fungsi Penyampaian Persamaan	126
10. Fungsi Penyampaian Sampaan	127
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	129
A. Simpulan.....	129
B. Implikasi.....	129
C. Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN.....	135

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rincian Kegiatan dan Waktu Penelitian	40
Tabel 4.1 Bentuk-Bentuk Gaya Bahasa Sarkasme dalam Kolom Komentar Akun Instagram @najwashihab	48
Tabel 4.2 Fungsi Gaya Bahasa Sarkasme dalam Kolom Komentar Akun Instagram @najwashihab	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi data bentuk dan fungsi gaya bahasa sarkasme.....	136
Lampiran 2 Berita Acara Bimbingan.....	147

BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang

Bahasa berperan penting dalam ruang lingkup kehidupan manusia dan memiliki kedudukan yang sangat tinggi. Hal ini disebabkan oleh peran bahasa sebagai alat komunikasi untuk bertukar pesan atau informasi. Dalam praktiknya bahasa digunakan oleh manusia sebagai alat untuk menyampaikan ide, pikiran, gagasan, dan perasaan kepada orang lain. Selain itu bahasa juga berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, menunjukkan eksistensi atau identitas diri, sebagai alat beradaptasi sosial, dan sebagai alat kontrol sosial (Cahyani, 2021). Oleh karena itu, dengan berkomunikasi manusia dapat melakukan sebuah tindak tutur.

Teori tindak tutur atau *speech act* merupakan suatu kajian tentang bagaimana seorang penutur menyampaikan suatu pesan atau informasi melalui tuturan yang digunakan. Tindak tutur lebih menekankan pada proses atau upaya seseorang untuk memahamai maksud suatu ujaran. Konsep tindak tutur melibatkan pembicara, pendengar atau pembaca, dan topik pembicaraan. Dalam praktiknya tindak tutur dapat dibedakan menjadi tiga bentuk meliputi tindak tutur lokusi, tindak tutur ilokusi, dan tindak tutur perlokusi. Tindak tutur ilokusi digunakan untuk menyatakan suatu informasi dengan maksud tertentu yang terkandung di dalamnya (Sumarlam, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa tindak tutur ilokusi tidak hanya digunakan untuk menyampaikan pesan, namun juga digunakan untuk melakukan tindakan tertentu melalui ujaran tersebut. Pada kasus ini penting untuk melihat konteks yang ada sehingga maksud tuturan dapat dipahami, termasuk dalam

penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam media sosial.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pada pola komunikasi masyarakat. Dahulu masyarakat berkomunikasi secara langsung, saat ini masyarakat beralih pada bentuk komunikasi digital melalui media sosial. Hal ini menjadikan komunikasi lebih fleksibel, tidak terbatas oleh ruang dan waktu, dan bahasa yang digunakan lebih bebas.

Media sosial merupakan media *online* yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berinteraksi secara cepat tanpa harus bertemu secara langsung dan dapat digunakan untuk berbagai, menciptakan informasi melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Liedfray, 2022). Media sosial menjadi sarana komunikasi yang sangat diminati oleh semua kalangan. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan media sosial memberikan berbagai kemudahan dalam proses komunikasi.

Media sosial saat ini menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam aspek kehidupan manusia karena adanya kebutuhan untuk memperoleh beragam informasi pada berbagai bidang, baik pendidikan, sosial ekonomi, politik, olahraga, maupun hiburan (Oktaviani, 2019). Selain itu media ini menjadi salah satu sarana untuk mengekspresikan diri, mempromosikan barang penjualan secara *online*, saling bertukar pendapat atau hanya sekadar berkomentar terhadap unggahan orang lain. Adapun jenis media sosial yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat meliputi jejaring media sosial Instagram, Facebook, Whatsapp, Twitter, dan TikTok. Saat ini, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 103 juta orang (Hootsuite, 2025). Oleh karena itu, Instagram menjadi jejaring media sosial

yang digunakan untuk mempermudah kegiatan komunikasi.

Siahaan, (2022) menyatakan bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang cukup banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Di Indonesia dikenal bermacam jenis akun Instagram dengan berjuta pengikut atau anggota. Instagram dirilis pada tahun 2010 dalam bentuk aplikasi pertemanan berbasis Android, iOS, dan Windows Phone. Salah satu kelebihan Instagram adalah jejaring sosial ini memfasilitasi penggunanya untuk mengambil, mengedit, dan membagikan foto dan video yang disertai beragam komentar. Instagram memiliki berbagai fitur yang sangat digemari oleh warganet, seperti: judul, profil, *home page*, *coments*, *explore*, *news feed*, *posting*, *create group*, *follow*, *like*, *mention*, tanda pagar dan filter digital yang memungkinkan pengguna untuk meningkatkan kualitas foto dan video sebelum dibagikan. Selain itu, Instagram memiliki potensi pada komunitas *influencer* yang memungkinkan seseorang dapat terkenal melalui sosial media (Damayanti, 2023).

Penelitian ini secara khusus memilih kolom komentar akun Instagram @najwashihab sebagai objek penelitian. Akun Instagram @najwashihab memiliki pengikut sebanyak 24,2 juta dengan jumlah postingan mencapai 6.137 buah pada tahun 2025. Konten Instagram @najwashihab berisi tentang berita terbaru, berita viral terkait dengan kebijakan publik, politik, hak asasi manusia, identitas dan kesetaraan, lingkungan hidup, teknologi, ekonomi dan bisnis, pendidikan, seni dan budaya, serta kesehatan publik. Postingan pada akun Instagram @najwashihab terkait dengan hal tersebut menjadi hal menarik pembaca untuk memberikan pendapat atau hanya sekadar berkomentar pada setiap postingan yang disajikan. Komentar tersebut diujarkan dengan gaya bahasa yang berbeda-beda, salah satunya

menggunakan gaya bahasa sarkasme.

Najwa Shihab adalah seorang jurnalis perempuan Indonesia. Najwa Shihab pernah menjadi jurnaslis terbaik Metro TV dan masuk dalam nominasi pembaca berita terbaik *Panasonic Awards*. Tokoh Najwa Shihab merupakan sosok yang menginspirasi banyak orang karena dipandang sebagai seorang perempuan yang memiliki karakter cerdas, tegas, berani, mandiri, serta kritis dalam menanggapi suatu permasalahan. Hal tersebut dapat dilihat ketika Najwa Shihab memandu acara *matanajwa* yang mengangkat isu atau fenomena nasional. Ia memberikan beragam pertanyaan kritis kepada bintang tamu yang diundang pada cara tersebut. Sebagai seorang *public figure* kerap kali unggahan dalam media sosialnya menjadi sorotan para pengikutnya.

Kemudahan mengekspresikan diri dalam media sosial didukung oleh bahasa yang bersifat arbitrer (manasuka) yang dikonvensikan dalam bentuk ucapan, tulisan, serta simbol-simbol tertentu yang dapat mewakili makna dan maksud komunikasi. Kemudahan tersebut menyebabkan terciptanya kebebasan berpendapat dan akhirnya menjadi tidak terkontrol. Selain itu media sosial saat ini didukung oleh fitur kolom komentar. Fitur ini memfasilitasi pengguna (pembaca) dalam berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya dengan cara memberi beragam komentar sesuai seleranya. Tidak jarang komentar yang diujarkan oleh warganet melanggar prinsip kesantunan berbahasa dalam bentuk tuturan sarkastik (kasar).

Umpatan sarkastik (kasar) dapat dijumpai dalam kolom komentar @najwashihab, seperti pada contoh komentar berikut.

- (1) ***Di Caci tidak tumbang, dipuji tambah hutang, didemo menghilang. Oke gas.***

Tuturan atau kalimat tersebut diujarkan oleh @rmpalu. Tuturan itu menggunakan gaya bahasa jenis sarkasme leksikal karena terdapat kata **dipuji tambah hutang**. Kata dipuji tambah hutang berarti di awal dipuji namun pada akhirnya bernada negatif. Hal ini membuktikan bahwa penutur tidak sungguh – sungguh memberikan pujian melainkan menyindir secara halus dan jelas.

Demikian pula contoh tuturan (2) berikut di dalamnya terdapat gaya bahasa sarkasme.

(2) *Israel biadab*.

Tuturan atau kalimat tersebut diujarkan oleh @handayani23. Tuturan tersebut menggunakan gaya bahasa jenis sarkasme proposisional. Hal ini karena penutur menyatakan sindiran secara terang-terangan dan jelas. Penggunaan kata *biadab* menyebabkan kalimat tersebut termasuk sarkasme. Maksud tuturan tersebut mengisyaratkan sindiran atau kritik terhadap tindakan sekelompok orang Israel.

Sarkasme merupakan salah satu jenis gaya bahasa sindiran yang diujarkan secara kasar bersifat ironis, menyindir, mengkritik, mencemooh, mengejek bahkan merendahkan mitra tutur sehingga tuturan yang diujarkan dianggap kurang santun. Hal tersebut selaras dengan pendapat Nurgiyantoro, (2019) bahwa sarkasme merupakan suatu ungkapan yang digunakan untuk mengkritik, menyindir, atau mengecam yang lebih serius daripada ironi. Sarkasme mengandung kepahitan dan celaan yang frontal. Penggunaan gaya bahasa sarkasme umumnya dapat menyakitkan hati pendengar atau mitra tutur sehingga tuturan bernada sarkasme dapat dikatakan sebagai tuturan yang kurang santun.

Penggunaan bahasa sarkasme dalam media sosial dapat memberikan pengaruh negatif terhadap masyarakat. Tanpa disadari masyarakat ikut

menggunakan bahasa sarkastik (kasar) ketika bertuturan sehingga secara tidak langsung media sosial telah menyebarkan contoh penggunaan gaya bahasa tidak santun dalam proses berkomunikasi. Fenomena ini perlu mendapatkan perhatian khusus sebab jika gaya bahasa sarkasme sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam proses komunikasi akhirnya dapat membentuk suatu kebiasaan, budaya bahkan karakter negatif di mata bangsa lain.

Ujaran sarkasme yang ditemukan dalam media sosial tentu memunculkan permasalahan penyimpangan secara pragmatis. Nugrahani, (2018) Menyatakan bahwa dampak penyimpangan pragmatis tersebut , meliputi (1) munculnya persepsi analogi bahwa masyarakat indonesia senang menggunakan tuturan sarkastik, (2) secara tidak langsung media sosial mendidik masyarakat menggunakan gaya bahasa sarkastik (kasar), (3) propaganda bahwa penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam media sosial adalah hal yang biasa, dan bukan lagi dipandang sebagai pelanggaran etika komunikasi, (4) Bangsa Indonesia menerima (permisif) terhadap masalah tersebut. Oleh sebab itu, penelitian tentang sarkasme dalam media sosial (Instagram) perlu terus dilakukan sebagai salah satu masukan bagi pendidikan karakter di Indonesia serta memberikan pemahaman berbahasa santun di media sosial.

Kajian kebahasaan di media sosial telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Beberapa penelitian yang relevan dipilih untuk dijadikan sebagai acuan dan pembanding sehingga dapat dihindari pengulangan. Selain itu penelitian-penelitian tersebut dibutuhkan untuk menunjukkan bahwa permasalahan penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh Annisa, dkk. (2022), Setyanga, dkk. (2023), dan Amelinda, dkk. (2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Annisa dan kawan-kawan (2022) berjudul “Sarkasme Netizen di Media Sosial TikTok.” Artikel hasil penelitian tersebut dimuat dalam prosiding Samatra Seminar Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia. Penelitian tersebut menjelaskan tentang penggunaan gaya bahasa sarkasme pada media sosial TikTok yang melanggar prinsip kesantunan berbahasa. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bahasa sarkasme digunakan oleh netizen pada media sosial TikTok Keista Levronka. Data terkumpul dianalisis menggunakan teori ketidaksantunan berbahasa *Bousfield*. Penggunaan bahasa sarkasme oleh netizen kurang bijaksana dalam menggunakan media sosial dan akhirnya dapat memberikan dampak negatif terhadap korban penerima tuturan. Relevansi dengan penelitian ini yaitu adanya kesamaan penelitian tentang gaya bahasa sarkasme pada media sosial dan kesamaan penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Objek penelitian Annisa, dkk berfokus pada komentar dalam media sosial TikTok Keista Levronka, sedangkan fokus penelitian ini adalah penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam kolom komentar akun Instagram @najwashihab.

Penelitian yang dilakukan oleh Setyangga dan kawan-kawan (2023) berjudul “Penggunaan Gaya Bahasa Sindiran dalam Konten Chanel Youtube Animasi Tekotok Tinjauan Pragmatik.” Hasil penelitian menunjukkan terdapat 14 data majas sindiran yang meliputi 1 data majas sarkasme, 4 data majas sinisme, 6 data majas antifrasis, 2 data majas innuendo, dan 1 data majas ironi. Relevansi dengan penelitian ini antara lain adanya kesamaan penelitian pada perspektif serta metode yang digunakan yaitu kajian pragmatik dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti pada penelitian Setyangga,

dkk objek penelitian berupa chanel Youtube video animasi tekotok sedangkan pada penelitian ini objek penelitian berupa akun Instagram @najwashihab khususnya pada komentar oleh para pengikut akun Instagram @najwashihab. Selain itu penelitian ini hanya fokus pada ungkapan atau komentar-komentar bernada sarkasme.

Penelitian yang dilakukan oleh Amelinda dan kawan-kawan (2023) berjudul “Fenomena Sarkasme Komunikasi: Analisis Gaya Komunikasi Selebgram di Media Sosial.” Penelitian tersebut menjelaskan tentang gaya komunikasi selebgram Bunda Corla pada saat melakukan siaran langsung. Hasil penelitian memaparkan dua gaya komunikasi meliputi: (1) *The controlling style* (gaya pengontrol) digunakan oleh Bunda Corla untuk mengajak, mengendalikan, mengontrol dan mempersuasi orang lain dengan kalimat- kalimat persuasif. (2) *The withdrawel style* (gaya penarikan) adalah gaya komunikasi yang tidak layak digunakan yang ditandai dengan ujaran Bunda Corla yang sering menggunakan gaya bahasa sarkastik (kasar), seperti bandit, anjing dan bangsat. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini yakni pembahasan gaya komunikasi sarkastik (kasar) netizen pada media sosial. Perbebedaan terletak pada objek yang diteliti, Amelinda, dkk fokus pada gaya komunikasi selebgram Bunda Corla saat melakukan siaran langsung sedangkan penelitian ini fokus pada komentar netizen akun Instagram @najwashihab.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan tersebut menarik diteliti ungkapan-ungkapan sarkasme komentar akun Instagram @najwashihab dengan pendekatan pragmatik. Pendekatan ini digunakan karena bahasa tulis di media sosial Instagram erat kaitannya dengan konteks pemakaian bahasa. Untuk itu

ditampilkan judul penelitian “Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme dalam Kolom Komentar pada Akun Instagram @najwashihab: Kajian Pragmatik.”

B Ruang Lingkup

Pragmatik merupakan ilmu kebahasaan yang mempelajari pemakaian bahasa secara eksternal. Kajian ini lebih fokus pada fenomena deiksis, implikatur, dan tindak tutur atau kesantunan (Raharja, 2019). Sebagai sebuah pendekatan dalam analisisnya pragmatik memperhatikan koteks dan konteks. Kedua hal ini penting untuk memudahkan penentuan makna atau maksud tuturan atau kalimat. Dengan demikian, pendekatan pragmatik dalam praktiknya lebih cenderung pada gejala-gejala nonlinguistik.

Pendekatan pragmatik tepat digunakan untuk menganalisis penggunaan bahasa di media sosial seperti Instagram. Komentar para netizen terikat oleh koteks dan konteks. Dengan memanfaatkan kedua elemen ini kalimat-kalimat komentar netizen dapat dianalisis secara lebih tepat. Penelitian ini fokus pada kalimat-kalimat komentar netizen pada akun Instagram @najwashihab.

Komentar tersebut dibatasi pada kalimat-kalimat sarkasme. Dengan demikian kajian pragmatik ini dibatasi pada analisis tindak tutur sarkasme dalam kolom komentar akun Instagram @najwashihab.

C Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, rumusan pertanyaan penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimanakah bentuk-bentuk gaya bahasa sarkasme dalam kolom komentar pada akun Instagram @najwashihab?
2. Bagaimanakah fungsi penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam kolom

komentar pada akun Instagram @najwashihab?

D Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk gaya bahasa sarkasme dalam kolom komentar pada akun Instagram @najwashihab.
2. Mendeskripsikan fungsi penggunaan gaya bahasa sarkasme dalam kolom komentar pada akun Instagram @najwashihab.

E Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini berupa deskripsi penggunaan gaya bahasa sarkasme kalangan netizen pada saat berkomentar di akun Instagram @najwashihab. Diharapkan temuan bermanfaat secara teoretis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu melengkapi penelitian terdahulu berkenaan dengan tindak tutur kesantunan dalam penggunaan bahasa Indonesia di media sosial.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pelengkap kajian gaya bahasa sarkasme dalam media sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sebagai bahan pembanding dalam penelitian tindak tutur menggunakan pendekatan pragmatik. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi kajian gaya bahasa sarkasme.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca khususnya para penggiat atau pengguna media sosial agar tetap berbahasa secara santun. Hal ini untuk menghindari terjadinya pelanggaran hukum.

c. Bagi Guru Bahasa Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi media pembelajaran pada kurikulum Merdeka Belajar kelas X Bab 2 tentang “mengungkap kritik lewat senyum (teks anekdot).”

d. Bagi Siswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan siswa untuk menggunakan bahasa sebagai alat komunikasi, khususnya penggunaan gaya bahasa sarkasme pada media sosial. Dengan demikian siswa akan lebih bijak dalam menggunakan bahasa di media sosial.

e. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi lembaga pendidikan untuk mengembangkan strategi pendidikan yang lebih efektif dalam mengajarkan kompetensi berbahasa dan literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. www.beningmediapublishing.com
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. syakir Media Press.
- Agatha, M. A., Ardiansyah, R., & Damayanti, R. (2025). *GAYA BAHASA DALAM TIKTOK*. 7(1), 33–43.
- Akif Khilmiyah. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. In *Japanese circulation journal* (Vol. 57, p. 248).
- Amelinda, R., Jumriani, J., & Andriani, A. (2023). Fenomena Sarkasme Komunikasi: Analisis Gaya Komunikasi Selebgram di Media Sosial. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 8(2), 251–262. <https://doi.org/10.24256/pal.v8i2.4893>
- Annisa, Tantika, T. M., & Ngatma'in. (2022). Sarkasme Netizen Di Media Sosial Tiktok. *Prosiding Samasta*, 94–103.
- Arianto, B. (2024). Triangulasi Metoda Penelitian Kualitatif. In *Borneo Novelty Publishing: Vol. 10.70310/q* (Issue December). <https://doi.org/10.70310/q81zdh33>
- Cahyani, R. W., Setyawan, I., & Irma, C. N. (2021). Analisis Penggunaan Bahasa Sebagai Ekspresi Emosi Pada Film My Stupid Boss 2. *Jurnal Membaca*, 6(1), 65–72. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jurnalmembaca>
- Cahyo, A. N. . M. A. A. . I. M. (2020). Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme pada Lagu. *Jurnal Sastra*, 9(1), 6. https://www.researchgate.net/publication/342118847_Analisis_Penggunaan_Gaya_Bahasa_Sarkasme_pada_Lagu_Bahaya_Komunis_Karangan_Jason_Ranti
- Camp, E. (2011). Sarcasm, Pretense, and The Semantics. *Journal of University of Pennsylvania*, 1–48.
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Dinari, I. (2015). Jenis-Jenis Dan Penanda Majas Sarkasme Dalam Novel the Return of Sherlock Holmes. *Jurnal Bahasa Dan Sastra “Kajian Pragmatik Dalam Segala Bidang,”* 53(9), 497–503 (7 halaman). <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingprasasti/article/view/230>

- Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/Metode%20Penelitian%20Kualitatif%20Di%20Bidang%20Pendidikan.pdf)
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025*. (2025). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>
- KBBI, 2025. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. [Online, di akses tanggal 13 Juli 2025].<https://dapobas.kemdikbud.go.id/homecat.php?show=url/kbbi&cat=3>.
- Keraf, G. (2010). *Diksi dan Gaya Bahasa*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahociety/article/download/38118/34843/81259>
- Maujud, F. (2019). *Pragmatik : Teori dan Analisis Makna Konteks dalam Bahasa*. 65.
- Nugrahani, F. (2018). Penggunaan Bahasa Dalam Media Sosial: Cermin Pudarnya Karakter Bangsa. *KBI Kongres Bahasa Indonesia*, 112. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=M_SwJrwAAAAJ&citation_for_view=M_SwJrwAAAAJ:AvfA0Oy_GEOC
- Nurgiyantoro, B. (2019). *Stilistika*. Gadjah Mada University Press.
- Oktaviani, D. (2019). *Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa iain metro [skripsi]*. Institut agama islam negeri (iain) metro.
- Prof. Dr. Sumarlam, M. S., Dr. Sri Pamungkas, S.S., M. H., & Dr. Ratna Susanti, S.S., M. P. (2023). *Sumarlam Sri Pamungkas Ratna Susanti bukuKatta*. 1. <http://repository.stkippacitan.ac.id/id/eprint/1355>
- Rahardi, K., Setyaningsih, Y., & Dewi, R. P. (2016). *PAGMATIK Fenomena Ketidaksantunan Berbahasa*. Erlangga.
- Retnaningsih, W. (2014). Kajian Pragmatik Dalam Studi Linguistik. In *CV. Hidayah*. (Issue 0271, p. 223). [https://isbn.perpusnas.go.id/Account/SearchBuku?searchTxt=9786021230602&searchCat=IS BN](https://isbn.perpusnas.go.id/Account/SearchBuku?searchTxt=9786021230602&searchCat=IS%20BN)

- Sandu Siyoto, M. A. S. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_METODOLOGI_PENELITIAN/QPhFDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Setyangga, E. B., Budiana, N., & Toha, M. (2023). Penggunaan gaya bahasa sindiran dalam konten channel youtube animasi Tekotok tinjauan pragmatik. *Journal on Education*, 06(01), 63896397. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/3845>
- Siahaan, C., Salomo, S., & Adrian, D. (2022). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Berkomunikasi di Lingkungan Masyarakat. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 2843–2848. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.774>
- Sinaga, M., Mustika, T. P., & Tamam, M. B. (2023). Fungsi Sarkasme dalam Bentuk Umpatan pada Tuturan Masyarakat Kabupaten Kepulauan Meranti. *Journal on Education*, 05(04), 1481314823. <https://www.jonedu.org/index.php/joe/article/view/2551>
- Sirait, D. E. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian* (K. rumah cemerlang I. A. I. J. Barat (Ed.)).
- Situmorang, W., & Hayati, R. (2023). Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi Dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 9(1), 111–118. <https://doi.org/10.33369/jsn.9.1.111-118>
- Subakti, H., Putranti, E. C., Hudzafidah, K., Yuliana, R., Musyarofah, S., Alfiyah, S., Widaryanti, Hayati, N., Bintari, V. I., Amalo, D. A., & Subakti, H. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Pratinjau Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Issue April 2023).
- Sugito, Aryani, S., Pratama, I., & Azzahra, I. (2022). Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha). In *Universitas Medan Area Press*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi. (2014). *Metodologi Penelitian Sebuah Pengantar*.