

Konten Sarkasme, TikTok, dan Remaja

Johannes Pradana¹, Lusia Savitri Setyo Utami^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: johannes.915199205@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: lusias@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-06-2023, revisi tanggal: 07-07-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-08-2023

Abstract

In general, the language of sarcasm is used to ridicule and even beat the speech partner. Sarcasm language refers to harsh words and contains scathing jokes or satire that can hurt someone's heart. Sarcasm in social media is ridicule or ridicule that is expressed either in writing, photos, or videos. The social media that is widely used by Indonesian people from all walks of life is the TikTok application. One example of sarcasm on TikTok is in the TikTok content of a teenager @ramdani_eka who misused the word "chuaks" to become a sarcastic sentence ending. Examples of teenage sarcasm content are "Elite style, difficult economy chuaks", and "It's useless to be pretty if you're fat chuaks". The purpose of this study is to describe and describe the views of adolescents on sarcasm content on the @ramdhani_eka TikTok account. This study uses the theory of symbolic interaction, with three main concepts: Mind, Self, and Society which are the theoretical reviews and uses concepts related to social media. The research methodology used is a qualitative approach with the case study method. The results of the study describe the adolescent's view that sarcasm that does not touch sensitive matters tends to be considered ordinary joke material, but if it mentions sensitive matters, then the sarcasm is considered negative.

Keywords: content, sarcasm, social media, teenagers, TikTok

Abstrak

Pada umumnya bahasa sarkasme dimanfaatkan untuk mengejek bahkan mengalahkan mitra tutur. Bahasa sarkasme mengacu pada perkataan yang kasar dan mengandung olokan atau sindiran pedas yang bisa menyakiti hati seseorang. Sarkasme dalam media sosial merupakan ejekan atau cemoohan yang dituangkan baik secara tulisan, foto ataupun video. Media sosial yang banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia dari segala kalangan adalah aplikasi TikTok. Contoh sarkasme di TikTok salah satunya adalah pada konten tiktok seorang remaja @ramdani_eka yang menyalahgunakan kata "chuaks" menjadi sebuah akhiran kalimat sarkasme. Contoh konten sarkasme remaja tersebut "Gaya elit, ekonomi sulit chuaks", "Percuma cantik kalo gendut chuaks". Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menguraikan pandangan remaja pada konten sarkasme di akun TikTok @ramdhani_eka. Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik, dengan tiga konsep utamanya: *Mind*, *Self*, dan *Society* yang menjadi tinjauan teoritisnya serta menggunakan konsep-konsep terkait media sosial. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian mendeskripsikan pandangan remaja bahwa sarkasme yang tidak menyentuh hal-hal sensitif cenderung dianggap sebagai bahan candaan biasa, tetapi jika sudah menyinggung hal-hal sensitif, maka sarkasme tersebut dianggap negatif.

Kata Kunci: konten, media sosial, remaja, sarkasme, TikTok

1. Pendahuluan

Sarkasme berasal dari bahasa Yunani dan memiliki arti sebagai rujukan kasar dari majas sinisme dan ironi yang menggambarkan kesukaran yang menyakitkan. Umumnya, bahasa sarkasme dimanfaatkan untuk mengejek bahkan mengalahkan mitra tutur. Menurut Keraf, bahasa sarkasme merujuk pada perkataan yang kasar dan mengandung olokan atau sindiran pedas yang bisa menyakiti hati seseorang (Sukmaningrum, 2016). Suprobo mendefinisikan sindiran sebagai ujaran yang menyampaikan kebalikan dari fakta sebenarnya dan biasanya digunakan untuk mencela orang secara implisit atau tidak langsung (Arisnawati, 2020).

Penggunaan bahasa sarkasme di media sosial mencerminkan bahwa sebagian masyarakat Indonesia merupakan penutur bahasa yang kurang berkarakter baik dan etika kesantunan dalam berbahasa tidak dijunjung tinggi, yang dituangkan baik secara tulisan, foto, maupun video, menjadi bentuk ejekan atau cemoohan. Jika hal ini dibiarkan, dampaknya akan semakin luas dan dapat menyebabkan terbentuknya budaya baru yang memudahkan karakter asli bangsa Indonesia. Salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah TikTok, sebuah aplikasi pembuatan video pendek yang didukung oleh musik dan sangat populer di kalangan orang dewasa dan anak-anak di bawah umur. Salah satu contoh sarkasme di TikTok adalah dalam kasus akun Tiktok "Lina Mukherje mencoba memakan kerupuk kulit babi" yang menghadirkan suatu situasi dimana Lina memakan kulit babi sambil mengucapkan "*bissmillah*". Konten sarkasme lainnya terdapat pada akun Tiktok seorang remaja bernama @ramdani_eka yang menyalahgunakan kata "*chuaks*" menjadi akhiran kalimat sarkasme. Beberapa contoh sarkasme konten remaja tersebut adalah "*Gaya elit, ekonomi sulit chuaks*", "*Percuma cantik kalo gendut chuaks*", "*Percuma ganteng, kalo jarang mandi chuaks*", dan "*Ganteng elit duit sulit chuaks*".

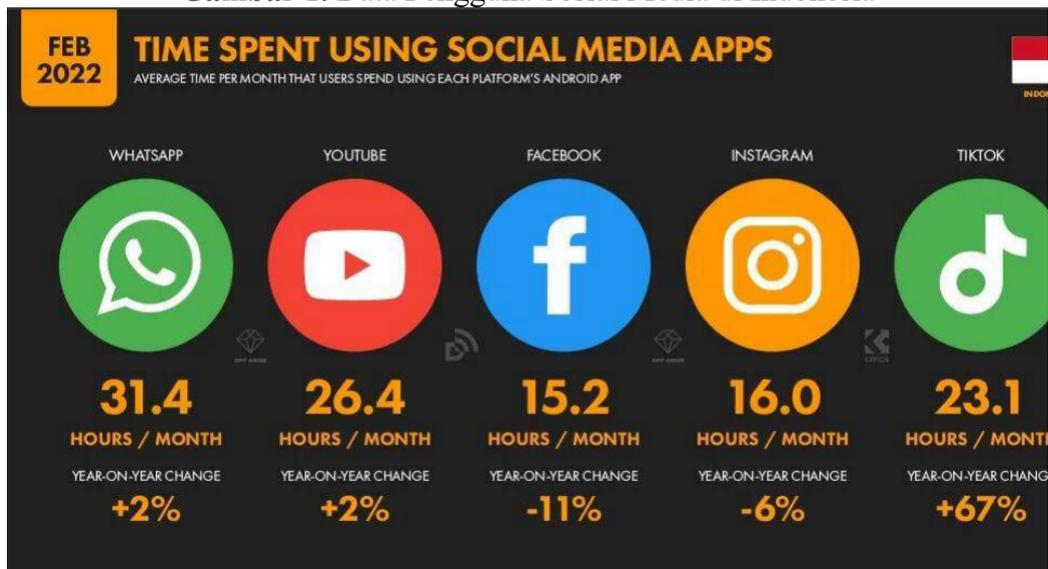
Asal-usul kata "*chuaks*" pertama kali digunakan oleh Coki Pardede dan Tretan Muslim dalam merespon sebuah candaan, seperti yang dikonfirmasi oleh Coki dan Tretan sendiri dalam *podcast* YouTube @VINDES pada menit 58:08.

"Awalnya, chuaks merupakan suara-suara kartun berupa bunyi jerami, namun kemudian bertransformasi menjadi ekspresi bunyi-bunyian yang dibuat oleh Choki dan Tretan sebagai tanggapan atas sebuah candaan." -Tretan Muslim.

Dalam *podcast* YouTube @Kemal Palevi, Kemal juga menanyakan asal-usul "*chuaks*" kepada Tretan Muslim pada menit 53:05. Tretan Muslim sendiri sempat bingung dengan kata "*chuaks*" yang viral saat Citayam Fashion Week dan akhirnya disalahgunakan sebagai akhiran kalimat sarkasme.

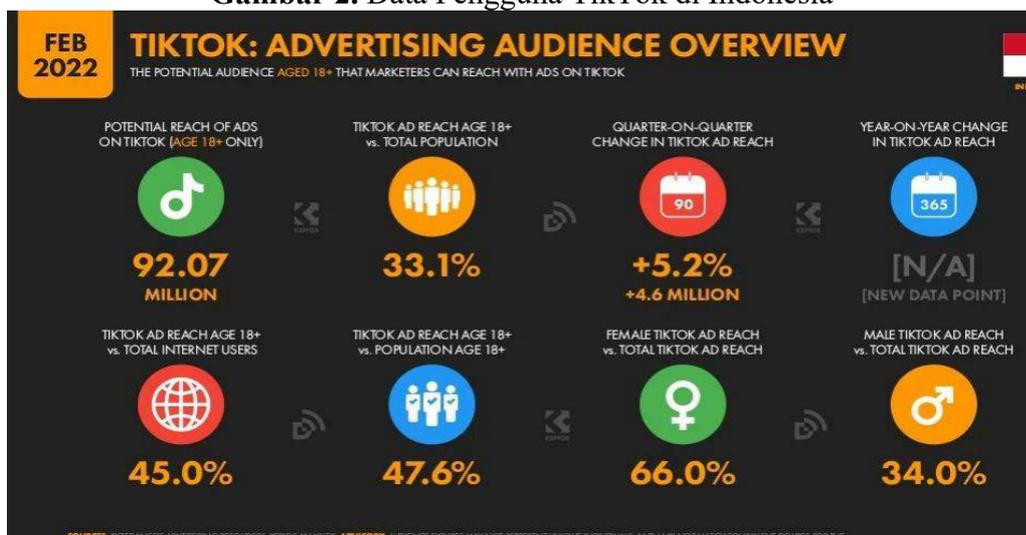
Tingkat antusiasme masyarakat terhadap media sosial, terutama kalangan remaja, mengalami peningkatan seiring dengan merebaknya Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Akibat dari pembatasan sosial, timbul perasaan bosan di kalangan banyak orang yang menyebabkan media sosial menjadi pilihan utama sebagai sarana hiburan. Berdasarkan data dari Statista tahun 2020, di Indonesia terdapat 22,2 juta pengguna aktif bulanan (MAU) TikTok, yang menempatkannya pada peringkat kedua dalam jumlah unduhan, dengan peringkat pertama dipegang oleh Amerika Serikat dengan 65,9 juta pengguna aktif. Data terbaru dari periklanan ByteDance pada Januari 2022 mencatat jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 92,07 juta, dan 76% dari mereka berusia produktif, yakni antara 18 hingga 34 tahun. (Agustin & Nuryana, 2022).

Gambar 1. Data Pengguna Sosial Media di Indonesia



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Gambar 2. Data Pengguna TikTok di Indonesia



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Perkembangan teknologi saat ini telah mempermudah generasi muda untuk bersosialisasi melalui internet, situs jejaring sosial, dan teknologi pesan singkat. Perkembangan teknologi ini memiliki peran penting dalam memunculkan ragam bahasa remaja, termasuk bahasa sarkasme dan kasar, yang sering terdengar di berbagai tempat, termasuk di lingkungan kampus dan sekolah. Media sosial menjadi sarana penting dalam mendukung interaksi komunikasi dan berbagi informasi di jaringan internet tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Peneliti ingin memahami atau mempelajari pengalaman hidup masing-masing serta pandangan remaja terhadap konten sarkasme di sosial media, maka dari itu tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menguraikan pandangan remaja pada konten sarkasme di akun tiktok @ramdhani_eka. Pada sarkasme yang terdapat di akun TikTok @ramdhani_eka merupakan bentuk dari sarkasme *proposition*. Jenis sarkasme ini langsung mengarah pada maksud atau tujuan dari pembicara yang memang

bertujuan menyindir (Riloff et al., 2013). TikTok merupakan *New Media* yang muncul karena kemajuan perkembangan teknologi. Sarkasme di TikTok merupakan salah satu bentuk penerapan komunikasi massa. Penelitian ini menggunakan tiga konsep utama teori interaksi simbolik sebagai tinjauan teoritisnya. *Mind*, konsep ini mengacu bagaimana seseorang menganggap sarkasme tersebut. *Self*, bisa diartikan pandangan atau kemampuan tentang memahami diri sendiri sebagai objek sarkasme dari perspektif diri sendiri maupun orang lain. *Society*, pandangan sarkasme tergantung pada lingkungan.

2. Metode Penelitian

Ilmu pengetahuan terus berkembang seiring dengan perkembangan peradaban manusia. Dalam proses ini, berbagai fenomena baru terjadi, dan untuk memahami fenomena-fenomena tersebut diperlukan ilmu pengetahuan baru yang dihasilkan melalui penelitian dengan menggunakan metodologi yang tepat. Salah satu metode pendekatan yang sangat dibutuhkan dalam perkembangan ilmu pengetahuan adalah pendekatan kualitatif. Hasil dari pendekatan kualitatif lebih fokus pada pemahaman makna dan pengkonstruksian fenomena daripada sekedar generalisasi (Yang & Utami, 2023). Tujuan dari pendekatan kualitatif adalah untuk memahami kondisi suatu konteks secara mendalam dan rinci, mengarahkan pada pendeskripsian potret kondisi dalam suatu konteks yang alami. Dalam artikel ini, mengkaji secara komprehensif desain pendekatan kualitatif dari pengkonsepan hingga pengkodean hasil data yang diperoleh. Melalui pendekatan kualitatif, berusaha untuk menganalisis lebih jauh pandangan dan persepsi remaja terhadap konten sarkasme di media sosial TikTok, terutama akun @ramdani_eka (Yang & Utami, 2023). Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah sebuah eksplorasi dari “suatu sistem yang terikat” atau “suatu kasus/beragam kasus” yang dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks (Assyakurrohim et al., 2022). Dengan menggunakan metode ini, peneliti berusaha memahami dan mempelajari pandangan remaja terhadap konten sarkasme di media sosial.

Objek penelitian dalam artikel ini adalah pandangan remaja pada konten sarkasme di media sosial, terutama di TikTok dengan fokus pada akun @ramdani_eka. Subjek penelitian adalah remaja yang mengonsumsi konten sarkasme di media sosial yang memiliki kriteria: (1) Usia 17 hingga 25 tahun, (2) mengetahui konten @ramdani_eka, (3) menonton konten @ramdani_eka, (4) mengetahui dan menonton konten sarkasme di TikTok. Agar keabsahan data semakin terjamin, peneliti juga melakukan triangulasi data melalui wawancara dengan narasumber ahli yang kredibel di bidang ilmu komunikasi, yaitu Septia Winduwati, S.Sos., M.Si.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Konten Sarkasme di Media Sosial

Sarkasme dalam media sosial telah menjadi gaya bahasa yang lazim di kalangan remaja. Bentuk sindiran yang kasar ini bisa berbentuk tulisan, foto, atau video yang kerap menyebabkan perasaan tersinggung pada penerima pesan. Beberapa remaja melihat sarkasme sebagai hiburan dan humor, sementara yang lain merasa terhina dan menyakiti olehnya. Contoh konten-konten sarkasme yang ada di sosial media:

- a) BEM UI yang mengunggah video pendek yang menggambarkan ilustrasi gedung DPR terbelah di akun Instagram BEM UI. Lalu dua ekor tikus muncul dari atap DPR yang terbelah itu. Setelahnya, muncul wajah Puan Maharani yang ternyata menempel pada tubuh tikus. Gambar itu disertai dengan tulisan dengan huruf kapital: "KAMI TIDAK BUTUH DEWAN PERAMPOK RAKYAT".
- b) Konten Instagram @podcastkeselaje yang mengibaratkan pembuat konten sebagai anak pejabat dan menghina orang miskin. Berpura-pura menjadi anak pejabat dan meluapkan pikirannya terhadap orang berkekurangan dalam ekonomi, contoh : "*Orang miskin cocok buat diinjek-injek*", "*Passion orang tuanya pasti ngutang*".
- c) Konten Ramdani Eka yang mempopulerkan kata "*chuaks*" sebagai sebuah akhiran dari kalimat sarkasme, contoh : "*Gaya elit, ekonomi sulit chuaks*", "*Percuma cantik kalo gendut chuaks*".

Perbedaan Pandangan Sesama Remaja terhadap Konten Sarkasme dan Konten Ramdani Eka

Peneliti melakukan wawancara dengan tiga orang remaja sebagai narasumber yang memiliki pandangan berbeda terhadap konten sarkasme, khususnya pada akun TikTok @ramdani_eka. Narasumber pertama, dengan santai menyatakan bahwa dia biasa saja dengan konten sarkasme dan merasa terhibur olehnya. Baginya, sarkasme memiliki nilai positif selama tidak menyentuh hal-hal yang sensitif. Dia melihat konten Ramdani Eka secara positif dan dapat memaklumi sebagian besar isinya. Namun, ada beberapa konten yang tidak disukainya karena merasa konten tersebut menghina fisik seseorang.

Sementara itu, narasumber ke dua memberikan pandangan yang lebih kritis terhadap sarkasme. Baginya, apabila sarkasme itu mengandung penghinaan terhadap fisik, ekonomi, atau keluarga seseorang, maka dianggap sebagai hal yang negatif karena dapat menyakiti perasaan orang lain. Ia cenderung melihat sarkasme secara negatif secara keseluruhan. Pandangannya terhadap konten Ramdani Eka pun negatif, karena seringkali Ramdani Eka menggunakan kata-kata yang menyindir fisik seseorang, hal yang tidak disukainya saat orang lain melakukannya. Narasumber ketiga memiliki pandangan negatif terhadap sarkasme, karena ia pernah mengalami pengalaman pahit akibat sarkasme dari orang lain. Namun, ia juga mengatakan bahwa jika sarkasme itu hanya sebatas lelucon ringan, dia menganggapnya sebagai hal yang biasa. Terkait konten Ramdani Eka, ia menyatakan bahwa konten tersebut cenderung menghina fisik dan ekonomi seseorang, sehingga dianggap negatif dan kurang mendidik.

Pandangan ketiga narasumber ini menunjukkan perbedaan pandangan mereka terhadap sarkasme dan konten Ramdani Eka. Hal ini menegaskan bahwa sarkasme dapat memiliki dampak beragam pada setiap individu, tergantung pada pengalaman dan sensitifitas masing-masing.

Pandangan Remaja terhadap Konten Sarkasme di Media Sosial

Pandangan terhadap konten sarkasme beragam. Narasumber 1 merasa positif terhadapnya karena menghibur dan lucu, selama tidak menghina fisik atau hal sensitif lainnya. Narasumber 2 lebih berhati-hati, merasa sarkasme bisa menjadi negatif jika menyinggung fisik atau ekonomi seseorang. Narasumber 3 juga merasa negatif terhadap sarkasme yang berlebihan, terutama karena dia pernah menjadi korban

sarkasme.

Pandangan Remaja terhadap Konten-Konten Ramdani Eka

Salah satu akun yang sering menjadi bahan percakapan di media sosial adalah @ramdani_eka. Pada sarkasme yang terdapat di akun TikTok @ramdani_eka merupakan bentuk dari sarkasme *proposition*. Jenis sarkasme ini langsung mengarah pada maksud atau tujuan dari pembicara yang memang bertujuan menyindir. Akan tetapi antara pernyataan *proposition* dan maksud dari penutur sebenarnya berlawanan. Membuat kesan yang tidak enak didengar serta menyakiti hati bagi pendengar (Riloff et al., 2013). Pandangan terhadap konten sarkasme dari akun ini pun beragam. Narasumber 1 melihatnya secara positif sebagai hiburan, sementara narasumber 2 merasa kontennya mengarah ke hal negatif karena sering menghina fisik. Narasumber 3 juga melihatnya sebagai hal negatif karena mengandung sarkasme yang terlalu berlebihan. Adaptasi terhadap fenomena sarkasme berbeda-beda. Beberapa remaja menggunakan sarkasme sebagai bahan candaan dengan teman, namun ada juga yang lebih berhati-hati dan menghindari sarkasme yang berlebihan.

Dalam menganalisis pandangan remaja terhadap sarkasme, terdapat tiga konsep utama, yaitu *mind*, *self*, dan *society*. Konsep "*mind*" mengacu pada kemampuan manusia untuk berpikir, memproses informasi, dan menggunakan simbol-simbol untuk memahami dunia di sekitar mereka. Pikiran memainkan peran penting dalam interpretasi simbol-simbol dan memberikan makna pada pengalaman yang dialami oleh individu. Melalui proses pikiran, individu dapat membangun pemahaman dan merespons situasi sosial (West & Turner, 2017). Dalam menganalisis pandangan seseorang terhadap sarkasme di TikTok, konsep ini mengacu bagaimana seseorang menganggap sarkasme tersebut. Contoh, jika seseorang sering bercanda menggunakan bahasa sarkasme dia akan menganggap sarkasme itu adalah positif, tetapi jika dia tidak pernah bercanda dengan gaya sarkasme dia akan menganggap bahwa sarkasme itu hal yang negatif.

Konsep "*self*" adalah pemahaman individu tentang dirinya sendiri sebagai subjek yang aktif dalam interaksi sosial. *Self* terbentuk melalui interaksi sosial dan melibatkan kemampuan untuk melihat diri sendiri dari perspektif orang lain. Ini adalah kemampuan untuk merefleksikan diri seorang individu dari sudut pandang atau pendapat orang lain. Pandangan sarkasme menurut konsep *self* bisa diartikan pandangan atau kemampuan tentang memahami diri sendiri sebagai objek sarkasme dari perspektif diri sendiri maupun orang lain. Contoh yang relevan dengan fenomena sarkasme ini yaitu, "*percuma badan proposional tapi tidak ganteng*". Demikian, individu akan mampu menilai kekurangan atau kelebihan dirinya sendiri melalui sarkasme menjadi bahan introspeksi diri untuk ke depannya. Konsep "*society*": Konteks sosial penting dalam membentuk individu. Masyarakat adalah lingkungan bagi individu untuk berinteraksi dan saling mempengaruhi melalui norma-norma, nilai-nilai, dan aturan-aturan yang membentuk perilaku individu. Pandangan sarkasme tergantung pada lingkungan. Misalnya, di lingkungan A, sarkasme dianggap positif karena digunakan sebagai kritik yang membangun, sedangkan di lingkungan lainnya dianggap negatif karena diartikan sebagai sindiran atau ejekan. Kesimpulannya lingkungan berbeda akan mempengaruhi sudut pandang sarkasme.

Pandangan remaja terhadap sarkasme tergantung pada bagaimana mereka memahami sarkasme itu sendiri, bagaimana mereka merefleksikan diri dari sudut pandang orang lain, dan bagaimana lingkungan sosial mempengaruhi mereka. Penting untuk diingat bahwa sarkasme dapat bervariasi dalam intensitas dan cara

penggunaannya. Kesadaran akan penggunaan sarkasme yang bijaksana dan mempertimbangkan perasaan orang lain merupakan keterampilan sosial yang penting bagi remaja untuk dikembangkan. Secara keseluruhan, pandangan remaja terhadap konten sarkasme di media sosial memiliki variasi yang signifikan tergantung pada konteks sosial dan pengalaman pribadi masing-masing individu. Dengan memahami perbedaan ini, diharapkan remaja dapat lebih bijaksana dalam menggunakan dan menanggapi sarkasme dalam interaksi sosial mereka.

Menurut triangulator, Sarkasme didefinisikan sebagai kata-kata tajam yang bertujuan untuk melukai perasaan orang lain yang dapat berupa ejekan kasar. Sarkasme awam digunakan dalam praktik komunikasi di media sosial sebagai bentuk kritik yang tajam dan ejekan terhadap banyak hal, baik sosial, ekonomi, budaya sehari-hari hingga politik. Sarkasme sangat wajar digunakan, namun tetap harus bisa mengkomunikasikan konteks yang dimaksud dengan tepat dan wajar, karena jika konteks dan maksud tersebut tidak tercapai dan tidak tersampaikan tentu akan rentan menyebabkan konflik, baik secara individu, kelompok maupun publik.

Triangulator menggunakan sosial media Instagram, Twitter, dan TikTok. Triangulator juga pernah menemukan konten sarkasme di sosial media, menurut beliau penggunaan sarkasme dalam media sosial memiliki dua sisi. Di satu sisi, sarkasme dapat membangkitkan kesadaran tentang peristiwa yang sedang terjadi. Di sisi lain, penggunaan sarkasme dalam komunikasi di media sosial juga dapat berdampak negatif. Hal ini dapat memperburuk polarisasi dan memicu konflik antara pengguna. Oleh karena itu, ahli menekankan pentingnya menggunakan sarkasme dengan bijak dan mempertimbangkan dampaknya terhadap komunikasi dan hubungan sosial dalam lingkungan media sosial.

Adaptasi terhadap Fenomena Sarkasme

Setiap remaja memiliki cara beradaptasi yang berbeda-beda, dipengaruhi oleh banyak faktor. Berdasarkan wawancara dengan tiga narasumber, perbedaan dalam cara beradaptasi dengan sarkasme terlihat jelas.

Narasumber pertama mengungkapkan bahwa dia menggunakan sarkasme sebagai bahan candaan kepada teman-temannya. Baginya, sarkasme digunakan secara santai dan tidak menyinggung hal-hal sensitif. Ia melihat sarkasme sebagai bentuk hiburan dan cara untuk bergaul dengan teman-temannya. Sementara itu, narasumber ke dua juga menggunakan sarkasme, tetapi dengan batasan. Dia berhati-hati agar tidak menyentuh hal-hal penting bagi seseorang yang sensitif. Narasumber ini menyadari bahwa sarkasme memiliki potensi untuk menyakiti perasaan orang lain, sehingga ia menggunakannya dengan lebih bijaksana dan memperhatikan konteks sosial. Sedangkan narasumber ke tiga memilih untuk tidak menggunakan sarkasme yang terlalu parah. Ia lebih memilih untuk tidak terlalu jauh dalam menggunakannya agar tidak menyinggung orang lain secara negatif. Narasumber ini menunjukkan kesadaran akan batasan-batasan dalam menggunakan sarkasme, dan lebih memilih untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih sensitif dan empati.

Kesimpulannya, para remaja ini menunjukkan berbagai cara beradaptasi dengan sarkasme. Ada yang menggunakan sarkasme sebagai bahan candaan, ada yang membatasi penggunaannya agar tidak menyakiti orang lain, dan ada juga yang memilih untuk tidak terlalu jauh dalam menggunakan sarkasme. Faktor-faktor individu dan pengalaman pribadi mungkin menjadi penentu dalam cara mereka beradaptasi dengan sarkasme dalam interaksi sosial.

4. Simpulan

Artikel ini menguraikan hasil penelitian dan analisis mengenai persepsi remaja terhadap konten sarkasme di media sosial, khususnya di platform TikTok. Penelitian menyimpulkan bahwa remaja memiliki pandangan yang beragam terhadap sarkasme tersebut. Di satu sisi, sarkasme dianggap sebagai hal yang menyenangkan untuk hiburan pribadi dan bercanda dengan teman sebaya. Namun, di sisi lain, sarkasme juga dapat berdampak negatif, menyakiti hati, dan menghina harga diri seseorang, tergantung pada latar belakang, pengalaman, dan lingkungan individu. Penting untuk diingat bahwa efek sarkasme dapat bervariasi tergantung pada apakah konten tersebut menyentuh hal-hal sensitif, seperti penampilan fisik, keluarga, atau situasi ekonomi seseorang. Jika sarkasme tidak menyentuh hal-hal sensitif ini, maka dianggap sebagai bahan candaan biasa. Namun, jika menyakiti perasaan atau merendahkan aspek sensitif tersebut, sarkasme menjadi negatif dan berpotensi menyebabkan perpecahan, sakit hati, dan emosi negatif.

Jika ditelaah dengan konsep-konsep dalam Teori Interaksi Simbolik, seperti *Mind*, yang mengacu pada bagaimana seseorang mempersepsikan sarkasme, *Self*, yang menunjukkan kemampuan untuk memahami diri sendiri sebagai objek sarkasme dari perspektif diri sendiri maupun orang lain, serta *Society*, yang menunjukkan bahwa pandangan terhadap sarkasme dipengaruhi oleh lingkungan sosial, termasuk pikiran individu, pengalaman hidup, lingkungan, dan pendapat orang lain.

Peneliti memberikan saran akademis, agar penelitian selanjutnya dapat dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui berapa banyak remaja yang memandang sarkasme hal yang positif atau negatif. Selain itu, peneliti juga memberikan saran praktis pada para remaja yang berada pada masa krusial untuk tiap individu. Pada masa ini, remaja cenderung butuh pengakuan dari lingkungan pertemanannya serta belajar membuka pikiran secara luas. Hal ini akan berhubungan tentang bagaimana remaja dapat beradaptasi dan menanggapi fenomena sarkasme yang terjadi. Oleh karena itu, saat masa remaja perlu mencari lingkungan yang paling nyaman dan mengerti sifat satu sama lain, serta belajar menjaga tutur kata untuk menjaga perasaan orang lain, dan berpikir sebelum berbicara.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Agustin, P. A., & Nuryana, I. K. D. (2022). Analisa Perbandingan Pengguna Aplikasi Tiktok dengan Snack Video menggunakan Metode UTAUT dan EUCS. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 3(4). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/48646>
- Arisnawati, N. (2020). GAYA BAHASA SINDIRAN SEBAGAI BENTUK KOMUNIKASI TIDAK LANGSUNG DALAM BAHASA LAIYOLO. *MEDAN MAKNA: Jurnal Ilmu Kebahasaan Dan Kesastraan*, 18(2), 136. <https://doi.org/10.26499/mm.v18i2.2314>
- Assyakurrohim, D., Ikham, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi

- Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Riloff, E., Qadir, A., Surve, P., Silva, L. De, Gilbert, N., & Huang, R. (2013). Sarcasm as Contrast between a Positive Sentiment and Negative Situation. *Proceedings Ofthe 2013 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*. <https://aclanthology.org/D13-1066.pdf>
- Sukmaningrum, R. (2016). The Analysis of Translation Techniques of Irony and Sarcasm in Novel Entitled The Sign Of The Four. *ETERNAL (English Teaching Journal)*, 7. <https://doi.org/10.26877/eternal.v7i1.2958>
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *introducing communication theory: analysis and application* (A. Susila, Ed.; 5th ed.). Salemba Humanika.
- Yang, A. E., & Utami, L. S. S. (2023). Gambaran Gaya Hidup Remaja Yang Mengonsumsi Konten Budaya Pop Korea di Youtube. *Koneksi*, 7(1). <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/21310>