

Homonimi dan Polisemi pada Unggahan Jenaka di Instagram

¹Asri Wijayanti, ²Irsyadi Shalima

^{1,2}Universitas Tidar, Jalan Kapten Suparman 39, Magelang, Jawa Tengah, Indonesia
email: asriwijayanti@untidar.ac.id

Diterima 18 Agustus 2018; Disetujui 20 September 2018; Dipublikasikan 3 Desember 2018

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aspek homonimi dan polisemi pada unggahan jenaka di Instagram. Data dalam penelitian ini berupa unggahan tulisan jenaka di Instagram. Sumber data yang digunakan adalah akun-akun yang mengunggah tulisan jenaka, yaitu akun @si_abi, @recehtapisayang, @kids_micin, @memecomicindonesia, @lawakpostgram, @dagelan, @ngomikmaksa, dan @tahulalats. Tulisan jenaka tersebut diunggah pada bulan Januari sampai dengan Juli 2018. Data dikumpulkan dengan metode simak bebas libat cakap, yaitu data dicatat pada kartu dan dianalisis. Teknik analisis data menggunakan metode agih untuk menentukan jenis homonimi dan polisemi pada unggahan jenaka tersebut. Homonimi diciptakan melalui pemanfaatan gejala bahasa, penggunaan nama atau judul, penyingkatan, dan divergensi makna. Polisemi diciptakan melalui pergeseran makna, penggunaan istilah, dan metafora.

Kata Kunci: polisemi, homonimi, unggahan jenaka, Instagram

Abstract

This study is inspired by the use of Instagram as social media that is liked by Indonesian people. From 265, 4 million Indonesian people in 2018, 120 million people are users of social media. Fifty-three million out of 120 million people are the active users of Instagram in Indonesia. Instead of uploading the daily photos, Indonesian people are fond of posting jokes as the representative of social life. Those jokes use language as the primary medium. The use of words utilizes polysemy and homonymy for showing double meaning, so it represents jokes. This qualitative study uses the data of humorous postings on Instagram. After analyzing the data, it is found that the dominant aspects are polysemy and homonymy. Polysemy is shown by the transfer of meaning, the use of terms, and metaphor. Homonymy is viewed by the usage of language tendency, the use of names or titles, the abbreviation, and the divergence of meaning.

Keywords: polysemy, homonymy, humorous postings, Instagram

PENDAHULUAN

Media sosial menjadi hal yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari setiap orang saat ini. *We Are Social*, perusahaan media dari Inggris, mengungkapkan rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial (Pertiwi, 2018). Data tersebut menunjukkan mengakses media sosial sudah menjadi rutinitas bagi sebagian orang, khususnya di Indonesia. Jenis media sosial yang diakses bermacam-macam, mulai dari *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Path*, *Line*, dan lain sebagainya. Bahkan, aplikasi *Whatsapps* yang tadinya hanya sebagai



Acces article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

pengirim pesan, kini telah menambah fitur berbagi status sehingga makin eksis menyerupai media sosial lainnya. Laporan berjudul "Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World" mencatat populasi penduduk Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, 49% merupakan pengguna aktif media sosial, yaitu sekitar 130 juta jiwa.

Di sisi yang lain, tercatat pengguna perangkat *mobile* yang mengakses media sosial mencapai 120 juta jiwa. Secara berurutan, aplikasi media sosial yang banyak diunduh adalah *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Line*. Dengan demikian, Instagram menempati urutan ketiga sosial media yang paling banyak diunduh orang Indonesia. Pengguna aktif Instagram di Indonesia sebanyak 53 juta jiwa dengan persentase 51% pria dan 49% wanita (Pertiwi, 2018).

Melihat data tersebut, dapat diketahui bahwa aktivitas pada media sosial menjadi hal yang rutin dilakukan oleh orang Indonesia. Segala sesuatu yang berkaitan dengan aktivitas manusia pasti menggunakan bahasa sebagai pengantar komunikasi (Sitangga dan Asmara, 2018, p. 393). Media sosial membutuhkan bahasa tulis untuk mengutarakan maksud penutur. Dengan demikian, makin sering media sosial digunakan, makin banyak fenomena kebahasaan yang dapat dianalisis. Kekhasan media sosial Instagram adalah terdapat akun-akun yang secara khusus menampilkan lingkup tertentu. Misalnya saja akun-akun yang khusus mengunggah tulisan-tulisan jenaka. Contohnya akun @dagelang, yang diikuti 13,4 juta *follower* (per 12 Agustus 2018). Akun tersebut berisi hal-hal jenaka yang ditemukan dalam kehidupan sehari-hari.

Di sisi yang lain, pengguna Instagram juga kerap mengunggah hal-hal jenaka yang diciptakan sendiri sebagai wujud kritik sosial, ratapan atas kesedihan, atau sekadar hiburan. Misalnya, saja gambar jenaka didukung tulisan (*caption*) lucu sebagai keterangan gambar. Namun, beberapa gambar yang diunggah juga didukung tulisan-tulisan lucu. Tidak jarang, hanya tulisan-tulisan jenaka yang diunggah di Instagram. Di sinilah fenomena penggunaan bahasa pada tulisan jenaka di Instagram menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

Humor tercipta karena adanya interferensi bahasa. Interferensi bahasa ini terjadi pada tataran fonologis, leksikal, dan gramatikal. Secara fonologis interferensi dapat berwujud penghilangan bunyi konsonan di akhir kata. Secara leksikal dapat berwujud campur kose. Secara gramatikal berwujud kesalahan struktur urutan kata yang mengakibatkan ambiguitas (Shalima dan Nurnaningsih, 2018, p. 77). Interferensi bahasa tersebut juga menyebabkan terjadinya ambiguitas leksikal yang menyebabkan permainan bahasa sehingga terjadi homonimi dan polisemi.

Media sosial menciptakan interaksi yang intensif tanpa harus bertemu langsung. Dunia maya sebagai tempat yang menaungi media sosial mendayagunakan gambar dan kata-kata sebagai senjata. Hal-hal jenaka yang coba diciptakan di Instagram kerap menggunakan bahasa sebagai media utama. Akibatnya, fenomena berhumor dengan bahasa menjadi hal yang terampil dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Lebih khusus, orang-orang yang kerap membuat tulisan-tulisan jenaka untuk diunggah di beberapa akun media sosial. Kreativitas tersebut ternyata memunculkan fenomena sarana berhumor yang baru. Jika sebelumnya, orang-orang lebih sering berhumor secara *slapstick* yaitu memanfaatkan interaksi fisik dan properti kepada lawan bicara, saat ini orang-orang lebih kreatif untuk berhumor dengan bahasa.

Penelitian tentang adanya aspek kebahasaan pada humor telah dilakukan oleh beberapa ahli. Misalnya, Rohmadi (2010), Luk (2012), Wijana (2014), dan Wijayanti (2015). Berdasarkan penelitian Rohmadi (2010) yang berjudul "Strategi Penciptaan Humor dengan Pemanfaatan Aspek-aspek Kebahasaan" diketahui wacana humor dapat

diciptakan dengan memanfaatkan tulisan; gambar dan tulisan; kata; dan aneka bunyi. Aspek penciptaan humor dengan aneka bunyi dapat dilakukan dengan pengulangan kata, substitusi bunyi, permutasi bunyi, penambahan bunyi, dan penghilangan bunyi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti adalah adanya aspek-aspek kebahasaan yang ditemukan dalam humor. Perbedaannya adalah penelitian Rohmadi mengkaji semua jenis aspek kebahasaan, sedangkan penelitian ini hanya mengkaji aspek relasi makna berupa homonimi dan polisemi.

Luk (2013) dengan penelitian berjudul "Bilingual Language Play and Local Creativity in Hong Kong" menyimpulkan Hongkong mengadopsi bahasa Inggris dan Cina sebagai bahasa resmi. Terkadang penggunaan bahasa tersebut menyimpang dari sisi semantik dan sosio-pragmatis sehingga terjadi permainan bahasa. Strategi permainan bahasa tersebut melalui permainan fonologi/leksikal, aspek semantik, dan parodi visual. Hal tersebut menunjukkan kreativitas orang-orang Hongkong menggunakan bahasa sebagai media berhumor dengan memanfaatkan bahasa asing yang telah diadaptasi. Penelitian ini sama-sama menemukan adanya aspek semantis pada humor dengan media bahasa. Perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini menjelaskan sampai dengan parodi visual, sedangkan penelitian ini hanya mengkaji aspek semantis yang terbatas pada homonimi dan polisemi saja.

Penelitian terkait wacana humor bermedia bahasa telah dilakukan oleh Suwanto (2012) dan Maryam (2014). Suwanto menulis tesis berjudul Analisis Wacana Humor Verbal Bahasa Inggris (Studi Kasus pada Serial Komedi Situasi *How I Met Your Mother*), sedangkan tesis Maryam berjudul Analisis Wacana hUmor dalam Kumpulan Komik Serial *Mice Cartoon*. Keduanya sama-sama menjelaskan pemanfaatan aspek-aspek kebahasaan, seperti aspek fonologis, morfologis, ketaksamaan, metonimia, homonimi, eufimisme, hiperbola, metafora, pertalian antarklausa, dan pertalian antarpresuposisi pada data yang ditemukan. Perbedaannya, tesis Suwanto menjelaskan adanya aspek-aspek sosiolinguistik yang turut membangun humor pada permainan bahasa. Maryam menjelaskan aspek-aspek pragmatis yang mendukung humor verbal.

Wijana (2014) dalam bukunya yang berjudul "Wacana Teka-teki" menemukan pemanfaatan aspek kebahasaan atau permainan bahasa pada wacana teka-teki meliputi permainan bunyi, unsur pembatas, dan makna. Permainan makna meliputi ambiguitas leksikal penggunaan bahasa, misalnya homonimi dan polisemi. Wijayanti (2015) pada tesis yang berjudul "Wacana Stand Up Comedy Indonesia *Session 4 Kompas TV*" juga menjelaskan adanya permainan bunyi, ambiguitas, relasi leksikal, unsur pembatas, hiperbola, simile, dan entailmen. Permainan ambiguitas yang ditemukan terdiri atas ambiguitas leksikal dan gramatikal. Ambiguitas leksikal terdiri atas homonimi dan polisemi, sedangkan ambiguitas gramatikal terdiri atas kata majemuk dan frasa amfipoli. Selain itu, ditemukan juga relasi leksikal seperti hiponimi, kohiponimi, meronimi, kolokasi, sinonimi, dan antonimi. Penelitian yang dilakukan oleh Wijana dan Wijayanti berusaha menjelaskan seluruh aspek kebahasaan pada wacana humor, yaitu teka-teki dan *stand up comedy*, sedangkan penelitian ini mencoba menemukan aspek ambiguitas leksikal, berupa homonimi dan polisemi pada unggahan jenaka di *Instagram*. Pemilihan aspek ambiguitas leksikal disebabkan aspek tersebut yang sering ditemukan pada unggahan jenaka di akun-akun humor *Instagram*.

Strategi berhumor dengan bahasa yang ditemukan pada unggahan jenaka di Instagram ini memanfaatkan kosakata yang sama dengan makna yang berbeda. Dalam ilmu bahasa, kata yang sama dengan makna yang berbeda ini menimbulkan ambiguitas 'makna ganda'. Hal itulah yang sebetulnya tengah dimaksimalkan oleh

kreator-kreator humor di Instagram. Ullman (2011) menjelaskan perbedaan homonimi dan polisemi dilihat dari pengertiannya. Secara leksikal, kata yang sama dengan makna yang berbeda ini memungkinkan terjadinya homonimi atau polisemi. Kata yang sama dengan makna yang berbeda tanpa adanya hubungan sebenarnya menerapkan konsep homonimi. Kata yang sama dengan makna berbeda dan masih berhubungan menerapkan konsep polisemi dalam ilmu bahasa. Penelitian ini membahas homonimi dan polisemi pada unggahan jenaka di media sosial.

Permainan bahasa tampak pada usaha menggunakan bahasa sebagai alat berhumor. Pada zaman dahulu permainan bahasa dikenal sering digunakan ahli hukum untuk memproduksi kalimat-kalimat yang tegas selama persidangan (Mauws dan Phillips, 1995). Akan tetapi, sekarang ini bahasa telah berkembang sehingga dapat dimanfaatkan menjadi alat utama berhumor. Aspek semantik berupa homonim dan polisemi yang akan diteliti nantinya akan menjadi contoh permainan bahasa dengan tujuan berhumor. Hartono (2015) menjelaskan teknik penciptaan humor dalam Film *Warkop DKI* sebenarnya paling banyak yaitu sebesar 39% menggunakan bahasa sebagai alat. Disusul logika (34%), identitas (18%), dan sikap (9%). Sayangnya, di periode berikutnya, cara berhumor dengan bahasa dianggap sulit oleh para komedian. Humor dengan bahasa menuntut kreativitas dan persiapan yang matang. Oleh karena itu, para komedian memilih cara *slapstick* yang dianggap cepat dan mudah. Akan tetapi, cara tersebut sebenarnya kurang mendidik. Saat ini, dengan bangkitnya media sosial, cara berhumor dengan bahasa mulai bangkit lagi. Jadi, dapat disimpulkan bahasa sangat memungkinkan digunakan sebagai alat utama berhumor yang elegan daripada *slapstick*.

Sementara itu, konsep humor yang diciptakan di unggahan jenaka di Instagram bertumpu pada 3 teori penciptaan humor yang dikemukakan Wilman (dalam Wijana, 2004, p. 21-28). Pertama, teori ketidaksejajaran. Teori ini menjelaskan bahwa humor menyatukan dua makna yang berbeda ke dalam objek yang kompleks. Misalnya, satu kata yang sama, tetapi maknanya berbeda. Kedua, teori pertentangan. Teori ini membuktikan tujuan humor untuk menanggapi kondisi masyarakat dengan gurauan yang dapat melepaskan diri dari persoalan kehidupan. Ketiga, teori pembebasan. Teori pembebasan menunjukkan humor melepaskan masyarakat dari keadaan tertekan. Dengan demikian, humor yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggunaan bahasa yang dipertentangkan dengan konteks, makna kata yang tertulis bertentangan dengan maksud penutur dan tujuannya membebaskan diri dari tekanan.

Sosial media khususnya Instagram memang sangat diminati oleh para remaja. Hal tersebut terlihat dari unggahan bertema cinta dan persoalan sehari-hari yang bersifat kritik atau harapan. Tuturan berupa humor bahasa yang dihadirkan oleh remaja di media sosial, pada akhirnya menunjukkan karakter mereka. Misalnya saja pemilihan tema humor dan diksi yang digunakan untuk membentuk humor. Suwarti (2017, p. 209) menjelaskan kata-kata dapat dimanfaatkan untuk membangun karakter remaja. Caranya dengan memilih diksi yang baik dan diucapkan dengan nada yang rendah dan tenang, pada ragam bahasa lisan.

METODE

Penelitian kualitatif ini menguraikan jenis-jenis homonimi dan polisemi pada unggahan jenaka di Instagram. Data penelitian ini berupa tulisan jenaka yang diunggah di akun *Instagram*. Sumber data yang digunakan adalah akun-akun yang mengunggah tulisan jenaka, yaitu akun @si_abi, @recehtapisayang, @kids_micin, @memecomicindonesia, @lawakpostgram, @dagelan, @ngomikmaksa, dan

@tahulalats. Tulisan jenaka tersebut diunggah pada bulan Januari sampai dengan Juli 2018.

Data dikumpulkan dengan teknik bebas libat cakap (Mastoyo, 2007, p. 44). Data yang dihimpun adalah unggahan berupa tulisan-tulisan lucu di Instagram. Selanjutnya, dipilih data yang kejenakannya ditimbulkan dari bahasa yang digunakan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode padan pragmatis (Mastoyo, 2007, p. 44). Dengan memperhatikan jawaban dari mitra tutur yang berupa *punchline*, peneliti menyimpulkan maksud tuturan, sehingga antara kata yang diucapkan oleh penutur dan mitra tutur memiliki maksud yang berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi berhumor dengan homonimi ini ternyata cukup sering digunakan oleh kreator tulisan jenaka. Mereka menyadari betul adanya kegandaan makna dalam bahasa. Kegandaan makna ini dikemas dengan menarik sehingga menimbulkan kelucuan. Kelucuan tersebut berupa *punchline* yang tidak terduga sehingga menimbulkan kejuatan bagi pembaca. Kegandaan makna dalam unggahan jenaka di Instagram tampak pada data 1.

Data 1



Sumber: @si_abi [13 Januari 2018]

Kata *kunci* pada data 1 menjadi sumber ketaksaan atau ambiguitas. Saat seorang bapak-bapak menyuruh anak laki-laki untuk mengunci motor agar tidak dimaling, anak tersebut malah menyilangkan kaki dan badannya pada motor menyerupai suatu teknik pada gulat. Teknik tersebut juga disebut kunci atau mengunci. Dengan demikian, maksud kata kunci pada pernyataan pertama dan kedua tidak sama. Hal tersebut disebabkan kata *kunci* memiliki makna ganda. Para kreator konten jenaka di Instagram rupanya sangat menyadari hal ini sehingga memanfaatkannya dengan maksimal. Setelah dilakukan analisis, ambiguitas atau ketaksaan satuan kebahasaan yang sering digunakan dapat berwujud homonimi atau polisemi.

Homonimi pada Unggahan Jenaka di Instagram

Homonimi merupakan satuan kebahasaan yang memiliki makna ganda dan kedua makna yang ditimbulkan tersebut tidak ada hubungannya sama sekali (Aminuddin, 2010; Pateda, 2010; Wijana, 2010). Homonimi dimunculkan oleh para kreator humor dengan cara pemanfaatan gejala bahasa, penggunaan nama atau judul, penyingkatan, dan divergensi makna.

Pemanfaatan Gejala Bahasa

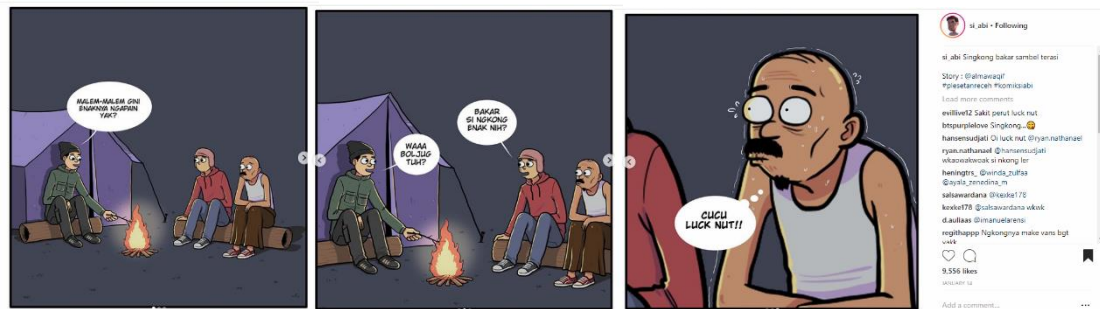
Chaer (2010, p. 157) mengatakan gejala bahasa dapat diwujudkan dengan penambahan fonem. Penambahan fonem di depan (protesis) sehingga menyebabkan homonimi tampak pada data 2, 3, dan 4.

Data 2



Sumber: @si_abi [2 Mei 2018]

Data 3



Sumber: @si_abi [14 Januari 2018]

Data 4



Sumber: @si_abi [8 Januari 2018]

Setelah dicermati, data 2, 3, dan 4 menunjukkan gejala bahasa berupa penambahan fonem di tengah. Pada data 2 dapat dilihat kata *teryaki* 'masakan berupa potongan daging ayam, sapi, atau ikan yang direndam dalam larutan sake yang dicampur dengan jahe dan gula, lalu dipanggang'. Akan tetapi, *teryaki* yang dimaksud oleh pelayan bukan makanan. Pelanggan mengatakan, "Kenapa hanya nasi, teriyakinya mana?" Lalu, pelayan berteriak. Maka, yang dimaksud pelayan adalah *teryaki* 'meneriaki' bukan teriyaki nama makanan. Dengan demikian, kreator konten jenaka memanfaatkan penambahan fonem /y/ di tengah. Di sisi yang lain, pada data 3, kata *singkong* dan *si engkong* juga mengalami gejala yang sama. Gejala penambahan

fonem /e/ dan /ng/ tersebut menimbulkan perubahan makna yang berbeda serta tidak berhubungan sama sekali. Ketika para cucu mengatakan bakar singkong 'tanaman yang hidup di daerah tropis, umbinya ada yang manis dan ada pula yang pahit, daunnya banyak mengandung protein biasa disayur atau direbus sebagai lalap; ubi kayu;', sedangkan pada gambar berikutnya sang kakek marah karena dia mengira yang dibakar adalah si engkong 'kakek' dalam bahasa Cina. Hal tersebut menimbulkan homonimi karena kata *singkong* dan *si engkong* terdengar mirip, tetapi memiliki makna yang sangat berbeda.

Hal yang sama juga terjadi pada data 4, *bajing gan* (bajing 'tupai') diucapkan oleh seorang laki-laki yang menunjukkan hewan peliharaannya yaitu bajing dan panggilan *gan* (kependekan dari *agan*) untuk laki-laki yang diajak berbicara. Akan tetapi, kalimat tersebut terdengar *bajingan* 'kurang ajar (kata makian)' di telinga laki-laki yang diajak berbicara atau mitra tutur. Kesalahfahaman di antara keduanya lah yang diharapkan menimbulkan kejenakaan seperti teori humor yang menyatakan kelucuan dapat ditimbulkan dari hal positif dan yang ditanggapi negatif.

Gejala bahasa juga ditunjukkan dari perubahan fonem berupa penggantian. Dalam ilmu bahasa, gejala tersebut dinamakan homofon, yaitu satuan kebahasaan yang memiliki bunyi sama, tetapi tulisannya berbeda. Dari sudut pandang makna tentu saja berbeda. Unggahan jenaka dengan gejala homofon ditunjukkan pada data 5.

Data 5



Sumber: @si_abi [6 April 2018]

Kata *baligh* yang diucapkan anak kecil ternyata didengar *balik* oleh gurunya. Di sinilah para kreator konten jenaka berupaya membuat kelucuan. Dalam ilmu bahasa ada istilah untuk satuan kebahasaan yang memiliki makna sama, tetapi berbeda bentuknya. Guru tersebut mempersepsi sebagai kata balik 'kembali; pulang'. Hal yang dimaksud siswa adalah balig 'cukup umur; akil balig'.

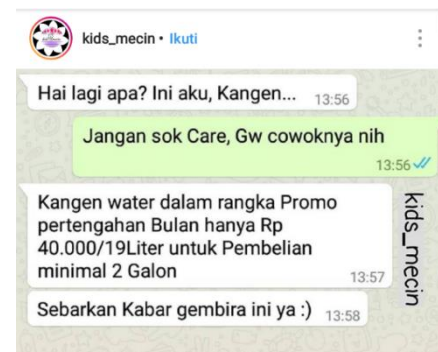
Penggunaan sebagai Nama

Salah satu faktor yang menyebabkan homonimi pada unggahan jenaka di *Instagram* adalah satuan kebahasaan yang juga digunakan sebagai nama. Penggunaan sebagai nama dalam unggahan jenaka di *Instagram* tampak pada data 6 dan 7.

Data 6



Data 7



Sumber: @receptapisayang [19 Juli 2018]

Sumber: @kids_mecin [12 Juli 2018]

Berdasarkan data 6 dan 7 menunjukkan nama sebagai judul dan merek. Judul lagu *Kuingin Marah* yang dinyanyikan oleh Bunga Citra Lestari pada data 6 dipersepsikan sebagai kata *kuingin marah* 'aku ingin marah'. Selain itu, data 7 menunjukkan seorang laki-laki yang awalnya mengatakan *kangen* 'rindu' pada seorang perempuan mengubah maksudnya menjadi penjual *Kangen Water* (nama produk) untuk menutupi rasa malunya kepada pacar perempuan tersebut.

Penguraian Singkatan atau Akronim

Salah satu strategi homonimi yang ditemukan pada unggahan jenaka di Instagram adalah adanya penguraian singkatan atau akronim. Dalam hal ini, terjadi perpaduan antara kepanjangan dari singkatan atau anonim secara konvensional dengan kepanjangan yang hanya ada dalam benak penutur (kreator konten jenaka). Singkatan atau akronim pada unggahan jenaka ditemukan pada data 8 dan 9.

Data 8



Data 9



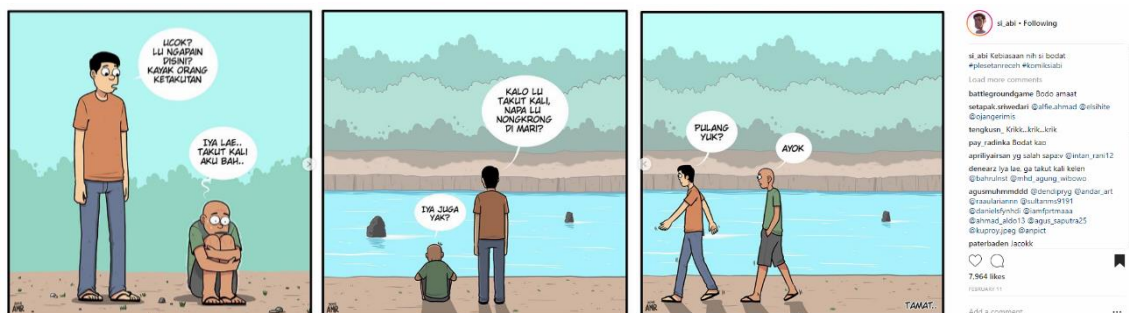
Sumber: @memecomicindonesia [2 Juni 2018] Sumber: @lawakpostgram [13 Juli 2018]

UTS pada data (8) memiliki kepanjangan *Udah Tidak Sayang*, padahal secara konvensional UTS memiliki kepanjangan *Ujian Tengah Semester*. Kejutan pada data tersebut ditawarkan pertanyaan laki-laki, "Mengapa pesannya hanya dibaca saja?" Lalu si perempuan menjawab "Sedang UTS." Dalam benak tokoh laki-laki UTS yang dimaksud adalah *Ujian Tengah Semester*. Akan tetapi, tokoh wanita ternyata memunculkan kepanjangan singkatan yang berbeda.

Masuknya Kata-Kata Baru

Suatu satuan kebahasaan tidak dapat berdiri sendiri, dalam arti terbebas dari satuan kebahasaan lain. Antara satuan kebahasaan yang satu dengan lainnya berhubungan. Artinya, setiap satuan kebahasaan yang baru merupakan adopsi dari kosakata bahasa lainnya. Kosakata baru tersebut dapat dipengaruhi dari bahasa asing yang terkadang memiliki bentuk yang sama dengan kosakata dalam bahasa tersebut. Masuknya kata-kata baru pada unggahan jenaka tampak pada data 10, 11, dan 12.

Data 10



Sumber: @si_abi [11 Februari 2018]

Data 11



Sumber: @memecomicindonesia [2 Juni 2018]

Data 12



Sumber: @dagelan [1 Juni 2018]

Masuknya kosakata baru dapat bersumber dari bahasa asing, yaitu bahasa daerah, seperti kata *kali* 'sungai' yang menjadi *punchline* pada data 10. Padahal, kata *kali* yang dimaksud oleh penutur merupakan kependekan dari kata *sekali* 'amat/sangat'. Selain itu, terdapat juga kata *hak* 'telapak sepatu pada bagian tumit yang relatif tinggi' sebagai salah satu istilah di bidang busana, khususnya alas kaki pada data 11. Di sisi yang lain, sebagai kata bukan istilah, *hak* bermakna kewenangan. Dengan demikian, munculnya kata baru *kali* dan *hak* sangat berbeda dengan maknanya dengan kata pendahulunya sehingga disebut homonimi. Data 12 pada kata *ganjil* juga demikian. *Ganjil* bermakna 'tidak genap'. Akan tetapi, pada bagian *punchline*, kata *ganjil* yang dimaksud bermakna 'aneh, ajaib'. Pada konstruksi *muka lo kan ganjil*, kata *ganjil* mengarah pada muka yang tidak sebagaimana biasa.

Polisemi pada Unggahan Jenaka di Instagram

Polisemi merupakan salah satu strategi yang cukup sering digunakan oleh para kreator konten jenaka di Instagram. Strategi ini hampir sama dengan homonimi, hanya saja pada polisemi, satuan kebahasaan yang mirip bentuknya masih memiliki makna yang berhubungan. Polisemi ini diwujudkan dengan beberapa strategi, yaitu pergeseran makna, penggunaan istilah, dan metafora.

Adanya Pergeseran Makna

Pergeseran penggunaan makna dapat berarti meluas atau menyempit. Dalam hal ini, suatu kata memiliki makna baru yang masih berhubungan dengan makna sebelumnya. Akan tetapi, makna baru tersebut biasanya berubah bergantung konteks penggunaan. pada unggahan jenaka tampak pada data 13 dan 14.

Data 13



Sumber: @dagelan, [16 Juli 2018]

Data 14



Sumber: @misterkomedi, [12 Maret 2018]

Kalimat *bisa jalan?* yang dikatakan oleh pihak laki-laki pada data 13, kata *jalan* bermakna 'kencan atau jalan berdua saja'. Namun, respons yang diberikan oleh pihak perempuan pada kalimat *bisa kok* mengacu kepada makna jalan 'perlintasan (dr suatu tempat ke tempat lain)'. Kedua makna tersebut masih memiliki benang merah yaitu sama-sama merupakan berlintas. Pada kalimat *Hp gue mati lupa di-cas* pada data 14, kata *mati* bermakna 'tidak bergerak (tentang mesin, arloji, dan sebagainya)'. Di sisi yang lain, pada kalimat *kalo bau bangke, berarti hp lo beneran mati*, kata *mati* bermakna 'sudah hilang nyawanya; tidak hidup lagi'. Kedua makna tersebut masih memiliki satu benang merah yaitu tidak dapat hidup kembali.

Penggunaan Istilah

Istilah merupakan kata khusus dalam bidang tertentu. Kata khusus ini tentunya memiliki makna khusus pula. Kata khusus ini memiliki makna yang masih berhubungan dengan kata umumnya. Kreator konten jenaka di Instagram sering kali menukarkan persepsi antara makna kata dan istilah sehingga menimbulkan kelucuan. Penggunaan istilah pada unggahan jenaka tampak pada data 15 dan 16.

Data 15



Data 16



Sumber: @lawakposrgram [11 Mei 2018]

Sumber: @lawakpostgram [10 Juni 2018]

Polisemi pada data 15 terdapat pada istilah menteri. Istilah *menteri* pada kalimat *si menteri kemana yak?* mengandung makna 'gajah dalam permainan catur' seperti yang tertera pada gambar. Dalam kalimat *ndaftar caleg, bos*, kata *menteri* yang dimaksud ternyata memiliki makna 'kepala suatu departemen (anggota kabinet), merupakan pembantu kepala negara dalam melaksanakan urusan (pekerjaan) Negara'. Namun, kedua makna dari kata tersebut masih memiliki hubungan yaitu pembantu kepala negara. Dalam papan catur menteri berada di sebelah raja dan ratu, sedangkan dalam pemerintahan, kedudukan menteri berada di bawah kepala negara.

Penggunaan istilah lari maraton, lari estafet, dan lari dari kenyataan pada data 16 menyebabkan adanya kalimat yang mengandung humor. Pada kalimat *Wih keren, lari maraton? Lari estafet?*, kata *lari* memiliki makna utama 'melangkah dengan kecepatan tinggi'. Jika mengacu pada kalimat *wih, keren, lari maraton, lari estafet?* Lari bermakna 'salah satu cabang lomba olahraga'. Akan tetapi, setelah dijawab *lari dari kenyataan*, kata *lari* bermakna 'pergi (berpindah) untuk menyelamatkan diri atau pergi dari kenyataan'. Namun, kedua makna tersebut memiliki hubungan yaitu sama-sama berarti pergi.

Pemanfaatan Metafora

Polisemi juga dapat diwujudkan dengan metafora. Metafora atau perumpamaan adalah penyamaan antara satu benda dengan benda lainnya karena memiliki sifat yang sama. Adanya kesamaan tersebut membuat kata yang berpolisemi memiliki bentuk yang sama, makna yang berbeda, tetapi masih berhubungan. Pemanfaatan metafora pada unggahan jenaka tampak pada data 17 dan 18.

Data 17



Sumber: @ngomikmaksa [28 Juni 2018]

Data 18



Sumber: @tahilalats [19 Juli 2018]

Pada data 17, kata *kursi* yang bersifat polisemi memberikan efek sindiran yang jenaka. Pada kalimat *kursi ini harganya 3 juta rupiah, dari kayu jati pilihan, dan kulit domba* memiliki makna 'tempat duduk yang berkaki dan bersandaran', sedangkan pada kalimat *kalaupun yang ini 5 juta rupiah khusus untuk siswa baru*, kursi yang ditunjukkan pada gambar memiliki makna 'kedudukan, jabatan'. Benang merah makna kata *kursi* pada dua kalimat tersebut adalah sama-sama suatu tempat yang nyaman. Di sisi yang lain, kalimat *mau isi berapa, Mbak* yang diucapkan oleh pramuniaga pom bensin pada data 18 bermakna 'sesuatu yg ada (termuat, terkandung, dsb) di di suatu benda dsb'. Akan tetapi, konsumen menanggapi kata *isi* bermakna 'hamil'. Keduanya sebenarnya sama-sama bermakna terkandung. Akan tetapi, pada konteks yang berbeda, makna keduanya juga berbeda.

PENUTUP

Ambiguitas leksikal ternyata mendominasi strategi berhumor pada media sosial. Para pencipta konten jenaka sangat memahami adanya satuan kebahasaan yang sama, tetapi memiliki makna yang berbeda. Hal tersebut menjadi bahan untuk menciptakan kelucuan. Apalagi satuan kebahasaan yang bermakna positif, tetapi memiliki makna negatif juga jika dilihat sebagai kata yang berbeda, pasti sangat menarik bagi para pencipta konten jenaka.

Kegandaan makna pada unggahan jenaka di Instagram dapat diwujudkan homonimi dengan strategi pemanfaatan gejala bahasa, penggunaan nama atau judul, penyingkatan, dan divergensi makna. Di sisi yang lain, unggahan jenaka tersebut berupa polisemi dengan strategi pergeseran makna, penggunaan istilah, dan metafora.

Kelucuan dari unggahan jenaka tersebut memang bersifat relatif. Artinya, tidak semua orang memiliki persepsi yang sama. Akan tetapi, hal yang menjadi ukuran pada penelitian ini adalah adanya kegandaan makna pada satuan kebahasaan yang ada pada unggahan tersebut.

Selain kegandaan makna berupa homonimi dan polisemi, ternyata dapat ditemukan strategi lain untuk menunjukkan permainan bahasa. Misalnya saja dengan pengubahan fonem pada plesetan. Selain itu, unggahan jenaka di Instagram juga dapat diteliti dari pendekatan lain. Misalnya saja pendekatan pragmatis karena pada unggahan tersebut selalu ditemukan pelanggaran maksim untuk memancing kelucuan. Hal tersebut dapat diteliti lebih lanjut untuk menyempurnakan kajian tentang tulisan jenaka di media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin, A. (2011). *Semantik (pengantar studi makna)*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Chaer, A. (2010). *Pengantar semantik bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djajasudarma, F. (2009). *Semantik 1: Makna leksika dan gramatikal*. Bandung: Refika Aditama.
- Hartono, L.A.A. (2015). Teknik humor dalam film Warkop DKI. *Jurnal E-Komunikasi*, 3 (1), 1–10. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/3821/0>
- Listiyorini, A. (2017). Wacana humor dalam meme di media online sebagai potret kehidupan sebagian masyarakat Indonesia. *Litera: Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 16(1), 64–77. doi: <http://dx.doi.org/10.21831/ltr.v16i1.14251>
- Luk, J. (2013). Bilingual language play and local creativity in Hong Kong. *International Journal of Multilingualism*, 10(3), 236–250. doi: <https://doi.org/10.1080/14790718.2013.808200>
- Maryam, S. (2014). *Analisis wacana humor dalam kumpulan komik serial Mice Cartoon* (Unpublished thesis). Retrieved from http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=Penelitian_Detail&act=view&typ=html&buku_id=70737
- Mastoyo, T. (2007). *Pengantar (metode) penelitian bahasa*. Yogyakarta: Carasvatibooks.
- Mauws, M.K. dan Phillips, N. (1995). Crossroads understanding language games. *Organization Science*, 6(3), 322–334. doi: <https://doi.org/10.1287/orsc.6.3.322>
- Pateda, M. (2010). *Semantik leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pertiwi, W.K. (2018). *Riset ungkap pola pemakaian medsos orang Indonesia*. Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia>
- Pusat Bahasa. (2015). *Kamus besar bahasa Indonesia* (Edisi Kelima). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rohmadi, M. (2010). Strategi penciptaan humor dengan pemanfaatan aspek-aspek kebahasaan. *Humaniora*, 22(3), 285–298. doi: <https://doi.org/10.22146/jh.v22i3.1339>
- Sitangga, M. dan Asmara, R. (2018). Realisasi bahasa Indonesia penderita bibir sumbing sebuah studi kasus. *Litera: Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 17(3), 393–408. doi: <http://dx.doi.org/10.21831/ltr.v17i3.18883>
- Shalima, I. dan Nurnaningsih, N. (2018). Interferensi bahasa Bima ke dalam bahasa Indonesia: studi kasus masyarakat kampung Muhajirin kota Bima. *Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 2(1), 77–87. doi: [10.31002/transformatika.v2i1.725](https://doi.org/10.31002/transformatika.v2i1.725)
- Suwanto, A.A.S. dan Suhandano, S. (2012). Analisis wacana humor verbal berbahasa Inggris (Studi kasus pada serial komedi situasi how I met your mother) (Unpublished thesis). Retrieved from <https://repository.ugm.ac.id/100460>
- Suwarti, F. (2017). Kekuatan kata sebagai pembangun karakter remaja. *Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 1(2), 198–210. doi: [10.31002/transformatika.v1i2.51](https://doi.org/10.31002/transformatika.v1i2.51)
- Ullman, S. (2011). *Pengantar semantik (terjemahan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijana, I.D.P. (2004). *Kartun: Studi tentang permainan bahasa*. Yogyakarta: Ombak.
- Wijana, I.D.P. (2010). *Pengantar semantik bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijana, I.D.P. (2014). *Wacana teka-teki*. Yogyakarta: A.Com Adversiting.

Wijayanti, A. (2015). Analisis wacana stand up comedy Indonesia *session* 4 Kompas TV (Unpublished thesis). Retrieved from http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=Penelitian_Detail&act=view&typ=html&buku_id=87517&obyek_id=4