

**ANALISIS PESAN SARKASME PADA PENGGUNAAN *FACEBOOK*
TERHADAP MASYARAKAT GAMPONG PULO MESJID 1 TANGSE
PIDIE**

PENELITIAN SKRIPSI S-1

Diajukan Oleh:

**NOVA ZAHARA
NIM. 180401107**

**Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prodi S1-Komunikasi Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Ade Irma, B.H. Sc., M. A
NIP. 197309212000032004**

**Drs. Syukri Syamann, M.Ag
NIP. 196412311996031006**

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh


NOVA ZAHARA
NIM. 180401107


Senin, 15 Agustus 2023 M
28 Muharram 1445 H

di
Darussalam - Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,

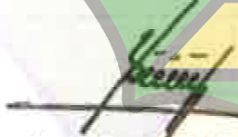
Sekretaris,


Dr. Ade Irma, B.H.Sc., M.A.
NIP.197309212000032004


Dr. Syukri Syamaun, M.Ag
NIP. 196412311996031006

Anggota I,

Anggota II,



Drs. Yusti, M.L.I.S
NIP. 196412311996031006


Fajri Chairawati, S.Pd. I, M.A.
NIP. 197903302003122002



Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry


Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M. Pd
NIP. 19641201984122001

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya :

Nama : Nova Zahara
NIM : 180401107
Jenjang : Strata Satu (S-1)
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Meyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 15 Agustus 2023

جامعه الرانيري menyatakan

A R R ANIYAR Y
TEMPER

FABIAFAKX65936530

Nova Zahara

NIM.180401107

ABSTRAK

Dengan semakin canggihnya teknologi tentunya perkembangan media sosial juga semakin tinggi. Seluruh lapisan masyarakat setidaknya memiliki satu akun media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi antar sesama, berjualan dan juga untuk memposting status tentang kehidupan. Begitu pula masyarakat gampong Pulo Mesjid 1 yang banyak menggunakan *facebook*, penggunaan media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media belajar, bekerja, berbisnis, dan strategi *marketing*, namun penggunaan *facebook* di gampong Pulo Mesjid 1 telah menimbulkan dampak negatif karena banyaknya masyarakat yang menggunakan bahasa sarkasme saat memposting status. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pesan sarkasme dan mengetahui efek yang ditimbulkan pesan sarkasme tersebut terhadap masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat gampong Pulo Mesjid 1 menggunakan 3 jenis sarkasme dalam memposting status di media sosial yaitu sarkasme kasar/hinaan, sarkasme sindiran dan sarkasme sebutan. Adapun tujuan/alasan masyarakat gampong Pulo Mesjid 1 memposting status sarkasme di *facebook* adalah untuk mencari dukungan, tidak ada orang disekitarnya yang bisa diajak curhat, ada rasa kepuasaan ketika sudah mencurahkan, dan orang-orang akan ikut menyalahkan orang yang disindir. Dampak negatif akibat postingan status yang berisi pesan sarkasme adalah terjadinya pertengkaran, terjadinya perpecahan yang tadinya hanya antar individu bisa menjadi antar kelompok, dan terjadinya aksi balas membalas yang menimbulkan ketidaknyamanan bagi yang melihatnya.

Kata Kunci : *Media Sosial, Facebook, Sarkasme.*

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Pesan Sarkasme Pada Penggunaan Facebook Terhadap Masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 Tangse Pidie”**. Tidak lupa pula, selawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Ar-Raniry. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa sekali penulis persembahkan skripsi ini kepada orang tua tercinta (Bapak Fauzi M Ali dan Almh Ibu Siti Hawa) yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dukungan finansial yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan

pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.

2. Terkhusus kepada kakak-kakak saya yang tercinta Safariana, Rahmatunnisak, putri Andriana, dan Mulizar yang selalu memberikan dorongan dan kesadaran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Terimakasih banyak untuk seluruh keponakan cek ya Faza Nazira, Ghina Anindya Raifa, Aira Zelmira, M nabil Yusuf, dan Arumi yang selalu memberikan semangat kepada cek ya.
4. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu atau belajar di UIN Ar-Raniry.
5. Ibu Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Mahmuddin, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Fairus, S.Ag., M.A selaku Wakil Dekan II dan Bapak Sabirin, S.Sos.i., M.Si selaku Wakil Dekan III.
6. Bapak Syahril Furqany, S.I.Kom., M.I.Kom dan Ibu Hanifah, S.Sos. I., M.Ag., selaku Kepala dan Sekretaris Prodi KPI yang telah meluangkan waktu untuk mahasiswa KPI berkonsultasi terkait permasalahan akademik.
7. Ibu Dr. Ade Irma, B.H. Sc., M.A selaku Penasehat Akademik dan Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan fikiran untuk

membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan proposal skripsi lalu penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.

8. Bapak Drs. Syukri Syamaun, M.Ag selaku pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu dan fikiran untuk membimbing dan memberikan arahan dalam proses pelaksanaan skripsi lalu penelitian sehingga terselesainya skripsi ini dengan baik.

9. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.

10. Terimakasih kepada seluruh masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 yang telah membantu dan mau meluangkan waktu untuk menjadi narasumber dan sudi kiranya meluangkan waktu dalam melakukan proses wawancara dengan penulis untuk terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal‘alamin.

Banda Aceh, 07 Juni 2023

Penulis,

Nova Zahara

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Penjelasan Konsep/ Istilah Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	8
B. Media Sosial.....	11
C. <i>Facebook</i>	28
D. Sarkasme	37
E. Teori yang Digunakan.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Sumber Data Penelitian.....	42
C. Lokasi Penelitian.....	42
D. Informan Penelitian.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	48
A. Gambaran Gampong Pulo Mesjid 1	48
B. Keadaan Masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1.....	49
C. Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Warga Gampong Pulo Mesjid 1 di Facebook	50
D. Efek Penggunaan Bahasa Sarkasme di Media Facebook.....	64
E. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71

B. Saran..... 72
DAFTAR PUSTAKA 73



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Mhd.Saadah..... 78
Gambar 1.2 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Mulizar.Ali 78
Gambar 1.3 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Putriadriana 79
Gambar 1.4 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Munira 79
Gambar 1.5 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Cuttazkiahaufa . 80
Gambar 1.6 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Safarianaazaa ... 80
Gambar 1.7 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Unaiskandar 81
Gambar 1.8 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Fakri Raifa 81



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bahasa digunakan sebagai alat komunikasi sehari-hari untuk mengungkapkan ide, pikiran, gagasan dalam menyampaikan informasi dan pendapat. Bahasa adalah alat komunikasi yang disampaikan kepada orang lain berupa bunyi dan memiliki makna. Bahasa juga bisa disebut sebagai kebudayaan dan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat sebagai penggunaannya. Bahasa dapat tumbuh dan berkembang jika digunakan oleh masyarakat. Begitupun sebaliknya, bahasa akan punah jika tidak digunakan oleh masyarakat. Pada dasarnya keduanya saling berkaitan, karena manusia tidak akan mampu beraktivitas tanpa bahasa.¹

Setiap masyarakat mempunyai gaya bahasa sendiri dalam berkomunikasi. Setiap daerah di Indonesia mempunyai bahasa masing-masing dan gaya bahasa sendiri dalam berkomunikasi. Oleh karena demikian penggunaan bahasa dalam di setiap daerah tentu berbeda dengan daerah lain.

Bahasa juga merupakan faktor utama dalam kehidupan manusia. Karena Bahasa sebagai perlengkapan komunikasi baik secara perorangan maupun berkelompok. Komunikasi ini bisa terjalin apabila terdapat interaksi antar manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Lewat bahasa manusia bisa mendapatkan data dari sesamanya secara sempurna. Bahasa memiliki peranan yang sangat penting untuk mengembangkan

¹ Siska Lutfiani, "Sarkasme Pada Media Sosial Twitter Dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA", Jurnal Tabasa, Vol.1, No.2, hal. 270.

media sosial. Pada pengaplikasian media sosial bahasa digunakan sebagai wujud dalam berkomunikasi dan menyampaikan data. Dengan hadirnya media sosial manusia bisa melaksanakan komunikasi tanpa harus bertatap muka secara langsung. Hal ini menjadikan bahasa lisan yang digunakan untuk berbicara secara langsung dapat menjadi bahasa tulis. Maka dari itu timbullah penggunaan bahasa tulis dengan gaya bahasa sarkasme.²

Sarkasme merupakan gaya bahasa yang digunakan untuk menyindir atau menyinggung terhadap sesuatu.³ Bahasa yang digunakan untuk menyindir tentunya bahasa yang mengandung kata-kata kasar dan bisa juga dalam bentuk kata-kata yang halus namun maknanya pedas, sehingga orang yang disindir akan merasa sakit hati.

Penggunaan bahasa pada media sosial adalah bentuk bahasa yang tertulis. Bahasa tertulis adalah bahasa yang disampaikan dalam bentuk tulisan. Contoh bahasa tertulis pada media sosial adalah komentar ataupun tanggapan-tanggapan yang ditulis oleh pengguna media sosial. Sarkasme pada media sosial disampaikan dalam bentuk pesan tertulis.

Sarkasme pada media sosial dapat terjadi apabila seseorang tidak suka terhadap suatu postingan ataupun komentar yang dilihat, maka seseorang tersebut membalas dengan menggunakan bahasa yang kasar atau kalimat yang mengandung pesan sarkasme. Misalnya seperti *“Luarnya saja yang cantik tapi sayang di dalamnya*

² Ulfatun Hasana, dkk, “ Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial Instagram”, Jurnal pendidikan, Vol.7, No.2, hal. 411.

³ Heru, Agus, “ Gaya Bahasa Sindiran Ironi, Sinisme dan Sarkasme Dalam Berita Utama Harian Kompas”, Jurnal Pembelajaran dan Sastra Indonesia, Vol. 8, No. 2, hal. 45.

busuk”. Dari komentar tersebut tentunya mengandung pesan sarkasme yang bertujuan untuk menyindir seseorang terhadap sesuatu yang tidak disukai. Saat ini masyarakat tidak bisa lepas dari kehidupan media sosial, anak kecil sampai orang dewasa sekarang sudah mempunyai minimal satu akun media sosial.

Dengan teknologi yang semakin canggih tentunya perkembangan media sosial juga mengikuti *trend* yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja. Dengan adanya media sosial tentunya berkomunikasi juga semakin mudah. Sekaligus akan meminimalisir penyalahgunaan penggunaan media sosial, salah satunya munculnya pesan-pesan sarkasme yang ditulis di media sosial. Pesan sarkasme muncul dikarenakan masyarakat mulai mengangkat peristiwa yang terjadi di lingkungan kehidupan sosial ke media sosial. Misalnya seperti kejadian tetangga A berselisih paham dengan tetangga B maka perselisihan tersebut diangkat ke media sosial sehingga masing-masing dari keduanya saling balas membalas di media sosial. Komentar-komentar yang dilontarkan tersebut yang kemudian disebut sebagai pesan sarkasme karena sudah keluar dari etika berkomunikasi.

Pesan-pesan sarkasme yang demikian sangat banyak terdapat di media sosial salah satunya *facebook*. *Facebook* adalah salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Setiap tahun pengguna *facebook* semakin meningkat dikarenakan *facebook* adalah satu media sosial yang mudah dan murah (tidak banyak menghabiskan kuota). Proses dalam menjalankan aplikasinya juga sangat mudah sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk menggunakan *facebook* dibanding media sosial lainnya.

Berdasarkan observasi awal penulis, masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie banyak yang menggunakan *facebook*, baik dari golongan muda hingga dewasa. Dengan menggunakan *facebook* tentunya memudahkan masyarakat gampong Pulo Masjid 1 dalam berkomunikasi. Penggunaan *facebook* oleh masyarakat gampong Pulo Masjid 1 telah menimbulkan dampak negatif. Hadirnya media adalah untuk memudahkan masyarakat namun penyalahan dari penggunaan media tersebut tentunya juga tidak dapat dihindar.

Dampak negatif masyarakat gampong Pulo Masjid 1 yang menggunakan *facebook* adalah banyaknya pesan-pesan sarkasme yang berupa sindiran yang diposting pada *story facebook*. Masyarakat yang tidak suka atau merasa kurang puas terhadap suatu hal maka melampiaskan perasaan tersebut di *story facebook* dengan menulis beberapa kalimat dengan tujuan untuk menyindir atau mengatai-ngatai. Ketika postingan tersebut diposting tentunya orang yang merasa disindir akan membalas sindiran tersebut dengan cara yang sama yaitu menggunakan *facebook*, sehingga masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 saling balas-membalas sindirannya di *facebook*. Dengan tindakan tersebut akibatnya adalah banyaknya pesan-pesan sarkasme yang bermunculan di *facebook*.

Oleh karena faktor demikian penulis memilih judul “*Analisis Pesan Sarkasme Pada Penggunaan Facebook Terhadap Masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie*”. Karena penulis ingin mengetahui pesan-pesan sarkasme baik dalam bentuk sindiran ataupun dalam bentuk lain pada media *facebook*. Dan jika harus menyindir kenapa harus dilakukan di media sosial.

B. Rumusan Masalah

Sarkasme merupakan bentuk sindiran yang dilakukan dengan tujuan untuk menyakiti perasaan seseorang. Pesan-pesan sarkasme sekarang banyak dijumpai di media sosial salah satunya *facebook*. *Facebook* adalah salah satu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat tidak terkecuali masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie. Penggunaan *facebook* oleh masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 telah menimbulkan dampak negatif yaitu sindir-sindiran terhadap satu sama lain.

Adapun pokok permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis penggunaan pesan sarkasme pada *facebook* terhadap masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie?
2. Apa saja efek yang ditimbulkan pesan sarkasme yang dilakukan di media *facebook* terhadap masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui analisis pesan sarkasme pada penggunaan *facebook* terhadap Gampong Pulo Masjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie.

2. Untuk mengetahui efek yang ditimbulkan pesan sarkasme yang dilakukan di media *facebook* terhadap masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis, secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana pengembangan teori atau keilmuan tentang penggunaan bahasa dan penyalahgunaan media sosial.
2. Manfaat Praktis, secara praktis hasil penelitian ini dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan juga sebagai referensi bacaan bagi para peneliti yang akan meneliti mengenai penyalahgunaan media social *facebook*.

E. Penjelasan Konsep/ Istilah Penelitian

1. Sarkasme

Sarkasme adalah salah satu majas dengan penggunaan bahasa yang paling kasar. Selain itu sarkasme merupakan bahasa yang mengandung celaan yang pahit dan getir.⁴ Sarkasme juga dapat bersifat sinisme dan ironis. Perbedaan dapat dikenali melalui penggunaan bahasa yang lebih kasar dari ironis dan sinisme yang murni.

⁴ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), hal.20

2. Facebook

Facebook adalah salah satu media sosial dan layanan jejaring sosial online Amerika yang dimiliki oleh *Meta Platforms*. Didirikan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg dengan sesama siswa *Harvard College* dan teman-sekamarnya. Namanya berasal dari direktori *facebook* yang sering diberikan kepada mahasiswa Amerika. Keanggotaan awalnya terbatas pada mahasiswa Harvard, secara bertahap berkembang ke universitas Amerika Utara lainnya dan, sejak 2006, siapa pun yang berusia di atas 13 tahun boleh menggunakan.⁵

3. Masyarakat

Pendapat dari Maclver yang mengatakan bahwa masyarakat adalah satu sistem cara kerja dan prosedur, dari otoritas dan saling membantu yang meliputi kelompok-kelompok dan pembagian-pembagian sosial lainnya, sistem pengawasan tingkah laku manusia dan kebebasan, sistem yang kompleks dan selalu berubah, atau jaringan relasi sosial.⁶

⁵ Wikipedia, *Apa Itu facebook*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>, (Dikases 20 Agustus 2022 pukul 19.43)

⁶ Beni Ahmad Saebani, *Pengantar Antropologi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hal. 137.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian Fadly Winata Rachmat pada Universitas Islam Negeri Alauddin dengan judul “*Penggunaan Sarkasme Dalam Pergaulan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar*” hasil penelitiannya menunjukkan: Pertama, Pemerolehan bahasa sarkasme yang dilontarkan oleh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dipengaruhi lingkungan pertemanan (pergaulan) dimana ketika mereka mendengarnya menjadi rangsangan kemudian mempraktekannya, selain itu peran media cukup berpengaruh karena tontonan hingga komentar pedas di media sosial. Kedua, Faktor penyebab dari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar melontarkan bahasa sarkasme karena emosi, bercanda, keceplosan dan kecewa.⁷

Implikasi dari penelitian ini diantaranya sebaiknya mengurangi penggunaan kata kasar, menempatkan pada tempatnya, melihat situasi dan kondisi dan mengetahui bahwa kata kasar tidak baik meski dengan alasan apapun. Pembinaan mental dan didikan dari orang tua, guru ataupun dosen sehingga mulai dari anak hingga bahwa kata kasar tidak sesuai dengan norma-norma agama. Bimbingan agama, baik di rumah ataupun di sekolah dan tempat kuliah, sehingga mereka dapat

⁷ Fadly Winata Rachmat, Skipsi, *Penggunaan Sarkasme Dalam Pergaulan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar*, (Makassar: UIN Alauddin, 2017), hal. 59.

pencerahaan dalam persepsi agama bagaimana berakhlak yang baik tanpa menghujat dan menyakiti hati orang lain, namun tanpa adanya pengendalian diri dari pribadi seseorang itu, usaha apapun tidak akan berhasil.⁸

Jurnal bahasa oleh Siska Lutfiyani dan kawan-kawan pada Universitas Pancasakti Tegal dengan judul *“Sarkasme pada Media Sosial Twitter dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA”* hasil penelitian menggunakan teori Elizabeth Camp terdapat 4 jenis sarkasme yaitu sarkasme sebutan, sarkasme leksikal, sarkasme sifat dan sarkasme ilokusi. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan 24 data pada kolom komentar akun media sosial twitter tersebut. Hasil penelitian diimplikasikan pada pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA kelas X SMA semester II kurikulum 2013 KD 3.12 Menghubungkan permasalahan isu sudut pandang dan argumen beberapa pihak dan simpulan dari debat untuk menemukan esensi dari debat dan KD penerapannya yaitu 4.12. Mengkonstruksi permasalahan isu, sudut pandang dan argumen beberapa pihak esensi dari debat.⁹

Jurnal bahasa oleh Rani Sri Wahyuni dengan judul *“Analisis Gaya Bahasa Sarkasme dalam Bahasa Sunda Warganet pada Media Sosial Facebook”* hasil penelitian menunjukkan penggunaan bahasa sarkasme di media *facebook* yang menyebabkan adanya pelanggaran prinsip kesantunan berbahasa. Komentar dan ujaran-ujaran para pengguna *facebook* masih banyak menggunakan kata-kata yang

⁸ *Ibid.*, hlm. 60.

⁹ Siska Lutfiyani, dkk, *Sarkasme pada Media Sosial Twitter dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA*, (Surakarta: Universitas Pancasakti Tegal, 2021), Vol. 1, No.2, hal. 283.

kasar, khususnya komentar-komentar usia remaja. Mereka sudah banyak melanggar norma kesopanan dalam berbahasa. Adapun beberapa faktor penyebab terjadinya penggunaan gaya bahasa sunda kasar dalam media sosial *facebook* adalah ingin menunjukkan eksistensi para pengguna media sosial, *facebook* sebagai media sosial yang tidak terbatas, sebagai tempat meluapkan ekspresi, komunikasi *nonface to face*, serta media sosial sebagai tempat menghujat. Padahal sudah jelas bahwa kesantunan berbahasa perlu dipatuhi baik oleh penutur maupun mitra tutur. Tujuannya adalah untuk saling menghargai sesama pengguna media sosial.¹⁰

Dari ketiga penelitian di atas tentunya memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Adapun persamaanya dengan penelitian ini adalah yakni pada penelitian pertama persamaan yang didapat dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang sarkasme dalam berkomunikasi dan penerapannya. Sedangkan pada penelitian kedua dan ketiga persamaan yang didapat yaitu mengkaji tentang sarkasme-sarkame yang terdapat pada media sosial. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini penulis ingin menganalisis pesan sarkasme pada penggunaan *facebook* terhadap masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie dan apa saja faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 Kecamatan Tangse Kabupaten Pidie sering menggunakan kalimat-kalimat sarkasme pada media sosial *facebook*.

¹⁰ Rani Sri Wahyuni, *Analisis Gaya Bahasa Sarkasme dalam Bahasa Sunda Warganet pada Media Sosial Facebook*, (Purwakarta: Jurnal Metabasa, 2021), Vol. 3, No.2, hal. 72

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Secara sederhana istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi, terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yakni massa, karena terlihat dari banyaknya pembahasan tentang komunikasi massa. Beragam kriteria bisa dibuat untuk melihat bagaimana media itu, ada yang membuat kriteria media berdasarkan teknologinya, seperti media cetak yang menunjukkan bahwa media tersebut dibuat dengan mesin cetak dan media elektronik yang dihasilkan oleh perangkat elektronik. Dari sumber atau organ yang menjelaskan bagaimana cara mendapatkan atau bagaimana kode-kode pesan itu diolah, misalnya media video visual yang diakses dengan menggunakan organ pendengaran dan penglihatan. Ada juga yang menuliskannya berdasarkan bagaimana pesan itu disebarkan seperti media penyiaran (*broadcast*) dimana media merupakan pusat dari produksi pesan, seperti stasiun televisi, dan pesan itu disebarkan serta bisa dinikmati oleh siapa saja asal memiliki pesawat televisi.¹¹

Membagi media dalam kriteria-kriteria tertentu akan memudahkan siapapun untuk melihat media, hanya pembagian media tersebut menepatkan media sekedar alat atau perantara dalam proses distribusi pesan. Padahal dibalik itu semua media memiliki kekuatan yang juga berkontribusi

¹¹ Kurniawan, *Jurnalisme maya*, (Bandung: Rosdakarya.2016), hal. 1

menciptakan makna dan budaya.¹² Media sosial telah menjadikan keseluruhan masyarakat global memiliki kesempatan yang sama. Media sosial telah mampu mewujudkan kolaborasi manusia tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga media sosial bisa dikatakan sebagai alat komunikasi generasi saat ini. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan dunia dalam genggaman.

Thomas L. Friedman (2007) sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber manapun. Sama halnya juga yang dijabarkan oleh Richard Hunter (2002) dengan *World Without Secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan sesuatu yang mudah untuk dicari dan terbuka.¹³

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang, itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara

¹² Suliantadan Feri, *Keajaiban Media Sosial*, (Jakarta: Elex Media Kompetindo, 2015), hal. 23

¹³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan sosioteknologi*, (Bandung: Rosdakarya, 2016), hal.1

virtual.¹⁴ Pada era digital seperti sekarang, semua tergantung pada teknologi, dan salah satu hasil dari teknologi adalah internet, yang banyak mengandung banyak situs di dalamnya, termasuk situs media sosial. Segala kehidupan manusia dari belahan bumi manapun dapat dilihat melalui media sosial, bahkan beberapa diantaranya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang-orang dari negara lain.

2. Jenis Media Sosial

Media sosial adalah media yang sangat memungkinkan orang (penggunanya) untuk saling bersosialisasi dan berinteraksi, berbagi informasi maupun menjalin kerjasama. Setidaknya ada tujuh kategori pembagian media sosial, terlepas dari pembagian berdasarkan model jaringan yang terbentuk, karakteristik pengguna, ataupun berdasarkan file atau berkas yang yang disebar oleh pengguna. Pembagian jenis media sosial ini merupakan upaya untuk melihat bagaimana jenis media sosial itu, bukan berarti membatasi pada perkembangan *platform* di internet dan aplikasi di perangkat telepon genggam.

Adapun jenis-jenis media sosial adalah sebagai berikut:

a. Media jejaring sosial (*social networking*)

Social networking atau jejaring sosial merupakan social media yang memfasilitasi pengguna untuk dapat berinteraksi dengan pengguna

¹⁴ Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antar Budaya di Era siber*, (Jakarta: Prenata Media), hal. 13

lainnya, dengan saling menambahkan teman, memberikan komentar bertanya maupun berdiskusi. ¹⁵ *Social networking* atau jejaring sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual.

Situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang terjadi bukan hanya pada teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua posting (publikasi) merupakan *real time* yang memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang sedang terjadi.

Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus pembentukan pertemanan baru ini berdasarkan pada sesuatu yang sama, misalnya hobi atau kegemaran, sudut pandang politik, asal sekolah atau universitas, atau profesi pekerjaan. ¹⁶

¹⁵ Rahmadi dan Arif, *Tips Produktif Ber-Social Media*, (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2016), hal. 1

¹⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan sosioteknologi*, (Bandung: Rosdakarya, 2016), hal. 40

b. *Blog*

Blog merupakan sosial media yang memfasilitasi penggunaanya untuk menulis konten, layaknya sebuah *diary*, jadi dalam sebuah *blog*, artikel-artikel yang ada adalah milik pengguna itu sendiri.¹⁷ *Blog* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi istilah *web*, baik tautan, *web* lain, informasi, dan sebagainya. Istilah *blog* berasal dari “*weblog*”, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Borger pada tahun 1997 merujuk pada jurnal pribadi *online*.¹⁸

Pada awalnya, *blog* merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya, pada perkembangan selanjutnya *blog* memuat banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung.¹⁹

Blog mempunyai fungsi yang sangat beragam, mulai dari sebuah catatan harian, media-publikasi dalam sebuah kampanye politik, sampai dengan program-program media dan perusahaan-perusahaan. Sebagian *blog* dipelihara oleh seorang penulis tunggal, sementara sebagian lainnya oleh beberapa penulis. Banyak juga *blog* yang memiliki

¹⁷ Rahmadi Arif, *Tips Produktif Ber-Social Media*, (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2016), hal.5

¹⁸ *Ibid.*, hal.5

¹⁹Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Cybermedia*, (Jakarta: PT Grafindo , 2014), hal.30

fasilitas interaksi dengan para pengunjungnya, seperti menggunakan buku tamu dan kolom komentar yang dapat memperkenankan pengunjungnya untuk meninggalkan komentar atas isi dari tulisan yang dipublikasikan, namun demikian ada juga *blog* yang bersifat sebaliknya (*non-interaktif*). Karakter dari *blog* antara lain penggunaannya adalah pribadi dan konten yang dipublikasikan juga terkait pengguna itu sendiri. Pada awalnya, *blog* cenderung dikelola oleh individu-individu, namun sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan jangkauan terhadap khalayak membuat perusahaan atau instansi bisnis juga terjun mengelola *blog*.²⁰ Karena *blog* sering digunakan untuk menulis aktivitas sehari-hari yang terjadi pada penulisnya, ataupun merefleksikan pandangan-pandangan penulisnya tentang berbagai macam topik yang terjadi dan untuk berbagi informasi. *Blog* menjadi sumber informasi bagi para *hacker*, pencuri identitas, mata-mata, dan lain sebagainya. Banyak berkas-berkas rahasia dan penulisan isu sensitif ditemukan dalam *blog-blog*. R Har Ani berakibat dipecatnya seseorang dari pekerjaannya, diblokir aksesnya, didenda, dan bahkan ditangkap.²¹

²⁰ Cross.M.Bloggerati, *Twitterati:How Blog an Twitter are Transforming Populer Culture*, (California Santa Brabara, 2011), hal. 129

²¹ Suryana Oya, *My Blog, My Money, Cara Jitu Menjual Text Link di Blog Untuk pemula*, (Jakarta: Andi Publisher, 2019), hal.8

c. *Microblogging*

Merupakan salah satu bentuk *blog* yang memungkinkan menulis teks pembaruan singkat, biasanya kurang dari 200 karakter. *Microblog* ini dapat dimanfaatkan untuk menyimpan ide-ide atau mengungkapkan gagasan, seperti *twitter*.²²

Hal membedakan *mikroblog* dengan *blog* lainnya adalah *mikroblog* memiliki ukuran yang lebih kecil dari ukuran *blog* sebenarnya. Akan tetapi tujuannya tetap sama yaitu pengguna menulis topik tertentu. Pengguna *mikroblog* juga dapat memberikan komentar kepada teks pembaharuan yang dibuat oleh pengguna lain dan begitu juga sebaliknya. Layanan ini dapat diunduh secara gratis. Tidak ada kriteria-kriteria khusus untuk menggunakan layanan ini, semua orang di seluruh dunia dapat melakukan aktivitas menulis teks pembaharuan singkat dengan fasilitas yang diberikan oleh *mikroblog*.

d. *Media Sharing* (Berbagi Media)

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, vidio, audio, gambar, dan sebagainya.²³ *Media sharing*

²² Rahmadi Arif, *Tips Produktif Ber-Social Media*, (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo,2016), hal.1

²³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan sosioteknologi*, (Bandung: Rosdakarya, 2016), hal. 44

merupakan media sosial untuk berbagi foto dan video, contohnya *youtube (youtube.com)*, *instagram (instagram.com)*, *flickr (flickr.com)*.²⁴

Media sosial jenis ini adalah media paling banyak digunakan oleh masyarakat karena tujuan dari pada media sosial ini adalah berbagi yakni segala aktivitas dan kegiatan yang dilakukan dapat dibagikan melalui media sosial ini dalam bentuk gambar ataupun video.

e. *Social Bookmarking* (Penanda Sosial)

Penanda sosial atau *social bookmarking* merupakan media sosial dengan interaksi berupa *votting*, menandai artikel yang disukai, atau memberikan komentar terhadap artikel yang ada.²⁵

Penanda sosial (*Social bookmarking*) adalah sebuah metode bagi pengguna internet untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari penanda sumber daya yang tersedia secara online. Berbeda dengan konsep berbagi *file (file sharing)*, sumber daya *online* tersebut tidak dibagi-bagi, melainkan hanya menjadi penanda bahwa sumber daya tersebut merupakan referensi mereka.

Dalam sistem penanda sosial, pengguna menyimpan *link* ke halaman *web* yang mereka ingin ingat dan/atau bagikan. Penanda ini biasanya bersifat *domain* publik, dan dapat disimpan secara pribadi atau hanya berbagi dengan orang-orang tertentu atau kelompok atau

²⁴ Arif Rahmadi, *Tips Produktif Ber-Social Media*, (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo, 2016), hal.2

²⁵*Ibid.*, hal.3

hanya di dalam jaringan tertentu, atau kombinasi lain dari *domain* publik dan swasta. Orang-orang diperbolehkan biasanya dapat melihat kronologis penanda menurut kategori atau tag, atau melalui mesin pencari.

Banyak layanan penanda sosial menyediakan *web feed* untuk daftar *bookmark* mereka, termasuk daftar yang diselenggarakan oleh *tag*. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk menyadari bahwa *bookmark* baru mereka disimpan atau ditandai oleh pengguna lain. Seiring dengan perkembangan layanan ini yang kini telah semakin matang dan tumbuh lebih populer, maka telah ditambahkan fitur baru seperti peringkat dan komentar di *bookmark*, kemampuan untuk *impor* dan *ekspor bookmark* dari peramban, surat elektronik penanda, *anotasi web*, dan kelompok-kelompok atau fitur jaringan sosial.

f. Wiki

Media selanjutnya adalah *wiki* atau media konten bersama. Mengapa disebut media konten bersama? Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau *ensiklopedi*, *wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang suatu kata. Dalam praktiknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh para

pengunjung. Artinya ada kolaborasi atau kerja bersama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.²⁶

Kata “*wiki*” merujuk pada media sosial *Wikipedia* yang populer sebagai media kolaborasi konten bersama. Situs *wiki* hanya menyediakan perangkat lunak yang bisa dimasuki oleh siapa saja untuk mengisi, menyunting, bahkan mengomentari sebuah tema yang dijelaskan. Perkembangan kategori keterbukaan *wiki*, media sosial ini terbagi menjadi dua, yakni publik dan privasi. *Wikipedia* merupakan gambaran *wiki* publik dimana konten bisa diakses oleh pengguna secara bebas. Sementara *wiki* adalah jenis media sosial yang bersifat privasi atau terbatas yang hanya bisa disunting dan dikolaborasi dengan terbatas, biasanya ada moderator atau pengelola yang bisa memberi akses kepada siapa yang diinginkan.²⁷

3. Manfaat Penggunaan Media Sosial

Banyak sekali manfaat sosial media. hampir segala sesuatu selalu berhubungan dengan sosial media. Belajar, bekerja, rekreasi, bisnis, istirahat, *marketing*, semua selalu berhubungan dengan sosial media. Namun ada satu hal yang akan kita bahas lebih dalam lagi, yaitu pentingnya sosial media bagi sebuah bisnis online. Sosial media adalah salah satu penentu kesuksesan sebuah *website* atau *blog*. Media sosial dapat menghubungkan antara informasi

²⁶Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan sosioteknologi*, (Bandung: Rosdakarya, 2016), hal.47

²⁷ *Ibid.*, hal.48

dengan pembaca. Media sosial memegang peranan penting bagi pertumbuhan bisnis. Ada beberapa manfaat dari media sosial yang akan penulis jelaskan dalam penelitian ini, yakni diantaranya :

a. Media sosial sebagai jurnalisme

Banyak informasi yang dapat diperoleh lewat media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik, motivasi, maupun hal-hal yang sedang *tren* dan dibicarakan oleh banyak orang. Dunia jurnalisme tidak bisa dipisahkan dari peranan media sosial. Mulai dari media massa konvensional seperti surat kabar, majalah, tabloid hingga media massa kontemporer seperti *e-paper*, dan jejaring sosial.

Jurnalisme membutuhkan media untuk menjadi wadah penyebarluasan informasi yang terdapat dalam berita. Dalam perkembangannya kini, media massa hadir dengan ragamnya yang semakin bervariasi. Kehadiran internet semakin menguatkan pendapat bahwa media (dalam hal ini media *online*) dapat memberikan manfaat yang besar dalam kehidupan manusia, termasuk dunia jurnalisme.²⁸

Jumlah pengguna media sosial yang lebih banyak ketimbang media massa, menjadi pertimbangan bagaimana kekuatan media sosial dibidang jurnalistik. Jika media massa hanya diakses oleh khalayak

²⁸ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Cybermedia*, (Jakarta: Prenada Media, 2014), hal.20

atau pengguna yang berlangganan atau yang mendapat jangkauan siaran sesuai dengan batas wilayah, di media sosial para penggunanya tidak dibatasi oleh jaringan media sosial yang diikutinya. Kini media sosial tidak hanya dijadikan sebagai media untuk mencari teman atau berinteraksi sosial, akan tetapi media sosial juga digunakan untuk melaporkan berita atau peristiwa terbaru.

b. Media sosial sebagai *branding* dan *marketing*

Dengan memanfaatkan media sosial, sebuah produk dapat lebih mudah dikenal oleh konsumen, hal ini dikarenakan pada saat ini pengguna media sosial semakin banyak dan penggunaanya juga tidak terbatas oleh usia, wilayah, waktu dan lainnya.

Kehadiran media sosial dalam pemasaran pada era digital bisa dilihat dari dua sisi, yaitu sisi pengiklan dan sisi pengguna media sosial. Dari sisi pengiklan, media sosial memberikan tawaran dengan konten yang beragam. Iklan tidak hanya dapat diproduksi dalam bentuk teks, tapi juga bisa audio, visual, bahkan audio-visual. Produksi iklan dan pemanfaatan media sosial juga cenderung membutuhkan biaya yang lebih murah, dibandingkan dengan pembuatan iklan di media massa yang bisa menghabiskan jutaan bahkan ratusan juta untuk sekedar iklan, dan sifatnya yang terbatas sedangkan dengan menggunakan

media sosial itu tidak, baik dari segi waktu, maupun jumlah yang melihat iklan tersebut.²⁹

c. Media sosial sebagai *Publik Relations* (Hubungan Masyarakat)

Sekarang ini kehidupan manusia sudah merupakan era sosial media, yang dimana menggunakan sistem dengan cara pelan tapi pasti dan telah memaksa banyak perusahaan untuk mengubah cara mereka berkomunikasi. Pada saat ini mulai ramai dan banyaknya penggunaan media sosial (*facebook*) dan forum mau tidak mau memaksa perusahaan untuk meningkatkan model berkomunikasi, *facebook* (salah satunya) sebagai media sosial merupakan hal yang biasa dan selalu berkaitan dengan aktivitas kita terutama pada kehidupan sosial dan pengguna internet.³⁰

Public Relations dengan cara menggunakan media sosial memang bisa saja mendapatkan *feedback* secara langsung dari para konsumen dengan adanya media sosial seperti jejaring *facebook*, dan *twitter*, pihak-pihak yang berkaitan dengan *public relations* akan merasakan manfaat penting. Kegiatan yang berkaitan dengan *public relations* memang merupakan suatu yang tidak bisa ditawarkan lagi untuk berhubungan dengan media sosial yang berbasis internet ini. Dengan

²⁹Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan sosioteknologi*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2016), hal.160

³⁰ *Ibid.*, hal.168

facebook dan *twitter*, memungkinkan mereka untuk menjalin komunikasi secara langsung dengan konsumen.

Kehadiran media sosial dan inovasi internet membawa perubahan terhadap praktik *public relations* yang selama ini dilakukan. Apa yang ditawarkan oleh internet dan perangkatnya yang ada di media sosial bisa digunakan untuk menjangkau keberagaman publik. Target publik di internet bisa menjadi lebih spesifik dan lebih sesuai dengan apa yang ingin dicapai. Pengguna media sosial juga bisa dijadikan corong bagi organisasi *public relations* untuk menjaga dan mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan terjadinya krisis komunikasi dan dalam melakukan negosiasi (*lobbying*) dengan pengguna media sosial lainnya.³¹

d. Media Sosial sebagai Tempat informasi dan Silaturahmi

Dengan memanfaatkan media sosial atau jejaring sosial, semua orang bisa melakukan komunikasi secara *online*, seperti *chatting*, pemberitahuan kabar, dan undangan. Bahkan bagi mereka yang sudah terbiasa, komunikasi dalam media sosial lebih efektif dari pada melalui *call* atau *sms mobile*. Media sosial juga sebagai tempat untuk mengenal orang baru dan membuat sebuah komunitas tertentu, sehingga kita bisa mengenal banyak orang di berbagai daerah tanpa harus

³¹ *Ibid.*, hal.170

bertemu, juga membuat sebuah komunitas dengan ide atau hobi yang sama.³² Melalui media sosial, juga bisa mendapatkan informasi khusus dari pakarnya. Melalui media sosial juga dapat menjalin silaturahmi meski terpisah jarak, baik dengan orang baru, teman lama, maupun teman sekarang lewat media sosial, banyak teman-teman dahulu yang hilang kontak akhirnya bisa bertemu di media sosial. Ada juga yang sebenarnya di dunia nyata belum saling kenal, tetapi karena di media *online* sudah saling berinteraksi, ketika bertemu pertama kali di dunia nyata, merasa sudah akrab satu sama lain.³³

Media sosial telah begitu menjadikan keseluruhan masyarakat global memiliki kesempatan yang sama. Masyarakat sosial telah mampu mewujudkan kolaborasi manusia tanpa batasan waktu dan tempat. Media sosial adalah alat komunikasi generasi saat ini.

4. Unsur Negatif Penggunaan Media Sosial

Adanya media sosial memang sangatlah membantu seseorang dalam berhubungan dengan orang lain, baik teman maupun saudara. Namun di dalam kemudahan itu juga terdapat dampak positif serta negatifnya, berikut akan dijelaskan dampak yang terjadi dalam penggunaan media sosial.

- a. Isolasi digital pada diri seseorang di era modern

³² Rulli Nasrullah, *Dunia Cyber*, (Bandung: Rosdakarya, 2016), hal. 176

³³ Arif Rahmadi, *Tips Produktif Ber-Social Media*, (Jakarta:PT.Elex Media Komputindo, 2016), hal. 2

Di media sosial, seseorang bisa bebas dan leluasa berteman dengan siapa saja yang berasal dari berbagai belahan dunia. Media sosial tidak mengenal tempat, selagi tempat tersebut ada sinyal untuk internet, maka media sosial dapat berjalan lancar. Orang Indonesia bisa mengenal dan berteman dengan orang China, Korea bahkan Amerika. Media sosial juga dapat menimbulkan candu yang dapat mengakibatkan sifat penggunanya menjadi autis atau lebih menutup diri pada kehidupan sekitar.

- b. Dapat mengakibatkan merosotnya motivasi dan prestasi bagi pelajar

Prestasi belajar siswa menurun akibat terlalu sering membuka situs jejaring sosial di internet. Hal ini mungkin karena motivasi belajar siswa tersebut juga menjadi berkurang karena lebih mementingkan jejaring sosialnya daripada prestasi belajarnya sendiri

- c. Menjadikan seseorang pemalas

Ini efek negatif yang paling sering ditemukan pada anak-anak atau bahkan pada orang dewasa. Mereka menjadi malas untuk belajar dan melakukan pekerjaan serta beribadah bahkan sampai malas untuk berinteraksi sosial di dunia nyata, karena terlalu asik dengan teman barunya di jejaring sosial. Hingga pada akhirnya meninggalkan kewajiban-kewajiban yang seharusnya dikerjakan oleh seseorang.

d. Menjadikan seseorang egois

Situs media sosial akan membuat seseorang cenderung lebih mementingkan diri sendiri. Dirinya menjadi tidak sadar dan peduli dengan lingkungan sekitarnya karena waktu mereka dihabiskan mengutak-atik jejaring sosial. Hingga pada akhirnya mengakibatkan individu kurang bahkan tidak berempati dengan lingkungan kehidupan mereka yang sesungguhnya. Kepekaan mereka terhadap lingkungan sekitarnya menjadi mati terbunuh kesenangannya terhadap teman-temannya di situs jejaring sosial.³⁴ Orang yang sudah terlalu asik bermain di media sosial susah untuk dihentikan.

e. Merusak tata bahasa

Situs jejaring sosial (media sosial) tidak memiliki aturan baku yang berlaku bagi seseorang dalam melakukan interaksi dengan temannya disitus jejaring sosial. Tidak ada tata bahasa baku untuk digunakan pada situs jejaring sosial, ini membuat mereka berkomunikasi semau mereka sendiri dengan menciptakan bahasa mereka sendiri tanpa peduli dengan tata bahasa yang baik dan benar dalam berkomunikasi.

Bahasa di media *cyber* mengalami perubahan, bahasa internet merupakan medium keempat setelah bahasa tulis (*writing*), bahasa

³⁴ Anugrah pekerti Briyan, Skripsi, *Pengaruh Jejaring sosial terhadap kelakuan seseorang*, (Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2013),hal. 8

bicara (*speaking*), dan bahasa tanda (*signing*), atau bagaimana pengaruh teknologi pada akhirnya memunculkan apa yang disebut ikon emosi (*emoticon*).

f. Menjadikan seseorang susah bergaul dan menyendiri

Situs jejaring sosial (media sosial) di internet membuat penggunanya memiliki dunia sendiri, sehingga tidak sedikit dari mereka tidak peduli dengan orang lain dan lingkungan di sekitarnya. Seseorang yang telah kecanduan situs jejaring sosial sering mengalami hal ini. Yang mengakibatkan dirinya tidak peduli dengan lingkungan sekitarnya lagi/menjadi “Antisosial”.³⁵

C. Facebook

1. Pengertian Facebook

Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunaanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan facebook sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakannya.³⁶

³⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan sosioteknologi*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2016), hal.9

³⁶Ulfa Nur Aini Ningrum, Skripsi, *Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggul Tbk Tangerang)*, (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2017) hal. 30.

Facebook adalah *website* jaringan sosial di mana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya.³⁷ *Facebook* adalah salah satu *online social networking* atau situs jejaring sosial, yang diciptakan untuk memberikan fasilitas teknologi dengan maksud pengguna dapat bersosialisasi atau berinteraksi dalam dunia maya.³⁸

Pengertian sederhananya tentang *facebook* adalah semacam buku kenangan jaman dulu yang biasanya diisi oleh teman beserta biodatanya dan foto-fotonya, serta apa yang dituliskan tentang seseorang. *Facebook* mirip seperti buku kenangan tersebut namun berbasis internet.³⁹ Di dalam *facebook* semua orang bisa berteman dan saling berinteraksi antara yang satu dengan yang lainnya dan hal yang paling utama pada saat masuk ke *facebook* adalah komponen-komponen *facebook* yang terdapat di dalamnya, di antaranya: ⁴⁰

- a. Menu beranda, adalah halaman pertama yang akan muncul pada saat berhasil masuk ke dalam *facebook*.

³⁷ Muhammad Hanafi, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Siswa*, dalam Jurnal: JOM FISIP, (Riau: FISIP, Universitas Riau, 2016), Vol. 3, No. 2, hal. 3.

³⁸ Andi dan MADCOMS, *Gaul Berteman Lewat Facebook*, (Yogyakarta: Andi Offiset, 2009), hal. 1

³⁹ Ahmad Fauzi, *Panduan Praktis Menguasai Facebook*, (Surabaya: PT INDAH Surabaya, 2009), hal.10

⁴⁰ Sartika Kurniali, *Step by Step Facebook*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2009), hal.31

- b. Menu profil, adalah menu yang akan mengantarkan kehalaman profil. Halaman ini juga memuat identitas pengguna, catatan-catatan dan foto-foto bisa dilihat di menu profil.
- c. Menu teman adalah menu yang digunakan untuk menayangkan tampilan foto-foto teman yang sudah masuk kedalam pertemanan.
- d. Menu pesan masuk adalah menu yang berisi pesan yang dikirimkan oleh teman, sama halnya dengan email namun yang berbeda adalah orang yang akan mengirimkan pesan di *facebook* tidak perlu mengetahui alamat tujuan seperti halnya di dalam *e-mail*.
- e. Menu pengaturan, di dalam menu pengaturan diberikan keleluasaan dalam mengubah informasi diri, jaringan, konfigurasi, nomor telepon, atau *facebook mobile*, dan penggunaan bahasa.
- f. Kotak pencarian, yaitu digunakan untuk mencari teman berdasarkan kata yang dimasukan kedalam kotak pencarian.⁴¹
- g. Aplikasi berisi daftar aplikasi *facebook* yang telah terdaftar dan terinstal dan dapat digunakan secara langsung. Diantaranya koleksi foto, video, grup, acara, catatan, tautan dan hadiah. Dan apabila ada ajakan teman memasang aplikasi lain maka daftar aplikasi akan bertambah.

⁴¹ *Ibid.*, hal.11

- h. Koleksi foto dengan mengklik pada ikon ini maka akan muncul foto-foto yang telah di *Upload*
- i. Video Melalui ikon ini dapat mengunggah video dan mengelolanya sebagai bagian dari akun *facebook*.
- j. Grup digunakan untuk bergabung ke dalam grup yang sudah ada di dalam *facebook* atau membuat grup baru sesuai dengan minat
- k. Catatan melalui ikon ini dapat membuat artikel, tulisan, catatan bahkan ada tersedia fasilitas impor artikel dari *blog* tertentu.
- l. Tautan berfungsi sebagai untuk membuat alamat internet (*link*) yang di perlukan.
- m. Teman yang *Online* berfungsi sebagai penunjuk jumlah teman yang sedang menyalakan obrolan.
- n. Pemberitahuan berisi tentang catatan aktivitas yang terkait. Pemberitahuan ini memunculkan angka tertentu untuk menunjukkan adanya notifikasi yang belum dibaca.
- o. Obrolan di dalamnya terdapat fungsi untuk mengaktifkan ataupun mematikan *chatting*. Dan didalam obrolan juga tersedia menu pengaturan untuk mengelola tampilan di dalam fungsi *chatting*.

Dengan mudahnya penggunaan facebook maka tidak aneh ketika masyarakat memilih facebook untuk di jadikan sebagai sarana jejaring sosial

favorit untuk berkomunikasi dengan sahabat, teman dan orang yang baru di kenal di dunia maya.⁴²

2. Sejarah Berdirinya Facebook

Pada awal mulanya *facebook* dijadikan sebagai alat komunikasi di lingkungan Harvard University, akan tetapi seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi maka *facebook* berkembang dengan pesat sampai ke seluruh dunia bahkan sampai ke Indonesia. Pada awalnya Facebook disebut *The Facebook* dan dimulai sebagai *website* hasil hobi karya salah seorang mahasiswa Universitas Harvard yang bernama Marck Zuckerberg.⁴³

Marck Zuckerberg yang mulai mengenal pemrograman pada kelas enam dengan buku panduan dari buku C++ for Dummies ini memang dikenal dengan kemampuan yang sangat baik dalam hal pemrograman. Marck bersama temannya, pernah membuat program pemutar MP3 pintar yang bisa mempelajari kebiasaan dari penggunaannya. Selain pintar dengan pemrograman, Marck Zukerberg juga dikenal sebagai seorang yang idealis dan tidak begitu peduli dengan uang. Program pemutar MP3 buatannya, pernah ditawarkan oleh perusahaan besar namun ditolak oleh Marck Zukerberg dan temannya. Ketika berada di Universitas Harvard, kegemaran Marck Zukerberg dalam hal *progreming* masih tetap tinggi dan tetap menonjol diantara teman-teman

⁴² Ninja Team, *Facebook Untuk Semua Orang, Untuk Semua Urusan*, (Jakarta: PT Jasakom, 2009), hal. 16

⁴³ Sartika Kurniali, “*Step by Step Facebook*”,....., hal.5

lainnya. Misalnya Marck Zuckerberg pernah membuat suatu situs *Coursematch.com* yang memungkinkan mahasiswa mendaftarkan mata kuliah *online* sembari melihat daftar kuliah dari mahasiswa lainnya dan situs ini bahkan membuat komputernya *crash* karena terlalu ramai dikunjungi. Pernah juga dia membuat suatu situs yang bernama *Facemash.com* yang secara ilegal mengambil foto-foto teman kelasnya dan menampilkannya berdampingan dengan foto binatang. Teman-temannya bisa memilih mana diantaranya situs keduanya yang lebih disukai.⁴⁴

Pada tanggal 4 februari 2004 adalah tanggal bersejarah bagi *facebook*, karena tepat pada tanggal itu *facebook* diluncurkan oleh sang penciptanya yaitu Marck Zuckerberg sebagai tempat bagi para mahasiswa Universitas Harvard untuk saling mengenal satu sama lainnya. Setelah diluncurkan situs jaringan sosial ini sangat menakjubkan hanya dalam waktu 24 jam, 1.200 mahasiswa Harvard sudah menjadi anggota. Dalam 2 minggu saja, lebih dari separuh mahasiswa Harvard telah mendaftar dan memiliki akun di *facebook*. Bahkan beberapa kampus lain disekitar Harvard juga ikut bergabung ke dalam jaringan *facebook* tersebut. Dalam waktu 4 bulan setelah dluncurkan, kampus telah masuk ke dalam jaringan *facebook*.⁴⁵

Semua pengguna yang mendaftar masih terbatas yaitu pada orang yang memiliki alamat *email* berdomain *.edu* dari kampus yang didukung. Dengan

⁴⁴ Ninja Team, *Facebook Untuk Semua Orang.....*,, hal. 11 9

⁴⁵Ridwan sanjaya, *Panduan Cepat Menguasai Facebook*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2009), hal.2&3

kepopulerannya yang terus berkembang, lebih banyak lagi universitas yang didukung sampai pada saatnya ketika didukungnya semua kampus di Amerika.⁴⁶

Pada Mei 2004, Marck Zuckerberg dan dua orang temannya berhenti kuliah dan pindah ke Silicon Valley. Dengan ketekunan Marck Zuckerberg yang terus ingin mengembangkan *facebook* ini lalu ia bertemu dengan Sean Parker, salah seorang pendiri *Napster*, dan diajak bergabung untuk bekerjasama dalam mengembangkan *facebook*. Dalam waktu yang tidak terlalu lama, Parker bahkan berhasil menarik Peter Thiel, salah satu pendiri *Paypal*, untuk menjadi investor pertamanya. Pada saat itu, Thiel menginvestasikan \$500,000 USD untuk pengembangan *facebook*. Melihat potensi *The Facebook*, seorang penanam modal lain yaitu Jim Breyer yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan seperti *WalMart* dan *Nasional Venture Capital Assosiation (NVCA)* dari *accel, Partners* memberikan \$12,7 juta USD untuk membantu Zuckerberg mengembangkan *facebook*. Para pengguna *facebook* yang terus melonjak membuat *Friendster* berniat mengakuisi *Facebook* senilai \$ 10 juta USD, namun Zuckerberg menolak tawaran tersebut. Pengembangan *facebook* yang terus dilakukan nampaknya berdampak signifikan di penghujung tahun 2004, jumlah pengguna *facebook* sudah mencapai hampir 1 juta orang.

⁴⁶ Sartika Kurniali, *Step by Step Facebook*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2009). hal.5

Jumlah yang sangat fantastis untuk sebuah situs pertemanan yang baru berumur kurang dari satu tahun.⁴⁷

Pada Oktober 2004, Zuckerberg telah memiliki uang, tenaga kerja dan dukungan institusional untuk maju global. Versi beta masih berlanjut dalam lingkungan universitas di Amerika sampai tahun berikutnya. Pada Agustus 2005, *The Facebook* melepas kata “*The*” dan *Facebook.com* didaftarkan dengan nilai pembelian domain sebesar \$200,000 USD. Beberapa bulan kemudian pembatasan pengguna ditinggalkan dan siapa pun dengan alamat email institusi yang valid bisa mendaftar, termasuk murid sekolah, pegawai negeri, dan komunitas swasta.⁴⁸

Pada september 2006, *facebook* melakukan ekspansi lagi. Sekarang semua orang dengan alamat email yang valid bisa mendaftar. Bahkan setelah pemberitahuan fitur “*New Feed*”, yang disebut mengganggu dan dianggap melanggar privasi, pengguna *facebook* terus bertambah. Nyatanya, antara Mei 2006 dan Mei 2007 pengunjung *facebook* tumbuh sampai 89%. Pada Mei 2007 *facebook* mengadakan acara besar yang disebut *f8 event* dengan media masa dan pembuat aplikasi untuk meluncurkan *facebook platfrom*. Acara ini juga terus diadakan sampai sekarang untuk memajukan aplikasi *facebook*. Pada acara ini *facebook* resmi membuka *platfromnya* untuk semua orang. Ini

⁴⁷ Taufik Hidayat, *Lebih Dekat Dengan Facebook*, (Jakarta: PT ELEK Media Komputindo, 2009), hal. 15

⁴⁸ Sartika Kurniali, *Step by Step Facebook*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2009), hal. 5

berarti semua orang bisa membuat aplikasi di *facebook* dengan gratis. Situs besar seperti *Flickr*, *MySpace*, *iTunes*, *Youtube*, *del.ici.ous*, dan *Digg* bahkan memiliki aplikasi resmi yang membuat bermacam-macam aplikasi yang bisa ditambahkan ke profil pengguna *facebook*.⁴⁹

Seperti menampilkan iklan, mempromosikan segala sesuatu: perusahaan, sekolah, komunitas, semakin besar jumlah pengguna aplikasi semakin tinggi harga aplikasi tersebut. Keuntungan dari strategi ini adalah tidak hanya pembuat aplikasi bisa mendapatkan akses ke pengguna *facebook*, tetapi *facebook* juga menjadi *platfrom* yang kaya akan aplikasi yang menarik penggunanya.

Situs jaringan sosial yang dikembangkan oleh *facebook* terbukti dapat menarik pendapatan yang cukup besar dari iklan-iklan yang masuk melalui jaringan iklan *Microsof*. Bahkan *Google* juga ikut bertarung dalam persaingan ini dengan bekerjasama dengan *MySpace*, situs jaringan sosial yang merupakan pesaing *facebook*. Tentunya butuh waktu lebih lama lagi untuk melihat akhir dari pertarungan perusahaan-perusahaan besar di bidang ini. Namun yang jelas, karena *facebook*, Marck Zukerberg yang lahir pada tanggal 14 Mei 1984, telah berhasil menjadi milyader termuda sepanjang sejarah. Pada usia 23 tahun. Marck Zukerberg telah masuk urutan 785 dalam daftar orang-orang terkaya di dunia atau urutan ke-321 se-Amerika versi majalah *Forbes*, dengan nilai kekayaan sebesar \$1,5 milyar. Hitungan ini didapatkan

⁴⁹ *Ibid.*, hal.8

Forber melalui investasi *Microsoft* sebesar 240 juta USD untuk pembelian 1,6% saham *facebook*. Dengan investasi tersebut, nilai *facebook* diperkirakan mencapai 15 milyar USD. Apabila kepemilikan saham perusahaan sebesar 30%, maka kekayaan yang dimiliki Zuckerberg bernilai sekitar 5 milyar USD. Marck Zuckerberg terus mengembangkan *facebook* senyaman mungkin untuk jadi alat penyatu warga dunia, Marck Zuckerberg mendapatkan julukan salah satu orang yang paling berpengaruh pada tahun 2008.⁵⁰

D. Sarkasme

1. Pengertian Sarkasme

Sarkasme dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti yaitu, penggunaan kata-kata pedas yang bertujuan untuk menyakiti hati orang lain, melalui cemoohan atau ejekan kasar.

Sarkasme dalam bahasa Yunani dapat diartikan sebagai turunan dari kata “Sarkasein” yang memiliki arti merobek-robek daging, seperti anjing, menggigit bibir karena merah, dan berbicara kepahitan (Keraf dalam Tarigan, 1985:92).⁵¹ Purwadarmitha menjelaskan bahwasanya sarkasme merupakan jenis gaya bahasa yang digunakan untuk mengolok-olok, menyindir, mencemooh orang lain dengan kalimat pedas dan dapat menyakiti hati orang lain.

⁵⁰ Ridwan sanjaya, *Panduan Cepat Menguasai Facebook*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2009), hal. 4

⁵¹ Adik Oki Aflihhah, Skripsi, *Gaya Bahasa Sarkasme dan Kekhasan Bahasa Penulis Pada Judul Rubrik Kriminal Di Surat Kabar Harian Meteor Edisi April 2012*, (Jawa Tengah: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012), hal.4

Sarkasme merupakan salah satu majas yang paling kasar diantara sinisme dan ironi. Sarkasme merupakan bahasa yang mengandung celaan yang pahit dan getir. Sarkasme juga dapat bersifat sinisme dan ironis. Perbedaan dapat dikenali melalui penggunaan bahasa yang lebih kasar dari ironis dan sinisme yang murni.⁵²

Pesan sarkasme adalah kalimat-kalimat yang mengandung bahasa sarkasme. Dalam semua kalimat sarkasme tersebut tentunya semuanya mengandung pesan sarkasme. Adapun pada penelinitian ini penulis ingin menganalisis pesan sarkasme pada penggunaan media sosial *facebook*.

1. Ciri-ciri Sarkasme

Bahasa sarkasme memiliki beberapa ciri, diantaranya adalah:⁵³

- a. Memiliki makna olok-olok, ejekan, dan juga sindiran
- b. Bahasa sarkasme mengatakan makna yang bertentangan
- c. Bahasa sarkasme selalu memiliki makna yang menyakitkan, penuh dengan kepahitan dan tidak enak untuk didengar.
- d. Tingkat kekasaran bahasa sarkasme lebih tinggi dibandingkan dengan majas lain, seperti Ironi dan Sinisme.

⁵² Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), hal.3

⁵³ *Ibid.*, hal.4

2. Jenis-jenis Sarkasme

Sarkasme memiliki tiga jenis yang dapat dibedakan. Yakni, Sarkasme berjenis kasar, sarkasme sindiran dan sarkasme sebutan. Perbedaan dapat dilihat melalui penjelasan di bawah ini: ⁵⁴

a. Sarkasme Kasar

Sarkasme kasar merupakan salah satu dari jenis sarkasme yang mudah dikenali dan dimaknai, baik dari kalangan dewasa, remaja, bahkan anak-anak SD. Contoh dari sarkasme kasar yaitu umpatan-umpatan kasar, kalimat menyakitkan yang disampaikan secara menohok dan terus terang di hadapan objek yang tuju. Dalam hal ini, dapat dikatakan, bahwasanya sarkasme kasar dapat dimaknai secara langsung tanpa berpikir Panjang.

b. Sarkasme Sindiran

Sarkasme sindiran adalah perkataan yang bermaksud untuk menyindir orang, celaan atau ejekan dan sebagainya yang dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan kalimat yang halus dan vulgar.

c. Sarkasme Sebutan

Sarkasme sebutan adalah sarkasme yang bermaksud untuk menghina atau mengejek secara terang-terangan kepada seseorang atau kelompok tertentu.

⁵⁴ Novianti, Skripsi, *Sarkasme Pada Akun Instagram Rocky Gerung*, (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2022), hal. 31

dari ketiga jenis sarkasme tersebut, dapat diketahui bahwasanya penggunaan bahasa sarkasme untuk berkomunikasi merupakan dengan tujuan mengolok-olok, dan menyakiti hati.

2. Teori yang Digunakan

Setiap penelitian memiliki teori. Teori merupakan konsep, definisi dan proposisi yang berfungsi untuk melihat suatu peristiwa secara sistematis dengan spesifik hubungan antar variabel yang bertujuan untuk menjelaskan atau meramalkan suatu peristiwa.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori “behavioristik”. Teori behavioristik adalah teori yang mempelajari perilaku manusia. Perspektif behaviorial berfokus pada peran dari belajar dalam menjelaskan tingkah laku manusia dan terjadi melalui rangsangan berdasarkan (*stimulus*) yang menimbulkan hubungan perilaku reaktif (*respons*) hukum-hukum mekanistik.⁵⁵ Stimulus adalah perubahan dari lingkungan eksternal yang menjadi tanda untuk mengaktifkan organisme untuk beraksi/berbuat. Sedangkan respon adalah sembarang tingkah laku yang dimunculkan karena adanya perangsang.

Dalam teori behavioristik yang perlu dianalisa hanyalah perilaku yang nampak saja, yang dapat diukur, dilukiskan dan diramalkan. Teori kaum behavioris lebih dikenal dengan nama teori belajar, karena seluruh perilaku manusia adalah hasil belajar. Belajar artinya perubahan perilaku organisme sebagai pengaruh lingkungan.

⁵⁵ Eni Fariyatul Fahyuni, Istikomah, *Psikologi Belajar & Mengajar*, (Sidoarjo. Nizamia Learning Center, 2016), hal. 26

Teori belajar behavioristik ini telah lama dianut oleh para guru dan pendidik, namun dari semua pendukung teori ini, teori Skinnerlah yang paling besar pengaruhnya terhadap perkembangan teori belajar Behavioristik. Program-program pembelajaran seperti *Teaching Machine*, pembelajaran berprogram, modul dan program-program pembelajaran lain yang berpijak pada konsep hubungan stimulusrespons serta mementingkan faktor-faktor penguat merupakan program-program pembelajaran yang menerapkan teori belajar yang dikemukakan oleh skinner. Menurut skinner berdasarkan percobaannya terhadap tikus dan burung merpati unsur terpenting dalam belajar adalah penguatan. Maksudnya adalah penguatan yang terbentuk melalui ikatan stimulus respon akan semakin kuat bila diberi penguatan (penguatan positif dan penguatan negatif).⁵⁶

⁵⁶ Dewi Ratna, *Makalah Behaviorisme Belajar dan Pembelajaran*, (Palangkaraya: Mari Berbagi Info, 2015), hal. 6

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dalam mengungkapkan fakta dari lapangan. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang memiliki tujuan menjelaskan atau menggambarkan suatu fenomena tertentu dengan mendeskripsikan hubungan variabel dengan fenomena yang diteliti. Penelitian ini menganalisis dan menguraikan data secara sistematis sehingga menghasilkan kesimpulan yang akurat.⁵⁷

B. Sumber Data Penelitian

Adapun yang menjadi sumber data pada penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Gampong Pulo Mesjid 1 Tangse Pidie, serta media sosial *facebook* yang dapat menjadi acuan sumber data pada penelitian ini.

C. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini bertempat di Gampong Pulo Mesjid 1 Tangse Pidie.

⁵⁷ Deddy Mulyana & Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 91

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian.⁵⁸ Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Gampong Pulo Masjid 1 Tangse. Subjek yang dipilih adalah informan yang mampu memahami permasalahan yang akan ditelaah dalam permasalahan ini serta bisa memberikan informasi yang luas dan tepat agar dapat dijadikan sebagai sumber untuk penelitian ini. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

No	Nama	Usia	Nama akun facebook
1	Nailus Saadah	23 tahun	@Mhd.Saadah
2	Mulizar	28 tahun	@Mulizar.Ali
3	Putri Adriana	30 tahun	@Putriadriana
4	Munira	21 tahun	@Munira
5	Cut Tazkiah Aufa	21 tahun	@cuttazkiahaufa
6	Safariana	37 tahun	@Safarianaazaa
7	Asmaul Husna	30 tahun	@UnaIskandar
8	Rahmatun Nisa	35 tahun	@FakriRaifa

Penulis memilih informan tersebut karena menurut penulis informan yang disebutkan di atas memiliki klasifikasi yang penulis inginkan terkait dengan

⁵⁸ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), hal. 76.

penelitian yang penulis teliti. Klasifikasi yang dimaksud adalah menggunakan *facebook* sebagai media untuk melampiaskan perasaan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah menempatkan data. Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus divalidasi seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan.

Adapun teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang disengaja dan dilakukan secara sistematis, didukung dengan gejala-gejala yang diamati.⁵⁹ Observasi adalah teknik pengumpulan data menggunakan alat indra manusia guna memperoleh data untuk penelitian. Peneliti menggunakan metode pengamatan langsung yaitu pengamatan yang dilakukan langsung oleh pengamat (observer) pada objek yang diamati dan observasi partisipatif yaitu pengamatan yang langsung dan ikut berperan dalam perilaku yang diamati. Peneliti menggunakan metode pengamatan agar bisa melihat secara langsung objek dan subjek penelitiannya. Di mana observasi yang dilakukan

⁵⁹ Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003), hal. 11.

pada penelitian ini yaitu pengguna facebook di desa Pulo Masjid 1 sebagai subjek dan juga postingan status yang mengandung pesan sarkasme sebagai objek penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada nforman penelitian. Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi verbal dengan tujuan untuk mendapatkan informasi penting yang diinginkan. Dalam kegiatan wawancara terjadi hubungan dua orang atau lebih, dimana keduanya berperilaku sesuai dengan status dan peranan mereka masing-masing. Peneliti melakukan wawancara langsung kepada informan yang terpilih dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan permasalahan penelitian untuk mengetahui tujuan dan dampak dari status yang telah diposting.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan suatu cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, dalil atau hukum yang berhubungan dengan penelitian.⁶⁰

Dokumentasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini berupa foto,

⁶⁰ Nuzul Zuriyah, *Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2006), hal. 191

gambar, serta data yang terkait dengan judul penelitian yang penulis peroleh diwaktu melakukan observasi dan juga wawancara dengan informan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data merupakan cara mengelola data yang telah diperoleh dari lapangan. Hasil analisis ini merupakan jawaban atas pertanyaan masalah.⁶¹ Menurut Miles dan Hurbeman menjelsakan tiga tahap dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi data

Menunjuk pada proses perangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya, serta membuang hal-hal yang tidak penting.

2. Penyajian data

Setelah proses reduksi di atas kemudian data yang telah dipilih dan cocok dengan penelitian maka langkah penulis selanjutnya adalah melakukan penyajian data.

Penyajian data dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Sedangkan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁶²

⁶¹ Kun Maryati dan Juju Suryawati, *Sosiologi*, (Jakarta: Diterbitkan oleh Esis, sebuah Imprint dari penerbit Airlangga, 2006), hal. 111

⁶² Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 338

3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Verifikasi kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih abu-abu, sehingga setelah diteliti menjadi jelas.



BAB V

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Gampong Pulo Mesjid 1

Pidie merupakan salah satu kabupaten yang ada di provinsi Aceh. Pidie terdiri dari 23 kecamatan salah satunya adalah Tangse. Tangse merupakan daerah dataran tinggi yang terkenal akan keindahan dan hasil alamnya yaitu : beras, durian dan kan kerling. Karena keindahan alamnya banyak tempat di Tangse yang bisa dijadikan tempat wisata seperti : air terjun, pemandian air panas, wisata sungai, dll. Karena berada di dataran tinggi Tangse memiliki klim yang sejuk dengan curah hujan yang tinggi dan tanah yang subur sehingga kualitas tanamannya baik.

Gampong Pulo mesjid 1 merupakan salah satu Gampong yang berada di kecamatan Tangse. Jumlah penduduk di Gampong Pulo Mesjid 1 saat ini sebanyak 987 jiwa dengan 260 jumlah KK. Gampong Pulo Mesjid 1 terdiri dari tiga dusun, yaitu Dusun Simpang 3 yang terdapat area persawahan, Dusun Mesjid yang padat penduduk, dan Dusun Seberang yang terdapat area perkebunan dan kehutanan. Jarak antara Gampong Pulo Mesjid -1 dengan pusat kecamatan adalah 500M, sedangkan dengan ibu kota kabupaten Pidie dan ibu kota provinsi adalah 50 KM dan 150 KM.

Gampong Pulo Mesjid 1 memiliki topografi yang datar (persawahan), landai, dan juga miring (perkebunan) dengan berbagai penggunaan seperti tempat tinggal, kegiatan usaha berupa pertanian dan perkebunan, karena mayoritas penduduk

Gampong Pulo Mesjid 1 adalah berkebun dan bertani. Gampong ini juga sudah dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang sudah memadai.

B. Keadaan Masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1

Masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 merupakan masyarakat yang ramah, berjiwa sosial yang tinggi dan sangat menjunjung tinggi agama dan budaya setempat. Hal ini terbukti dengan banyaknya kegiatan agama yang rutin diadakan seperti wirit, pengajian hari jum'at untuk ibu-ibu, pengajian untuk anak-anak, dan dalail khairat. Masyarakat juga ikut aktif berpartisipasi dalam acara-acara besar keagamaan seperti Maulid Nabi Muhammad SAW, dul Fitri dan dul Adha.

Masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 termasuk masyarakat yang modern dan mengikuti perkembangan zaman hal ini terbukti dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan *smartphone* dan memiliki media sosial seperti *Facebook*, *nstagram*, *Tik Tok*, *Twitter*, *Telegram*, dan *Lain* sebagainya. *Facebook* menawarkan berbagai macam fitur menarik dan pengoperasian nya yang tergolong mudah sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakannya. Saat ini hampir seluruh masyarakat gampong Pulo Mesjid 1 memiliki akun *facebook*. Awalnya penggunaan *facebook* bertujuan untuk berkomunikasi. Namun, saat ini masyarakat ketika terjadi suatu permasalahan banyak mengupload status atau *story facebook* berupa sindiran yang mengandung pesan-pesan sarkasme yang menimbulkan ketidaknyamanan. Sehingga banyaknya pesan-pesan sarkasme yang bermunculan di *facebook*.

C. Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme Warga Gampong Pulo Mesjid 1 di *Facebook*

Berdasarkan hasil observasi status *Facebook* masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 maka jenis bahasa sarkasme yang digunakan ada tiga yaitu : sarkasme kasar/hinaan, sarkasme sindiran, dan sarkasme sebutan.

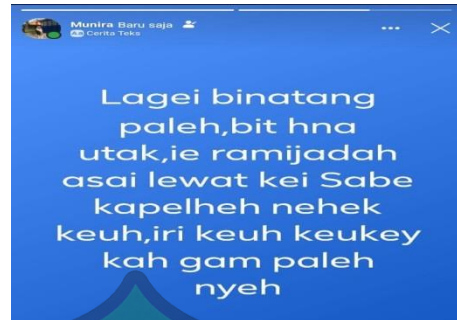
1. Sarkasme Kasar/ Hinaan

Sarkasme kasar adalah bentuk ungkapan yang menghina orang lain dengan menggunakan kata kata cacian, makian, umpatan dan lain-lain. Wujud penggunaan Bahasa dengan mengumpamakan hewan, anggota tubuh, dan nama sifat.⁶³ Berikut beberapa postingan status warga Gampong Pulo Mesjid 1 yang termasuk sarkasme kasar:

Data 1

Pada tanggal 5 Agustus 2022 tepatnya pada jam 19.20 WIB, pemilik akun *facebook* atas nama munira mengupload status yang berisi pesan sarkasme untuk melampiaskan kemarahannya. Berikut postingan status akun Munira :

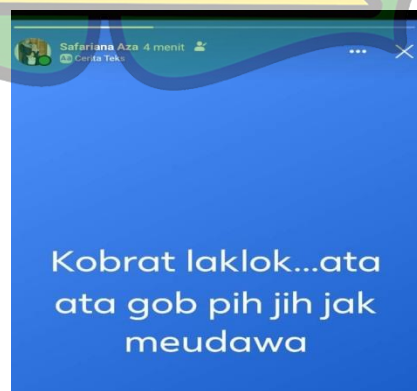
⁶³Erni Rahma, Skripsi, *Sarkasme Dalam Berbahasa Pada Kehidupan Sehari-Hari Di Wilayah Kabupaten Kendal (Kajian Sociolinguistik)*, (Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2019), hal. 21



Penggunaan bahasa sarkasme pada postingan akun tersebut yaitu mengumpamakan manusia dengan binatang yang sangat hina, dan juga menggunakan kata “*hana utak* (gak ada otak)” dimana kata tersebut tidak bisa digunakan baik secara lisan maupun tulisan karena dapat menyinggung siapapun yang mendengar atau membacanya. Adapun maksud dari postingan tersebut adalah untuk menghina atau mengolok-olok orang di belakang rumahnya yang selalu meludah ketika dia lewat, akun tersebut juga mengatakan bahwa orang itu iri terhadap kehidupannya.

Data 2

Pemilik akun atas nama Safarianaazaa mengupload kekesalannya ke media *Facebook* pada tanggal 10 oktober 2022 pada jam 16.30 WIB. Adapun status yang diupload berisi pesan sarkasme seperti berikut :



Penggunaan bahasa sarkasme pada postingan akun tersebut yaitu dengan menyebutkan kata “*laklok* (bodoh)” terhadap objek yang disindirnya. Bodoh menurut KBBI adalah tidak memiliki (pengetahuan atau pengalaman). Maksud dari postingan tersebut adalah mengejek objek dengan mengatainya seseorang yang sangat bodoh karena selalu memperebutkan atau memperlmasalahkan sesuatu yang bukan miliknya dimana kadang pemiliknya sendiri tidak memperlmasalahkan nya.

Data 3

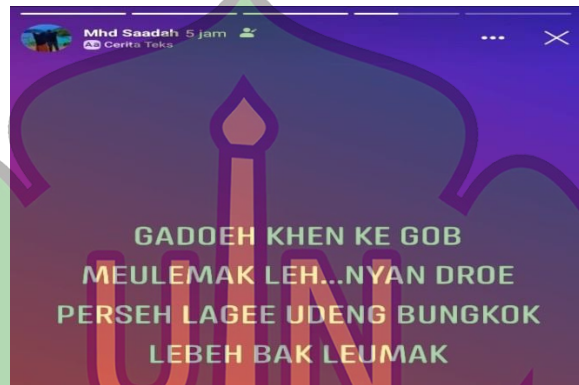
Akun *facebook* atas nama Mulizar.Ali menposting status yang berisi pesan sarkasme pada tanggal 12 september 2020 tepatnya pada jam 23.40 WIB. Berikut isi postingan status nya :



Postingan akun ini menggunakan sarkasme kasar yaitu pada kata “*ase* (anjing)”, anjing dalam KBBI memiliki arti binatang yang dipelihara untuk menjaga rumah, berburu, dipelihara, dan sebagainya. Postingan ini juga menghina wanita (objek) dan keluarga sebagai keluarga yang gatai yang memiliki makna suka merayu pria, memakai pakaian yang tidak pantas, dan suka mencari perhatian khususnya pada lawan jenis.

Data 4

Pada tanggal 25 Agustus 2020 tepatnya pada jam 10.08 WIB, akun *facebook* atas nama Mhd.Saadah memposting status yang berisi pesan sarkasme. Berikut postingan status nya:



Postingan status dari akun ini bermaksud untuk menghina objek yang sangat suka membicarakan orang lain, postingan status ini tidak langsung menuju objeknya tapi dengan memberikan ciri-ciri fisiknya dengan perumpamaan udang “*lagee udeng bungkok*” hal ini menjelaskan bahwa objek tersebut merupakan seseorang yang memiliki ciri fisik tubuh yang bungkuk.

2. Sarkasme Sindiran

Bahasa yang digunakan untuk menyindir seseorang atau bahasa yang disampaikan baik secara lisan atau tulisan dengan menggunakan kalimat yang halus atau vulgar. Beberapa postingan status yang termasuk sarkasme sindiran :

Data 5

Akun *facebook* atas nama Munira memposting status yang berisi pesan sarkasme pada tanggal 9 November 2022 tepatnya pada jam 13.25 WIB. Berikut isi postingan status nya :



Postingan ini menyindir seseorang yang dipanggil dengan sebutan “ummi” yang merupakan sebuah panggilan kepada seorang istri ustadz (Tengku) atau terhadap seseorang yang memiliki pengetahuan agama yang lebih. Namun postingan akun ini menyindir orang tersebut dimana panggilan yang didapatkan tidak sesuai dengan kelakuannya. Akun ini mengibaratkan kelakuan objek tersebut dengan “babi”. Babi menurut KBBI memiliki makna binatang yang menyusui yang berroncong Panjang, berkulit tebal, dan berbulu kasar. Memakai kata babi termasuk umpatan yang sangat, kasar sehingga siapapun yang membacanya akan sangat tersakiti.

Data 6

Pada tanggal 17 September 2022 tepatnya pada jam 09.00 WIB, akun *facebook* atas nama Unaiskandar memposting status yang berisi pesan sarkasme. Berikut postingan status nya:



Postingan akun ini menyindir atau mengejek objek secara tidak langsung tetapi dengan cara menyebutkan keadaan atau ciri fisik objeknya. Penggunaan kata “*bagai*” atau bodoh merupakan bahasa yang sarkas. Maksud dari postingan menyindir objek yang merasa dirinya alim (memiliki pengetahuan agama yang lebih) sehingga merasanya dirinya tahu segalanya dan menganggap orang lain itu salah. Kalimat “*lepah su ka me krie-krieleh ubiet meputie su lagei trieng tuha*” hal ini menjelaskan bahwa objek ini memiliki suara yang melengking dan sumbang (yang tidak enak didengar) ketika berbicara, suaranya juga diumpamakan dengan suara yang dihasilkan ketika dua bambu tua saling bergesekan.

Data 7

Berikut postingan status yang berisi pesan sarkasme oleh akun cuttazkiahaufa yang diupload pada tanggal 26 Oktober 2020 tepatnya pada jam 21.43 WIB.



Postingan dari akun ini menyindir seseorang yang sangat suka mengatai orang, semua yang dilakukan orang salah tanpa melihat diri nya sendiri. Seperti sabda Rasulullah SAW “ salah seorang dari kalian dapat melihat kotoran kecil di mata saudaranya tetapi dia akan lupa akan kayu besar yang ada di matanya (HR. Bukhari)

Data 8

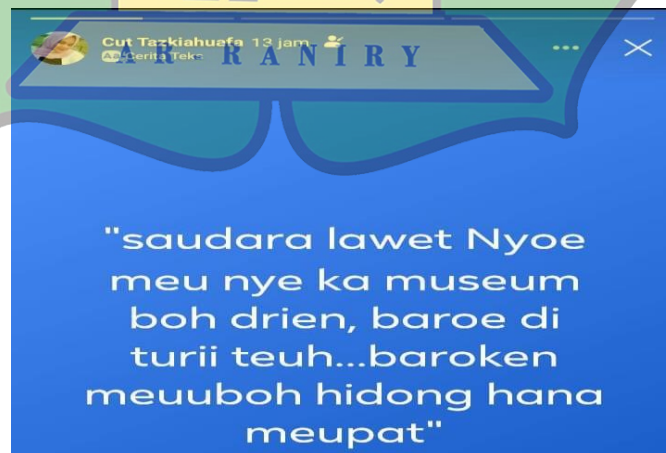
Pada tanggal 19 September 2022 tepatnya pada jam 12.48 WIB, akun *facebook* atas nama Mhd.Saadah memposting status yang berisi pesan sarkasme. Berikut postingan status nya:



Postingan akun ini menyindir dengan memakai stilah “*iee hana leupah*” artinya orang tersebut kita lihat dari penampilan luarnya mencerminkan seseorang yang baik, pendiam dan lembut , namun aslinya merupakan orang yang sangat meresahkan sehingga membuat orang disekitarnya menjadi pusing dan terganggu akan keberadaannya.

Data 9

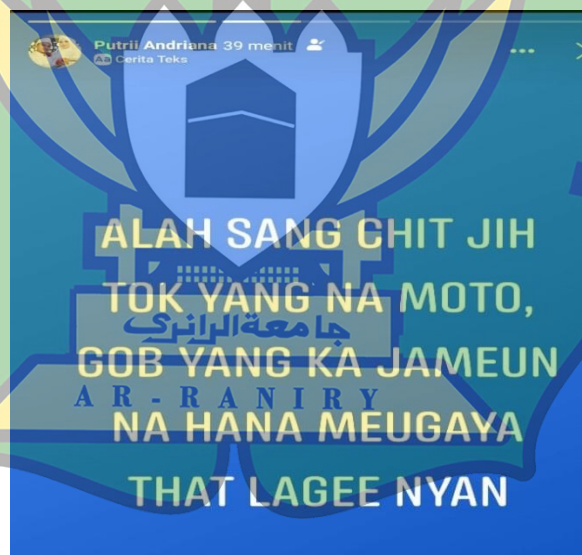
Berikut postingan status yang berisi pesan sarkasme oleh akun cuttazkiahaufa yang diupload pada tanggal 7 November 2022 tepatnya pada jam 16.22 WIB.



Postingan status dari akun ini menyindir keluarga atau saudara saudaranya yang ada atau datang ketika ada butuhnya. Durian merupakan salah satu hasil alam dari Gampong Pulo Mesjid 1 sehingga ketika musim durian maka akan banyak orang yang datang untuk memakan atau membeli durian. Akun ini menyindir keluarganya yang hanya menghubunginya ketika musim durian namun ketika sedang tidak musim durian maka akan sangat susah untuk menemukan mereka. Kesimpulannya mereka hanya akan datang ketika ada keperluan saja.

Data 10

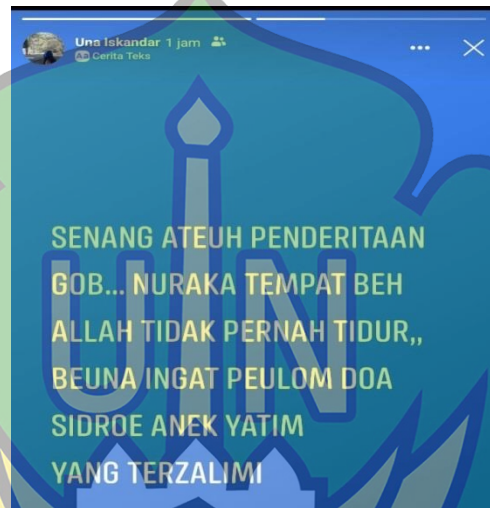
Berikut postingan status yang berisi pesan sarkasme akun putri andriana pada tanggal 15 Agustus 2022 tepatnya pada jam 21.57 wib.



Postingan dari akun ini menyindir orang yang sombong atau pamer ketika mempunyai mobil baru sedangkan orang yang memang kaya tetapi tidak melakukan hal yang seperti itu.

Data 11

Pada tanggal 28 Oktober 2022 tepatnya pada jam 04.40 WIB, akun *facebook* atas nama Unaiskandar memposting status yang berisi pesan sarkasme. Berikut postingan status nya:



Postingan akun ini menyindir objek yang senang di atas penderitaan anak yatim, sehingga akun ini menyumpahnya akan masuk neraka karena dhalim terhadapnya.

3. Sarkasme Sebutan

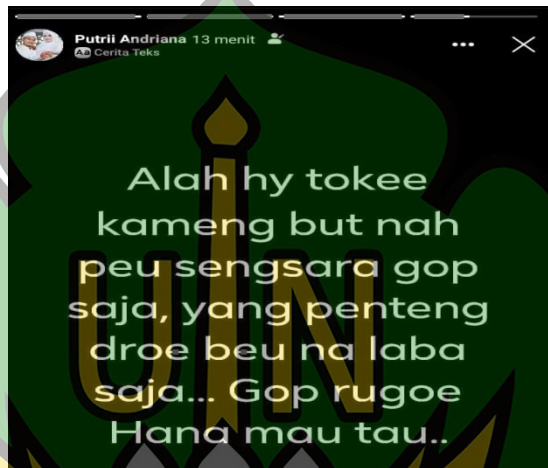
Sarkasme sebutan merupakan penggunaan bahasa kasar yang bermaksud untuk menghina, mengejek, dan mengolok olok secara terang-terangan dengan menyebutkan orangnya ataupun kelompoknya.⁶⁴ Beberapa postingan yang termasuk sarkasme sebutan :

⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 60.

Data 12

Pada tanggal 22 September 2022 tepatnya pada jam 22.10 WIB, akun *facebook* atas nama Putri adriana memposting status yang berisi pesan sarkasme.

Berikut postingan status nya:



Postingan akun ini secara langsung menyebutkan objek yang disindirnya yaitu pedagang (*toke*) kambing yang membiarkan kambingnya berkeliaran sehingga mengganggu dan merugikan masyarakat disekitar, sedangkan pemiliknya mengabaikan hal tersebut yang membuat akun ini kesal dan membuat status ini.

Data 13

Berikut postingan status yang berisi pesan sarkasme akun Mulizar.Ali pada tanggal 29 September 2022 tepatnya pada jam 15.00 WIB.

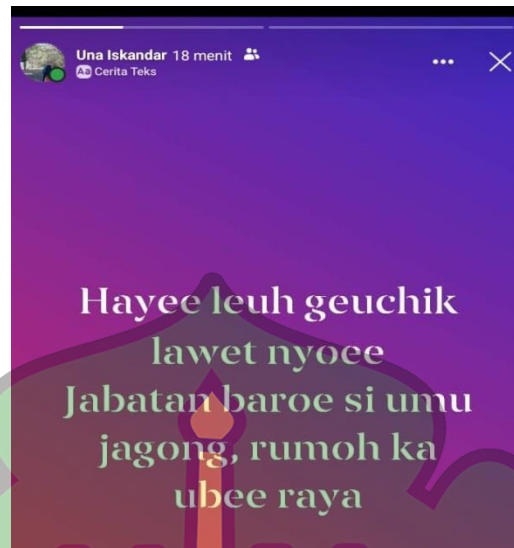


Postingan akun ini menyindir kelompok “mamak mamak hits” yang sangat suka bergaya dan berpergian sampai harus meminjam uang namun sebenarnya mereka tidak mampu, akun ini menyindir mereka dimana gaya mereka lebih dibandingkan dengan bu-ibu pejabat.

Data 14

Akun *facebook* atas nama Unaiskandar memposting status yang berisi pesan sarkasme pada tanggal 02 November 2022 tepatnya pada jam 17.18 WIB. Berikut isi postingan status nya :

AR - RANIRY



Postingan akun ini menyindir kepala desa yang baru menjabat namun sudah dapat membangun rumah, dimana akun ini mencurigai bahwa kepala desa yang menyalahgunakan uang desa untuk kepentingan pribadinya.

Hasil analisis dari postingan status di media *Facebook* warga Gampong Pulo Mesjid 1 dapat disimpulkan penggunaan jenis sarkasme sindiran dan kasar yang paling banyak digunakan, hal ini disebabkan masyarakat sangat mudah untuk menyindir dan mengolok-olok menggunakan kata kasar karena dengan begitu mereka akan merasa puas telah mengatai orang yang dibencinya atau yang bermasalah dengannya.

Penggunaan bahasa mencerminkan kebudayaan dan tingginya tingkat kesantunan masyarakat. Islam menganjurkan untuk menggunakan kalimat thayyibah

atau perkataan yang baik ketika berbicara langsung atau melalui media sosial. Ada enam etika berbicara dalam islam.⁶⁵ :

1. *qawlun ma'ruf* yaitu setiap berbicara dengan perkataan baik.
2. *Qawlun tsabit* yaitu perkataan yang tepat, tidak berlebihan atau menguranginya.
3. *Qawlun sadid* yaitu perkataan yang benar, yang tidak ada dusta di dalamnya.
4. *Qawlun baliqh* yaitu ucapan yang mudah dipahami, tidak berbelit dan tepat sasaran.
5. *Qawlun karim* yaitu perkataan yang mulia yang tidak menghina, menjatuhkan dan membicarakan orang lain.
6. *Qawlun layyin* yaitu perkataan yang lemah lembut.

Pepatah arab berkata tentang pentingnya untuk menjaga lisan

سلامة الإنسان في حفظ اللسان

Artinya “keselamatan manusia tergantung pada kemampuan menjaga lisannya”.

Sehingga ketika membuat status di media sosial sudah semestinya status tersebut tidak menyinggung orang lain.

⁶⁵ Fakhriyatus Shofa, Skripsi, *Etika Berbicara Al-Qur'an dan Implementasinya di Era Digital*, (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022), hal. 6-8.

D. Efek penggunaan bahasa sarkasme di media *Facebook*

Bahasa sarkasme adalah gaya bahasa sindiran pedas dan menyakitkan. Sering sekali pesan sarkasme digunakan ketika seseorang sedang dalam keadaan kecewa atau marah, sehingga orang cenderung meluapkannya dengan memposting status di media sosial khususnya *facebook*. Terdapat berbagai tujuan atau maksud seseorang memposting kekesalannya di *facebook*. Berdasarkan hasil wawancara dengan 8 orang informan diperoleh beberapa tujuan narasumber memposting kekesalannya di *facebook*.⁶⁶ :

- ❖ Untuk mencari dukungan
- ❖ Tidak ada orang disekitarnya yang bisa diajak untuk curhat
- ❖ Ada rasa kepuasan tersendiri setelah mencurahkan
- ❖ Orang-orang akan ikut menyalahkan orang yang disindir

Mencurahkan kekesalan di media sosial memberikan lebih banyak dampak negatif dibandingkan dampak positif, apalagi jika kita menulis pesan sarkasme pada postingan tersebut. Penggunaan pesan sarkasme pada postingan status *facebook* memberikan banyak dampak negatif. Seperti : Mengeluh di media sosial tidak akan membuat masalah menjadi hilang tetapi jadi lebih menambah (memperbesar) masalah, meninggalkan jejak digital yang akan membuat kita menyesal, membuat semua orang tahu aib kita, mempermalukan diri sendiri, dan juga memberikan kesan bahwa kita merupakan seseorang yang tidak berwibawa dan dewasa dalam menyikapi permasalahan hidup.

⁶⁶ Hasil wawancara dengan para informan, pada tanggal 02 November 2022

Beberapa dampak negatif akibat postingan status pesan sarkasme warga Gampong Pulo Mesjid 1 : terjadinya pertengkaran, permasalahan yang tadinya hanya antar dua orang aja bisa menyebabkan perpecahan antara beberapa kelompok, dan juga terjadinya aksi balas-membalas status sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi yang melihatnya.

Maka sangat penting untuk mengucapkan perkataan yang baik, seperti firman Allah SWT dalam surah Ibrahim ayat 24-26 yang berbunyi :

أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ (٢٤) تُؤْتِي أُكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ (٢٥) وَ مَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ (٢٦) (Ibrahim : 24-26)

Artinya "Tidakkah kamu memperhatikan bagaimana Allah telah membuat perumpamaan kalimat yang baik... seperti pohon yang baik, akarnya kuat dan cabangnya (menjulung) ke langit (24) (pohon) tu menghasilkan buahnya pada setiap waktu dengan seizin Tuhannya. Dan Allah membuat perumpamaan itu untuk manusia agar mereka selalu ingat (25). Dan perumpamaan kalimat yang buruk seperti pohon yang buruk, yang telah dicabut akar-akarnya dari permukaan bumi, tidak dapat (tegak) (26).

Dalam surat tersebut Allah mengumpamakan kalimat yang baik seperti pohon yang baik, akarnya kuat, dan menghasilkan buah-buah atas seizin Allah. Dimana setiap bagian dari pohon ini memberikan manfaat di sekitarnya. Begitu juga perkataan yang baik, akan memberikan berbagai dampak positif baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang di sekitarnya. Sedangkan kalimat yang buruk

diumpamakan dengan pohon yang buruk, yang akar-akarnya tidak kuat dan tidak dapat berdiri tegak. Pohon yang buruk maka tidak dapat memberi manfaat bagi sekitarnya, bahkan dapat menjadi sesuatu yang mengganggu. Dimana pada akhirnya akan mati dan menjadi sampah. Demikian pula dengan perkataan yang buruk akan mendatangkan berbagai kemudharatan baik untuk dirinya sendiri maupun disekitarnya. Oleh karena itu pentingnya untuk menggunakan bahasa yang baik dimanapun kita berada baik di dunia nyata maupun di dunia maya.⁶⁷

E.Pembahasan

Teori yang peneliti gunakan pada penelitian ni menggunakan teori behavioristik. Teori behavioristik adalah teori yang mempelajari perilaku manusia. Warga Gampong Pulo Masjid 1 cenderung suka memposting status berbagai hal di media sosial *facebook* seperti jalan-jalan, makanan, kegiatan yang di lakukan dan juga berbagai permasalahan yang sedang dihadapinya. Sehingga didapatkan beberapa postingan status sarkasme di media sosial *facebook* Gampong Pulo Masjid 1.

Berbagai macam tanggapan yang diberikan warga Gampong Pulo Masjid 1 terhadap status sarkasme yang diupload ke media sosial *facebook*:

1. Mengabaikannya atau tidak memberikan tanggapan

Sikap tidak ingin merespon atau memilih untuk diam ketika melihat status sarkasme di media sosial *facebook*. Berdasarkan hasil wawancara dengan Warga Gampong Pulo Masjid 1 berbagai tanggapan yang mereka berikan, berikut tanggapan dari Cut Tazkiah Aufa :

⁶⁷ Al Qur'an Kemenag RI

*Saya pribadi merupakan seseorang yang tidak memperdulikan kata-kata orang, terserah mereka mau ngomong apa, selama yang saya lakukan tu adalah hal benar. Merespon pun malah memperpanjang masalah, banyak hal lain yang harus saya urus juga.*⁶⁸

Dari pernyataan di atas ketika informan melihat status tersebut maka akan mengabaikannya atau tidak membuat status pesan balasan karena tidak ingin memperpanjang masalah dan merasa itu merupakan yang tidak berguna (sia-sia).

2. Membalas dengan memposting status balasan

Membalas postingan tersebut dengan menghina orang yang menyindirnya. Tanggapan yang diberikan oleh Rahmatun nisa warga Gampong Pulo Mesjid 1 ketika ada postingan status yang menyindir atau menghina:

*Oh tu harus dibalas karena saya harus meluruskan permasalahannya, jangan nanti orang menggampang apa yang dia tulis benar...padahal kadang cuman karangan nya dan prasangka dia saja terhadap saya, jadi saya buat status balasan agar adil dia katain saya, saya juga katain dia, dan juga supaya warga gampong tau dari kedua sisi tidak hanya satu sisi saja, sama saya juga sakit hati dikatain apalagi di media sosial.*⁶⁹

Karena ingin meluruskan permasalahan begitu juga agar adil dan orang gampong dapat melihat dari dua sudut pandangan dan tidak langsung menyalahkannya. Sehingga informan ingin membuat status yang sama yaitu menggunakan bahasa yang sarkas. Seperti terjadinya balas membalas antara akun @putriadriana dan akun @Fakiraaifa.

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Cut Tazkiah Aufa, tanggal 19 november 2022.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Rahmatun Nisa, tanggal 06 november 2022.

3. Langsung mendatangi ke rumah

ketika melihat status yang menyindirnya langsung mendatangi rumahnya.

Berikut tanggapan Nailus saadah warga Gampong Pulo Mesjid 1 terhadap status *facebook* yang menyindir atau menghina :

Ketika ada yang menyindir atau menghina saya, maka saya akan langsung datang ke rumahnya untuk menanyakan apa maksud dari postingan tersebut, sehingga didapatkan permasalahannya dan mencari jalan keluar... kalau responnya baik ya kita cari jalan tengah, ya walaupun enggak nanti kita minta bantu dengan warga sekitar atau aparat desa.⁷⁰

Dari pernyataan informan di atas dapat disimpulkan mendatangi rumahnya agar permasalahan yang dapat diselesaikan dengan, kesalahpahaman dapat diluruskan.

Dalam teori behavioristik yang perlu dianalisa hanyalah perilaku yang nampak saja, yang dapat diukur, dilukiskan dan diramalkan. Karena seluruh perilaku adalah hasil belajar, yaitu perubahan perilaku sesuai dengan lingkungannya. Untuk melampiaskan emosi atau amarahnya warga Gampong Pulo Mesjid 1 cenderung mengupload nya ke media sosial *facebook* dengan menggunakan bahasa sarkas sehingga berbagai macam permasalahan seperti pertengkaran, kesalahpahaman ,dan juga balas-membalas status yang membuat permasalahan kecil menjadi besar dan melebar ke permasalahan lainnya. Seperti pada kasus postingan akun @Putriadriana di atas yang

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Nailus saadah, tanggal 05 november 2022.

tadinya hanya sebatas menyindir mengenai mobil malah jadi melebar ke permasalahan yang lain sehingga menimbulkan ketidaknyaman bahkan bisa menjadi pertengkaran yang lebih serius.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini merupakan wujud analisis pesan sarkasme yang diupload oleh masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 di media sosial. Berdasarkan hasil penelitian pesan sarkasme pada penggunaan *facebook* terhadap masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Masyarakat Gampong Pulo Mesjid 1 memiliki akun media sosial Facebook dan sering memposting pesan sarkasme di facebook dengan tujuan : untuk mencari dukungan, tidak ada orang disekitarnya yang bisa diajak curhat, ada rasa kepuasan ketika sudah mencurahkan, dan orang-orang akan ikut menyalahkan orang yang disindir. Terdapat 3 jenis sarkasme yang digunakan yaitu sarkasme kasar/hinaan, sarkasme sindiran, dan sarkasme sebutan.
2. Adapun dampak negative akibat postingan status yang berisi pesan sarkasme : terjadinya pertengkaran, terjadinya perpecahan yang tadinya hanya antar individu bisa menjadi antar kelompok, dan terjadinya aksi balas membalas yang menimbulkan ketidaknyamanan bagi yang melihatnya.

B. Saran

1. Ketika ada suatu permasalahan sebaiknya langsung diselesaikan atau dibicarakan, jangan menguploadnya ke media sosial karena menguploadnya tidak akan menyelesaikan masalah malah memperpanjang masalah.
2. Jangan terlalu memperdulikan omongan orang lain selama yang dibicarakan itu tidak benar.
3. Ketika memperoleh informasi jangan hanya mendengar dari satu pihak saja melainkan dari keduanya.
4. Pentingnya menjaga perkataan, islam telah mengatur etika dalam berbicara.



DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

- Abdurrahman Dudung. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003.
- Ahmad Saebani Beni. *Pengantar Antropologi*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Andi dan MADCOMS. *Gaul Berteman Lewat Facebook*. Yogyakarta: C.V Andi Offiset, 2009.
- Andi. *10 Model Penelitian dan Pengelohannya dengan SPSS 1*. Semarang: Wahana Komputer, 2006.
- Arif Rahmadi. *Tips Produktif Ber-Social Media*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2016.
- Dewi Ratna. *Makalah Behaviorisme Belajar dan Pembelajaran*. Palangkaraya: Mari Berbagi info, 2015.
- Fariyatul Fahyunid stikomah Eni. *Psikologi Belajar & Mengajar*. Sidoarjo. Nizamia Learning Center, 2016.
- Fauzi Ahmad. *Panduan Praktis Menguasai Facebook*. Surabaya: PT INDAH Surabaya, 2009.
- Hidayat Taufik. *Lebih Dekat Dengan Facebook*. Jakarta: PT ELEK Media Komputindo, 2009.
- Keraf Gorys. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Kurniali Sartika. *Step by Step Facebook*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2009.
- Kurniawan. *Jurnalisme maya*. Bandung: Rosdakarya, 2016.
- Maryati Kun dan Juju Suryawati. *Sosiologi*. Diterbitkan oleh Esis, sebuah mprint dari penerbit Airlangga, 2006.

Mulyana Deddy & Solatun. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 200).

Nasrullah Ruli. *Teori dan Riset Cybermedia*. (Jakarta: PT Grafindo , 2014). Cross. M.Bloggerati Twitteratiw. *Blog an Twitter are Transforming Populer Culture*. (California: Santa Brabara. 2011)

Nasrullah Rulli. *Dunia Cyber*. Bandung: Rosdakarya. 2016.

Nasrullah Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Rosdakary, 2016.

Nasrullah Rulli. *Teori dan Riset Cybermedia*. Jakarta: Prenada Media, 2014.

Ninja Team. *Facebook Untuk Semua Orang, Untuk Semua Urusan*. Jakarta: PT Jasakom, 2009.

Rahmadi Arif. *Tips Produktif Ber-Social Media*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2016.

Sanjaya Ridwan. *Panduan Cepat Menguasai Facebook*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2009.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Sulianta dan Feri. *Keajaiban Media Sosial*. Jakarta: Elex Media Kompetindo, 2015.

Suryana Oya. *My Blog, My Money, Cara Jitu Menjual Text Link di Blog Untuk pemula*. Jakarta: Andi Publisher, 2019.

Zuriyah Nuzul. *Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta : PT Bumi Aksara, 2006.

Daftar Jurnal

Hanafi Muhammad. “ Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Siswa.” *Jurnal: JOM FISIP* . Oktober 2016. Vol. 3, No. 2.

Hasana Ulfatun dkk. “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial Instagram.” *Jurnal onama pendidikan*. vol.7. No.2.

Heru, Agus. “Gaya Bahasa Sindiran Ironi, Sinisme dan Sarkasme Dalam Berita Utama Harian Kompas.” *Jurnal Pembelajaran dan Sastra Indonesia*, Vol. 8, No. 2, hal. 45.

Lutfiani Siska. “Sarkasme Pada Media Sosial Twitter Dan mplikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa ndoneisia di SMA.” *Jurnal Tabasa*. Vol.1. No.2.

Rani Sri Wahyuni. “Analisis Gaya Bahasa Sarkasme dalam Bahasa Sunda Warganet pada Media Sosial Facebook.” *Jurnal Metabasa*. 2021. Vol. 3. No.2.

Siska Lutfiyani. Dkk. “Sarkasme pada Media Sosial Twitter dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA.” *Jurnal Bahasa*. 2021. Vol. 1. No.2.

Daftar Skripsi

Anugrah pekerti Briyani. *Pengaruh jejaring sosial terhadap kelakuan seseorang*. Skripsi, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2013.

Erni Rahma. *Sarkasme Dalam Berbahasa Pada Kehidupan Sehari-Hari Di Wilayah Kabupaten Kendal (Kajian Sosiolinguistik)*, Skripsi, Semarang : Universitas Negeri Semarang, 2019.

Fadly Winata Rachmat. *Penggunaan Sarkasme Dalam Pergaulan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar*. Skripsi, Makassar: UIN Alauddin, 2017.

Fakhriyatus Shofa. *Etika Berbicara Al-Qur'an dan mplementasinya di Era Digital*, Skripsi, Jember: Universitas slam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, 2022.

Novianti. *Sarkasme pada Akun nstagram Rocky Gerung*. Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2022.

Oki Aflikhah Adik. *Gaya Bahasa Sarkasme dan Kekhasan Bahasa Penulis Pada Judul Rubrik Kriminal Di Surat Kabar Harian Meteor Edisi April 2012*. Skripsi, Jawa Tengah: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.

Ulfah Nur Aini Ningrum. *Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2017.

Daftar Website

Wikipedia. *Apa tu facebook*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Facebook>. (Dikases pada tanggal 20 Agustus 2022 pada pukul 19.43)



Daftar Pertanyaan Wawancara

No	Daftar Pertanyaan
1	Sudah berapa lama anda memiliki akun Facebook?
2	Tujuan anda menggunakan Facebook?
3	Seberapa sering anda menggunakannya dalam sehari?
4	Seberapa sering anda mengupload status?
5	Ketika terjadi suatu permasalahan atau ada perselisihan dengan orang lain, apakah anda cenderung menyindirnya di media sosial? Jika iya, apa alasan anda melakukannya?
6	Apakah anda mengetahui apa itu sarkasme?
7	Ketika menyindir orang lewat status anda cenderung menggunakan kata kata sarkasme (kasar, menghina dan merendahkan orang lain) atau menggunakan quote untuk menyindirnya? Berikan alasan anda
8	Apakah anda tau dampak dari status sindiran yang anda buat?
9	Bagaimana perasaan anda setelah mengupload status berupa sindiran tersebut?

LAMPIRAN WAWANCARA

Hasil wawancara dengan akun@Mhd.Saadah

- Nailus Saa'dah
1. Semenjak 2016
 2. Tujuan saya untuk bisa berkomunikasi dengan orang jauh dan memposting status
 3. 12 jam
 4. 1 jam sekali
 5. Tidak, cuma pas lagi ada masalah, pas lagi ada kata-kata sindiran saya naikin aja, sebab saya tertarik saja dengan kata-katanya, jika orang itu merasa maka sekalian aja
 6. tau
 7. Saya biar status tidak menyindir orang itu cuma saya suka dengan kata-kata sindiran itu dan pas banget cocok dengan orang itu. Tapi kyuknya bukan buat dia sih, buat yang merasa aja, kalau dia merasa ya sekalian aja, alasannya saya suka aja sama kata-kata sindiran siapa pun itu yg merasa biar berubah dan sadar aja
 8. Tau
 9. Bermanfaat

Hasil wawancara dengan akun@Mulizar.Ali

- Mulizar Ali
1. Sekitaran 8 tahun
 2. Untuk mengetahui informasi dan bisa berkomunikasi dengan pengguna yang lain
 3. Dalam sehari ada 2 jam
 4. Seminggu 3 kali
 5. Iya, biar orang itu tau
 6. Tidak
 7. menggunakan quotes, alasannya biar gak tersinggung dan tidak langsung terjadi perdebatan dengan orang tersebut
 8. Tau, biar orang itu sadar
 9. Perasaan lebih lega dan tenang

Hasil wawancara dengan akun@ Putriadriana

- Putri Andriana
1. Semenjak 2010
 2. Untuk mengetahui semua informasi termasuk gosip terbaru
 3. 5 jam dalam sehari
 4. Tidak terlalu sering
 5. Iya saya suka menyindir dengan Status saya alayanya biar supaya hati saya puas
 6. tidak
 7. lebih menghina, karna menurut saya itu lebih membuar orang itu sadar diri
 8. Tau, tapi saya tidak takut
 9. perasaan saya lebih tenang, plong rasanya

Hasil wawancara dengan akun@Munira

- Munira
1. Semenjak 2018 saya menggunakan facebook
 2. dapat berkomunikasi dengan pengguna lain, melalui peremanan, komentar, atau lewat pesan
 3. 5 atau 6 kali
 4. Seminggu kadang 3 kali
 5. ~~tidak~~ tidak tapi kata sudah sangat menyinggung ~~say~~ baru saya ~~para~~ sindiran saya
 6. Tidak
 7. Lebih ke menyindir sih karna tidak langsung merasa buat orang itu
 8. tau, tapi saya pura-pura tidak bersalah
 9. Perasaan saya jadi was-was, karna menunggu sg saya sindir datang kerumah saya.

Hasil wawancara dengan akun@Cuttazkiahaufa

- Cut Taskia Ayfa
1. Semenguk SMP kira-kira 9 tahun j lalu
 2. Mencari lebih banyak kawan
 3. kira-kira 2 jam
 4. iya, karna itu membuat saya lebih tenang
 4. Tidak terlalu sering
 6. Tidak
 7. Menurut saya lebih ke merendahkan
 8. Tidak
 9. Membuat saya lega atas permasalahan saya

Hasil wawancara dengan akun@Unaiskandar

- Una Iskandar
1. Semenjak 2016
 2. Untuk hiburan, menambah teman, dan menghubungi teman jauh
 3. Hampir setiap jam, kalau dulu minimal 5 kali
 4. Tidak sering
 5. supaya tau diri, dan males menjumpai orang tersebut
 6. Tidak
 7. Biasanya menghina
 8. Tidak
 9. Senang bacak ANIRY

DAFTAR GAMBAR



Gambar 1.1 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Mhd.Saadah



Gambar 1.2 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Mulizar.Ali



Gambar 1.3 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Putriadriana



Gambar 1.4 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Munira



Gambar 1.5 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @cuttazkiahaufa



Gambar 1.6 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @Safarianaazaa



Gambar 1.7 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @UnaIskandar



Gambar 1.8 Foto pada saat wawancara dengan pemilik akun @FakriRaifa