

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bahasa merupakan alat komunikasi yang tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk mengekspresikan perasaan, gagasan, ataupun pikiran. Cara seseorang menggunakan bahasa disebut dengan gaya bahasa. Aminuddin (1995: 3–7) menyebut gaya (*style*) sebagai cara memaparkan isi pikiran atau gagasan melalui bahasa. Agar sebuah gagasan terasa lebih menarik dan dapat memengaruhi orang lain, diperlukan cara tertentu melalui pemilihan kata, susunan kalimat, maupun penggunaan gaya bahasa yang tepat. Gaya diibaratkan sebagai “bungkus” dari sebuah gagasan. Gagasan adalah isi utama, sedangkan gaya bahasa adalah pembungkus dengan mempertimbangkan efek atau dampaknya terhadap audiens. Efek tersebut dapat berupa membuat terharu, meyakinkan, menyindir, menegaskan, atau sekadar menarik perhatian. Jadi, gaya bahasa bukan hanya berkaitan dengan apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana cara menyampaikannya.

Keraf (2010: 113) memaparkan bahwa gaya bahasa adalah cara khas seseorang dalam menyampaikan pikiran atau perasaan melalui bahasa yang sekaligus mencerminkan kepribadian dan jiwa penggunanya. Semakin baik seseorang menggunakan bahasa, semakin positif pula penilaian orang lain terhadapnya, serta semakin mudah gagasannya dipahami. Eknvist (dalam Aminuddin, 1995: 6) dalam karyanya yang berjudul *On Defining Style* (1964) menyebut gaya bahasa sebagai (1) pembungkus gagasan yang dapat dijadikan sebagai pembeda dengan gagasan yang sudah ada sebelumnya walaupun isinya

sama, tetapi cara penyampaiannya bisa berbeda, (2) pilihan bahasa yang tepat sesuai tujuan, (3) ciri khas pribadi yang membedakannya dengan yang lain, (4) penyimpangan kaidah kebahasaan untuk memberikan efek khusus, (5) sekumpulan ciri kolektif, dan (6) hubungan antara bahasa dengan di luar bahasa yang melingkupinya. Tarigan (2013: 4) menyebut gaya bahasa sebagai bentuk retorika yang memperhatikan pilihan kata atau diksi dengan tujuan memengaruhi dan meyakinkan orang lain.

Penggunaan gaya bahasa juga menentukan bagaimana gagasan atau isi pikiran dapat dipahami dan diterima oleh orang lain. Selain itu, gaya bahasa dapat membuat penyampaian pesan menjadi lebih persuasif, terutama ketika digunakan untuk memengaruhi atau meyakinkan audiens, seperti dalam ceramah, orasi, maupun media massa dan media sosial. Salah satu bentuk gaya bahasa yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah gaya bahasa sindiran.

Gaya bahasa sindiran adalah cara menyampaikan kritik, celaan, ketidaksetujuan, atau ejekan melalui penggunaan bahasa, baik secara langsung maupun tidak langsung. Budi dkk. (2023) menyebutkan bahwa gaya bahasa sindiran sering digunakan untuk memperkuat kesan dan memberi pengaruh kepada pembaca atau pendengar. Selain itu, gaya bahasa sindiran juga menjalankan fungsi emotif bahasa, yaitu untuk mengekspresikan perasaan, seperti ketidaksukaan, kejengkelan, kebencian, kekecewaan, bahkan dendam (Arisnawati, 2020).

Tarigan dan Nurgiyantoro (2018: 402–403) menyebutkan gaya bahasa sindiran termasuk ke dalam majas pertentangan, yaitu majas yang menggunakan ungkapan dengan makna yang berlawanan dari arti sebenarnya. Dalam gaya bahasa sindiran, penutur tidak secara langsung menyampaikan maksud yang

sesungguhnya, melainkan menggunakan kata-kata yang tampak berbeda atau bertentangan dengan makna yang ingin disampaikan sehingga pendengar atau pembaca perlu memahami konteks pembicaraan untuk menangkap maksud sebenarnya dari sindiran tersebut. Bentuk pertentangan dalam gaya bahasa sindiran dapat berkaitan dengan berbagai hal, seperti kondisi fisik, keadaan, sikap, sifat, maupun karakter seseorang, misalnya dalam tuturan “Selamat, kamu *overwhelmed* (kewalahan)!” (Alicia, 2025) ditujukan kepada seseorang yang stres karena terlalu memikirkan perkataan orang lain. Ungkapan tersebut terdengar seperti pujian, tetapi sebenarnya adalah sindiran terhadap orang tersebut.

Keraf (2010: 143) mengemukakan gaya bahasa sindiran terbagi tiga berdasarkan tingkat ketajamannya, di antaranya ironi, sinisme, dan sarkasme. Ironi adalah sindiran yang disampaikan secara halus dengan mengatakan sesuatu yang bertentangan dengan kenyataan, biasanya terdengar sopan, tetapi ambigu dan tidak terlalu kasar sehingga sindirannya terasa terselubung. Sinisme adalah sindiran yang disampaikan secara langsung, biasanya mengandung ejekan, keraguan, atau ketidakpercayaan terhadap seseorang serta dapat dirasakan adanya nada meremehkan atau skeptis. Sarkasme adalah bentuk sindiran yang paling keras dan biasanya mengandung cacian, hinaan, ataupun kata-kata kasar yang membuat sasarannya sakit hati atau malu.

Gaya bahasa sindiran diungkapkan dengan bentuk khas, seperti pilihan kata yang bertentangan dengan makna dan situasi sehingga maksud pengarang atau penutur dapat tercapai dengan maksimal. Fowler (1991 dalam Basori, 2021) menyebutkan bahwa gaya bahasa sindiran juga dapat ditonjolkan dengan penekanan pada nada suara dan mimik wajah yang keras dan sinis. Gaya bahasa

sindiran dapat muncul karena ingin mengungkapkan emosi, baik secara langsung seperti sarkasme dan sinisme maupun tidak langsung seperti ironi untuk menghargai orang lain dan menghindari terjadinya konflik. Untuk memahami sebuah sindiran, perlu adanya pemahaman dan kepekaan terhadap sekitar sehingga kesalahpahaman dapat diminimalisasi dan pesan yang tersampaikan dapat diterima.

Gaya bahasa sindiran dapat ditemukan dalam berbagai ranah kehidupan, seperti pendidikan, ekonomi, politik, hukum, maupun sosial (Mulyanto dkk., 2023). Penggunaannya pun dapat muncul dalam berbagai bentuk komunikasi, baik secara langsung maupun melalui media massa dan media sosial. Perkembangan media sosial sebagai sarana komunikasi publik semakin memperluas penggunaan gaya bahasa sindiran karena media sosial menjadi ruang terbuka bagi masyarakat untuk mengekspresikan pendapat, perasaan, serta pandangan terhadap berbagai fenomena. Melalui media sosial, seseorang dapat menggunakan gaya bahasa sindiran untuk menyampaikan kritik, informasi, nasihat, maupun motivasi tanpa adanya batasan yang terlalu ketat.

Boyd dalam Nasrullah (2015) menyebutkan bahwa media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun kelompok sosial untuk berkumpul, berbagi informasi, hingga berkolaborasi dalam ruang digital. Media sosial berfokus pada keberadaan dan aktivitas pengguna dengan menyediakan ruang untuk berinteraksi. Setiap individu diberi kesempatan untuk membuat profil atau identitas digital pengguna, baik yang bersifat publik maupun semipublik. Profil tersebut berada dalam sebuah sistem yang saling terhubung sehingga memungkinkan terjadinya interaksi dalam jejaring sosial, pertukaran informasi, dan menunjukkan citra diri (Luik, 2023: 86).

Di Indonesia, pengguna media sosial semakin meningkat setiap tahunnya dan didominasi oleh Generasi Z (14–29 tahun). Berdasarkan data digital yang dimuat di *wearesocial.com* pada bulan Februari 2025, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 143 juta pengguna dan meningkat sebesar 26% menjadi 180 juta pengguna pada bulan Oktober 2025. Instagram menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan selain WhatsApp, TikTok, dan YouTube. Terkait dengan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada penggunaan Instagram sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, edukasi, dan motivasi di media sosial, khususnya dalam hal penggunaan gaya bahasa sindiran.

Di media sosial, konten kreator atau pembuat konten diberikan kebebasan berekspresi untuk membuat audiens tertarik dengan konten yang disuguhkan, baik dari segi tampilan, audio, teks, maupun isi kontennya (Munthe dkk., 2025). Sebagai seorang konten kreator, perlu gaya bahasa yang mampu menarik perhatian audiens terutama sejak detik-detik pertama konten atau dari pemantiknya (*hook*) atau dengan kata lain bagian pembukanya. Hughes (dalam Pebiansyah dkk., 2024) berpendapat bahwa pemantik (*hook*) merupakan bagian pembuka konten yang berfungsi untuk menarik perhatian audiens. Istilah “pemantik” dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2025) merujuk pada sesuatu yang dapat memicu atau menimbulkan reaksi, baik dari segi emosi maupun opini, dengan gaya bahasa. Sejalan dengan makna tersebut, pemantik (*hook*) dalam konten media sosial dapat dipahami sebagai bagian yang berfungsi memancing perhatian dan memicu ketertarikan audiens agar terus menyaksikan konten yang disajikan oleh konten kreator, yaitu bagian pembuka.

Pemantik (*hook*) harus memiliki daya tarik yang kuat, memicu rasa ingin tahu, dan membuat audiens bertahan melihat atau mendengar konten dari detik-detik pertama (3–10 detik). Sebagaimana dikemukakan oleh Tatasari dkk. (2025), pemantik (*hook*) dalam sebuah konten berperan sebagai penentu apakah audiens akan menonton lebih lanjut atau pindah ke konten selanjutnya. Jika awal konten tidak mampu menarik perhatian audiens, sebegus apa pun isinya berisiko tidak akan tersampaikan dan dilewatkan begitu saja. Pemantik (*hook*) dapat berbentuk kata-kata berlebihan, seperti “*Akhirnya aku nemuin maskara yang bikin bulu mata antibadai!*”, menyebutkan langsung ke inti konten, seperti “*Tiga rekomendasi film yang tidak akan kamu sangka plot twist-nya!*”, dan berupa kata-kata negatif atau provokatif yang dapat memancing emosi, seperti “*Gak ada pendapat yang penting termasuk keluarga.*” (Sitanggang dkk., 2025).

Banyaknya pengguna aktif di media sosial menyebabkan persaingan antarkeator semakin tinggi. Para pembuat konten dituntut secara tidak langsung untuk memiliki cara atau strategi yang tepat agar kontennya mampu menarik perhatian audiens, salah satunya melalui penggunaan gaya bahasa. Dengan gaya bahasa, pesan yang disampaikan dapat terasa lebih menarik karena menggunakan pilihan kata yang sesuai dan mampu memberikan kesan tertentu bagi audiens, seperti gaya bahasa sindiran. Gaya bahasa sindiran memanfaatkan pilihan kata yang berbanding terbalik dengan makna sebenarnya sehingga kritikan pun dapat terdengar seperti pujian jika tidak peka dengan situasi dan konteks. Hal ini sejalan dengan Eva Alicia yang dalam kontennya, terutama pada konten membangun citra diri (*personal branding*) dan pengembangan diri (*self-improvement*), menggunakan gaya bahasa sindiran serta ada penekanan pada nada suara, mimik wajah, dan aspek

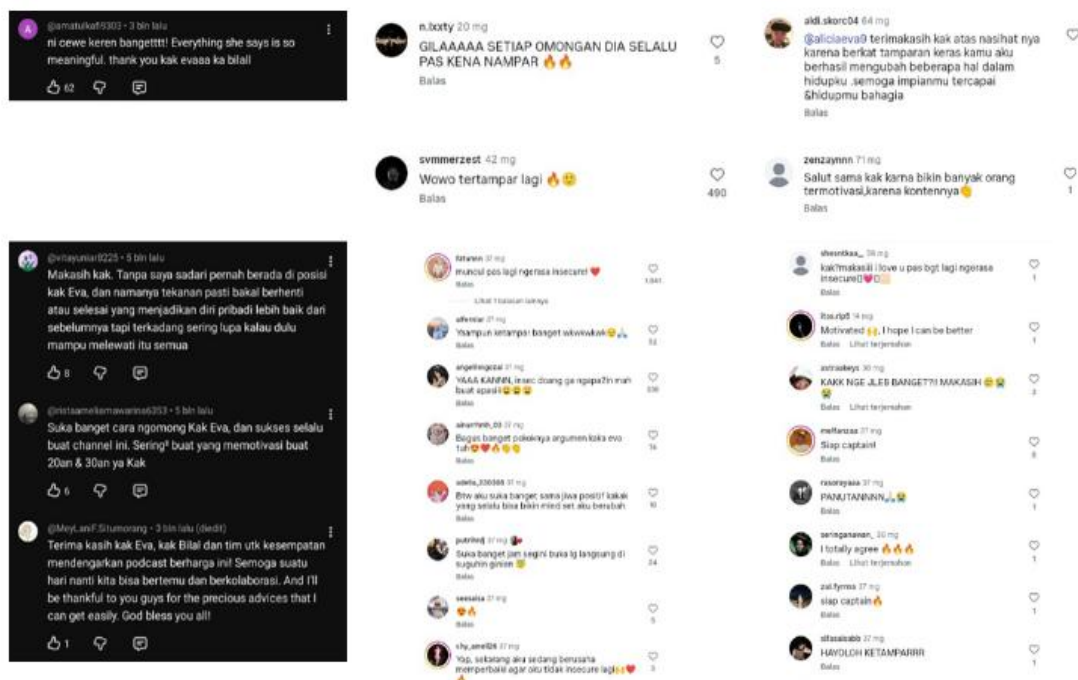
pendukung seperti emoji, jenis tulisan, dan musik latar untuk memperkuat isi kontennya.

Eva Alicia Wijaya atau yang dikenal sebagai Eva Alicia merupakan konten kreator, seniman, dan pebisnis asal Jakarta yang lahir pada 9 Januari 2002. Eva Alicia berfokus pada konten pengembangan diri (*self-improvement*), pembangunan citra diri (*personal branding*), dan bisnis. Eva Alicia merupakan lulusan IPEKA Integrated Christian School yang kemudian melanjutkan kariernya di dunia digital sebagai konten kreator. Seiring meningkatnya ketertarikan terhadap konten-konten Eva Alicia, banyak audiens mulai tertarik tidak hanya pada kontennya, tetapi juga pada kehidupan pribadinya, termasuk hobi melukis. Sejak saat itu, Eva Alicia sering menggunakan hasil lukisannya sebagai pendukung konten, baik sebagai latar video maupun bagian dari penceritaan (*storytelling*) yang dikaitkan dengan tema yang dibahas. Popularitas Eva Alicia semakin meningkat setelah berhasil memecahkan rekor MURI pada tahun 2021 melalui lukisan sepanjang 30 meter yang menggambarkan provinsi-provinsi di Indonesia. Selain itu, Eva Alicia juga aktif di bidang sosial, seperti menjadi relawan dan membangun komunitas Jiwa Emas Foundation untuk mendukung perkembangan dan kebutuhan anak-anak di Papua Pegunungan. Di bidang bisnis, Eva Alicia membangun bisnis perhiasan bernama Soul of Gold dan membangun Her Era, komunitas yang mendukung UMKM di bidang fesyen. Pencapaian-pencapaian tersebut membuat Eva Alicia semakin dikenal dan kontennya semakin diminati.

Konten Eva Alicia umumnya berbentuk monolog yang disampaikan dengan merongseng atau menggerutu disertai mimik wajah sinis dan intonasi yang tegas. Selain monolog, Eva Alicia juga membuat konten berbentuk penceritaan

(*storytelling*) dan kolaborasi dengan kreator lain. Namun, konten yang paling menonjol adalah konten bertema citra diri (*personal branding*) dan pengembangan diri (*self-improvement*) yang ditujukan untuk kalangan Gen-Z serta orang-orang yang membutuhkan motivasi atau “tamparan” untuk bangkit dan lebih sadar diri. Hal ini terlihat dari banyaknya komentar audiens yang mendukung dan merasa tersentuh oleh isi konten Eva Alicia.

Gambar 1.1 Komentar Instagram Akun Eva Alicia



Konten kreator di Indonesia memiliki ciri khas dan fokus konten yang berbeda-beda. Raffi Ahmad, misalnya, lebih dikenal sebagai selebriti dengan konten berupa dokumentasi kegiatan sehari-hari (*daily vlog*). Hal serupa juga dilakukan oleh Ria Ricis, Ayu Ting Ting, dan selebriti lainnya yang sering membagikan aktivitas keseharian mereka. Sementara itu, Willie Salim dan Jess No Limit dikenal melalui konten tantangan dan permainan berhadiah. Selain itu, Jerome Polin lebih dikenal dengan konten edukasi matematika dan dokumentasi

aktivitas sehari-hari. Adapun Vina Muliana berfokus pada dunia kerja dengan membagikan tips membuat CV dan portofolio yang menarik bagi HRD.

Di sisi lain, Maudy Ayunda dikenal sebagai selebriti sekaligus konten kreator di bidang pengembangan diri yang juga sering membagikan ringkasan buku yang dibacanya. Dalam menyampaikan kontennya, Maudy Ayunda menggunakan gaya bicara yang santai dengan ekspresi yang cenderung tenang. Berbeda dengan Eva Alicia yang menyampaikan pesannya dengan cara yang terkesan memancing emosi dan penuh penekanan sehingga audiens lebih mudah merasa tersentil dengan yang disampaikannya. Selain cara penyampaian, daya tarik konten Eva Alicia juga terletak pada gaya bahasa yang digunakannya, yaitu menggunakan gaya bahasa sindiran yang dipadukan dengan intonasi tegas dan mimik wajah sinis sehingga kesan kritis dan “galak” dalam kontennya semakin menonjol. Oleh karena itu, Eva Alicia cocok digunakan sebagai sumber data dalam penelitian ini. Berikut contoh temuan awal yang menunjukkan pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9).

Data 1:

“Malu *gak*, *sih*, ***gak bisa baca tiga halaman, tapi scroll 300 video bisa?***”

Konten yang menggunakan data tersebut sebagai pemantik (*hook*) diunggah pada tanggal 21 Desember 2025. Isi konten menunjukkan bahwa kebiasaan menghabiskan waktu dengan bermain media sosial dapat menghambat perkembangan otak, sulit fokus, dan rentan terhadap distraksi sehingga terasa sulit melakukan hal yang butuh konsentrasi tinggi. Gaya bahasa sindiran pada data tersebut adalah ironi. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, *malu* berarti ‘merasa sangat tidak enak hati (hina, rendah) karena berbuat sesuatu yang kurang baik’, *baca* berarti ‘melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis (dengan melisankan

atau hanya dalam hati)', sedangkan *scroll* dalam konteks media sosial berarti menggulir layar atau pindah untuk melihat konten selanjutnya. Pernyataan tersebut menunjukkan sesuatu yang seharusnya bisa dilakukan, tetapi ternyata sulit dilakukan dan lebih memilih menghabiskan waktu dengan hal yang tidak bermanfaat (menonton video hiburan) daripada memanfaatkan waktu untuk hal yang bermanfaat (baca buku). Fungsi gaya bahasa sindiran pada data tersebut adalah memberikan kritik dalam bentuk ejekan. Adapun makna sindiran pada data tersebut adalah mengingatkan bahwa otak senang menerima hormon dopamin yang tidak membutuhkan kerja keras, tetapi hal tersebut justru berdampak pada kinerja otak dan konsentrasi kalau dibiasakan.

Data 2:

"Ini *nih*, orang yang **katanya** *gak* bisa ngomong di depan orang. **Introvert-lah, pemalu-lah, kaku. Alasan!**"

Konten yang menggunakan data tersebut sebagai pemantik (*hook*) diunggah pada tanggal 4 Juli 2025. Isi konten menunjukkan bahwa membentengi diri dengan label diri (introvert) adalah dalih atas kemalasan keluar dari zona aman. Gaya bahasa sindiran pada data tersebut adalah sinisme. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, *ngomong* (berbicara) berarti 'berkata, bercakap, berbahasa', sedangkan *alasan* berarti 'yang menjadi pendorong (untuk berbuat)'. Fungsi sinisme pada data tersebut adalah memberikan kritik dalam bentuk ejekan. Adapun makna sindiran pada data tersebut adalah mengingatkan bahwa kemampuan berbicara di depan umum (*public speaking*) bukan kemampuan bawaan yang langsung bisa dimiliki secara otomatis, melainkan keterampilan yang harus dipelajari dan dilatih secara konsisten.

Berdasarkan temuan awal di atas, ditemukan gaya bahasa sindiran berupa ironi dan sinisme pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9). Gaya bahasa sindiran tersebut berfungsi untuk mengejek, menyindir, dan meragukan audiens, sedangkan maknanya tergantung pada konteks yang melingkupinya, yakni audiens dan isi konten. Peran pemantik (*hook*) sangat penting agar audiens melihat atau menonton konten sampai habis sehingga bisa tahu apa isi konten tersebut. Oleh karena itu, penelitian gaya bahasa pada pemantik (*hook*) menarik untuk dikaji, terutama pada Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9) dan gaya bahasa sindiran.

Penelitian ini diharapkan dapat mendeskripsikan jenis gaya bahasa sindiran, fungsi, dan maknanya pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9). Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian stilistika, khususnya terkait penggunaan gaya bahasa di media sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti dan pembaca dalam memahami strategi penggunaan bahasa pada konten digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apa bentuk gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9)?
2. Apa fungsi gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9)?

3. Apa makna gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9)?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan bentuk gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9).
2. Mendeskripsikan fungsi gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9).
3. Mendeskripsikan makna gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan kajian stilistika, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan gaya bahasa sindiran di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi serta bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang membahas gaya bahasa maupun kajian kebahasaan di media digital. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai penggunaan gaya bahasa di media sosial, terutama gaya bahasa sindiran yang digunakan dalam komunikasi digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu konten kreator dalam memahami

penggunaan bahasa yang lebih menarik, persuasif, dan efektif, khususnya pada bagian pemantik (*hook*) untuk menarik perhatian audiens.

1.5 Tinjauan Kepustakaan

Dalam penelitian ilmiah, perlu adanya tinjauan kepustakaan yang digunakan sebagai landasan dalam penyusunan hasil penelitian sekaligus pencegahan terhadap duplikasi penelitian. Tinjauan pustaka dilakukan dengan membaca, memahami, dan menelaah literatur yang diperoleh dari sumber-sumber tertentu, seperti penelitian-penelitian terdahulu (Ridwan, dkk. 2021). Penelitian terdahulu yang dicari adalah penelitian yang relevan, baik dari segi teori, objek, maupun sumber data yang nantinya akan dijadikan pembandingan dan acuan demi menghasilkan penelitian yang berkualitas. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9).

Pertama, Azzahra (2025) dari program studi Sastra Indonesia, Universitas Andalas, menulis skripsi berjudul “Metafora dalam Novel *Yang Menari dalam Bayangan Inang Mati* karya Ni Made Purnama Sari”. Penelitian ini menggunakan teori Keraf tentang gaya bahasa. Pada penelitian ini ditemukan bentuk metafora berupa simile (25 data), personifikasi (6 data), hiperbola (15 data), metonimia (5 data), dan metafora (6 data). Fungsi metafora dalam novel ini adalah untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik, efektif, dan berkesan.

Kedua, Nura'eni (2025) menulis artikel berjudul “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa pada Judul Berita Harian Kompas Edisi Maret dan April 2009” yang terbit dalam *Language: Jurnal Inovasi Pendidikan Bahasa dan Sastra* volume 5,

nomor 1. Dalam penelitian ini dibahas tentang gaya bahasa pada judul berita Harian Kompas edisi Maret dan April tahun 2009 dapat menarik perhatian pembaca. Penelitian ini menggunakan teori Keraf tentang gaya bahasa. Pada hasil penelitian ditemukan personifikasi dan metafora sebagai gaya bahasa dominan yang digunakan pada judul berita tersebut.

Ketiga, Mulyanto dkk. (2023) menulis artikel berjudul “Gaya Bahasa Sindiran dalam Video TikTok Rian Fahardhi” yang terbit dalam jurnal *Semantik* volume 12, nomor 2. Pada penelitian ini ditemukan Rian Fahardhi menggunakan 19 gaya bahasa sindiran dalam video TikTok yang terdiri atas 4 ironi, 6 sinisme, dan 9 sarkasme. Penggunaan sindiran mendorong audiens untuk lebih cermat memahami pilihan kata sehingga dapat meningkatkan apresiasi terhadap bahasa dan memperkuat pesan yang disampaikan.

Keempat, Sarli dkk. (2023) menulis artikel berjudul “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial TikTok” yang terbit dalam *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan* volume 3, nomor 1. Penelitian ini menggunakan teori Keraf dan Tarigan tentang gaya bahasa. Pada penelitian ini ditemukan 51 gaya bahasa sarkasme dengan berbagai bentuk, yaitu 17 dalam bentuk pendapat, 7 pertanyaan, 6 persamaan, 6 penegasan, 5 perintah, 5 data informasi, 3 perbandingan, 1 larangan, dan 1 sapaan. Terdapat 10 data yang mengalami perubahan makna, 13 data pengasaran makna, 1 data perluasan makna, dan 1 data penyempitan makna.

Kelima, Hardiyanti (2023) dari program studi Sastra Indonesia, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, menulis skripsi berjudul “Bentuk Gaya Bahasa Sindiran dan Maknanya dalam *Reels* Instagram Bintang Emon Tahun 2022 (Kajian

Stilistika)". Pada penelitian ini ditemukan 40 data gaya bahasa sindiran, meliputi ironi (5), sinisme (5), sarkasme (11), satire (15), inuendo (4), dan antifrasis (1), dengan satire sebagai bentuk yang paling dominan. Makna yang terkandung mencakup makna denotatif dan konotatif yang berisi kritik terhadap pejabat, kebijakan pemerintah, isu politik, serta persoalan sosial sehari-hari.

Keenam, Khulugie dkk. (2022) menulis artikel berjudul "Gaya Bahasa Ironi dan Sarkasme dalam Kolom Komentar Akun Instagram @tempodotco dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA" yang terbit dalam *Aline: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajaran* volume 2, nomor 2. Penelitian ini menggunakan teori Keraf dan Elizabeth Camp. Pada penelitian ini ditemukan 47 data gaya bahasa ironi dan sarkasme, yaitu 7 data gaya bahasa ironi, 20 data gaya bahasa sarkasme sebutan, 10 data gaya bahasa sarkasme sifat, dan 10 data gaya bahasa sarkasme leksikal.

Ketujuh, Haykal dkk. (2022) menulis artikel berjudul "Gaya Bahasa Sindiran dalam Novel *O* Karya Eka Kurniawan" yang terbit dalam jurnal *Locana* volume 5, nomor 2. Pada novel *O* karya Eka Kurniawan, terdapat lima jenis gaya bahasa sindiran, yaitu innuendo, ironi, sinisme, sarkasme, dan satire dengan sarkasme sebagai bentuk yang paling dominan. Selain itu, ditemukan enam fungsi gaya bahasa sindiran, yaitu fungsi imajinatif, personal, memengaruhi atau meyakinkan, referensial, menambah intensitas perasaan, dan memusatkan makna dengan fungsi memengaruhi atau meyakinkan sebagai yang paling dominan.

Kedelapan, Putra (2022) dari program studi Sastra Minangkabau, Universitas Andalas, menulis skripsi berjudul "Gaya Bahasa Pantun Nasihat pada Pantun Spontan Ala Irwan Prayitno (Tinjauan Stilistika)". Pada penelitian ini,

berdasarkan langsung tidaknya makna ditemukan 10 data aliterasi, 7 data asonansi, 2 data anastrof, 1 data apofasis, 10 data polisidenton, 2 data eufemisme, 1 data litotes, 2 data pleonasme, 13 data tautologi, 4 data prifase, 1 data prolepsis, 5 data silepsis, 4 data hiperbola, 1 data simile, 2 data metafora, 1 data alerogi, 8 data parabel, 3 data alusi, 1 data eponim, 2 data sinekdok, 4 data metonimia, 2 data antonomasia, 2 data hipalase, dan 1 data paronomasia.

Kesembilan, Hasanah dkk. (2021) menulis artikel berjudul “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial Instagram” yang terbit dalam *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra* volume 7, nomor 2. Penelitian ini menggunakan teori Keraf dan Tarigan tentang gaya bahasa. Pada penelitian ini ditemukan bentuk-bentuk gaya bahasa sarkasme, di antaranya 29 data dalam bentuk pendapat, 6 data dalam bentuk pertanyaan, 4 data dalam bentuk persamaan, 3 data dalam bentuk penegasan, 2 data dalam bentuk informasi, 2 data dalam bentuk sapaan, dan 1 data dalam bentuk larangan. Terdapat 11 data yang mengalami perubahan makna, yaitu 9 penyempitan makna dan 2 perluasan makna.

Kesepuluh, Camelia (2020) dari program studi Sastra Indoneisa, Universitas Andalas, menulis skripsi berjudul “Gaya Bahasa dalam *Reality Show Ini Talkshow: Tinjauan Stilistika*”. Pada penelitian ini dijelaskan bentuk-bentuk gaya bahasa yang digunakan dalam acara *Ini Talkshow* serta efek dan makna gaya bahasa tersebut. Pada hasil penelitian ditemukan empat jenis gaya bahasa yang digunakan, yaitu gaya bahasa retorik, gaya bahasa anitesis, gaya bahasa koreksio, dan gaya bahasa paradoks.

Penelitian-penelitian sebelumnya memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yakni mengkaji gaya bahasa sindiran pada sebuah akun Instagram. Perbedaannya,

penelitian ini secara khusus memfokuskan analisis gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam akun Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9). Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, belum banyak penelitian yang menjadikan pemantik (*hook*) sebagai objek kajian utama, terutama berkaitan dengan gaya bahasa maupun akun tersebut sebagai sumber data. Kajian mengenai gaya bahasa pada pemantik (*hook*) menarik untuk dilakukan karena bagian ini berperan penting dalam menarik perhatian audiens sejak awal penyampaian konten.

1.6 Landasan Teori

Landasan teori berfungsi sebagai dasar pemikiran yang akan membantu dalam pengembangan argumen, menentukan metodologi penelitian yang sesuai dengan permasalahan penelitian, membantu dalam menganalisis data, dan menjadi acuan dalam menarik kesimpulan sehingga diperoleh hasil yang lebih sahih dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Nursulis, 2024). Dalam landasan teori disajikan beragam teori yang dikemukakan oleh para ahli di bidangnya. Berikut beberapa teori yang relevan dalam menganalisis gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9).

1.6.1 Stilistika

Istilah stilistika berakar dari kata “*sti*” yang berarti ‘mencakar atau menusuk’ dan berasal dari bahasa Yunani “*stylos*” yang berarti ‘pilar atau rukun yang berkaitan dengan tempat bersemedi atau bersaksi’. Kajian stilistika membahas penggunaan bahasa untuk melihat keindahan dan efek yang ditimbulkan dalam sebuah karya. Kajian ini mencakup berbagai aspek kebahasaan, seperti bunyi, pilihan kata, struktur kalimat, bahasa kiasan, gaya retorika, dan penulisan

(grafologi). Selain itu, stilistika bertujuan untuk mengetahui bagaimana dan sejauh mana pengarang memanfaatkan unsur-unsur bahasa guna menghasilkan efek tertentu dalam tulisannya (Nurgiyantoro, 2014: 75–76).

Dalam kajian kebahasaan, istilah *style* dan *stylistic* merujuk pada cara khas seseorang menggunakan bahasa sehingga menghasilkan efek tertentu (Ratna, 2013: 9). Stilistika merupakan cabang ilmu yang mempelajari gaya bahasa. Kajian ini dapat diterapkan pada berbagai bentuk penggunaan bahasa dan tidak hanya terbatas pada bahasa sastra, meskipun dalam praktiknya stilistika lebih sering dikaitkan dengan karya sastra.

Stilistika pertama kali berkembang di dunia Barat dan memiliki keterkaitan erat dengan perkembangan retorika. Secara historis, retorika muncul lebih dahulu dan perkembangannya saling bertumpang tindih dengan stilistika. Hough dalam Ratna (2013: 26) menyebutkan bahwa stilistika berakar dari retorika. Perbedaan utama antara keduanya terletak pada fokusnya. Stilistika menekankan bentuk bahasa dalam teks, seperti pilihan kata, susunan kalimat, dan keunikan gaya penulis, tanpa terpaku pada pola lama. Retorika berfokus pada cara teks disusun agar pesan tersampaikan dengan baik sesuai norma serta dampaknya terhadap pembaca atau pendengar. Dalam konteks modern, retorika sering dipahami sebagai aturan penggunaan bahasa yang benar, sedangkan stilistika menonjolkan keindahan dan keunikan bahasa. Pemikiran linguistik modern, terutama Saussure dengan konsep *langue* dan *parole*, membuka jalan bagi stilistika menjadi kajian ilmiah objektif sejak 1950-an (Ratna, 2013: 37).

Di Indonesia, perkembangan stilistika tergolong lambat. Salah satu penyebabnya adalah karena retorika yang menjadi dasar stilistika juga kurang

berkembang. Menurut Slametmuljana (dalam Ratna, 2013), stilistika adalah “kata berjiwa” atau dengan kata lain penggunaan bahasa untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan secara tepat sesuai tujuan penulis. Umar Junus (dalam Ratna, 2013) menambahkan bahwa stilistika kurang diminati karena gaya bahasa berbeda dari bahasa sehari-hari dan dianggap khusus serta indah sehingga terasa sulit dipelajari. Kajian gaya bahasa mulai mendapat perhatian setelah munculnya teori strukturalisme yang menyoroti unsur-unsur bahasa, seperti inversi, litotes, dan perbandingan. Retorika sendiri memanfaatkan tata bahasa, pemilihan kata, dan gaya bahasa untuk menyusun pidato, menyampaikan pesan secara jelas, memengaruhi audiens, dan memahami respons mereka, unsur-unsur yang menjadi dasar terbentuknya berbagai gaya bahasa dalam stilistika.

1.6.2 Gaya Bahasa

Gaya bahasa atau *stile* adalah cara seseorang memakai bahasa, baik dalam prosa maupun non-prosa untuk menyampaikan gagasannya. Umar Junus (dalam Semi, 2008: 24) menyebutkan bahwa gaya merupakan cara mengolah bahasa sesuai dengan tujuan penulis sehingga dapat menimbulkan kesan tertentu pada pembaca. Gaya bisa dianggap sebagai bentuk luar atau kemasan dari suatu ide, sebagai pilihan dari berbagai kemungkinan cara penyampaian, serta sebagai ciri khas pribadi seseorang atau kelompok tertentu. Selain itu, gaya juga dapat dilihat sebagai penyimpangan dari kaidah bahasa yang umum dan sebagai hubungan antarunsur bahasa dalam teks yang membentuk kesatuan makna.

Gaya bahasa pada dasarnya adalah soal pilihan, pemilihan bentuk dari berbagai unsur kebahasaan yang tersedia (Nurgiantoro, 2018: 370). Artinya, dari banyak kemungkinan cara mengungkapkan sesuatu, penutur atau penulis memilih

bentuk yang dianggap paling tepat. Pilihan tersebut disebut terbaik karena mampu memenuhi dua hal sekaligus, yaitu tepat dari segi bentuk dan keindahan serta tepat dari segi makna sehingga dapat menyampaikan gagasan yang ingin disampaikan dengan jelas dan sesuai tujuan. Menurut Pradopo (2017: 94), gaya bahasa berfungsi untuk menghidupkan kalimat dan memberi gerak sehingga dapat menimbulkan reaksi atau tanggapan tertentu dari pembaca.

Menurut Aminuddin (1995: 5), penggunaan gaya bahasa dalam komunikasi tidak hanya berkaitan dengan bentuk bahasa, tetapi juga dengan isi atau gagasan yang ingin disampaikan. Gaya bahasa digunakan untuk menyampaikan gagasan secara lebih jelas, menarik, padat, dan imajinatif sehingga mudah dipahami oleh pembaca atau pendengar. Selain itu, gaya bahasa juga berkaitan dengan cara seseorang mengekspresikan sesuatu agar terasa tepat, mendalam, dan memiliki nilai keindahan tertentu sesuai tujuan penyampaian. Kemampuan menggunakan gaya bahasa yang baik dipengaruhi oleh pemahaman penutur terhadap hal yang dibicarakan. Goethe (1788, dalam Aminuddin, 1995: 9) menyebutkan bahwa gaya seseorang dapat dilihat dari kemampuannya menggambarkan suatu objek dengan tepat, menggunakan cara penyampaian yang sesuai dengan makna yang ingin disampaikan, serta menampilkan kesan dan gagasan secara utuh dan menyatu.

Kerap membagi gaya bahasa ke dalam dua kelompok besar, yaitu dari segi bahasa dan non-bahasa. Dari segi bahasa, gaya bahasa dibedakan berdasarkan titik tolak unsur bahasa yang dipergunakan atau bagian bahasa yang diperhatikan lebih dulu, di antaranya berdasarkan pilihan kata, nada, struktur kalimat, dan langsung tidaknya makna. Dari segi non-bahasa, gaya bahasa dibedakan atas tujuh pokok

unsur, di antaranya berdasarkan pengarang/penutur, masa, medium, subjek, tempat, hadirin, dan tujuan (Keraf, 2010: 115–117).

Berdasarkan langsung tidaknya makna, Keraf membagi gaya bahasa menjadi dua jenis, di antaranya gaya bahasa retorik dan kiasan. Gaya bahasa retorik adalah gaya bahasa yang penyimpangannya masih dalam bentuk kalimat, sedangkan maknanya hampir sama dengan makna asli. Bentuk-bentuk gaya bahasa retorik di antaranya 1) aliterasi, perulangan konsonan yang sama, 2) asonansi, perulangan bunyi vokal yang sama, 3) eufismus/eufisme, mengganti ungkapan yang menyinggung, menghina, atau yang tidak menyenangkan dengan ungkapan yang sebaliknya, 4) litotes, menyatakan sesuatu yang merendahkan diri, tetapi bermaksud membesarkan diri sendiri atau merendah untuk meninggi, 5) hiperbola, pernyataan yang berlebihan dengan membesar-besarkan suatu hal (Keraf, 2010: 130–136).

Gaya bahasa kiasan adalah gaya bahasa yang penyimpangan maknanya jauh dari makna aslinya dan memerlukan konteks untuk menentukan makna sebenarnya. Bentuk-bentuk gaya bahasa kiasan di antaranya 1) simile, menyatakan sesuatu sama dengan hal lain menggunakan kata pembanding *seperti, sama, sebagai, bagaikan, bak, laksana*, 2) metafora, membandingkan dua hal secara langsung tanpa kata pembanding, 3) personifikasi, menggambarkan benda mati seolah hidup seperti manusia, 4) metonimia, menggunakan sebuah kata untuk menyatakan suatu hal lain karena mempunyai pertalian yang sangat dekat, 5) gaya bahasa sindiran seperti ironi, sinisme, dan sarkasme untuk mengungkapkan sesuatu dengan maksud menyindir (Keraf, 2010: 139–145).

1.6.3 Gaya Bahasa Sindiran

Sindiran dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* berarti suatu ucapan atau perkataan untuk mengkritik (mengejek, mencela, dan sebagainya) seseorang secara tidak langsung atau tidak terus terang. Razwa (2025) menyebutkan bahwa gaya bahasa sindiran adalah cara menyampaikan ketidakpuasan terhadap perilaku seseorang dengan tujuan mengubah perilaku tersebut. Biasanya, gaya ini digunakan secara tidak langsung melalui sindiran dan sering disertai humor agar pesan tersampaikan tanpa menyinggung orang yang dituju. Marjan dkk. (2021) menyebutkan bahwa gaya bahasa sindiran digunakan untuk menyampaikan pesan atau mempertegas maksud dengan cara menyindir atau menyinggung orang lain. Ciri utamanya adalah menyinggung, menyindir, mengejek, atau mencela, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Gaya bahasa sindiran bertujuan untuk mengungkapkan makna secara tidak langsung dan seharusnya tidak menyinggung lawan bicara (Nurhaliza dkk., 2024). Artinya, penutur tidak mengutarakan pesan, kritik, atau gagasannya secara lugas dan terbuka, melainkan melalui ungkapan yang tersirat sehingga maknanya perlu dipahami melalui konteks. Penggunaan cara tidak langsung ini dimaksudkan untuk menjaga etika dan menghindari terjadinya pertikaian serta dengan sindiran biasanya lawan bicara atau audiens akan lebih cepat merasa dan tersadar apabila dibarengi dengan cara penyampaian yang tepat. Keraf (2010: 143) mengemukakan tiga jenis gaya bahasa yang termasuk gaya bahasa sindiran, yaitu sebagai berikut.

1.6.3.1 Ironi

Ironi berasal dari bahasa Yunani Kuno “*eironeia*” yang berarti ‘menipu, berpura-pura, atau berpura-pura tidak mengerti’. Ironi dalam *Kamus Besar Bahasa*

Indonesia adalah kejadian atau situasi yang bertentangan dengan yang diharapkan atau yang seharusnya terjadi, tetapi sudah menjadi suratan takdir atau majas yang menyatakan makna yang bertentangan dengan makna sesungguhnya, misalnya dengan mengemukakan makna yang berlawanan dengan makna yang sebenarnya dan ketidaksesuaian antara suasana dan kenyataan yang mendasarinya. Keraf (2010: 143) menyebut ironi sebagai mengatakan sesuatu yang maknanya tidak sesuai dengan apa yang dikatakan atau kebalikan dari kenyataan dengan tujuan menyindir, misalnya ungkapan “*Kamu memaafkannya, tapi tetap balas dendam.*”

Berdasarkan pendapat para ahli, seperti Fowler (1991), Keraf (2010), Tarigan (2009), dan penelitian-penelitian sebelumnya, gaya bahasa ironi dapat dikenali dengan (1) adanya pertentangan makna antara pilihan kata dengan situasi, kenyataan, atau konteks yang sebenarnya, (2) menggambarkan sesuatu yang seharusnya dapat dilakukan, tetapi pada kenyataannya tidak terjadi, (3) menyamarkan kritik dalam bentuk pujian, (4) melanggar prinsip kerja sama dan kesantunan dalam komunikasi, (5) memerlukan konteks tertentu, seperti apa yang terjadi, kapan, di mana, siapa yang terlibat, dan bagaimana suatu peristiwa terjadi agar maknanya dapat dipahami, (6) memerlukan kepekaan terhadap situasi dan keadaan sekitar, (7) disampaikan dengan cara yang lebih halus dan sopan dibandingkan sinisme atau sarkasme, (8) dalam tuturan lisan dapat dikenali melalui nada bicara dan mimik wajah, serta (9) bersifat ambigu dan terselubung sehingga makna aslinya tidak disampaikan secara langsung.

Ironi digunakan untuk menyampaikan makna yang bertentangan dengan keadaan sebenarnya, seperti menyembunyikan fakta, menyampaikan kritik, sindiran, atau ketidaksetujuan secara tidak langsung agar terhindar dari konflik.

Selain itu, ironi juga dapat digunakan untuk mencemooh, meremehkan, menimbulkan efek jenaka hingga mengekspresikan rasa marah, kecewa, atau jijik dengan cara yang lebih halus. Dalam kajian pragmatik, Leech (1983, dalam Basori, 2020) menyatakan bahwa ironi memanfaatkan prinsip kesantunan dan kerja sama untuk menyampaikan kritik secara tidak langsung. Sementara itu, Grice (1976 dalam Basori, 2020) menyebutkan bahwa ironi termasuk bentuk pelanggaran prinsip kerja sama, khususnya prinsip kualitas karena penutur mengatakan sesuatu yang tidak sesuai dengan fakta sebenarnya. Namun, melalui ironi, penutur tetap dapat terlihat santun karena kritik atau sikap agresif disampaikan secara terselubung dan tidak frontal.

1.6.3.2 Sinisme

Sinisme berasal dari bahasa Yunani Kuno “*kynikos*” dan “*kyon*” yang berarti ‘anjing’. Pada masa Yunani Kuno, istilah ini ditujukan untuk perilaku manusia yang mirip seperti anjing dan menentang norma sosial, kemudian seiring berkembangnya zaman berubah menjadi pandangan skeptis, pesimis, dan ejekan terhadap ketulusan manusia. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, sinisme berarti pandangan, pernyataan sikap yang mengejek, memandang rendah, pandangan atau gagasan yang tidak melihat suatu kebaikan apa pun, dan meragukan sifat baik yang ada pada manusia.

Keraf (2010: 143) menyebutkan bahwa sinisme adalah ungkapan yang mengandung ejekan terhadap niat seseorang dan lebih kasar dari ironi, misalnya ungkapan “*Kamu wanita tercantik yang akan menghancurkan seluruh dunia*”. Pendapat ini sejalan dengan Hardiyanti (2023) bahwa sinisme adalah bentuk sindiran yang muncul dari perasaan gelisah, resah, atau kecewa, dan biasanya

mengandung ejekan terhadap kebaikan atau ketulusan seseorang. Gaya bahasa sinisme muncul karena perasaan kesal atau jengkel seseorang terhadap sesuatu yang dilihat atau dialaminya (Mardiatussaadah dkk., 2024).

Sinisme sering disampaikan secara langsung dan terang-terangan, biasanya untuk mengejek seseorang atas sikap atau perbuatannya. Beberapa orang menggunakan sinisme dalam percakapan sehari-hari, terutama ketika sudah sangat akrab dan suka bercanda dengan saling mengejek. Gaya bahasa ini terbentuk dari pemilihan kata dan susunan kalimat yang diarahkan pada suatu objek sehingga sindiran menjadi lebih tajam. Sinisme bisa dipakai untuk merendahkan lawan bicara, menyampaikan celaan, atau menggunakan kata-kata yang mengandung hinaan dengan maksud membuat orang lain merasa rendah diri. Selain itu, sinisme juga berfungsi sebagai pengingat bagi orang yang sering berperilaku berlebihan dan mengganggu kenyamanan orang lain (Tiorida dkk., 2024).

1.6.3.3 Sarkasme

Sarkasme berasal dari bahasa Yunani “*sark*” yang berarti ‘daging’ dan “*asmos*” yang berarti ‘merobek’ sehingga menjadi ‘merobek daging’. Istilah ini menggambarkan penggunaan kata atau kalimat pedas dan menyakiti perasaan seseorang. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, sarkasme berarti penggunaan kata-kata pedas untuk menyakiti hati orang lain, cemoohan, atau ejekan kasar. Sejalan dengan pendapat Keraf (2010: 143), sarkasme adalah mengungkapkan sesuatu secara kasar, tajam, dan kejam, mengandung kepahitan, hinaan, dan celaan, misalnya ungkapan “*Kamu gendut, hitam, jelek!*”

Sarkasme memiliki beberapa karakteristik, di antaranya penggunaan kata-kata kasar dan cenderung tidak sopan, muncul sebagai luapan emosi, kemarahan,

atau kekesalan penutur, serta mengandung kritik tajam yang dapat menyakiti perasaan orang lain. Dibandingkan ironi dan sinisme, sarkasme merupakan bentuk sindiran yang paling keras karena sering memuat olokan, ejekan, dan hinaan secara langsung serta menggunakan kata-kata kasar dan umpatan. Sarkasme juga memiliki beberapa fungsi, di antaranya sebagai umpatan untuk meluapkan amarah, sebagai ajakan untuk memengaruhi audiens agar mengikuti apa yang disampaikan penutur, serta sebagai pemberitahuan atau penyampaian informasi kepada orang lain. Selain itu, sarkasme digunakan untuk memberikan penegasan dalam tuturan, mengekspresikan rasa marah, kesal, kritik, atau ketidaksetujuan, mengolok-olok dengan kata-kata kasar, serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan penutur (Aflikhah, 2012).

1.6.4 Fungsi Gaya Bahasa Sindiran

Keraf (2010: 129) menyebutkan fungsi gaya bahasa untuk membuat penjelasan lebih hidup, menarik, dan tidak membosankan. Selain itu, gaya bahasa dapat memperkuat pesan atau informasi agar lebih menonjol dan hidup melalui penggambaran yang kreatif. Gaya bahasa juga berperan membangkitkan emosi atau imajinasi pendengar dengan penegasan, penekanan, dan perbandingan, sekaligus memberikan efek keindahan pada kalimat atau ungkapan yang disampaikan.

Al Ma'ruf (2009) menyebutkan bahwa gaya bahasa sindiran memiliki beberapa fungsi dalam komunikasi, di antaranya (1) untuk meninggikan selera bahasa sehingga tuturan terdengar lebih menarik dan tidak monoton, (2) untuk meyakinkan atau memengaruhi audiens, menciptakan perasaan tertentu pada pembaca atau pendengar, serta memperkuat efek dari gagasan yang ingin disampaikan. Di samping itu, penggunaan gaya bahasa sindiran juga berkaitan

dengan upaya menjaga tujuan sosial dan kesantunan karena kritik atau sindiran dapat disampaikan secara lebih halus dan tidak langsung.

Supriyanto (dalam Lestari, 2022) menyebutkan bahwa gaya bahasa sindiran memiliki beberapa fungsi. Pertama, untuk menyampaikan kritik sebagai evaluasi, artinya digunakan untuk menilai dan meninjau sesuatu. Kedua, untuk memberikan kritik yang bersifat saran sehingga kritik tersebut membantu memberikan masukan perbaikan. Ketiga, untuk menyatakan ejekan, olokan, atau hinaan terhadap sesuatu. Keempat, untuk menyampaikan kekecewaan terhadap hal-hal tertentu dan mengungkapkan gagasan atau pikiran, yakni menyampaikan pendapat atau ide tentang suatu hal.

1.6.5 Makna Gaya Bahasa Sindiran

Makna adalah maksud atau konsep yang ingin disampaikan penutur kepada mitra tutur melalui bahasa sesuai dengan aturan kebahasaan dan sosial. Dalam kajian linguistik, makna dipahami sebagai gagasan, ide, atau pengertian yang melekat pada kata atau satuan bahasa (Chaer dan Muliastuti, 2014). Makna juga berkaitan dengan hubungan antara lambang bahasa (kata), konsep dalam pikiran, dan sesuatu yang dirujuk di luar bahasa. Saat seseorang menafsirkan makna sebuah kata, ia menghubungkan bentuk bahasa tersebut dengan konsep tertentu sehingga dapat memahami maksud yang dimaksudkan (Stevenson dalam Pateda, 2001). Dengan demikian, makna merupakan hubungan antara kata, konsep dalam pikiran, dan objek atau hal yang dirujuk sehingga bahasa dapat dipahami dan digunakan untuk menyampaikan maksud secara tepat.

Pateda (2001: 96–125) memaparkan jenis-jenis makna dan beberapa di antaranya relevan untuk menganalisis makna gaya bahasa sindiran pada pemantik

(hook) dalam Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9), di antaranya (1) makna denotatif, yaitu makna asli atau makna sebenarnya dari sebuah kata. Makna ini apa adanya tanpa tambahan rasa, penilaian, atau makna tersembunyi, dan sesuai dengan arti kata tersebut dalam kamus, (2) makna konotatif, yaitu makna tambahan yang muncul karena faktor perasaan, pikiran, atau asosiasi penutur dan pendengar terhadap suatu karya. Makna ini tidak lagi murni arti dalam kamus, melainkan sudah diberi penilaian tertentu berdasarkan pengalaman, kebiasaan, pengetahuan, dan konteks pemakaiannya, (3) makna kontekstual, yaitu makna yang ditentukan oleh situasi atau keadaan saat bahasa itu digunakan, dan (4) makna referensial, yaitu makna yang langsung menunjuk pada sesuatu yang nyata atau dapat dibayangkan. Dengan kata lain, saat sebuah kata atau kalimat diucapkan, pendengar langsung tahu apa yang dimaksud karena bisa merujuk pada benda, peristiwa, proses, keadaan, ataupun gejala.

1.7 Metode dan Teknik Penelitian

Metode dan teknik merupakan dua konsep yang saling berkaitan. Metode merujuk pada kerangka atau cara yang terencana untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan teknik adalah langkah-langkah atau cara spesifik yang digunakan untuk menerapkan metode tersebut dalam praktik. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, metode diartikan sebagai cara yang teratur dan sistematis untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Metode dapat dikenali melalui teknik-teknik yang digunakan di dalamnya. Teknik merupakan langkah atau cara yang lebih spesifik dan praktis untuk menerapkan metode. Hal ini sejalan dengan pendapat Sudaryanto (2015: 9) yang menyebutkan

bahwa metode adalah cara yang harus diterapkan, sedangkan teknik adalah cara untuk menjalankan atau menerapkan metode tersebut. Sudaryanto (2015: 8) mengemukakan tiga tahap yang harus dilalui peneliti untuk menjawab rumusan masalah penelitian, di antaranya tahap penyediaan data, tahap analisis data, dan tahap penyajian hasil analisis data.

1.7.1 Tahap Penyediaan Data

Pada tahap ini, data dikumpulkan menggunakan metode simak dengan teknik dasar teknik sadap, dilanjutkan dengan teknik simak bebas libat cakap (SBLC) dan teknik catat. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, “simak” berarti ‘mendengarkan (memperhatikan) baik-baik apa yang diucapkan atau dibaca orang’. Pada penelitian ini, metode simak dilakukan dengan menyimak penggunaan gaya bahasa dalam konten Eva Alicia. Teknik dasar pada penelitian ini adalah teknik sadap. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, “sadap” berarti ‘mendengarkan atau merekam informasi (pembicaraan) orang lain dengan sengaja tanpa sepengetahuan orangnya’. Dalam penelitian ini, teknik sadap dilakukan dengan menonton dan mendengarkan konten Eva Alicia (@aliciaeva9) di Instagram secara saksama, teliti, dan berulang kali.

Teknik lanjutan pada penelitian ini menggunakan teknik simak bebas libat cakap (SBLC) dan teknik catat. Teknik simak bebas libat cakap (SBLC) berarti peneliti tidak terlibat langsung dalam proses pembicaraan dan hanya mengamati apa yang dikatakan oleh pembicara. Dalam penelitian ini, teknik SBLC dilakukan dengan menonton, mendengarkan, dan menyimak apa yang Eva Alicia (@aliciaeva9) sampaikan di Instagram tanpa berinteraksi langsung dengannya.

Teknik catat dalam penelitian ini dilakukan dengan mencatat pemantik (*hook*) konten Eva Alicia (@aliciaeva9) di Instagram dalam bentuk transkripsi demi keabsahan data.

1.7.2 Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, data yang sudah dikumpulkan dan ditranskripsi akan dianalisis dengan metode padan menggunakan pilah unsur penentu (PUP) sebagai teknik dasar dan hubung banding membedakan (HBB) sebagai teknik lanjutan. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, “padan” berarti ‘banding atau imbang’. Mansur (2017: 115) menyebutkan bahwa “padan” berarti ‘banding atau sesuatu yang dibandingkan’ antara bahasa dan hal di luar bahasa. Metode padan adalah metode yang alat penentunya berada di luar bahasa itu sendiri. Sudaryanto (2015: 15) membagi alat penentunya menjadi lima macam, di antaranya referensial, organ wicara atau alat bicara (fonologi), bahasa lain, ortografi (tulisan), dan pragmatik (tindak tutur). Penelitian ini menggunakan metode padan referensial yang alat penentunya adalah kenyataan yang ditunjuk atau diacu oleh bahasa itu sendiri, yakni konteks dan audiens konten Eva Alicia (@aliciaeva9) di Instagram.

Teknik dasar pada penelitian ini menggunakan teknik pilah unsur penentu (PUP), yakni dengan cara memilah-milah satuan kebahasaan yang dianalisis sesuai kebutuhan penelitian. Data dipilah berdasarkan unsur-unsur yang mencolok, menentukan mana yang paling memberikan efek, dan menunjukkan makna tertentu pada konten Eva Alicia (@aliciaeva9) di Instagram. Teknik lanjutan pada penelitian ini menggunakan teknik hubung banding membedakan (HBB), yaitu dengan cara membandingkan data dengan arti dari kamus sehingga dapat menunjukkan gaya bahasa apa yang terdapat pada data tersebut berserta fungsi dan maknanya.

1.7.3 Tahap Penyajian Hasil Analisis Data

Pada tahap ini, hasil penelitian akan disajikan secara informal dan formal. Metode informal dalam bentuk deskripsi, yakni menggunakan kata-kata biasa yang apabila dibaca langsung dapat dipahami dan metode formal berupa perumusan dengan tanda, tabel, dan lambang (Sudaryanto, 2015: 241). Hasil analisis akan menunjukkan bentuk gaya bahasa sindiran pada pemantik (*hook*) dalam konten Instagram Eva Alicia (@aliciaeva9), fungsi gaya bahasa tersebut, serta maknanya.

1.8 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sebagai dasar pengambilan data (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian bahasa (Sudaryanto dalam Kesuma, 2007: 25), populasi adalah jumlah keseluruhan pemakaian bahasa tertentu yang tidak diketahui batas-batasnya akibat banyaknya orang yang memakai, lamanya pemakaian, dan luasnya cakupan bahasa tersebut. Dalam penelitian ini, populasi mencakup seluruh konten Instagram Eva Alicia yang telah diunggah hingga tanggal 9 Januari 2026 sebagai batas akhir pengamatan, yaitu sebanyak 857 konten dalam bentuk video (*reels*) dan foto.

Sampel menurut Sudaryanto (dalam Kesuma, 2007: 25) adalah bagian dari populasi untuk dianalisis lebih mendalam dengan ketentuan sudah mewakili seluruh populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konten-konten yang memenuhi kriteria berikut: (1) berupa video (*reels*), (2) monolog yang berisi motivasi pengembangan diri yang disampaikan langsung oleh Eva Alicia, (3) tidak dalam bentuk gabungan foto atau video, dan (4) tidak kolaborasi dengan konten

kerator lain. Pemilihan kriteria tersebut bertujuan agar data yang dianalisis benar-benar mencerminkan ciri khas konten Eva Alicia dan sesuai dengan fokus penelitian.

1.9 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis sesuai pedoman penulisan laporan penelitian atau skripsi yang ditetapkan oleh Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Andalas, terdiri atas bagian pembuka, bagian inti (utama), dan bagian penutup. Bagian pembuka terdiri atas sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman persembahan, abstrak, kata pengantar, dan daftar isi. Bagian inti atau utama terdiri atas tiga bab, yakni Bab I atau pendahuluan (berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan kepustakaan, landasan teori, metode dan teknik penelitian, populasi dan sampel), Bab II berisikan analisis data, Bab III atau penutup (berisikan kesimpulan dan saran). Bagian penutup terdiri atas daftar pustaka dan lampiran (jika ada).