

Fenomena Sarkasme Komunikasi: Analisis Gaya Komunikasi Selebgram di Media Sosial

¹Ria Amelinda, ²Jumriani, ³Andriani

IAIN Palopo

E-mail: riaamelinda@iainpalopo.ac.id

Abstract

This research focuses on sarcasm and the communication style of the celebrity influencer Bunda Corla. The aim of this study is to understand the sarcasm expressed by Bunda Corla on Instagram and the communication style used during live streaming. This research employs a descriptive qualitative research method, which is used to obtain information related to the object under study. Data collection techniques include observation, listening, and documentation. Data is analyzed by collecting, reducing, and drawing conclusions from the data. The results show that the sarcasm frequently expressed by Bunda Corla on the Instagram social media platform includes the words bandit, dog, and bastard. The communication style used by Bunda Corla on Instagram during live broadcasts is categorized into two styles: the controlling style, characterized by the intention or desire to persuade, control, and influence others, and the withdrawal style, characterized by communication that is inappropriate.

Keywords: Celebrity influencer, Communication style, Instagram, Sarcasm.

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada sarkasme dan gaya komunikasi selebgram Bunda Corla. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sarkasme yang diungkapkan oleh Bunda Corla di Instagram serta gaya komunikasinya saat melakukan siaran langsung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait objek penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, simak, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan mengumpulkan, mereduksi, dan menarik kesimpulan dari data tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sarkasme yang sering diucapkan oleh Bunda Corla di Instagram adalah menggunakan kata-kata seperti bandit, anjing, dan bangsat. Gaya komunikasi yang digunakan Bunda Corla saat melakukan siaran langsung di Instagram terbagi menjadi dua, yaitu gaya komunikasi yang mengontrol dengan maksud untuk mengajak, mengendalikan, dan mempengaruhi orang lain, serta gaya komunikasi yang menarik diri dengan menggunakan bahasa yang tidak layak digunakan.

Kata Kunci: Gaya komunikasi, Instagram, Sarkasme, Selebgram.

Pendahuluan

Komunikasi seiring perkembangan zaman dapat dilakukan dengan lebih mudah. Komunikasi jarak jauh dengan tatap muka pun sudah bisa dilakukan. Kehadiran internet memudahkan berkomunikasi untuk mengakses dan memperoleh jenis-jenis informasi maupun berita dengan cepat.¹

Teknologi informasi dan komunikasi adalah teknologi yang digunakan untuk mengolah informasi dengan menggunakan perangkat elektronik. Perangkat elektronik tersebut digunakan untuk menyimpan, memproses, mengirimkan dan mengakses informasi. Teknologi informasi dan komunikasi saling mempengaruhi dan membentuk satu sama lain. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan komunikasi menjadi lebih cepat, mudah, murah dan luas sebagai alat bantu aktivitas manusia. Kebutuhan dan tantangan komunikasi juga mendorong inovasi dan penemuan teknologi baru yang mengalami perubahan dari masa ke masa seperti perangkat mesin, telepon, radio, televisi, media sosial dan internet yang semakin mudah dalam membangun interaksi sosial. informasi.²

Perkembangan pada bidang teknologi dan informasi saat ini mendorong manusia untuk beradaptasi agar tidak tertinggal dengan kemajuan zaman. Teknologi seiring perkembangan zaman, semakin canggih dan masyarakat dengan mudah untuk mengakses apa yang dibutuhkan dengan waktu yang relatif cepat. Anak-anak hingga orang dewasa sudah dapat menggunakan internet melalui *handphone*, laptop dan alat komunikasi lainnya, untuk mendapatkan informasi salah satunya melalui media sosial.³

Media sosial adalah *platform* digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, audio dan merupakan *platform* digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap pengguna. Media sosial memiliki peranan penting dalam kehidupan yang dapat memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu

¹Gunawan Saleh, Ribka Fitriani, "Pengaruh Media Sosial Instagram dan Whatsapp Terhadap Pembentukan Budaya Alone Together", *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Abdurrab Pekanbaru Riau*, 10 No.2, (Desember 2018): 103-104, <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2673/1708/6273>

²Richard West, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Edisi 3 (Universitas Of Southern Maine: Salemba Humanika, 2018), 4-5.

³Richard West, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Edisi 3 (Universitas Of Southern Maine: Salemba Humanika, 2018), 7-8.

bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, dan penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat.⁴

Berkomunikasi melalui media sosial memberikan manfaat bagi kehidupan manusia, salah satunya mempermudah komunikasi, di mana komunikasi dapat dilakukan melalui media sosial tanpa terbatas jarak. Namun manfaat ini bisa menjadi boomerang, dalam artian jika tidak digunakan dengan bijak, bisa mendatangkan manfaat negatif pada penggunanya.⁵

Ungkapan kata sarkasme dianggap sepele bahkan sudah menjadi kebiasaan yang diucapkan dan didengar. Hal ini dapat dibuktikan dalam kehidupan sehari-hari baik di lingkungan sosial, maupun sosial media, terutama dalam pengguna media sosial Instagram.

Berdasarkan hasil survei *We Are Social* pengguna Instagram di Indonesia menjadi yang terbanyak ke-4 di dunia, dengan jumlah sekitar 103,3 juta pengguna pada tahun 2023. Posisi pertama diduduki oleh negara India dengan jumlah 332,15 juta pengguna Instagram, posisi kedua ditempati oleh Amerika Serikat dengan jumlah 161,7 juta pengguna, diikuti oleh Brazil 127,25 juta pengguna Instagram pada tahun 2023.⁶

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagai foto atau video secara *online*. Instagram berasal dari kata "*Insta*" dan kata "*Instan*" seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto instan. Instagram adalah salah satu media *online* yang menggunakan jaringan internet, di mana media sosial Instagram

⁴Farida Nugrahani, "Penggunaan Bahasa Dalam Media Sosial", *Jurnal Stilistika: Kajian Bahasa dan Sastra Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo*, 5 No. 3, (28 Februari 2017): 5-7, <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/stilistika/article/view/1>

⁵Silvia Dwi Charisma, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas", *Skripsi*, (Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, 2014): 12, <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/28666/6%20BAB%202.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

⁶Cindy Mutia Annur, "10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia Januari 2023", (04/05/2023 16.33 WIB), <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>

memiliki banyak sekali peminat atau pengikut, selain itu juga media sosial Instagram menyediakan berbagai macam fitur yang menarik.⁷

Salah seorang yang memanfaatkan Instagram sebagai media hiburan adalah selebgram Bunda Corla. Instagram pada pertengahan tahun 2022 dihebohkan dengan viralnya sosok selebgram Bunda Corla. Hal ini dibuktikan pada saat selebgram Bunda Corla *live* di Instagram yang mencapai angka fantastis ratusan ribu hingga 234.000 *viewers*. Viralnya sosok selebgram Bunda Corla ini tidak luput dari kebiasaannya melakukan siaran langsung (*live*) serta membagikan kegiatan kesehariannya di akun media sosial Instagramnya @Corla_2 yang dimulai dengan berinteraksi dengan warganet dengan menyelipkan humor-humor alami yang mengundang gelak tawa warganet. Bahkan, dalam suatu kesempatan siaran langsung (*live*) selebgram Bunda Corla banyak ditonton oleh pengguna Instagram yang centang biru di waktu tertentu, yang sudah mencapai ratusan ribu pasang mata menyaksikan *livenya*. Interaksi yang muncul bukan hanya sekadar berkomentar lewat kolom komentar dan kerap kali mengajak beberapa teman selebriti yang juga *followers*-nya untuk berkomunikasi secara virtual, bukan hanya bertukar kegiatan, *live* selebgram Bunda Corla juga menggunakan banyak bahasa. Logat Medan selebgram Bunda Corla juga menjadi daya tarik, tidak semua *influencer* atau selebgram yang memiliki hal tersebut. Bahasa tubuh, ekspresif, suka menari, dan tak karuan terlihat “gila” namun menghibur, yang kemudian menjadi ciri khas yang digunakan saat *live* berlangsung.⁸

Fenomena tersebut menarik untuk diuraikan dalam perspektif komunikasi media baru (*new media*). Media baru adalah jenis media yang menggunakan teknologi digital, misalnya media sosial yang diakses secara *online*, sehingga dapat memperluas jangkauan komunikasi. Hal ini dilihat pada kalangan masyarakat sebagai pengguna media baru yang merasakan perubahan pada saat beraktivitas dan saling tukar informasi khususnya dalam bidang komunikasi.⁹

⁷Reka Apriyani, “Pengaruh Media Sosial Instagram dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif menurut Perspektif Islam”, *Jurnal Communication UIN Raden Intan Lampung*, 4 No. 2, (2020): 11, <https://repository.radenintan.ac.id//11031/1/%202.pdf>

⁸Chrismonica, “Profil Bunda Corla, Bunda Pemersatu Bangsa yang Digemari Netizen Hingga Artis”, (25 Januari 2023). <https://www.orami.co.id/magazine/bunda-corla?page=all>

⁹Nur Asiah, “Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita dalam Product Endorsment di Instagram”, *Skripsi* (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2021): 5-7, <https://repository.uin-suska.ac.id/53582/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

Gaya komunikasi merupakan cara seseorang berinteraksi secara verbal ataupun nonverbal dengan tujuan memberi pemahaman atau tanda agar komunikasi dapat dimengerti dengan istilah-istilah yang disampaikan. Gaya komunikasi setiap orang akan berbeda-beda sesuai dengan kondisi dan keadaan yang dihadapi individu. Gaya komunikasi juga dapat mengungkapkan karakter seseorang yang memberi makna baik dari segi ekspresi seperti gembira, marah, sedih, suka, benci, bosan dan lain sebagainya.¹⁰

Gaya komunikasi secara tidak langsung mampu menentukan citra diri seseorang. Citra positif yang dimiliki seseorang akan berpengaruh pada minat dan banyaknya orang lain yang menyukainya, secara tidak langsung juga mampu berperan dalam menarik perhatian *publik* pada saat berlangsungnya proses *live*. Gaya komunikasi seseorang sebaiknya hanya memberikan gambaran yang negatif terhadap dirinya, maka akan banyak orang yang tidak tertarik dengan postingan atau *live* tersebut.¹¹

Melihat fenomena yang terjadi, peneliti tertarik mengambil topik mengenai "Fenomena sarkasme dalam komunikasi (studi kasus gaya komunikasi selebgram Bunda Corla di media sosial Instagram)". Peneliti ingin mengkaji topik penelitian secara mendalam dan terperinci. Dipilihnya Instagram selebgram Bunda Corla sebagai subjek penelitian, karena peneliti memperhatikan adanya gaya bahasa atau gaya komunikasi yang khas digunakan oleh selebgram Bunda Corla yang menarik perhatian publik. Salah satunya adalah tata bicara atau gaya komunikasi dari dirinya sendiri pada saat melakukan *live* di akun media sosial Instagram @corla_2. Terdapat 5 video *live* selebgram Bunda Corla yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Salah satu video *live* selebgram Bunda Corla yang paling lama berdurasi 2 jam dengan mengucapkan kata kasar sebanyak 5-6 kali.

¹⁰Ulfah muzayyanah, "Gaya Bahasa Sinisme Pada Kolom Komentar Instagram Nikita Mirzani Terhadap Pelajaran Bahasa Indonesia", *Jurnal Bahasa dan Sastra Universitas Pancasakti Tegal*, 7 No. 3 (2019): 7-8, <https://repository.upstegal.ac.id/806/>

¹¹Nur Asiah, "Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita dalam Product Endorsment di Instagram", *Skripsi* (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2021): 5-7, <https://repository.uin-suska.ac.id/53582/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

Metode

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan teori media baru (*new media*) yaitu media sosial Instagram tentang sarkasme dan gaya komunikasi pada media sosial Instagram @Corla_2. Adapun yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah Instagram @corla_2 tentang sarkasme dan gaya komunikasi, yang terdapat dalam 5 video *live* selebgram Bunda Corla di Instagram. Teknik pengumpulan data dengan observasi, simak dan dokumentasi. Teknik ini digunakan untuk mengamati gaya komunikasi yang diterapkan selebgram Bunda Corla dalam postingan (*live*) di media sosial Instagram @Corla_2 secara mendalam.

Hasil dan Diskusi

Ungkapan Kasar Selebgram

Kegiatan *live* Selebgram Bunda Corla di Instagram @Corla_2 menampilkan aktivitas mulai dari bangun tidur, kemudian menyapa para penggemar (*followers*) dengan panggilan “halo bandit-bandit” pada menit ke-4. Selebgram Bunda Corla dalam *livenya*, berinteraksi dengan warganet dengan gaya rebahan sambil memutar lagu kesukaannya yang asik dan enak didengar atau *request* dari warganet dan tak lupa melontarkan kata “bandit kali lagu ini” pada menit ke 26. Selebgram Bunda Corla juga curhat mengenai banyak hal hingga mengomentari yang ada di sekitarnya. Obrolannya yang terang-terangan juga jadi nilai tersendiri hingga mengeluarkan bahasa-bahasa khasnya. Bahasa ini yang akhirnya kerap muncul di *live* selanjutnya, karena tampil apa adanya warganet pun merasa dekat dengan selebgram Bunda Corla yang disebut olehnya sebagai “anak gue”, seakan-akan selebgram Bunda Corla adalah ibu dari semua penggemar yang ditemui secara virtual. Kegiatan *live* selebgram Bunda Corla ini ditonton hingga mencapai 10 ribu penonton baik dari penggemar maupun artis centang biru.

Kegiatan Kegiatan *live* selebgram Bunda Corla menampilkan kegiatan pada saat berada di Ruang Tamu dengan duduk santai di Sofa, kemudian dimulai dengan menyapa para *followers*nya dengan panggilan “halo bandit-bandit” pada menit ke2. Selebgram Bunda Corla dalam *livenya* membahas tentang penggemar (*followers*) yang menunggu dirinya *live* di Instagram @Corla_2, hingga membahas kepulangannya ke Indonesia, yang tidak pernah tidur di pesawat, hingga bertemu dengan para sahabatnya termasuk, Ivan Gunawan, Soimah dan masih banyak lagi. Kemudian dilanjutkan dengan

membaca dan menjawab komentar dengan akun yang dikenalnya. Kegiatan live selebgram Bunda Corla ini ditonton hingga mencapai 22-23 ribu penonton baik dari penggemar maupun artis centang biru.

Kegiatan *live* selebgram Bunda Corla menampilkan kegiatan pada saat berada di dapur dengan duduk di meja makan, kemudian dimulai dengan menyapa para *followersnya* dengan panggilan “halo anak bunda yang bandit” pada menit ke-3. Selebgram Bunda Corla dalam *livenya* sangat menikmati makanan tersebut dengan lahap dan tak lupa membaca beberapa pertanyaan yang dilontarkan oleh *followersnya* dari ratusan ribu komentar yang datang kepadanya melalui kolom komentar *livenya*. Selebgram Bunda Corla biasanya, hanya membaca komentar akun-akun centang biru atau akun yang dikenalnya. Namun, jika Selebgram Bunda Corla membutuhkan masukan atau saran, biasanya akan membaca satu persatu jawaban dari pertanyaannya. Kegiatan *live* Selebgram Bunda Corla ini ditonton hingga mencapai 92-93 ribu penonton baik dari penggemar maupun artis centang biru.

Kegiatan *live* selebgram Bunda Corla menampilkan kegiatan pada saat berada di sebuah Studio, kemudian dimulai dengan menyapa para *followersnya* dengan panggilan “halo anak bunda yang bandit” pada menit ke-5. Selebgram Bunda Corla tampak memukau dalam balutan gaun abu-abu dan rambut lurus panjang yang tergerai selama sesi pemotretan dalam sebuah studio. Beberapa netizen terkejut dengan penampilannya saat syuting iklan Ms Glow tersebut, pasalnya selebgram Bunda Corla terlihat sangat berbeda dari penampilan biasanya. Selebgram Bunda Corla memang sempat menolak tawaran *endorment* atau iklan di Instagram yang mencapai miliaran rupiah, karena ingin memilih hidup sederhana dengan gaji yang diterima sebagai pekerja di McDonald. Ivan Gunawan menawarkan pekerjaan ke selebgram Bunda Corla menjadi BA (*Brand Ambassador*) produk Ms Glow, hingga akhirnya selebgram Bunda Corla menerima tawaran tersebut dari sahabatnya Ivan Gunawan menjadi BA (*Brand Ambassador*) produk MS Glow milik Maharani Kemala.

Kegiatan *live* selebgram Bunda Corla menampilkan kegiatan pada saat ingin melakukan aktivitas duduk santai dan diiringi lagu “tercorla-corla” kemudian dimulai dengan menyapa para *followersnya* dengan panggilan “halo anak bunda yang bandit” pada menit ke-2. Adapula netizen dalam kegiatan *live* yang bertanya mengenai prestasi selebgram Bunda Corla. Selebgram Bunda Corla dalam kegiatan *live* tersebut terlihat marah dan kesal dengan pertanyaan netizen mengenai prestasi “Bun prestasinya apa”. Selebgram bunda Corla menuturkan prestasinya menang AMI Awards, nyanyi dan menghibur penonton, tetapi ada saja netizen yang suka memancing amarah

selebgram Bunda Corla sampai marah dan kesal hingga menelontarkan kata **“Anjing dan Bangsat”**.

Berikut gambaran ungkapan sarkasme yang diucapkan Selebgram Bunda Corla di Instagram. Kata “Bandit” sendiri merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti penjahat atau pencuri. Arti bandit yang dilontarkan bukan arti sebenarnya, melainkan hanya sebuah kata ungkapan atau bahasa gaul yang sering diucapkan dan menjadi bahasa sehari-hari selebgram Bunda Corla pada saat menyapa penggemar (followers). Kata “Anjing” kata merujuk pada hewan. Tetapi Selebgram Bunda Corla mengarahkan kata ini kepada netizen (hatters), yang sering kali membuat selebgram Bunda Corla marah atau kesal dengan pertanyaannya, sehingga kata ini sering kali diucapkan pada saat marah atau kesal. Kata “Bangsat” kata yang memiliki arti bajingan. Selebgram Bunda Corla kerap melontarkan pada saat tengah kesal atau marah kepada seseorang yang membuatnya marah atau kesal.

Gaya Komunikasi yang digunakan Selebgram Bunda Corla

Berdasarkan hasil penelitian tentang gaya komunikasi yang digunakan selebgram Bunda Corla dalam postingan atau *live* di Instagram adalah sebagai berikut:

a. Macam-macam gaya komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian tentang gaya komunikasi selebgram Bunda Corla di Instagram menggunakan beberapa macam gaya komunikasi di antaranya:

1) *The controlling style* (gaya pengontrol)

Selebgram Bunda Corla termasuk dalam macam gaya komunikasi ini, karena *the controlling style* (gaya pengontrol) ditandai dengan adanya maksud atau keinginan untuk mengajak, mengendalikan, mengontrol dan mempersuasi orang lain dengan kalimat-kalimat persuasif. Selebgram Bunda Corla sering kali mengajak para *followers*nya agar tertarik terhadap apa yang diucapkan. Selebgram Bunda Corla mempersuasi dengan kalimat-kalimat seperti “anak Bunda” di Instagram seperti pada video ke - 1, menit ke 7.

2) *The withdrawel style* (gaya penarikan)

Selebgram Bunda Corla termasuk dalam macam gaya komunikasi ini, karena *the withdrawel style* (gaya penarikan) adalah gaya komunikasi yang tidak layak digunakan. Sebagaimana Selebgram Bunda Corla sering kali mengucapkan kata yang cenderung kasar seperti bandit, anjing dan bangsat. Jadi ini termasuk dalam macam gaya komunikasi yang digunakan selebgram

Bunda Corla karena, disetiap video *live* sering kali mengatakan kata cenderung kasar, bahkan hampir setiap menit.

b. Aspek-aspek gaya komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian tentang gaya komunikasi selebgram Bunda Corla di Instagram menggunakan beberapa aspek gaya komunikasi di antaranya:

1) *Animated Exprensive*

Warna dalam berkomunikasi seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture dan gerak badan. Selebgram Bunda Corla dalam hal ini saat melakukan kegiatan *live* menggunakan warna dalam berkomunikasi seperti senyum (selebgram Bunda Corla akan tersenyum pada saat dia merasa senang kepada seseorang), marah (selebgram Bunda Corla akan merasa marah pada saat dia sedang kesal dengan netizen yang membullynya), sedih (selebgram Bunda Corla merasa sedih dengan wajah murung pada saat kehilangan seperti kehilangan sepeda) dan gestur tubuh (menunjukkan gestur tubuh yang tidak nyaman saat berbicara, maka lawan bicara akan tahu kalau merasa terganggu).

2) *Open*

Komunikasi bersifat terbuka, tidak ada rahasia sehingga muncul rasa percaya diri dan terbentuk komunikasi dua arah. Hal ini yang dimaksud dengan komunikasi terbuka kepada selebgram Bunda Corla adalah ketika ditanya oleh *followersnya* mengenai produk yang dipakai seperti tidak merahasiakan mengenai produk yang dipakai atau menyebutkan secara sukarela tentang produk tersebut dan ketika selebgram Bunda Corla menggunakan barang seperti pakaian atau aksesoris dan ada saja *followersnya* yang menanyakan "Bunda bajunya beli dimana?" dan ketika ditanya seperti itu, selebgram Bunda Corla pasti menjawab, biasanya menjawab secara langsung di *live*, melalui *Instastory* ataupun di kolom komentar secara langsung.

3) *Impression leaving*

Kemampuan seorang komunikator dalam membentuk kesan para pendengarnya. *Impression leaving* yang digunakan selebgram Bunda Corla dalam hal ini adalah pembawaan diri yang unik dan menyenangkan seperti percaya diri dan selalu ramah dengan orang lain walaupun tidak dikenal seperti menyapa dalam *live streaming*.

4) *Dramatic*

Komunikasi yang berlangsung cenderung berlebihan, menggunakan kalimat-kalimat kiasan, metafora, fantasi dan permainan suara. Hal ini selebgram Bunda Corla sering kali mengucapkan kata cenderung kasar, marah-marah, teran-terangan, *to the point* dan menggunakan kalimat kiasan dalam menyapa para penggemar.

5) *Dominan*

Ditandai dengan adanya komunikasi atau interaksi komunikator yang lebih dominan. Hal ini selebgram Bunda Corla sering kali berinteraksi dengan para *followersnya* dengan melakukan *live* setiap hari ataupun mengupload postingan di media sosial Instagramnya.

c. Tipe gaya komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian terdapat tipe gaya komunikasi yang digunakan selebgram bunda Corla di Instagram di antaranya:¹²

1) Komunikasi verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan secara langsung yaitu berbicara langsung (*face to face*). Komunikasi verbal dalam bentuk lisan ataupun tulisan. Selebgram Bunda Corla dalam hal ini menggunakan komunikasi verbal dalam bentuk lisan dilakukan dengan media seperti *handphone*, dan disampaikan dengan lisan dengan kata-kata dan cara pengucapannya seperti intonasi, pelafalan dan sebagainya pada saat melakukan *live streaming* di Instagram. Sedangkan komunikasi verbal dalam bentuk tulisan dapat dilihat melalui postingan selebgram Bunda Corla baik berupa kata-kata, gambar dan lain sebagainya.

2) Komunikasi nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang umumnya menggunakan bahasa tubuh seperti gerakan tangan, ekspresi wajah, simbol, intonasi suara dan sebagainya. Selebgram Bunda Corla dalam hal ini sering kali melakukan komunikasi nonverbal baik dalam bentuk bahasa isyarat (melambaikan tangan), ekspresi wajah (marah, sedih, bahagia), simbol (*emoticon*), intonasi suara (tinggi, rendah) dan gerakan tubuh (menunjuk, melambaikan tangan,

¹²Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Edisi 2 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008): 340.

ataupun memperagakan jumlah angka tertentu) pada saat melakukan *live streaming* di Instagram. Contohnya gerakan tangan dalam berkata “ayo” dan *emoticon* yang bisa dituliskan sesuai yang dirasakan

Kesimpulan

Ungkapan sarkasme yang sering diucapkan selebgram Bunda Corla di Instagram adalah bandit, anjing dan bangsat. Berdasarkan aspek gaya komunikasi yang dikemukakan Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss terdapat dua aspek gaya komunikasi yang digunakan selebgram Bunda Corla dalam postingan atau *live* di Instagram. Aspek gaya komunikasi tersebut di antaranya: *the controlling style* dan *the withdrawal style*. *The controlling style*, yaitu selebgram Bunda Corla termasuk dalam macam gaya komunikasi ini, karena *the controlling style* (gaya pengontrol) ditandai dengan adanya maksud atau keinginan untuk mengajak, mengendalikan, mengontrol dan mempersuasi orang lain dengan kalimat- kalimat persuasif. Selebgram Bunda Corla sering kali mengajak para *followers*nya agar tertarik terhadap apa yang diucapkan. Selebgram Bunda Corla dengan mempersuasi dengan kalimat-kalimat seperti “anak gue” di Instagram. *The withdrawal style*, yaitu selebgram Bunda Corla termasuk dalam macam gaya komunikasi ini, karena *the withdrawal style* (gaya penarikan) adalah gaya komunikasi yang tidak layak digunakan. Sebagaimana Selebgram Bunda Corla sering kali mengucapkan kata yang cenderung kasar seperti bandit, anjing dan bangsat. Jadi ini termasuk dalam macam gaya komunikasi yang digunakan selebgram Bunda Corla.

Media baru (*new media*) memunculkan media sosial, di mana semua kegiatan yang berhubungan dengan berita, penyampaian pesan itu semua bisa dilakukan dengan sangat cepat dan mudah. Media sosial menjadi alasan utama yang menjadikan semuanya terasa lebih praktis dan mudah. Adanya Instagram manusia bisa memposting suatu foto dan video dengan mudah dan juga bisa memberi komentar kepada postingan seseorang dan memberi pesan atau *Direct Message* (DM) ke akun yang lain. Oleh karena itu, banyak yang menggunakan Instagram sebagai media sosial.

Daftar Pustaka

- Apriyani, Reka. "Pengaruh Media Sosial Instagram dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif menurut Perspektif Islam", *Jurnal CommunicationUIN Raden Intan Lampung*, 4 No. 2, (2020): 11, <https://repository.radenintan.ac.id//11031/1/%202.pdf>
- Asiah, Nur. "Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita dalam Product Endorsment di Instagram", *Skripsi Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau*, 2021: 5-7, <https://repository.uin-suska.ac.id/53582/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>
- Chrismonica. "Profil Bunda Corla, Bunda Pemersatu Bangsa yang Digemari Netizen Hingga Artis", 25 januari 2023, <https://www.orami.co.id/magazine/bunda-corla?page=all>
- Dwi, Silvia Charisma. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas", *Skripsi, Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur*, 2014: 12, <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/28666/6%20BAB%202.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Edisi 2. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Muzayyanah, Ulfah. "Gaya Bahasa Sinisme Pada Kolom Komentar Instagram Nikita Mirzani Terhadap Pelajaran Bahasa Indonesia", *Jurnal Bahasa dan Sastra Universitas Pancasakti Tegal*, 7 No. 3 2019: 7-8, <https://repository.upstegal.ac.id/806/>
- Nugrahani, Farida. "Penggunaan Bahasa Dalam Media Sosial", *Jurnal Stilistika: Kajian Bahasa dan Sastra Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo*, 5 No. 3, 28 Februari 2017: 5-7, <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/stilistika/article/view/1>
- Ribka, Fitriani, Gunawan Saleh. "Pengaruh Media Sosial Instagram dan Whatsapp Terhadap Pembentukan Budaya Alone Together", *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Abdurrah Pekanbaru Riau*, 10 No.2, Desember 2018: 103-104, <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/2673/1708/6273>
- West, Richard. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi 3. Universitas Of Southern Maine: Salemba Humanika, 2018.