



Kritik dan Sarkasme Pada Kinerja Gubernur Anies Baswedan di Twitter: Kajian Sosolinguistik (*Criticism and Sarcasm on the Performance of Governor Anies Baswedan on Twitter: A Sosolinguistic Study*)

Shinta Nurika Indriyana^{a,1*} dan Fida Pangesti^{a,2}

^aUniversitas Muhammadiyah Malang, Kota Malang, Indonesia

¹shintanurika08@gmail.com; ²fidap@gmail.com

*Corresponding Author

Article info

A B S T R A C T

Article history:

Received: 13-10-2021

Revised : 20-05-2022

Accepted: 25-10-2022

This study aims to describe criticism and sarcasm regarding the performance of the governor of DKI Jakarta during the Anies Baswedan era on social media. The research method uses a qualitative approach with descriptive methods. This research was conducted on November 10, 2021, the data source was taken from social media Twitter. Data analysis uses a sociolinguistic approach that emphasizes finding verbal codes of criticism and sarcasm found through social media users. The results of the study show that semiotic elements in the content of criticism and sarcasm towards Governor Anies Bawesdan appear in various forms. The content displayed has the same tone in the form of satire and criticism of netizens' dislike of Governor Anies Bawesdan who is considered incompetent in managing the city of Jakarta. Both the attitudes and views of netizens tend to be the same as the ideas that the content creators want to convey as if they were united to satirize and criticize Anies Bawesdan's performance.

Keywords:

governor performance

social media

sociolinguistics

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kritik dan sarkasme terkait kinerja gubernur DKI Jakarta pada era Anies Baswedan di media sosial. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada 10 November 2021, sumber data diambil dari media sosial *Twitter*. Analisis data menggunakan pendekatan sosiolinguistik yang menekankan pada pencarian kode verbal kritik dan sarkasme yang ditemukan melalui pengguna media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur semiotik dalam isi kritik dan sarkasme terhadap Gubernur Anies Bawesdan muncul dalam berbagai bentuk. Konten yang ditampilkan memiliki nada yang sama berupa sindiran dan kritikan terhadap ketidaksukaan warganet terhadap Gubernur Anies Bawesdan yang dianggap tidak kompeten mengelola kota Jakarta. Baik sikap maupun pandangan netizen cenderung sama dengan ide yang ingin disampaikan oleh pembuat konten seolah bersatu untuk menyindir dan mengkritik kinerja Anies Bawesdan.

Copyright © 2022 Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

All rights reserved.

PENDAHULUAN

Bahasa menjadi salah satu sarana yang dapat menyatukan manusia dalam membentuk kelompok sosial untuk hidup secara berdampingan dalam lingkungan



sosial masyarakat (Manzura & Yulduz, 2019). Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama manusia. Bahasa membantu manusia untuk dapat menggunakan hati dan pikirannya dalam mengatur hubungan dengan orang lain dan dapat meningkatkan persaudaraan antara satu dengan yang lainnya. Fungsi terpenting bahasa adalah sebagai alat komunikasi antar manusia, karena tanpa komunikasi linguistik, sistem sosial tidak akan terwujud. Tanpa bahasa, manusia tidak dapat saling berinteraksi dan tidak dapat menjalin kekerabatan antara satu dengan yang lainnya, sehingga bahasa memiliki fungsi utama untuk berkomunikasi (Simatupang et al., 2019).

Manusia dalam kondisi sosial berinteraksi dengan cara berkomunikasi satu sama lain dengan menggunakan bahasa, karena dalam kehidupan masyarakat manusia tidak lagi sebagai makhluk individu, tetapi sebagai makhluk sosial sehingga bahasa sangat penting digunakan oleh manusia dalam berbagai aktivitas kehidupan (Simatupang et al., 2019). Pada kelompok sosial menghasilkan sebuah ragam bahasa (Sharma & Dodsworth, 2020). Dalam studi sosiolinguistik, bahasa bukan hanya dimaknai sistem tanda saja namun dipahami juga sebagai salah satu unsur sistem sosial, komunikasi, dan merupakan unsur dari kebudayaan tertentu (Eco, 2020). Pada penelitian kajian sosiolinguistik akan selalu memperhatikan penggunaan bahasa pada masyarakat berdasarkan faktor-faktor sosial yang ada. Umumnya, kajian sosiolinguistik fokus kepada macam-macam bahasa yang ada dalam masyarakat.

Sosiolinguistik adalah ilmu yang mempelajari bahasa yang dikaitkan dengan kondisi sosial. Sosiolinguistik menyoroti seluruh masalah yang berkaitan dengan bahasa pada lingkungan sosial, tidak hanya meliputi penggunaan bahasa, tetapi juga sikap bahasa, dan perilaku terhadap pengguna bahasa (Sumarsono, 2013:2). Bahasa adalah salah satu sarana penting dalam komunikasi di kehidupan. Unsur sosiolinguistik berkaitan dengan penutur bahasa, keadaan, serta tujuan dalam berbahasa (Trudgill, 2022). Variasi bahasa merupakan keragaman jenis bahasa dimana penggunaannya sesuai dengan fungsi serta situasi yang ada (Devereaux & Palmer, 2019). Sosiolinguistik menjadi kajian mengenai ciri khas keragaman bahasa, kegunaan bahasa, serta penutur bahasa. Beberapa hal tersebut saling berkaitan dan dapat mengubah satu dengan lainnya dalam suatu masyarakat (Williams, 2018).

Kajian sosiolinguistik berkaitan dengan penutur bahasa sebagai anggota masyarakat, terutama variasi bahasa yang berkaitan dengan faktor sosial (Isnaniah, 2015). Sebuah bahasa akan dengan cepat menyebar melalui komunikasi, salah satunya di media sosial ini. Sosiolinguistik mengkaji bahasa dengan memperhatikan hubungan antara bahasa dan masyarakat (Abdurrahman, 2011). Pandangan sosiolinguistik bahasa dapat dilihat dari fungsi bahasa melalui sudut pandang penutur, pendengar, topik, kode, amanat tutur, dan sikap terhadap apa yang dituturkan. Penggunaan sosiolinguistik dalam kehidupan banyak digunakan, karena bahasa merupakan alat komunikasi verbal manusia, dalam penggunaannya sosiolinguistik memberikan pengetahuan tentang cara menggunakan bahasa. Dalam masyarakat, sosiolinguistik memberikan pengetahuan tentang variasi bahasa. Sebagai manusia, sosiolinguistik memberikan pengetahuan tentang bagaimana kita dapat menempatkan diri dalam penggunaan bahasa ketika kita berada dalam masyarakat tertentu, sosiolinguistik juga memberikan gambaran tentang variasi



bahasa dalam masyarakat, kaitannya dengan pengguna, dan kegunaannya, selain itu sosiolinguistik juga mengkaji fenomena dan gejala bahasa dalam masyarakat.

Berbagai media sosial saat ini menjadi salah satu wadah interaksi sosial yang dapat menimbulkan banyak komentar para penggunanya. Komentar tersebut dapat berupa pujian maupun ujaran kebencian bahkan berita bohong atas beberapa situasi yang ada. Dengan adanya media sosial, setiap orang lebih mudah berinteraksi, berbagi, berkomunikasi tanpa harus bertatap muka. Pada era ini penggunaan bahasa pada media sosial digunakan bukan sekadar sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai alat ekspresi diri (Arsanti & Setiana, 2020). Valenza (2014) mengungkapkan bahwa media sosial adalah *platform* internet yang memungkinkan bagi individu untuk berbagi dan berkomunikasi secara terus menerus dengan komunitasnya. Media sosial adalah istilah yang digunakan oleh pengguna media sosial berbasis Android dan ponsel lainnya untuk mengakses berbagai informasi, hiburan, berita, dan gosip, sehingga istilah tersebut tidak lagi menjadi kata asing (Valenza, 2014). Berdasarkan definisi dari para ahli tersebut dapat dikatakan bahwa media sosial merupakan salah satu *platform* atau media untuk berkomunikasi dengan orang lain dalam sebuah jaringan internet. Ada beberapa platform media sosial yang sudah dikenal oleh masyarakat umum yakni *facebook*, *twitter*, *path*, *line*, *whatsapp*, *instagram*, dan lain sebagainya (Smith & Anderson, 2018).

Media sosial sangat berperan terhadap pembentukan opini atas fenomena yang sedang terjadi, baik itu akun perorangan ataupun kelompok (McGregor, 2019). Media sosial juga digunakan sebagai media kritik bagi penggunanya terhadap fenomena sosial yang terjadi di masyarakat (Egelhofer et al., 2021). Tidak jarang pengguna media sosial juga menggunakan gaya bahasa yang tidak santun dalam memberikan opini yang bersifat kritik atau sarkasme (Das & Clark, 2019). Melalui aktivitas berbahasa seseorang dalam media sosial dapat memperlihatkan bahwa penggunaan bahasa dapat mencerminkan kepribadian seseorang. Sikap yang ditunjukkan seseorang yang memiliki akun media sosial dalam menanggapi suatu isu, terkadang beragam. Bahkan ditemukan banyak suatu sikap mencaci, mencela, atau bahkan terdapat unsur-unsur kebencian di dalamnya, sehingga bahasa yang digunakan terkesan tidak santun. Seharusnya yang perlu menjadi perhatian adalah tanggung jawab bahasa yang sangat diperlukan untuk menghindari adanya salah pengertian (Hidayat, 2020).

Hasil survei APJII atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia di tahun 2019-2020 menemukan bahwa penetrasi pengguna internet Indonesia mencapai 73,7% atau sejumlah 266.911.900 juta orang dengan total pengguna aktif media sosial mencapai 170 juta atau setara dengan 61,8% dari total keseluruhan populasi masyarakat Indonesia (KOMINFO, 2020). Rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan waktu selama 3 jam 41 menit. Oleh sebab itu, beberapa akun media sosial sempat menjadi perbincangan hangat di pemberitaan beberapa waktu lalu, karena sikap pengguna yang kurang bijak dalam menggunakan media sosial. Terdapat beberapa kejadian yang diakibatkan karena kurang bijaknya pengguna dalam memanfaatkan media sosial. Namun meskipun demikian penggunaan media sosial juga menghasilkan konstruk baru, yaitu menciptakan model baru terhadap kejadian yang mereka hadapi (Alaslaa, 2018).

Sarkasme didefinisikan sebagai kata-kata kasar yang bertujuan untuk melukai perasaan orang lain yang dapat berupa ejekan kasar (Chia et al., 2021). Media sosial juga digunakan sebagai tempat untuk memberikaran kritik kepada politik serta

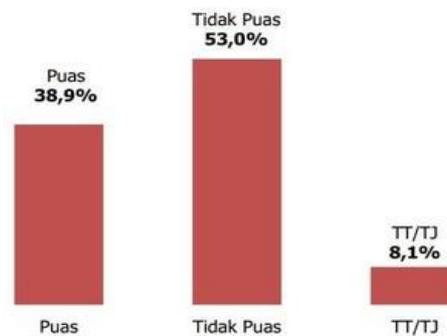


pemerintahan saat ini (Jost et al., 2018; Wu & Fitzgerald, 2021). Hal ini dikarenakan media sosial berperan penting dalam membangkitkan kesadaran tentang peristiwa yang sedang terjadi. Baik itu akun pribadi atau akun atas nama grup atau organisasi (Putri et al., 2016). Sarkasme mempunyai ciri utama yaitu mengandung celaan, atau ucapan yang kurang enak didengar dan menyakiti hati (Lutfiyani et al., 2021). Beberapa orang memaknai sarkasme sebagai seni dalam memberikan sindiran yang cerdas, akan tetapi disaat gejolak informasi, pencemaran nama baik dapat digunakan untuk menyesatkan fakta yang sebenarnya (Paulson, 2019). Sarkasme dapat juga dimaknai sebagai cemoohan dan ejekan yang kasar (Aflikhah, 2012). Kata sarkasme sendiri berasal dari bahasa Yunani Sarkasein yang artinya mengoyak daging seperti anjing, menggigit bibir hingga merah dan mengatakan kepahitan (Sarsam et al., 2020). Gaya bahasa sarkasme merupakan bahasa yang cenderung mengarah kepada konteks negatif dan menyinggung orang lain (Khokhlova et al., 2016).

Sarkasme adalah gaya bahasa yang banyak digunakan masyarakat untuk mengungkapkan pendapat dan pemikiran dalam berbagai bentuk sarkasme, cemoohan, kritik, hingga ejekan. Sarkasme merupakan jenis gaya bahasa yang mengandung celaan bahkan bisa berupa hinaan yang kurang enak didengar oleh lawan bicara (Anshari & Al, 2018). Selain itu, sarkasme dapat ditemukan dalam bentuk kata, frasa, dan kalimat. Sarkasme juga bisa dituangkan dalam bentuk gambar, bahkan video dengan tujuan untuk mengutarakan tuturan yang mengandung ejekan, sindiran, dan celaan. Bahasa sarkasme lebih kasar dari pada ironi dan sinisme, serta mengungkapkan makna yang kontradiktif (Tarigan, 2013). Pernyataan ini semakin memperjelas penggunaan sarkasme yang bertujuan untuk menyinggung dan menyindir orang lain secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini juga sejalan dengan anggapan bahwa teks dapat menjadi media yang digunakan oleh kelompok tertentu untuk unggul dan sekaligus menyudutkan kelompok lain (Mujianto, 2018:157). Gaya sarkasme sering digunakan dalam beberapa cara yaitu, tujuan menyampaikan makian berupa celaan, gurauan, kata-kata kasar yang muncul akibat luapan amarah dari seseorang (Cahyo et al., 2020). Hal ini juga menyiratkan bahwa bahasa merepresentasikan mental leksikon (kosa kata mental) seseorang (Prihatini, 2019).

Beberapa fungsi penggunaan gaya bahasa sarkasme adalah bentuk penyampaian informasi, penegasan, pengiriman, perintah, pertanyaan, pernyataan persamaan, perbandingan, dan pernyataan (Keraf, 2009). Bentuk-bentuk tersebut disesuaikan dengan konteks penggunaan pada situasi tertentu. Kata-kata yang digunakan mewakili makna yang terkait pada situasi dan kondisi yang telah disepakati bersama. Melalui sarkasme, makna tertentu dapat berubah bentuk mengikuti maksud dan tujuan pengguna kalimat sarkasme tersebut. Oleh karena itu, sarkasme identik dengan perubahan makna dan diklasifikasikan sebagai kata kiasan, dan sering digunakan untuk menggambarkan suatu situasi. Semua perubahan makna yang terjadi disebabkan oleh perubahan situasi dan kondisi ketika sebuah kata, frasa, atau kalimat ditempatkan pada kondisi tertentu (Syarifuddin, 2020). Salah satu dari korban sarkasme di media sosial tersebut adalah Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan.

**Tingkat kepuasan publik terhadap
Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan**



Gambar 1. Survei Jakarta Research Center (JRC). ©2021 Merdeka.com

Berdasarkan survei yang dilaksanakan Jakarta *Research Center* (JRC) menampilkan hasil kepuasan publik pada Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan hanya sebesar 38,9 persen, atau tidak sampai angka 40 persen. Kinerja Anies yang biasa-biasa saja, tidak ada terobosan dan inovasi yang signifikan, membuat sebagian besar publik Jakarta merasa tidak puas. “Kepuasan publik terhadap Anies sebagai Gubernur DKI Jakarta tak sampai 40 persen,” kata Direktur Komunikasi JRC Alfian P di Jakarta, Jumat (16/4).

Anies sering menjadi sasaran pengguna sosial media yang menyudutkan berbagai kebijakan Pemprov DKI Jakarta yang kerap kali dianggap tidak bermanfaat serta tidak merupakan hasil dari aspirasi warga Jakarta. Misalnya dalam beberapa waktu terakhir saat awal tahun 2020 tentang banjir Jakarta. Para pengguna media sosial mengkritik kebijakan Anies Baswedan secara kasar. Hal inilah yang menjadi warganet berbondong-bondong menyudutkan Anies Baswedan hingga menjadikan tagar #BanjirJakarta, #Banjir, #BanjirJakarta4nies menjadi topik populer di *twitter*. Dari tagar-tagar tersebut, para pengguna sosial media khususnya *twitter* mengungkapkan rasa kesalnya akan persoalan banjir yang melanda Jakarta. Hal tersebut dikarenakan warganet merasa bahwa persoalan banjir di Jakarta tidak pernah terselesaikan dan menjadi semakin parah sejak era Gubernur Anies Baswedan. Jika bahasa dan kebudayaan merupakan sistem komunikasi yang memiliki arti dalam kebudayaan yang menjadi wadahnya (Chairunnisa & Yuniati, 2018).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bachtiar et al., (2018) tentang kajian sosiolinguistik menemukan komponen sosiolinguistik dan kode-kode verbal sarkasme memiliki kaitan erat dengan adanya kelompok pembenci (*haters*). Terlepas dari suatu hal yang dikritisinya, yang menjadi *novelty* (kebaruan) dalam penelitian ini adalah dimana peneliti memasukkan dua variabel yaitu kritik dan sarkasme. Peneliti menambahkan dua variabel tersebut dengan pertimbangan serta saran dari penelitian terdahulu. Sehingga peneliti mencoba menambahkan kedua variabel tersebut sebagai pembeda dari penelitian sebelumnya yang menjadi kebaruan dalam penelitian ini.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui proses pemeriksaan aturan media dan pelabelan unit peristiwa



atau unit motivasi yang memiliki bahasa yang kritis dan sarkasme. Penelitian ini dilakukan pada 10 November 2021, sumber data berasal dari media sosial *Twitter*. Pendataan dilakukan langsung oleh penyidik, pendataan pengaduan, dan penjualan ditujukan kepada Gubernur Anies Baswedan di media sosial. Analisis data menggunakan pendekatan sosiolinguistik yang menekankan pada analisis hukum atas pengaduan dan pembelian yang diterima pengguna media sosial. Kajian sosiolinguistik meliputi keragaman bahasa, pilihan bahasa, fungsi bahasa, komponen bahasa, dan konteks sosiokultural.

Penelitian ini dilakukan dengan analisis semiotika. Semiotika merupakan ilmu atau pendekatan analisis yang digunakan untuk mengkaji tanda. Semiotika atau semiologi pada dasarnya digunakan untuk mengkaji kemanusiaan, menemukan pemaknaan terhadap berbagai hal (Berger, 2020). Teknik analisis semiotika yang digunakan adalah menggunakan teori Charles Sanders Peirce dimana pada teori tersebut memaparkan simbol-simbol dan mengartikannya dalam hal konten sarkasme dan kritik. Analisis semiotik digunakan untuk menelaah lebih dalam tentang arti, simbol, dan tafsiran pada narasi teks dan foto (Gretzel & de Mendonça, 2019; Pawito, 2007). Dalam memaparkan makna yang ada pada konten yang dibuat, terdapat tiga unsur yang hendak dianalisis yakni, tanda, objek, dan tafsir. Dalam analisis semiotika Peirce, tanda mewakili ekspresi, gagasan maupun perasaan dari penutur (Rosiek, 2018). Tanda bermakna sebagai suatu tindakan sehingga menjadikan keterkaitan satu dengan yang lainnya. Dengan demikian, tanda objek akan menghasilkan interpretasi dari kreatornya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Anies Baswedan adalah gubernur DKI Jakarta yang telah resmi dilantik oleh presiden Joko Widodo pada 16 Oktober 2017 lalu. Berada di bawah kepemimpinan Anies Jakarta sudah mulai terlihat perubahannya, namun perubahan yang dirasakan membuat masyarakat Jakarta mengeluh terutama mengenai daerah Tanah Abang yang langsung berubah seketika menjadi macet disebabkan karena adanya penyempitan jalan untuk lahan pedagang kaki lima atau berjualan. Menjadi pemimpin ibukota tentu tidak terlepas dari media.

Media online cukup banyak yang mengangkat berita mengenai Anies Baswedan, terutama berita mengenai kinerjanya. Pada bulan Januari 2018 sedang hangat diberitakan tentang 100 hari kinerja Anies dalam memimpin Jakarta namun dalam 100 hari tidak dapat ditentukan berhasil atau tidaknya seorang gubernur dalam memimpin, karena dalam membangun suatu ibu kota tidak cukup hanya 100 hari untuk menyelesaikan suatu program kerja, setidaknya program kerja telah mulai dijalankan untuk mewujudkan ibu kota ke arah yang lebih baik. Meskipun begitu Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan tidak terlepas dari kritik serta sarkasme dari berbagai media sosial mengenai kinerjanya yang dianggap masih kurang kompeten oleh warga Jakarta.

Kode Verbal Kritik dan Sarkasme

Pada penelitian Tarwiyati & Sabardila (2020) membahas mengenai Bahasa sarkasme yang berada pada akun Instagram Anis, menyebutkan bahwa “Berita mengenai banjir di Jakarta yang terjadi pada 1 Januari 2020 lalu menjadi perbincangan hangat di media sosial khususnya instagram. Anies Baswedan sebagai gubernur DKI Jakarta mendapat kritikan hingga hinaan oleh warganya melalui akun instagram pribadinya yang dilontarkan warganet pada kolom

komentar dalam postingan milik Anies. Warga Jakarta menganggap bencana banjir yang terjadi adalah akibat dari kesalahan Anies Baswedan karena ketidakmampuannya dalam mencegah dan menanggulangi banjir sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwa dan kerugian materiil dalam jumlah yang besar. Para korban banjir yang terjadi pada awal Januari 2020 menuntut Anies Baswedan untuk mengganti kerugian materiil sebesar Rp 42,3 miliar. Warga yang ikut bergabung untuk menuntut Anies Baswedan sebanyak 243 orang. Mereka telah menggugat Anies Baswedan pada tanggal 13 Januari 2020 yang dimasukkan ke dalam berkas gugatan ke PN Jakpus dengan nomor perkara No.27/PDT.GS/CLASSACTION/LH/2020/PN.Jkt.Pst”.

”Hujan yang telah mengguyur ibu kota Jakarta sejak Senin malam (24/2) mengakibatkan sejumlah kota terkena dampak banjir yang mengakibatkan terhambatnya aktivitas warga. Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan berpendapat bahwa terjadinya banjir merupakan akibat dari curah hujan tinggi yang telah mengguyur Jakarta selama (24/2) malam melainkan bukan karena kiriman dari daerah-daerah lain. Akibat dari ungkapan yang disampaikan oleh Anies kemudian menimbulkan kritik dari warga melalui media sosial instagram di akun pribadinya. Dalam postingan yang diunggah oleh Anies di akun instagram miliknya menuai ucapan-ucapan kasar bahkan hinaan dari warganet, misalnya ungkapan kebencian yang dilontarkan oleh seseorang berinisial D yaitu “gubernur kok gini”.

Ungkapan tersebut menandakan bahwa D tidak menyukai Anies Baswedan karena dianggap tidak mampu dalam menanggulangi banjir di Jakarta. Melalui sumber data dari unggahan *Twitter* mengenai kinerja Gubernur DKI Anies Baswedan, maka diperoleh data yang memuat unsur verbal kritik dan sarkasme, yaitu seperti gambar di bawah ini.



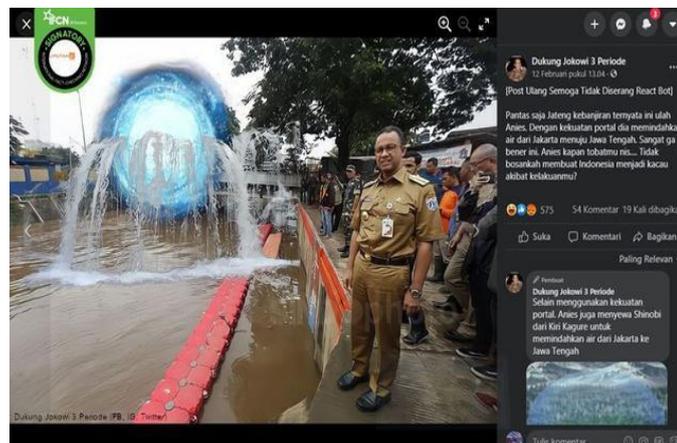
Gambar 2. Data Penelitian, Sumber: *twitter/benteng_kalop*

Sarkasme dengan konten pelaku mengklaim bahwa gubernur DKI Jakarta membuatkan tempat wisata dan hiburan berupa *waterboom* dan kolam renang gratis. Akun tersebut menuliskan:

”Gubernur DKI saat ini sangat peduli dengan masyarakat... Gubernur DKI sudah membuat tempat wisata dan hiburan berupa waterboom dan kolam berenang gratis bagi warga jakarta. mari berterima kasih dengan Pak Anies Baswedan”.

Gambar asli merupakan banjir yang terjadi di beberapa daerah di Kota Jakarta. Akun tersebut mencoba menyampakan makna bahwa banjir pada era Gubernur Anies Baswedan terjadi lebih parah dari sebelum-sebelumnya. Komentar tersebut dapat terjadi karena menurut akun tersebut kinerja Gubernur Anies yang dinilai kurang baik oleh warga Jakarta. Adanya banjir diawal 2020 menjadi musibah yang paling parah terjadi di Jakarta sehingga hal ini menggiring opini masyarakat tentang kinerja Gubernur Anies Baswedan. Daerah yang sebelumnya tidak terendam banjir tiba-tiba tergenang air. Hal ini menyebabkan ribuan warga Jakarta mengungsi ke berbagai tempat. Warga juga harus merelakan rumah dan harta bendanya karena banjir (Puspita et al., 2022; Puspitasari, 2020)

Dengan menggunakan frase vulgar untuk mengekspresikan kehidupan mereka, media ingin mengambil kesempatan untuk mengekspresikan emosi, mengungkapkan perasaan dan frustrasi dengan kinerja Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan. Meningkatnya penggunaan internet di Indonesia menyebabkan semakin banyak pengguna internet menggunakan frasa murahan dalam kehidupan sehari-hari di media sosial. Ada proses komunikasi khusus dalam informasi sebuah postingan, ada juga pujian dan hinaan yang diposting di kolom informasi. Efek dari informasi berbahaya pada pengguna yang terkena dampak sangat merusak dan dapat menghancurkan secara psikologis, yang dapat menyebabkan depresi dan kemungkinan risiko bunuh diri. Contoh kalimat sarkasme yang diambil dari kolom komentar hal ini disampaikan oleh (Cahyanti, 2020).



Gambar 3. Data Penelitian, Sumber: [twitter/turnbackhoax](https://twitter.com/turnbackhoax)[dot]id

Sarkasme konten yang berisikan tentang klaim banjir di Jawa Tengah merupakan ulah dari Anies Baswedan yang mengalirkan air ke Jawa Tengah dari Jakarta. Gambar tersebut dimanipulasi sedemikian rupa nyatanya merupakan berita *hoax* dan tidak ada korelasi banjir di Jawa Tengah. Padahal gambar tersebut merupakan saat dimana Anies Baswedan meninjau debit air di pintu air Manggarai, Jakarta Selatan. Konten tersebut berisi narasi kritis:

“[Post Ulang Semoga Tidak Diserang React Bot] Pantas saja Jateng kebanjiran ternyata ini ulah Anies. Dengan kekuatan portal dia memindahkan air dari Jakarta menuju Jawa Tengah. Sangat ga bener ini. Anies kapan tobatmu nis.... Tidak bosankah membuat Indonesia menjadi kacau akibat kelakuanmu?”.

Gambar yang sebenarnya diambil pada saat Anies Baswedan sedang meninjau debit air di pintu air Manggarai dan bukan momen dimana Anies memindahkan banjir ke Jawa Tengah seperti yang diberitakan pada akun hoaks. Akun *twitter* ‘Dukung Jokowi 3 Periode’ seringkali menggunakan akunnya untuk menyebarkan berita buruk para pejabat yang mempunyai pengaruh. Akun tersebut ingin menunjukkan bahwa akibat banjir yang terjadi di Jakarta juga berdampak pada daerah Jawa Tengah. Melalui gambar imajiner yang diperlihatkan oleh sang *creator*, Anies cenderung menyepelkan persoalan banjir. Padahal pada kenyataannya, dalam menangani persoalan banjir membutuhkan penanganan yang kompleks dan komprehensif serta menyeluruh tidak hanya dilakukan dalam sekejap dan parsial (Alfarizi, 2020; Perkasa, 2022).

Gaya bahasa sarkasme merupakan gaya bahasa yang mengungkapkan kemarahan, kemarahan dan dendam. Gaya bahasa sarkasme kasar berarti pernyataan yang berbicara langsung kepada seseorang dengan memakai kata-kata vulgar. Gaya bahasa sarkasme adalah bukti langsung dari sumpah serapah dan satu dengan membandingkan hal-hal buruk hingga *bullying* secara agresif. Namun terdapat pula orang-orang yang memakai kata-kata yang tidak pantas untuk menyampaikan bahwa mereka saling mengenal. Banyak orang mengatakan bahwa ucapan fitnah itu menyebabkan kerusuhan terhadap idola mereka, yang dia tolak karena fitnahnya. Banyak di antaranya berisi hinaan di mana pelecehan fisik, kata-kata vulgar, dan kata-kata kasar dibuat karena kebencian kepada orang-orang. Hal ini sesuai dengan penelitian (Kurniasih, 2017).



Gambar 4. Data Penelitian, Sumber *twitter*/Ferdinand Hutahaean

Gambar tersebut menggambarkan sebuah kritik yang ditujukan kepada gubernur Anies Baswedan yang berisikan

“sesuatu yang buruk itu adalah karena buruknya kinerja pemimpinnya. Anies gubernur terburuk dari 16 Gubernur Jakarta. Padahal



dijamannya APBD Jakarta sangat tinggi, uang habis tanpa jejak nyata bagi rakyat. Uang APBD ludes tak membuat Jakarta lebih baik.”

Akun tersebut ingin menunjukkan bahwa hal yang terjadi di Jakarta saat ini adalah akibat buruknya kinerja peminimpinnya. Akun tersebut merasa jika pada saat ini APBD jakarta yang lebih besar dari tahun-tahun sebelumnya tidak dapat membuat Jakarta menjadi lebih baik (Sukmawati, 2018; Widyaswara, 2018).

Kritik yang ditunjukkan mengangap kinerja Anies Baswedan menyebabkan banyak daerah di Jakarta terendam banjir. Apalagi banyak juga respons bermunculan di media sosial yang mengomparasikan kinerja Anies Baswedan dengan kinerja gubernur sebelumnya (Widyaswara, 2018). Melalui konten yang berisikan kritik dan satire tersebut maka tokoh yang menjadi target sasaran diekspos kesalahannya lalu diamplifikasi sebanyak-banyaknya dengan membuat konten yang beragam (Lichtenstein et al., 2021). Satire memiliki kegunaan untuk memberikan kritik terutama untuk para pejabat yang berkuasa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Cahyanti, 2020; D. N. Hidayat et al., 2020).

Konten kritik sering digunakan oleh banyak orang untuk mengirimkan kritik secara sederhana dan menyebabkan gelak tawa pada para pembacanya. Tidak hanya itu, dengan kritik tersebut dimaksudkan supaya arti dari konten tersebut dapat diterima oleh banyak orang dan tidak menimbulkan pemahaman yang berbeda. Hal tersebut bertujuan agar pembaca lebih kritis terhadap makna yang ingin disampaikan dalam konten. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Grice bahwa dampak dari perbincangan yaitu “pernyataan” implikatif merupakan sesuatu yang dapat dimaknai, tersirat, dan berisi tujuan yang dimaksud oleh penutur memiliki perbedaan dari yang sebenarnya (Khoirurrohman, 2017). Bagi para pengguna internet yang memiliki pemahaman yang sama dengan konten tersebut tentunya akan ikut serta dalam proses menyampaikan pendapatnya terkait kebijakan yang dibuat oleh Gubernur Anies Baswedan dalam persoalan banjir Jakarta. Di sisi lain, bagi pengguna internet yang tidak setuju atau tidak sepaham dengan hal tersebut akan membuat serangan balik atas konten yang beredar. Tidak jarang dari aktivitas tersebut seringkali menyebabkan perang di dunia sosial media dalam hal ini *twitter*. Aktivitas tersebut seringkali disebut dengan *titwar* (*Twitter war*) (Hamid, 2020).

SIMPULAN

Mengacu pada konten kritik dan sarkasme terhadap Gubernur Anies Bawedan tampil dengan bentuk beragam. Konten yang disampaikan memiliki *tone* yang sama berupa sindiran dan kritik kebencian warganet terhadap Gubernur Anies Bawedan yang dianggap kurang kompeten dalam menjadi Gubernur DKI Jakarta. Begitu juga pandangan masyarakat terhadap kinerja Gubernur Anies cenderung sama dengan pandangan yang dilontarkan oleh sang kreator. Melalui konten tersebut, banyak orang seakan bersatu untuk memberikan kritik dan sindiran pada kinerja Anies Baswedan. Implikasi teoretis pada penelitian ini menghasilkan bahwa unsur semiotik muncul dalam isi kritik dan sarkasme dengan berbagai bentuk. Implikasi praktis pada penelitian ini, sebagai masukan kepada warganet supaya tidak mudah termakan berita bohong (*hoax*). Selain itu, penelitian ini dapat digunakan oleh para pejabat DKI Jakarta untuk mengevaluasi kinerjanya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. (2011). Sociolinguistik: Teori, Peran dan Fungsinya terhadap Kajian Bahasa Sastra. *LINGUA: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 3(1), 18–37. <http://dx.doi.org/10.18860/ling.v3i1.571>.
- Aflikhah, A. O. (2012). "Gaya Bahasa Sarkasme dan Kekhasan Bahasa Penulis Pada Judul Rubrik Kriminal di Surat Kabar Harian Meteor Edisi April 2012". *Skripsi*. Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Al Alaslāa, S. (2018). "A Sociolinguistic study of code choice among Saudis on Twitter". *Tesis*. The University of Michigan.
- Alfarizi, M. F. M. (2020). "Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Anies Baswedan Mengenai Banjir Jakarta 2020 Dalam Republika.co.id". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Anshari, F., & Al, H. (2018). Bahasa Sarkasme dalam Berita Olahraga-Studi Kasus Bolatory.com. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 2(1), 184–196. <http://dx.doi.org/10.25008/pknk.v2i01.156>
- Arsanti, M., & Setiana, L. N. (2020). Pudarnya Pesona Bahasa Indonesia di Media Sosial (Sebuah Kajian Sociolinguistik Penggunaan Bahasa Indonesia). *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 4(1), 1–12. <http://dx.doi.org/10.30651/lf.v4i1.4314>
- Bachtiar, A., Oktaviantina, A. D., & Rukmini, R. (2018). Ubrug: Kajian Sociolinguistik. *Sirok Bastra*, 2 (2), 121–128. <https://doi.org/10.37671/sb.v2i2.38>
- Berger, A. A. (2020). *Humor, Psyche, and Society: A Socio-semiotic Analysis*. San Fransisco: Vernon Press.
- Cahyanti, A. S. (2020). Analisis Penggunaan Kalimat Sarkasme oleh Netizen di Media Sosial Instagram. *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 4(2), 186–195. <http://dx.doi.org/10.30651/lf.v4i2.5094>
- Cahyo, A. N., Manullang, T. A. A., & Isnān, M. (2020). Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme pada Lagu Bahaya Komunis Karangan Jason Ranti. *Asas Jurnal Sastra*, 9(1), 6–22. <https://doi.org/10.24114/ajs.v9i1.18329>
- Chairunnisa, C., & Yuniati, I. (2018). Bahasa dan Kebudayaan. *Unes Journal of Education Scienties*, 2(1), 143–156. <https://doi.org/10.31933/ujes.2.1.048-061.2018>
- Chia, Z. L., Ptaszynski, M., Masui, F., Leliwa, G., & Wroczynski, M. (2021). Machine Learning and feature engineering-based study into sarcasm and irony classification with application to cyberbullying detection. *Information Processing & Management*, 58(4). Diakses di <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306457321000984?via%3Dihub>
- Das, D. & Clark, A. J. (2019). *Construct of Sarcasm on Social Media Platform IEEE International Conference on Humanized Computing and Communication (HCC)*. 106–113. <https://doi.org/10.1109/HCC46620.2019.00023>.
- Eco, U. (2020). Social Life as a Sign System. *Fashion Theory*. London: Routledge.
- Egelhofer, J. L., Aaldering, L., & Lecheler, S. (2021). Delegitimizing the media? Analyzing politicians' media criticism on social media. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 653–675. <http://dx.doi.org/10.1075/jlp.20081.ege>
- Gretzel, U., & de Mendonça, M. C. (2019). Smart destination brands: semiotic



- analysis of visual and verbal signs. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 560–580. <http://dx.doi.org/10.1108/IJTC-09-2019-0159>
- Hamid, A. I. (2020). Analisis Semiotik Meme Anies Baswedan Banjir Jakarta. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 8(1), 36–45. <https://doi.org/10.33592/dk.v8i1.554>
- Hidayat, A. (2020). Sarkasme Haters pada Akun Instagram Nikita Mirzani: Sebuah Kajian Sociolinguistik. *In Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), 464–471.
- Hidayat, D. N., Sulistyowati, L., & Alek, A., & Nugraha, D. (2020). The Discourse of Satire in Indonesia Political Cartoons At æ Poliklitik. *English Education Journal*, 10(4), 643–653. <https://doi.org/10.15294/eej.v10i4.38092>
- Isnaniah, S. (2015). Kajian Sociolinguistik Terhadap Bahasa Dakwah Aktivis Dakwah Kampus (ADK) Surakarta. *KARSA. Journal of Social and Islamic Culture*, 21(2), 270–284. <https://doi.org/10.19105/karsa.v21i2.521>
- Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2018). How social media facilitates political protest: Information, motivation, and social networks. *Political Psychology*, 39, 85–118. <http://dx.doi.org/10.1111/pops.12478>
- Keraf, G. (2009). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia.
- Khoirurrohman, T. (2017). Tindak Tutur Ilokusi dan Implikatur Konvensional dalam Meme Politik di Indonesia (Suatu Kajian Pragmatik). *Jurnal Bahtera*, 4(8), 186–199. <https://doi.org/10.37729/btr.v4i8.4163>
- Khokhlova, M., Patti, V., & Rosso, P. (2016). Distinguishing between irony and sarcasm in social media texts: Linguistic observations. *International FRUCT Conference on Intelligence*, 1–6. <http://dx.doi.org/10.1109/FRUCT.2016.7584765>
- Kominfo.go.id. (2020, November 11). Hasil Survei Indeks Literasi Digital Nasional 2020, Akses Internet Makin Terjangkau. Kementerian Komunikasi dan Informatika. Jakarta, Indonesia.
- Kurniasih, N. (2017). "Pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017 dalam Meme: Sebuah Analisa Isi Terhadap Meme-meme di Dunia Maya". *Prosiding Seminar Nasional dan Kebudayaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP)*, 279–284. Universitas Padjadjaran, 24-25 Oktober 2016. Penerbit: Unpad Press, Bandung.
- Lichtenstein, D., Nitsch, C., & Wagner, A. J. (2021). Jokers or Journalists? A Study of Satirists' Motivations, Role Orientations, and Understanding of Satire. *Journalism Studies*, 22(13), 1756–1774. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1952476>
- Lutfiyani, S., Purwanto, B. E., & Anwar, S. (2021). Sarkasme pada Media Sosial *Twitter* dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*, 1(2), 269–284. <https://doi.org/10.22515/tabasa.v1i2.2628>
- Manzura, N., & Yulduz, I. (2019). Unity of Soul and Language. *European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences*, 7(12), 59–62.
- McGregor, S. C. (2019). Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion. *Journalism*, 20(8), 1070–1086. <http://dx.doi.org/10.1177/1464884919845458>
- Mujianto, G. (2018). Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Tentang Ormas Islam



- pada Situs Berita Online. *Jurnal KEMBARA*, 4(2), 155–172. <https://doi.org/10.22219/kembara.v4i2.7035>.
- Paulson, R. (2019). *The Fictions of Satire*. Baltimore: Johns Hopkins University Press. DOI:10.1353/book.67852.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Jakarta: LKiS Pelangi Nusantara.
- Perkasa, N. A. B. (2022). Analisis Framing Pemberitaan Banjir di Jakarta Periode Januari 2020 di Media Online Republika dan Media Indonesia. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Prihatini, A. (2019). Semantic Network Of The Word Association In The Field Of Lawi. *LITERA*, 18(3), 430–446. <https://doi.org/10.21831/ltr.v18i3.26513>
- Puspita, N. Y., Sembiring, F., & Putra, A. R. H. (2022). Mitigasi Banjir pada Saat Pandemi Covid 19: Sudah Siapkah Pemerintah DKI Jakarta? *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(1), 129–146. <https://doi.org/10.23887/jpku.v10i1.42700>
- Puspitasari, K. (2020). Kapabilitas dan Kepemimpinan Anies Baswedan dalam Penanganan Banjir Jakarta di Detik. com dan Kompas. com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 221–238. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i2.3505>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). "Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja". *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(1), 59–68. <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Rosiek, J. L. (2018). Agential Realism and Educational Ethnography: Guidance for Application from Karen Barad's New Materialism and Charles Sanders Peirce's Material Semiotics. In *The Wiley handbook of ethnography of education*, 403–421. <http://dx.doi.org/10.1002/9781118933732.ch17>
- Sarsam, S. M., Al-Samarraie, H., Alzahrani, A. I., & Wright, B. (2020). Sarcasm detection using machine learning algorithms in *Twitter*: A systematic review. *International Journal of Market Research*, 62(5), 578–598. <https://doi.org/10.1177/1470785320921779>
- Sharma, D., & Dodsworth, R. (2020). Language variation and social networks. *Annual Review of Linguistics*, 6(1), 341–361. <http://dx.doi.org/10.1146/annurev-linguistics-011619-030524>
- Simatupang, R. R., Rohmadi, M., & Saddhono, K. (2019). Tuturan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia (kajian sosiolinguistik alih kode dan campur kode). *Kajian Linguistik dan Sastra*, 3(2), 119–130. <http://dx.doi.org/10.23917/kls.v3i2.5981>
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). *Social media use in 2018: Demographics and Statistics*. Washington: Pew Research Center.
- Sukmawati, K. (2018). Pemberitaan 60 Hari Kerja Anies Baswedan dan Sandiaga Uno Pasca-dilantik menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta 2017 (Analisis framing Robert M. Entman pada surat kabar harian Kompas dan Republika periode 17 Oktober–17 Desember 2017). *Tesis*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Sumarsono. (2013). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syarifuddin, K. T. (2020). Sarkasme pada Masyarakat Indonesia Selama Pandemi Covid-19 Dalam Media Sosial *Twitter*. In *Prosiding Seminar Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia (SENASBASA)*, 4(1), 66–79. <https://doi.org/10.22219/v4i1.3667>
- Tarigan, H. G. (2013). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa.



- Tarwiyati, P. A., & Sabardila, A. (2020). Bahasa Sarkasme Warganet dalam Berkomentar pada Akun Instagram@ aniesbaswedan. *Literasi: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pembelajarannya*, 4(2), 142–152. <http://dx.doi.org/10.25157/literasi.v4i2.3550>
- Valenza, J. K., Boyer, B. L., & Curtis, D. (2014). *Social Media Curation*. Chicago: American Library Association.
- Widyaswara, T. (2018). *Cyberbullying terhadap Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan pada Media Sosial Instagram (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Wu, X., & Fitzgerald, R. (2021). Hidden in plain sight: Expressing political criticism on Chinese social media. *Discourse Studies*, 23(3), 365–385. <https://doi.org/10.1177/1461445620916365>