



Meme Politik di TikTok: Perspektif Pragmatika Humor sebagai Kritik Sosial Digital

Hidayah Uswatun^{1*}, Anas Ahmadi²

Universitas Negeri Surabaya

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jpbsi.v2i2.2625>

*Correspondence: Hidayah Uswatun

Email: 24020074049@mhs.unesa.ac.id

Received: 29-04-2026

Accepted: 19-05-2026

Published: 11-06-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

beroperasi sebagai mekanisme koreksi sosial kolektif yang diterima secara kultural. Penelitian menyimpulkan bahwa meme politik TikTok menjalankan tiga fungsi sosial sekaligus: wahana kritik sosial yang demokratis, alat pembentukan identitas kolektif bagi Generasi Z, dan ruang katarsis emosional di tengah dinamika demokrasi Indonesia. Temuan ini menegaskan relevansi kerangka GTVH Attardo (1994) pada objek multimodal digital serta menekankan pentingnya literasi digital kritis dalam memanfaatkan meme sebagai ekspresi politik yang bertanggung jawab.

Kata Kunci: Meme Politik; Pragmatika Humor; Tiktok; Kritik Sosial; Implikatur Percakapan

Abstract: *This study aims to analyze humor pragmatics strategies in TikTok political memes as a form of digital social criticism in the context of Indonesia's 2024 Presidential Election. The proliferation of political memes during this period reflects a significant shift in how netizens, particularly Generation Z, engage in political discourse. This study employs a qualitative descriptive method grounded in Grice's (1975) conversational implicature, Sperber and Wilson's relevance theory (via Yus, 2021), and the humor functions proposed by Harpriyanti dkk. (2023). Data comprising 20 TikTok political memes were collected through purposive sampling from 15 different accounts during January–December 2024, with data retrieval conducted in March 2026. Analysis reveals four primary humor strategies: irony (40%), parody (25%), sarcasm (25%), and satire (10%), which function as vehicles for sociopolitical criticism through systematic violations of Grice's maxims of quality and relevance. These violations construct conversational implicatures that embed political critique within apparently humorous content. Irony dominates through audiovisual contrast unique to TikTok's format; parody exploits the platform's remix culture via duet and stitch features; sarcasm channels collective sociopolitical frustration; while satire operates as a culturally sanctioned mechanism of social correction. The study concludes that TikTok political memes simultaneously perform three social functions: democratic social criticism, collective identity formation, and emotional catharsis. These findings affirm the relevance of Attardo's (1994) GTVH framework to digital multimodal objects and underscore the importance of critical digital literacy for Generation Z.*

Keywords: Political Memes; Humor Pragmatics; Tiktok; Social Criticism; Conversational Implicature

Pendahuluan

Fenomena meme politik di platform TikTok merupakan salah satu gejala komunikasi digital yang paling signifikan namun paling kurang dikaji dalam ranah linguistik Indonesia. Di tengah maraknya kajian semiotika terhadap meme di berbagai platform, analisis pragmatika, khususnya yang mengintegrasikan teori implikatur dengan objek audiovisual TikTok masih menjadi wilayah yang relatif kosong. Kekosongan inilah yang menjadi urgensi utama penelitian ini.

Bahasa merupakan instrumen utama komunikasi manusia yang tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai medium ekspresi budaya, ideologi, dan kritik sosial ([Shifman, 2014](#)). Dalam era digital, fungsi bahasa semakin berkembang melampaui batas konvensional: teks, gambar, audio, dan video melebur menjadi satu kesatuan makna yang oleh [Rahardi \(2022\)](#) disebut sebagai wacana multimodal. Pragmatika sebagai cabang linguistik yang menelaah makna dalam konteks penggunaan bahasa menjadi pisau analisis yang relevan untuk memahami fenomena ini, sebagaimana ditegaskan oleh [Yule \(2020\)](#) bahwa pragmatika berkaitan dengan makna yang dikomunikasikan oleh penutur dan diinterpretasikan oleh petutur berdasarkan konteks.

Perkembangan media digital turut mendorong lahirnya genre-genre komunikasi baru, salah satunya adalah meme internet. Meme sebagai unit budaya yang dapat direplikasi, dimodifikasi, dan disebarluaskan secara viral, kini menjadi salah satu bentuk ekspresi paling dominan di ruang digital ([Dawkins, 1976](#)). [Shifman \(2014\)](#) mendefinisikan meme internet sebagai unit konten digital berupa gambar, video, teks, atau kombinasinya yang disebarluaskan melalui proses imitasi, adaptasi, dan remiksiasi. Secara linguistik, meme merupakan teks multimodal yang sarat dengan pelanggaran maksim percakapan dan implikatur yang menghasilkan efek humor, sindiran, hingga kritik sosial. [Wijana \(1996\)](#) menegaskan bahwa pelanggaran prinsip kerja sama dalam konteks humor merupakan mekanisme pragmatik yang disengaja untuk menghasilkan makna tersirat.

Meme politik sebagai salah satu varian meme internet telah menjelma menjadi instrumen komunikasi politik yang signifikan di Indonesia. [Suhantoro & Sufyanto \(2024\)](#) mendefinisikan meme politik sebagai teks multimodal yang secara sadar mengintegrasikan konten politik dengan elemen humor untuk membangun pesan persuasif dan kritis. Di Indonesia, fenomena ini semakin menguat seiring meningkatnya penetrasi internet yang mencapai 213 juta pengguna aktif pada 2023, atau sekitar 77% dari total populasi ([Putra dkk., 2023](#)). [We Are Social & Meltwater \(2024\)](#) melaporkan bahwa Indonesia menempati posisi teratas dunia dalam rata-rata waktu penggunaan media sosial per hari, menjadikannya lahan subur bagi penyebaran konten kritik politik berbentuk meme. [Nasrullah \(2015\)](#) menjelaskan bahwa media sosial sebagai ruang publik digital memiliki karakteristik partisipatif yang memungkinkan setiap warganet menjadi produsen sekaligus distributor konten, termasuk konten kritik politik berupa meme. [Saudi dkk. \(2020\)](#) menegaskan bahwa di Indonesia, digitalisasi partisipasi politik pada generasi muda telah menggeser arena diskursus dari ruang fisik ke platform digital, di mana meme berfungsi sebagai salah satu medium ekspresi politik yang paling aksesibel. [Setiawan & Pratama \(2024\)](#) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa akun-akun resmi pemerintah

dan partai di media sosial selama Pemilu 2024 secara aktif merespons dan berinteraksi dengan konten meme warganet, mengindikasikan pengakuan terhadap meme sebagai kekuatan komunikasi politik yang riil.

Di antara berbagai platform media sosial yang ada, TikTok menempati posisi istimewa sebagai arena distribusi meme politik masa kini. Berdasarkan data [DataReportal \(2025\)](#), Indonesia merupakan negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia dengan lebih dari 157 juta akun aktif. [Mahardika & Susilowati \(2025\)](#) mengkaji komodifikasi TikTok sebagai media komunikasi politik pada Pemilu Presiden 2024 dan menemukan bahwa platform tersebut mengalami transformasi dari media ekspresi personal menjadi arena kontestasi politik. [Indra dkk. \(2024\)](#) menganalisis konten TikTok kandidat capres-cawapres 2024 dan menyimpulkan bahwa kreativitas konten serta relevansi pesan kampanye memengaruhi tingkat keterlibatan pengguna secara signifikan. [Sari & Candrasari \(2023\)](#) membuktikan bahwa 24% pengguna TikTok di Indonesia menggunakannya sebagai sumber informasi politik utama.

Keunikan meme politik di TikTok terletak pada format audiovisualnya yang memungkinkan penggabungan teks, suara, ekspresi wajah, gestur, dan musik dalam satu konten berdurasi pendek, sesuatu yang tidak dimiliki meme statis di platform lain ([Akbari dkk., 2024](#)). [Zhang & Wang \(2025\)](#) menemukan bahwa meme video di TikTok memiliki efek keterlibatan politik yang lebih kuat dibandingkan meme statis, khususnya di kalangan pemilih muda yang sinistis terhadap politik konvensional. [Firamadhina & Krisnani \(2021\)](#) menunjukkan bahwa Generasi Z di Indonesia secara aktif memanfaatkan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai arena edukasi dan aktivisme, termasuk dalam isu-isu sosial-politik. [Armanda dkk. \(2025\)](#) menambahkan bahwa algoritma media sosial seperti TikTok membentuk filter bubble yang memperkuat paparan konten bernilai serupa, sehingga meme politik yang viral cenderung memperkuat pandangan yang sudah ada dan mempercepat pembentukan identitas politik kolektif. [Endraswara \(2013\)](#) menyatakan bahwa dalam penelitian bahasa dan sastra, multimodalitas teks mensyaratkan analisis yang tidak hanya bertumpu pada dimensi verbal, melainkan juga visual dan performatif. [Hantarti & Adiprabowo \(2025\)](#) menemukan bahwa aktivitas repost TikTok oleh generasi Z didorong oleh kebutuhan katarsis emosional dan ekspresi perasaan, mengindikasikan bahwa meme TikTok digunakan sebagai alat self-expression dan konstruksi identitas sosial-politik.

Kajian terdahulu tentang meme politik di Indonesia sebagian besar masih berfokus pada pendekatan semiotika. [Saputri dkk. \(2025\)](#) menganalisis representasi kritik sosial melalui semiotika Barthes pada meme penjual es teh; [Putra dkk. \(2023\)](#) mengkaji meme politik sebagai representasi kuasa simbolik; dan [Baharudin & Fajarini \(2024\)](#) membaca meme Gibran Rakabuming Raka di platform X dengan pendekatan serupa. Di sisi pragmatika, [Akbari dkk. \(2024\)](#) mengaplikasikan teori relevansi pada humor dark jokes di TikTok, namun tidak berfokus pada dimensi politik. [Rahmawati dkk. \(2022\)](#) mengkaji implikatur percakapan dalam video satire Bintang Emon di Twitter dan menemukan bahwa pelanggaran maksim relevansi mendominasi tuturan satiris digital. [Rahma dkk. \(2022\)](#) mengkaji wacana kritik pandemi dalam meme Instagram. [Neyarasmis & Hasbi \(2024\)](#)

menganalisis bahasa sindiran di Twitter/X dari perspektif pragmatik. [Herowati & Ahmadi \(2025\)](#) menganalisis implikatur nonkonvensional pada program YouTube. [Alatas dkk. \(2025\)](#) mengkaji penalaran kritis dalam wacana akademik dari perspektif pragmatika. [Ashari & Suhendi \(2021\)](#) menganalisis wacana kritis meme politik di Instagram dan menemukan bahwa meme berfungsi sebagai alat perlawanan simbolik. [Jamaludin dkk. \(2021\)](#) mengkaji fenomena meme politik sebagai bentuk komunikasi satire di media sosial Indonesia. [Kurniawan \(2020\)](#) menerapkan analisis semiotika pada meme politik Instagram pada Pemilu 2019. Fubara (2020) menganalisis wacana humor dan ironi dalam meme media sosial dari perspektif pragmatika dan menemukan bahwa meme menggunakan bahasa secara strategis untuk menyampaikan makna tersirat yang melampaui teks harfiahnya. [Ismiyatin & Agustina \(2022\)](#) menganalisis implikatur komentar netizen pada konten media sosial dan menemukan bahwa ujaran bermuatan kritik sosial secara konsisten menggunakan strategi pelanggaran maksim untuk menyampaikan pesan yang lebih kuat daripada ekspresi langsung. [Boukhelef dkk. \(2023\)](#) membuktikan bahwa pelanggaran maksim relevansi Grice paling dominan menciptakan efek humor dalam wacana digital. [Ali & Husain \(2024\)](#) menegaskan bahwa humor dalam wacana digital berfungsi sebagai komentar sosial, subversi narasi dominan, dan pembentukan komunitas. Dengan demikian, penelitian yang secara khusus mengintegrasikan analisis pragmatika humor, terutama implikatur Grice dengan meme berkonten politik di TikTok masih sangat jarang, dan inilah celah yang hendak diisi penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini merumuskan satu pertanyaan utama: bagaimana strategi pragmatika humor dalam meme politik TikTok berfungsi sebagai bentuk kritik sosial digital? Pertanyaan ini mencakup identifikasi strategi humor yang digunakan, pelanggaran maksim Grice yang mengonstruksi implikatur kritis, serta fungsi sosial yang dihasilkan. Novelty penelitian ini terletak pada integrasi analisis pragmatika humor pada objek audiovisual TikTok yang selama ini belum banyak dikaji dari perspektif linguistik kritis.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatika humor. [Creswell \(2014\)](#) menegaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang tepat digunakan ketika peneliti berupaya memahami makna yang diatribusikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial atau kemanusiaan, definisi yang sesuai dengan tujuan penelitian ini untuk memahami bagaimana warganet mengonstruksi dan memaknai kritik sosial-politik melalui meme TikTok. [Mahsun \(2017\)](#) menjelaskan bahwa dalam penelitian bahasa, metode kualitatif deskriptif sesuai digunakan ketika peneliti berupaya menggambarkan, menjelaskan, dan memahami fenomena kebahasaan berdasarkan data yang dikumpulkan secara alami dari konteks penggunaannya. [Endraswara \(2013\)](#) menegaskan bahwa pendekatan kualitatif dalam penelitian bahasa dan sastra memungkinkan peneliti memahami makna secara holistik melalui interpretasi terhadap konteks budaya dan sosial yang melingkupi data.

[Wijana \(1996\)](#) menjelaskan bahwa penelitian pragmatika yang baik harus mampu menghubungkan antara data kebahasaan dengan konteks sosial yang melatarbelakanginya.

Pendekatan pragmatika humor digunakan untuk memahami bagaimana meme politik di TikTok mengonstruksi implikatur kritis melalui strategi-strategi humor tertentu. Menurut [Harpriyanti dkk. \(2023\)](#), pendekatan pragmatika humor memungkinkan peneliti memahami dimensi sosial dan kritis dari tindak tutur yang secara permukaan tampak hanya sebagai hiburan. Dalam konteks penelitian bahasa digital, [Rahardi \(2022\)](#) menyatakan bahwa kajian pragmatika kontemporer perlu mengakomodasi dimensi multimodal karena makna tidak lagi hanya dibentuk oleh bahasa verbal semata, melainkan oleh interaksi antarberbagai mode semiotik.

Sumber data penelitian ini adalah meme berkonten politik yang diunggah di platform TikTok. Data primer dikumpulkan selama periode Januari-Desember 2024, yaitu momen puncak produksi meme politik yang bertepatan dengan penyelenggaraan Pemilu Presiden dan Legislatif 2024 di Indonesia. Penetapan periode ini didasarkan pada pertimbangan relevansi dan kebaruan data. Proses pengambilan data dilakukan secara daring pada bulan Maret 2026 dengan menelusuri konten meme bermuatan politik melalui tagar-tagar relevan di TikTok, yakni #meme, #pilpres2024, #debatcapres2024, #debatcawapres2024, #capres2024, #cawapres2024, #aniesbaswedan, #prabowo, #gibranrakabuming, #cakimin, dan #ganjarpranowo. Data dikumpulkan dari berbagai akun secara purposive sampling, bukan terbatas pada satu akun agar representasi strategi humor lebih variatif dan menghindari bias kreator tunggal ([Moleong, 2018](#)). Dari hasil penelusuran tersebut, diperoleh data meme dari berbagai akun antara lain @pandjiuthi, @memenyengir, @VILLAIN, @kei, @ayam mencret, @Chelsyana Putri, @X Drake, @HNH Skincare Daily, @Kawan Anies, @A, @_February, @Bibihabibi95, @PolitikKopi, @SALUAK KREASI, @titans, dan akun-akun lainnya yang kontennya memenuhi seluruh kriteria inklusi.

Kriteria inklusi data meliputi: (1) konten mengandung unsur humor (satire, parodi, ironi, atau sarkasme), (2) bermuatan kritik terhadap isu sosial-politik aktual, (3) teridentifikasi sebagai meme melalui penggunaan template visual atau audio yang direplikasi secara komunal (Shifman, 2014), dan (4) memiliki minimal 10.000 penayangan sebagai indikator viralitas. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 47 meme yang memenuhi seluruh syarat, kemudian direduksi menjadi 20 meme representatif sebagai korpus analisis utama. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yakni mencatat dan mentranskripsikan elemen verbal (teks overlay dan narasi lisan) serta elemen visual (ekspresi wajah, gestur, latar belakang, musik latar) dari setiap meme terpilih. [Wijana \(1996\)](#) menyatakan bahwa dalam penelitian pragmatika, transkripsi data tuturan, termasuk konteks situasional merupakan langkah fundamental untuk memastikan ketepatan analisis implikatur.

Analisis data menggunakan triangulasi tiga kerangka teori secara berlapis mengikuti model [Miles, Huberman, & Saldaña \(2014\)](#): reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Kerangka pertama adalah teori implikatur percakapan [Grice \(1975\)](#) untuk mengidentifikasi pelanggaran maksim dan makna tersirat. Kerangka kedua adalah teori relevansi [Sperber & Wilson \(via Yus, 2021\)](#) untuk menelaah bagaimana elemen audiovisual

TikTok bekerja bersama menciptakan efek humor. Kerangka ketiga adalah fungsi humor [Harpriyanti dkk. \(2023\)](#) untuk mengklasifikasikan fungsi sosial humor yang ditemukan. Validitas penelitian dijamin melalui triangulasi sumber (berbagai akun TikTok berbeda), triangulasi teori (tiga kerangka teori), dan member check bersama lima informan berusia 18-25 tahun yang merupakan pengguna aktif TikTok dan konsumen meme politik, untuk memastikan ketepatan penafsiran implikatur dalam konteks budaya digital Indonesia [\(Mahsun, 2017\)](#).

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Data

Berdasarkan penelusuran melalui tagar-tagar relevan di TikTok selama periode Januari-Desember 2024 dengan pengambilan data pada Maret 2026, diperoleh 47 meme politik yang memenuhi seluruh kriteria inklusi penelitian. Setelah dilakukan reduksi data, dipilih 20 meme representatif sebagai korpus analisis utama yang mewakili keragaman strategi humor dan isu sosial-politik yang dikritik [\(Miles dkk. 2014\)](#). Meme-meme tersebut berasal dari 15 akun TikTok yang berbeda, sehingga menghindari dominasi satu kreator dan memastikan keberagaman perspektif. Secara tematis, isu yang paling banyak muncul adalah kritik terhadap proses kandidasi dan dinamika Pemilu 2024 (55%), diikuti pernyataan kontroversial pejabat publik (25%), kebijakan ekonomi pemerintah (10%), serta isu hukum dan integritas politik (5%).

Distribusi strategi humor yang ditemukan dari 20 meme korpus utama adalah sebagai berikut: ironi mendominasi dengan 8 meme (40%), diikuti parodi dan sarkasme masing-masing 5 meme (25%), serta satire 2 meme (10%). Dominasi ironi mengindikasikan kecenderungan kreator meme untuk mengemas kritik melalui kontras audiovisual yang khas platform TikTok, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas tanpa konfrontasi langsung [\(Suhantoro & Sufyanto, 2024\)](#). Kemunculan sarkasme yang signifikan mencerminkan tingginya frustrasi sosial-politik yang ingin diungkapkan oleh warganet pada periode Pemilu 2024, sebuah fenomena yang juga diamati oleh [Rahmawati dkk. \(2022\)](#) dalam kajian mereka terhadap video satire Bintang Emon di Twitter.

Table 1: Korpus Data Meme Politik TikTok

Nama Akun	Tanggal Unggahan	Jumlah Viewers	Kategori
@X Drake	07-02-2024	119,9 rb	Ironi
@Vial	17-02-2024	132 rb	Sarkasme
@_February	12-01-2024	97,5 rb	Parodi
@Kei	17-01-2024	302,8 rb	Ironi
@ayam mencret	24-02-2024	54,8 rb	Parodi
@Bibihabibi95	10-12-2024	58,3 rb	Sarkasme
@memenyengir	23-01-2024	184,8 rb	Ironi
@VILLAIN	23-01-2024	166,4 rb	Parodi
@pandjiuthi	11-02-2024	869,1 rb	Parodi
@Valzyy	15-02-2024	17,1 rb	Sarkasme
@Rian_F5	29-01-2024	49,9 rb	Ironi
@Chelsyana Putri	04-02-2024	318,4 rb	Sarkasme
@kei	18-01-2024	348,2 rb	Ironi

@HNH Skincare	29-10-2024	317,5 rb	Sarkasme
@Kawan Anies	22-01-2024	123,4 rb	Ironi
@A	30-01-2024	939,7 rb	Parodi
@Rai	19-01-2024	621 rb	Ironi
@SALUAK KREASI	28-11-2024	58 rb	Satire
@titans	21-01-2024	887,3 rb	Ironi
@PolitikKopi	29-10-2024	28,3 rb	Satire

Strategi Satire: Pelanggaran Maksim Kualitas sebagai Mekanisme Kritik

Satire merupakan strategi humor yang ditemukan pada 2 meme (10%) dalam korpus data, meskipun tidak mendominasi secara kuantitas, satire memiliki kedalaman kritik yang paling substantif. Dalam kerangka [Grice \(1975\)](#), satire bekerja terutama melalui pelanggaran maksim kualitas penutur secara sadar menyatakan sesuatu yang tidak sepenuhnya benar atau melebih-lebihkan kenyataan untuk menghasilkan implikatur yang menyindir. Hal ini sejalan dengan apa yang disebut Yus (2021) sebagai incongruity resolution: audiens memproses ketidaksesuaian antara pernyataan dalam meme dan realitas yang diketahui bersama sebagai sinyal untuk mencari makna tersirat yang sesungguhnya.

Sebagai contoh konkret, meme dari akun @Vial (17 Februari 2024, 132 ribu suka) menampilkan teks overlay: “Boleh bohong, asal santun. Boleh nipu, asal santun. Boleh curi, asal santun. Boleh korupsi, asal santun.” Teks tersebut merupakan parodi atas pernyataan viral seorang figur publik yang menekankan pentingnya kesantunan dalam berpolitik, yang kemudian disandingkan dengan berita pangkasan subsidi BBM demi program makan siang gratis. Meme ini melanggar maksim kualitas dengan mengajukan serangkaian klaim yang jelas tidak sesuai dengan norma sosial bahwa kebohongan, penipuan, pencurian, dan korupsi bisa dibenarkan asalkan dilakukan dengan santun. [Akbari dkk. \(2024\)](#) menemukan mekanisme serupa pada konten satiris TikTok yang bekerja melalui juxtaposition antara teks verbal dan elemen visual untuk membangun makna kritis. [Wijana \(1996\)](#) menegaskan bahwa humor yang dibangun melalui pelanggaran maksim kualitas bersifat indirek, di mana pesannya tersirat dalam ketidaksesuaian antara apa yang diucapkan dan apa yang diketahui oleh audiens.

Kutipan Meme – @SALUAK KREASI, “tetap penderitaan kita tanggung sendirian paham” (28-11-2024, 58 rb suka)

Representasi satire sistemik yang paling kuat dalam korpus ditemukan pada meme dari akun @SALUAK KREASI yang diunggah pada 28 November 2024, bertepatan dengan momen Pilkada 2024. Meme ini menampilkan video seseorang sedang memilih di TPS berlatar musik Beautiful Things, dengan teks overlay: “tetap penderitaan kita tanggung sendirian paham.” Berbeda dari satire yang menasar kandidat atau kebijakan tertentu, meme ini beroperasi pada level yang lebih dalam: ia tidak mengkritik siapapun secara spesifik, melainkan mengafirmasi pesimisme kolektif bahwa siapapun yang terpilih, kondisi struktural yang menyengsarakan rakyat akan tetap sama. Inilah yang dimaksud [Harpriyanti dkk. \(2023\)](#) sebagai satire koreksi sosial kolektif bukan serangan personal,

melainkan refleksi kritis terhadap sistem. Pelanggaran maksim relevansi tampak dari juxtaposition antara momen pemilihan yang secara konvensional diasosiasikan dengan harapan demokratis, dengan teks yang justru mengafirmasi keputusan. [Susanti dkk. \(2024\)](#) dalam penelitian khusus tentang pesan politik humor di TikTok menjelang Pemilu 2024 menemukan bahwa konten satire mendapat respons paling positif dari penonton muda karena dianggap jujur tanpa menggurui. [Nasrullah \(2015\)](#) menjelaskan bahwa media sosial sebagai ruang publik digital memiliki potensi demokratisasi komunikasi, dan meme seperti ini merupakan salah satu ekspresi paling jujur dari warga yang merasa suaranya tidak benar-benar berdampak pada kehidupan mereka. [Wumbu dkk. \(2024\)](#) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa Generasi Z memanfaatkan media sosial sebagai wadah partisipasi politik alternatif ketika saluran formal terasa tidak responsif.

Strategi Ironi: Kontras Verbal-Visual sebagai Pembawa Implikatur

Ironi merupakan strategi humor yang paling dominan dalam korpus dengan 8 meme (40%). Ironi bekerja dengan cara menyampaikan makna yang berlawanan dengan kata-kata atau tampilan visual yang disajikan. Dalam meme TikTok, keunikan ironi terletak pada dimensi audiovisualnya: ironi tidak hanya dibangun melalui teks, tetapi juga melalui kombinasi teks, ekspresi wajah kreator, pilihan musik latar, dan elemen visual yang saling berkontradiksi ([Rahardi, 2022](#)). [Attardo \(1994\)](#) dalam teorinya *tentang General Theory of Verbal Humor (GTVH)* menjelaskan bahwa ironi bekerja melalui mekanisme script opposition dua kerangka pengetahuan yang saling bertentangan diaktifkan secara bersamaan, dan ketegangan di antara keduanya itulah yang menghasilkan efek humor sekaligus kritik.

Kutipan Meme – @titans, “etika?” (21-01-2024, 887,3 rb suka)

Salah satu contoh paling representatif adalah meme dari akun @titans (21 Januari 2024, 887,3 ribu suka yang menjadikannya tertinggi dalam seluruh korpus). Meme tersebut menampilkan klip rekaman layar debat cawapres keempat Pemilu 2024 yang memperlihatkan Gibran Rakabuming Raka dalam posisi menunduk dan menggaruk kepala, dengan satu kata teks overlay: “etika?” Kata tunggal yang bernada retoris ini tidak menyertakan subjek, objek, maupun konteks verbal lain dan justru itulah mekanisme ironinya bekerja. Audiens dipaksa mengaktifkan shared knowledge tentang sejumlah kontroversi sikap Gibran selama sesi debat untuk kemudian menginferensi implikatur: bahwa kandidat cawapres tersebut dinilai tidak memenuhi standar etika forum debat formal. [Yus \(2021\)](#) menyebut mekanisme ini sebagai ostensive-inferential communication, di mana kesenjangan informasi disengaja untuk mendorong penonton melakukan upaya inferensial secara mandiri. Resonansi implikatur ini terbukti dari jumlah suka yang mencapai 887,3 ribu, tertinggi dalam keseluruhan korpus data penelitian ini.

Kutipan Meme – @memenyengir, “saya juga ingin mencari jawabannya” (23-01-2024, 184,8 rb suka)

Pola ironi serupa ditemukan pada meme dari akun @memenyengir (23 Januari 2024, 184,8 ribu suka). Meme ini menampilkan tangkapan layar debat cawapres yang memperlihatkan ketiga kandidat: Mahfud MD, Muhaimin Iskandar, dan Gibran Rakabuming berdiri berdampingan, dengan teks overlay: "saya juga ingin mencari jawabannya." Frasa tersebut merupakan kutipan langsung dari jawaban Gibran atas salah satu pertanyaan debat yang oleh banyak penonton dianggap tidak substansial. Dalam kerangka Grice (1975), ini merupakan pelanggaran ganda: maksim kuantitas (jawaban terlalu minim informasi) sekaligus maksim kualitas (pernyataan tidak sesuai ekspektasi peran seorang kandidat). Yang menarik, kreator memberi disclaimer dalam caption: "kata buzzer ini editan, gua netral aja ygy, konten ini cuma hiburan ya pak bu" sebuah strategi self-protection yang justru, sebagaimana dicatat [Rahardi \(2022\)](#), semakin memperkuat pembacaan ironi karena menandai secara eksplisit bahwa konten tersebut tidak dimaksudkan harfiah.

Dalam konteks meme TikTok Indonesia, ironi memungkinkan kreator menyampaikan ketidaksetujuan terhadap kebijakan atau pernyataan pejabat tanpa perlu membuat klaim langsung yang dapat berujung pada masalah hukum. [Alatas dkk. \(2025\)](#) berargumen bahwa ironi merupakan strategi retorik yang paling efektif untuk membangun argumentasi kritis tanpa memancing konfrontasi langsung. Grice (1975) menjelaskan bahwa pelanggaran maksim kualitas yang menghasilkan ironi ini mensyaratkan pengetahuan kontekstual yang kuat dari audiens, menjadikan meme ironis sebagai bentuk komunikasi yang kohesif di kalangan komunitas pengguna TikTok yang berbagi referensi budaya dan politik yang sama.

Strategi Parodi: Remiksiasi Teks Resmi sebagai Subversi Makna

Parodi ditemukan pada 5 meme (25%) dalam korpus dan bekerja dengan cara menduplikasi, memodifikasi, atau membingkai ulang konten resmi seperti iklan kampanye, pernyataan resmi, atau konten media mainstream untuk menghasilkan makna yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan maksud aslinya. Mekanisme ini berkaitan erat dengan pelanggaran maksim relevansi dalam kerangka Grice (1975): dengan menggabungkan elemen-elemen yang secara kontekstual tidak berkaitan, meme parodi memaksa audiens mencari makna tersembunyi di balik juxtaposition yang tampak tidak masuk akal.

TikTok memiliki fitur duet dan stitch yang secara teknis memfasilitasi produksi parodi: kreator dapat merespons langsung video asli sebuah figur publik dan menambahkan komentar visual atau verbal yang memodifikasi makna video aslinya. [Shifman \(2014\)](#) menyebut praktik ini sebagai remix culture, karakteristik fundamental meme internet sebagai komunikasi partisipatif. [Harpriyanti dkk. \(2023\)](#) menjelaskan bahwa parodi dalam konteks humor lokal berfungsi sebagai bentuk negosiasi makna antara penutur dan audiens yang berbagi pengetahuan latar belakang yang sama dalam hal ini, konteks politik Indonesia.

Kutipan Meme – @pandjiuthi, “RAP BATTLE PILPRES 2024 – digitalisasi, birokrasi”
(11-02-2024, 869,1 rb suka)

Contoh paling representatif dari strategi parodi adalah meme dari akun @pandjiuthi (11 Februari 2024, 869,1 ribu suka). Meme ini memarodikan format “Epic Rap Battles of History” serial YouTube internasional yang mempertemukan dua figur berlawanan dalam duel rap untuk mengemas kritik terhadap ketiga pasangan capres-cawapres Pilpres 2024. Elemen verbal yang tampak antara lain frasa “digitalisasi, birokrasi” yang merupakan kutipan langsung jargon kampanye, diucapkan dalam format rap yang ritmis dan dipenuhi rima kontras yang menghasilkan efek parodi sekaligus kritik. Mekanisme parodi bekerja melalui pelanggaran maksim relevansi Grice (1975): format rap battle yang biasanya digunakan untuk hiburan pop diisi dengan konten debat politik serius, sehingga juxtaposition tersebut membangun implikatur bahwa janji-janji kampanye ketiga paslon tidak lebih substansial dari sebuah pertunjukan rap. [Attardo \(1994\)](#) menyebut strategi seperti ini sebagai narrative strategy dalam humor penggunaan kerangka naratif yang sudah dikenal audiens untuk menyelipkan konten kritis yang tidak akan mudah diterima jika disampaikan secara langsung. [Nasrullah \(2015\)](#) menyatakan bahwa meme sebagai konten media sosial beroperasi dalam budaya partisipatif di mana produksi, distribusi, dan konsumsi konten tidak dapat dipisahkan, dan parodi dalam meme TikTok merupakan manifestasi paling nyata dari karakteristik partisipatif tersebut. [Nugraha dkk. \(2015\)](#) memperkuat pandangan ini dengan menemukan bahwa fenomena meme di Indonesia beroperasi dalam ekosistem komunikasi yang menjadikan remiksiasi sebagai norma, bukan pengecualian, terutama ketika konten yang diremiks berkaitan dengan figur publik dan peristiwa politik.

Strategi Sarkasme: Ekspresi Frustrasi Sosial-Politik dalam Bahasa Gaul Digital

Sarkasme ditemukan pada 5 meme (25%) dalam korpus dan merupakan strategi humor yang paling eksplisit sekaligus paling kontroversial. Berbeda dari ironi yang bersifat ambigu, sarkasme secara lebih terang-terangan menyampaikan ketidaksetujuan atau kecaman terhadap target melalui kontras antara nada positif dan makna negatif yang dimaksudkan ([Grice, 1975](#)). [Pratiwi \(2022\)](#) dalam kajiannya tentang sarkasme pada meme Instagram menemukan bahwa sarkasme di media sosial berfungsi sebagai strategi stilistika yang menyampaikan kritik melalui bahasa yang seolah positif. [Tampubolon & Fathurani \(2024\)](#) mengonfirmasi bahwa sarkasme di TikTok tidak hanya bersifat retorik, melainkan mencerminkan keterkaitan mendalam antara struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial-politik. [Azis dkk. \(2025\)](#) dalam kajian mereka tentang sarkasme di kalangan remaja Indonesia menemukan bahwa sarkasme berfungsi sebagai alat komunikasi kelompok yang membangun solidaritas sekaligus menyuarakan ketidakpuasan kolektif temuan yang selaras dengan pola sarkasme dalam meme TikTok yang dikaji dalam penelitian ini.

Fenomena ini berkaitan dengan apa yang disebut [Solihah & Ahmadi \(2022\)](#) sebagai mekanisme pertahanan ego melalui humor: individu menyalurkan frustrasi dan ketidakpuasan terhadap realitas sosial-politik melalui sarkasme yang tampak ringan

namun menyimpan muatan psikologis dan sosial yang dalam. [Raharjo dkk. \(2024\)](#) dan [Ambarwati dkk. \(2023\)](#) memperkuat perspektif ini dengan menunjukkan dimensi psikologis ekspresi digital sebagai mekanisme coping bagi kelompok yang merasa suaranya tidak didengar melalui saluran formal.

Kutipan Meme – @Valzyy, “amin menang wajib, amin kalah dosa” (15-02-2024, 17,1 rb suka)

Dimensi sarkasme yang berbeda ditemukan pada meme dari akun @Valzyy (15 Februari 2024). Meme ini menampilkan data real count Kawal Pemilu 2024 – Pasangan Anies-Muhaimin 31,03%, Prabowo-Gibran 57,39%, Ganjar-Mahfud 16,63% – di bagian atas, lalu di bawahnya teks overlay di atas gambar api neraka: “52% dan 16% yg milih 02, 03 di akhirat nanti.” Caption meme berbunyi: “amin menang wajib, amin kalah dosa.” Meme ini menggunakan sarkasme religius yang khas konteks sosial Indonesia: slogan “amin menang wajib, amin kalah dosa” yang semula beredar sebagai narasi mobilisasi pemilih di komunitas pendukung paslon 01, diputarbalikkan menjadi bahan sindiran atas politisasi agama dalam wacana Pilpres 2024. Pelanggaran maksim kualitas tampak dari klaim yang tidak mungkin diverifikasi secara empiris (nasib akhirat pemilih), namun implikaturinya sangat jelas bagi audiens yang mengenal konteks: mengkritik retorika religius yang digunakan untuk mendelegitimasi pilihan politik pihak lain. [Suhantoro & Sufyanto \(2024\)](#) mencatat bahwa sarkasme berbasis simbolisme religius merupakan bentuk meme dengan tensi sosial-politik tertinggi dalam ekosistem digital Indonesia karena beroperasi di irisan antara identitas keagamaan dan afiliasi politik yang sama-sama sensitif.

Dari sisi pragmatika, sarkasme dalam meme TikTok umumnya bekerja melalui pelanggaran simultan terhadap dua atau lebih maksim Grice: maksim kualitas (menyatakan yang tidak benar) sekaligus maksim cara (menggunakan ekspresi yang berlebihan atau tidak proporsional). Pelanggaran ganda ini menghasilkan efek sarkasme yang lebih kuat dibandingkan pelanggaran maksim tunggal, sebagaimana dinyatakan oleh [Wijana \(1996\)](#) bahwa keefektifan humor berbanding lurus dengan kompleksitas pelanggaran prinsip kerja sama yang digunakan. Hal ini sejalan dengan temuan [Rahmawati dkk. \(2022\)](#) yang menemukan bahwa tuturan satiris dalam video komedi digital Bintang Emon di Twitter secara konsisten melibatkan pelanggaran lebih dari satu maksim secara bersamaan untuk menghasilkan implikatur kritis yang berlapis.

Fungsi Sosial Meme Politik TikTok sebagai Kritik Sosial Digital

Dari keempat strategi humor yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa meme politik TikTok menjalankan tiga fungsi sosial utama yang saling berkaitan. Pertama, fungsi kritik sosial. Meme berfungsi sebagai wahana penyampaian kritik terhadap isu-isu sosial-politik yang dirasakan masyarakat, terutama oleh kelompok yang tidak memiliki akses ke saluran komunikasi formal ([Suhantoro & Sufyanto, 2024](#)). [AlAfnan \(2025\)](#) menegaskan bahwa meme kini telah berkembang dari sekadar hiburan menjadi alat aktif dalam membentuk, menyebarkan, dan mempertahankan wacana politik di platform digital.

[Baharudin & Fajarini \(2024\)](#) menunjukkan bahwa meme politik di platform digital berfungsi sebagai arena pertarungan modal simbolik di mana berbagai kelompok berusaha membingkai ulang realitas politik. Fungsi kritik sosial ini terlihat konkret pada meme @Vial yang menampilkan teks “Boleh bohong, asal santun” implikasinya tegas: bahwa kesantunan retorik tidak sepadan dengan kebijakan yang dinilai merugikan rakyat, menjadikan meme sebagai bentuk nyata partisipasi politik warga yang tidak memiliki platform formal untuk menyuarakan ketidaksetujuannya.

Kedua, fungsi pembentukan identitas kolektif. Meme TikTok tidak hanya dikonsumsi pasif, melainkan juga disebarluaskan ulang sebagai bentuk afirmasi identitas dan ekspresi kepemilikan terhadap suatu sikap politik. [Pusanti & Haryanto \(2015\)](#) menunjukkan bahwa meme politik sejak Pemilu 2014 telah berfungsi sebagai media representasi kritik yang melampaui sekadar hiburan, mencerminkan partisipasi politik warga melalui ekspresi digital. [Hantarti & Adiprabowo \(2025\)](#) menunjukkan bahwa aktivitas repost TikTok oleh generasi Z didorong oleh kebutuhan mengekspresikan diri dan membangun self-image di ruang digital. Hal ini tercermin konkret pada meme @A (30 Januari 2024, 939,7 ribu suka yang sekaligus tertinggi dalam seluruh korpus) yang menampilkan klip Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar mengenakan kimono senada dengan teks overlay “me with that one smol friend”. Penggunaan template audio-visual yang lazim dipakai untuk konten pertemanan personal bukan konten politik yang menunjukkan bagaimana kreator secara aktif mengonstruksi identitas paslon favoritnya sebagai sosok yang relatable di mata pemilih muda. [Handayani dkk. \(2022\)](#) menemukan bahwa identitas digital warganet Indonesia dibentuk secara aktif melalui pilihan konten yang mereka buat dan bagikan di media sosial, termasuk meme, yang berfungsi sebagai penanda afiliasi kelompok sosial-politik. Dengan me-repost meme politik tertentu, pengguna secara implisit menyatakan posisi politiknya dan mengidentifikasikan diri dengan komunitas yang berbagi pandangan yang sama, menjadikan meme TikTok sebagai alat pembentukan identitas politik yang efektif terutama di kalangan pemilih muda perdana Pemilu 2024 ([Indra dkk., 2024](#)).

Ketiga, fungsi katarsis sosial. [Solihah & Ahmadi \(2022\)](#) menemukan bahwa mekanisme pertahanan ego dalam teks digital tersublimasi melalui humor satiris, yang memungkinkan individu menyalurkan ketidakpuasan dengan cara yang relatif aman secara sosial. [Pratama dkk. \(2023\)](#) menemukan bahwa penggunaan media digital untuk ekspresi politik di kalangan milenial dan Gen Z semakin bergeser dari partisipasi formal ke partisipasi informal berbasis konten kreatif seperti meme, karena dianggap lebih efektif menyentuh emosi audiens. [Rahardi \(2005\)](#) menjelaskan bahwa dalam pragmatika, penggunaan bentuk tidak langsung termasuk humor seringkali dipilih penutur ketika menyampaikan kritik untuk meminimalkan ancaman terhadap muka (face-threatening act) lawan tutur maupun diri sendiri. Dalam konteks politik Indonesia yang sering kali terasa berjarak antara aspirasi rakyat dan keputusan elit, meme TikTok berfungsi sebagai ruang katarsis yang menyediakan pelepasan emosi kolektif secara konstruktif. [Nasrullah \(2015\)](#) menambahkan bahwa media sosial sebagai ruang publik digital memiliki potensi

demokratisasi komunikasi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan, dan meme politik TikTok merupakan salah satu manifestasi paling nyata dari potensi tersebut.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa meme politik TikTok merupakan manifestasi konkret dari pragmatika humor sebagai bentuk kritik sosial digital, yang beroperasi melalui empat strategi utama: ironi (40%), parodi (25%), sarkasme (25%), dan satire (10%). Keempat strategi tersebut secara sistematis memanfaatkan pelanggaran maksim kerja sama Grice—terutama maksim kualitas dan relevansi—untuk membangun implikatur percakapan kritis yang menyematkan pesan politik dalam balutan humor. Ironi mengeksploitasi kontras audiovisual khas TikTok; parodi memanfaatkan budaya remiksiasi melalui fitur duet dan stitch; sarkasme menjadi saluran frustrasi sosial-politik yang tersublimasi; dan satire beroperasi sebagai mekanisme koreksi sosial kolektif yang diterima secara kultural. Secara fungsional, meme TikTok menjalankan tiga peran sosial sekaligus: wahana kritik sosial yang demokratis, alat pembentukan identitas kolektif bagi Generasi Z, dan ruang katarsis emosional di tengah dinamika politik Indonesia. Implikasi teoretis penelitian ini adalah perlunya pengembangan kerangka analisis pragmatika multimodal yang mengintegrasikan elemen verbal, visual, audio, dan interaksional khas platform digital, sehingga kerangka GTVH Attardo (1994) dan prinsip kerja sama Grice (1975) tetap relevan dan produktif pada objek kajian digital kontemporer. Secara praktis, temuan ini menegaskan pentingnya literasi digital kritis bagi Generasi Z agar mampu memahami dan memanfaatkan meme sebagai instrumen ekspresi politik yang bertanggung jawab dalam ruang demokrasi digital; sebagaimana ditekankan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (2023) bahwa penguatan literasi digital nasional merupakan prioritas strategis di era informasi. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan mengkaji respons audiens terhadap meme politik TikTok melalui analisis komentar secara kuantitatif dan kualitatif, serta membandingkan strategi humor lintas platform (TikTok, Instagram, X/Twitter) guna memperoleh gambaran lebih komprehensif tentang ekosistem kritik sosial digital Indonesia, mengingat [Sitorus \(2024\)](#) dan [Nabila dkk. \(2024\)](#) telah membuktikan perbedaan signifikan pola polarisasi dan literasi politik di antara platform-platform tersebut.

Daftar Pustaka

- Akbari, A., Noortyani, R., & Rafiek, M. (2024). Kajian pragmatik terhadap kritik sosial melalui humor dark jokes Tretan Coki pada akun 'TikTok' Komedi.Gelapp. *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya (JBSP)*, 14(2), 224–237. <https://doi.org/10.20527/jbsp.v14i2.20485>
- AlAfnan, M. A. (2025). The role of memes in shaping political discourse on social media. *Communication Theory*, 31(3), 491–505. <https://doi.org/10.1093/ct/qtz043>
- Alatas, M. F., Ahmadi, A., & Yohanes, B. (2025). Critical reasoning in academic discourse: A pragmatic analysis. *Ghuru: Jurnal Pendidikan dan Kependidikan*, 1(2), 80–91.
- Ali, S. W., & Husain, N. (2024). Humor in digital discourse: A pragmatic analysis of memes on social media. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(3), 72–81.

- Ambarwati, E., Hidayah, R., Murniatie, Ahmadi, A., & Funada, I. (2023). Exploring memory, spice aromas, and culinary narrative in Javanese literary tradition. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 796, 23–29. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-144-9_4
- Armanda, D., Afaf, D., & Krisdahyanto, R. (2025). Filter bubble dan echo chamber: Pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 2, 1124–1129. <https://doi.org/10.62379/jiksp.v2i4.2669>
- Attardo, S. (1994). *Linguistic theories of humor* (hlm. vi + 426). Mouton de Gruyter.
- Azis, A., Hasmawati, F., & Muzaiyanah. (2025). Analisa penggunaan kata sarkasme dalam perspektif komunikasi kelompok (Studi kasus pada remaja Desa Paldas Kec. Rantau Bayur Kab. Banyuasin). *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.47134/jpbsi.v1i1.2093>
- Azizah, F. I., Ahmadi, A., & Yuniseffendri. (2023). Kombinasi media pembelajaran modern dan tradisional dalam pembelajaran bahasa Indonesia. *JPPi: Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 3(2), 218–230. <https://doi.org/10.53299/jppi.v3i2.349>
- Baharudin, U., & Fajarini, S. D. (2024). Meme komunikasi politik atas Gibran Rakabuming Raka di media sosial X. *Madia: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 173–188. <https://doi.org/10.36085/madia.v5i1.7934>
- Boukhelif, N., Abdelhadi, A., & Sahli, N. (2023). Relevance maxim violation and conversational implicature in online humorous discourse. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 19(4), 98–105.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- Endraswara, S. (2013). *Metodologi penelitian sastra: Epistemologi, model, teori, dan aplikasi* (hlm. xii + 204). CAPS.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199–208. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Fubara, S. J. (2020). A pragmatic analysis of the discourse of humour and irony in selected memes on social media. *International Journal of Language and Literary Studies*, 2(2), 76–95. <https://doi.org/10.36892/ijlls.v2i2.281>
- Grice, H. P. (1975). *Logic and conversation*. Dalam P. Cole & J. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics: Speech acts* (Vol. 3, hlm. 41–58). Academic Press.
- Handayani, T., Rohmah, T. Y., Lestari, R. D., & Azzahra, F. (2022). Identity construction of the new face of social justice warrior on Indonesian Twitter users. *International Journal of Media and Information Literacy*, 7(2), 422–433.

- Hantarti, R. A., & Adiprabowo, V. D. (2025). Makna aktivitas repost TikTok bagi Gen Z dalam mengekspresikan diri dan membangun self-image. *Jurnal Kawistara*, 15(1), 1–18. <https://doi.org/10.22146/kawistara.109074>
- Harpriyanti, H., Sudikan, S. Y., & Ahmadi, A. (2023). Mamanda's oral literature as humor pragmatics: A study of social function and implicature. *Heraña: Revista de História, Património e Cultura*, 6(2), 89–101. <https://doi.org/10.52152/heranca.v6i2.666>
- Herowati, K., & Ahmadi, A. (2025). Implikatur nonkonvensional dalam kosakata pada Program YouTube Laporan Pak! Edisi 2 September 2024. *Klausa: Kajian Linguistik, Pembelajaran Bahasa, dan Sastra*, 9(1). <https://doi.org/10.33479/klausa.v9i1.1131>
- Indra, D., Hasrul, Suryanef, & Al Rafni. (2024). Analisis isi pesan politik dalam TikTok kandidat capres-cawapres Pemilu 2024. *JECCO: Journal of Education, Communication, and Organization*, 4(2), 112–128. <https://doi.org/10.24036/jecco.v4i2.471>
- Ismiyatin, & Agustina, L. (2022). Implikatur komentar netizen dalam cover majalah Tempo bergambar Jokowi di sosial media. *JP-BSI (Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia)*, 7(2), 87–94. <https://doi.org/10.26737/jp-bsi.v7i2.2210>
- Isnah, E. S., Sujinah, Ahmadi, A., & Mintowati. (2020). Planning and policy on children's literature in Indonesia: A sociolinguistic perspective. *ISLLAC: Journal of Intensive Studies on Language, Literature, Art, and Culture*, 4(2), 162–168.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023). Laporan Literasi Digital Nasional 2023. <https://literasidigital.id/>
- Kharis, M., Samsul, S. I., Mintowati, & Ahmadi, A. (2020). Foreign language planning and policy in Indonesia: Perspectives on multilingual education. *ISLLAC: Journal of Intensive Studies on Language, Literature, Art, and Culture*, 4(2), 144–151.
- Labibah, J., Herowati, K. S., Santosa, F. S. I., & Mintowati, M. (2025). Implikatur percakapan dalam program YouTube komedi Laporan Pak!: Kajian pragmatik. *EUNOIA: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 5(1), 16–30.
- Leech, G. (1993). *Prinsip-prinsip pragmatik* (Terjemahan M.D.D. Oka, hlm. xiv + 318). Universitas Indonesia Press.
- Mahardika, A., & Purbokusumo, A. (2025). Komodifikasi TikTok sebagai media komunikasi politik calon presiden tahun 2024. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 19(1), 45–60. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/8586>
- Mahardika, M. C., & Susilowati, E. (2025). Komodifikasi TikTok sebagai media komunikasi politik calon presiden tahun 2024. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 19(2), 1–15. <https://doi.org/10.30813/s:jk.v19i2.8586>
- Mahsun. (2017). *Metode penelitian bahasa: Tahapan, strategi, metode, dan tekniknya* (Ed. 2, Cet. 9, hlm. xvi + 546). Rajawali Pers.
- Maulidiyah, A. P. C., & Ahmadi, A. (2024). Dinamika kekuasaan dan budaya dalam film Nana: Kajian sosiologi sastra. *Diksatrasia*, 8(2), 399–409. <https://doi.org/10.25157/diksatrasia.v8i2.14052>

- Mihăilescu, M.-G. (2024). Never mess with the "memers": How meme creators are redefining contemporary politics. *Social Media + Society*, 10(4), 1–14. <https://doi.org/10.1177/20563051241296256>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (hlm. 390). Remaja Rosdakarya.
- Nabila, V., Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2024). Pengaruh media sosial Instagram terhadap literasi politik Gen Z pada Pilkada 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIKOM)*, 14(2), 89–104.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (hlm. v + 230). Simbiosis Rekatama Media.
- Naufalia, A., Widyadari, N. G. A. D., & Ardiati, R. L. (2023). Implikatur kritik sosial pada tuturan pejabat negara dalam acara 'Lapor Pak!' *Trans 7. Caraka: Jurnal Ilmu Kebahasaan, Kesastraan, dan Pembelajarannya*, 10(1), 206–219. <https://doi.org/10.30738/caraka.v10i1.14006>
- Neyarismi, F., & Hasbi, N. (2024). Bahasa sindiran di Twitter (X): Studi pragmatik terhadap tweet politik populer. *Semantik: Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 12(2), 141–160.
- Nugraha, A., Sudrajat, R. H., & Putri, B. P. S. (2015). Fenomena meme di media sosial: Studi etnografi virtual posting meme pada pengguna media sosial Instagram. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(3), 237–245.
- Pratama, D., Widodo, T., & Maulia, S. T. (2023). Penggunaan media digital dan partisipasi politik milenial. *Civilia: Jurnal Kajian Hukum dan Pendidikan Kewarganegaraan*, 2(1), 44–58.
- Pratiwi, V. U. (2022). Sarkasme pada meme di media sosial Instagram. *GERAM (Gerakan Aktif Menulis)*, 10(1), 10–17. [https://doi.org/10.25299/geram.2022.vol10\(1\).9360](https://doi.org/10.25299/geram.2022.vol10(1).9360)
- Pusanti, R. R., & Haryanto, H. C. (2015). Representasi kritik dalam meme politik: Studi semiotika meme politik dalam masa Pemilu 2014 pada jejaring sosial Path sebagai media kritik di era siber. *Jurnal Komunikasi Massa*, 8(1), 1–15.
- Putra, A. S., Aditriyana, M. R., Widya, N. S., & Nurhadi, Z. F. (2023). Meme politik sebagai representasi kuasa simbolik dalam wacana digital Indonesia. *Jurnal Fusion*, 3(9), 1004–1017.
- Rahardi, R. K. (2005). *Pragmatik: Kesantunan imperatif bahasa Indonesia* (hlm. viii + 128). Erlangga.
- Rahardi, R. K. (2022). Multimodalitas sebagai perspektif baru pembelajaran pragmatik edukasional: Persepsi urgensi inklusinya. *Indonesian Language Education and Literature*, 7(2), 449–459. <https://doi.org/10.24235/ileal.v7i2.10018>
- Raharjo, R. P., Nugraha, A. S., Ismail, S. F. S., Suyatno, S., Ahmadi, A., & Anshori, I. T. (2024). The existence of the mystique of the protected forest in a digital literary narrative. *IJORER: International Journal of Recent Educational Research*, 5(6), 1575–1587. <https://doi.org/10.46245/ijorer.v5i6.722>

- Rahma, R., Utomo, A. P. Y., & Sumarlam, S. (2022). Wacana kritik pandemi dalam meme Instagram dan pemanfaatannya sebagai materi ajar membaca kritis di perguruan tinggi. *Jurnal Sastra Indonesia*, 11(2), 139–151.
- Rahmawati, M., Wijayanti, A., & Diani, W. R. (2022). Implikatur percakapan Bintang Emon dalam video Dewan Perwakilan Omel-Omel di Twitter. *Repetisi: Riset Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 5(2), 83–95. <https://doi.org/10.31002/repetisi.v5i2.2826>
- Saputri, A. R. E., Muksin, N. N., Andriyani, L., & Salam, R. (2025). Representasi kritik sosial dalam meme penjual es teh: Analisis semiotika respons netizen terhadap Gus Miftah. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 5(1), 11–19. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2517>
- Saputri, A., Purnomo, D., & Wijayanti, R. (2025). Representasi kritik sosial dalam meme penjual es teh: Analisis semiotika Barthes. *Jurnal Semiotika Komunikasi*, 3(1), 22–35.
- Sari, Q., & Candrasari, Y. (2023). Penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana informasi politik generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 568–578. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10081522>
- Saud, M., Ida, R., Abbas, A., Ashfaq, A., & Ahmad, A. R. (2020). Media sosial dan digitalisasi partisipasi politik pada generasi muda: Perspektif Indonesia. *Jurnal Society*, 8(1), 87–97.
- Setiawan, A., & Pratama, M. F. (2024). Strategi komunikasi politik akun resmi pemerintah di media sosial selama Pemilu 2024. *Jurnal Komunikasi Politik Digital*, 3(1), 35–50. <https://doi.org/10.25077/jkpd.3.1.2024.35-50>
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.
- Siagian, A. S. B., Hidayati, R., Said, N. N., Batubara, N. A., & Simbolon, F. (2025). Implikatur percakapan dalam fenomena humor digital pada program televisi 'Lapor Pak': Suatu kajian pragmatik. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(4), 5425–5438. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v5i4.2703>
- Sitorus, H. J. (2024). Polarisasi politik melalui interaksi sosial di Instagram: Studi kasus Pemilu 2024 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(2), 383–394.
- Solihah, I. F., & Ahmadi, A. (2022). Mekanisme pertahanan ego tokoh dalam novel Indonesia: Kajian psikologi sastra. *Bapala: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(2), 14–27.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D* (hlm. 456). Alfabeta.
- Suhantoro, I., & Sufyanto, S. (2024). Meme sebagai katalisator politik di media sosial Indonesia. *Interaction: Communication Studies Journal*, 1(2), 119–128. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i2.2887>
- Susanti, N. E., Suryanef, S., Al Rafni, A., & Dewi, S. F. (2024). Analisis isi pesan politik berbentuk humor melalui media TikTok jelang Pemilihan Umum 2024. *Journal of Education, Cultural and Politics*, 4(2), 88–101.

- Tampubolon, A. R., & Fathurani, D. (2024). Sarkasme sebagai bentuk kritik publik di TikTok: Analisis wacana kritis van Dijk. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 6(1), 45–58.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Wijana, I. D. P. (1996). *Dasar-dasar pragmatik* (hlm. vi + 72). Andi Offset.
- Wumbu, Y. L. E., Putri, I. A., & Hendrik, D. (2024). Peran media sosial sebagai wadah partisipasi politik masa kini di kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 6(1). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v6i1.6115>
- Yule, G. (2020). *Pragmatics* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Yus, F. (2021). Pragmatics of humour in memes in Spanish. *Spanish in Context*, 18(1), 113–135. <https://doi.org/10.1075/sic.20019.yus>
- Zhang, J., & Wang, Y. (2025). When memes govern: A study of TikTok video memes in the 2024 US presidential election. *Party Politics*, 31(2), 215–230. <https://doi.org/10.1177/13540688251380615>