



---

## Pokoknya Ada Intertekstualitas dan Konstruksi Makna Politik dalam Tweet Balasan Anies Baswedan

Allaf Dzikrillah<sup>1</sup>, Muhammad Fajar Setiananda<sup>2</sup>, Edison Bonartua Hutapea<sup>3</sup>

Universitas Paramadina, Indonesia<sup>1-3</sup>

Email Korespondensi: : [allaf.dzikrillah1@students.paramadina.ac.id](mailto:allaf.dzikrillah1@students.paramadina.ac.id),

[muhammad.setiananda@students.paramadina.ac.id](mailto:muhammad.setiananda@students.paramadina.ac.id), [edison.bonartua@paramadina.ac.id](mailto:edison.bonartua@paramadina.ac.id)

---

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 01 Mei 2026

---

### ABSTRACT

Penelitian ini menganalisis tweet balasan Anies Baswedan yang diunggah pada 31 Maret 2026 melalui akun @aniesbaswedan, yang hanya terdiri dari tiga kata: "Pokoknya ada..." Frasa tersebut merupakan kutipan terselubung dari pernyataan Sekretaris Kabinet Teddy Indra Wijaya yang viral tiga hari sebelumnya dan telah menjadi simbol komunikasi birokrasi yang tidak transparan di ruang publik digital Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana makna politik dikonstruksi secara berlapis dalam teks yang tampak sederhana tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif interpretatif dengan menerapkan dua metode analisis: semiotika dua tahap Roland Barthes dan analisis intertekstual. Data dikumpulkan melalui dokumentasi digital berupa screenshot tweet, pemberitaan media daring, dan data analitik keterlibatan publik. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada tataran denotasi tweet ini hanyalah respons kasual, namun pada tataran konotasi ia menyimpan tiga lapisan makna sekaligus: parodi terhadap gaya komunikasi birokrasi yang vague, humor self-deprecating tentang kondisi pasca-jabatan, dan ekspresi solidaritas kultural dengan audiens digital. Pada tataran mitos, tweet ini mendekonstruksi dua mitos yang berlawanan: mitos bahwa jawaban vague pejabat adalah hal yang lumrah, dan mitos bahwa politisi oposisi harus selalu mengkritik secara frontal. Penelitian ini berkontribusi pada kajian komunikasi politik digital di Indonesia dengan menunjukkan bahwa intertekstualitas dapat menjadi strategi komunikasi politik yang sangat efisien di era media sosial.

Kata kunci: Semiotika Roland Barthes, Intertekstualitas, Komunikasi Politik Digital, Satire Politik, Media Sosial

---

### Abstract

This study analyzes a reply tweet posted by Anies Baswedan on March 31, 2026, via his @aniesbaswedan account, consisting of only three words: "Pokoknya ada..." ("It's there..."). The phrase is a covert quotation of a statement made by Cabinet Secretary Teddy Indra Wijaya that had gone viral three days earlier, becoming a symbol of non-transparent bureaucratic communication in Indonesia's digital public sphere. This study aims to analyze how political meaning is constructed in layers within this apparently simple text. A qualitative interpretive approach is employed, applying two complementary analytical methods: Roland Barthes' two-order semiotic analysis and intertextual analysis. Data were

---

*collected through digital documentation comprising tweet screenshots, online news coverage, and public engagement analytics. The analysis reveals that at the denotative level, the tweet functions as a casual response; however, at the connotative level, it carries three simultaneous layers of meaning: a parody of vague bureaucratic communication, self-deprecating humor about the poster's post-office condition, and an expression of cultural solidarity with a digitally literate audience. At the mythological level, the tweet deconstructs two opposing myths: the myth that vague official responses are acceptable, and the myth that opposition politicians must always criticize the government directly and confrontationally. This study contributes to digital political communication scholarship in Indonesia by demonstrating that intertextuality can serve as a highly efficient political communication strategy in the social media era.*

**Keywords:** Roland Barthes Semiotics, Intertextuality, Digital Political Communication, Political Satire, Social Media

## PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi politik secara fundamental. Platform digital seperti Twitter/X tidak lagi sekadar ruang berbagi informasi, melainkan telah menjelma menjadi arena strategis bagi para aktor politik untuk membangun narasi, mempertahankan relevansi, dan menyampaikan pesan kepada publik (Adnan & Mona, 2024). Pergeseran ini tidak hanya memengaruhi cara politisi yang sedang menjabat berkomunikasi, tetapi juga membuka ruang baru bagi politisi yang tidak lagi memiliki jabatan formal untuk tetap hadir dalam diskursus publik.

Salah satu fenomena yang semakin menonjol dalam komunikasi politik digital adalah penggunaan humor dan satire sebagai strategi penyampaian pesan. Humor dalam politik bukan sekadar hiburan; ia berfungsi sebagai alat yang memungkinkan aktor politik menyampaikan kritik secara tidak langsung, membangun kedekatan dengan audiens, sekaligus menghindari konfrontasi terbuka yang berisiko (Pamungkas et al., 2024). Astuti dan Wulandari (2025) menegaskan bahwa satire politik di media sosial telah berkembang menjadi medium baru yang tidak hanya menghibur, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen edukasi politik informal dan pembentukan opini publik, khususnya di kalangan generasi muda.

Dalam konteks Indonesia pascapemilu 2024, fenomena ini semakin relevan untuk dikaji. Para politisi yang tidak lagi memegang jabatan eksekutif menghadapi tantangan unik: bagaimana tetap terlihat, relevan, dan berpengaruh tanpa otoritas formal. Media sosial menjadi jawaban praktis atas tantangan ini. Sebagaimana dinyatakan Heryanto (2018), media sosial dalam konteks komunikasi politik Indonesia telah menjadi panggung utama yang menggantikan forum-forum konvensional, di mana pesan politik dikemas ulang dalam format yang lebih ringan dan mudah dikonsumsi publik.

Di sinilah tweet balasan Anies Baswedan tertanggal 31 Maret 2026 menjadi objek kajian yang menarik. Merespons pertanyaan seorang warganet soal

---

kesibukannya pasca-jabatan, Anies memilih menjawab hanya dengan frasa "Pokoknya ada..." disertai sebuah tautan. Frasa tersebut bukan ungkapan biasa. Frasa ini merupakan kutipan langsung dari pernyataan viral Sekretaris Kabinet Teddy Indra Wijaya yang sebelumnya menuai kritik luas karena dianggap tidak transparan dan vague. Dengan meminjam frasa dari konteks birokrasi formal ke dalam konteks percakapan ringan di media sosial, Anies menciptakan lapisan makna yang jauh melampaui kata-kata yang tersurat.

Praktik semacam ini dapat dipahami melalui kerangka semiotika Roland Barthes. Sobur (2013) menjelaskan bahwa dalam sistem tanda Barthes, makna beroperasi pada dua tataran: denotasi sebagai makna harfiah dan konotasi sebagai makna kultural yang lebih dalam. Pada tataran konotasi inilah mitos bekerja, yakni ideologi yang dinaturalisasi menjadi seolah-olah wajar dan tidak perlu dipertanyakan. Rahmawati et al. (2024) menunjukkan bahwa teks pendek di Twitter sekalipun mampu mengandung makna berlapis yang kompleks, tergantung pada konteks budaya dan pengalaman pembacanya. Sementara itu, perpindahan frasa dari satu konteks ke konteks lain. Perpindahan ini, yang dalam tradisi semiotika disebut intertekstualitas, justru menjadi kunci pembuka makna yang tersembunyi di balik tweet tersebut.

Penelitian tentang komunikasi satire Anies Baswedan di media sosial telah dilakukan sebelumnya, salah satunya oleh Ismoyo dan Basaevha (2025) yang menganalisis unggahan Instagram-nya dengan pendekatan semiotika Barthes. Namun kajian tersebut berfokus pada unggahan visual Instagram, sementara fenomena intertekstualitas dalam teks verbal singkat di Twitter/X, khususnya yang memanfaatkan konteks viral dari pernyataan pejabat negara sebagai instrumen kritik politik terselubung, belum mendapat perhatian memadai dalam literatur komunikasi politik Indonesia. Celah inilah yang menjadi titik masuk penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna yang terkandung dalam tweet balasan Anies Baswedan melalui pendekatan semiotika dua tahap Roland Barthes dan analisis intertekstual. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: Bagaimana makna politik dikonstruksi secara berlapis dalam tweet balasan Anies Baswedan melalui mekanisme intertekstual, dan apa implikasinya bagi praktik komunikasi politik digital pasca-jabatan di Indonesia?

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif untuk memahami makna di balik fenomena sosial melalui penafsiran mendalam terhadap teks dan konteksnya (Moleong, 2018). Pendekatan ini dipilih karena objek kajian berupa tweet balasan yang mengandung humor intertekstual tidak dapat dianalisis secara kuantitatif, melainkan membutuhkan pembacaan kritis yang mengaitkan aspek sosial, budaya, dan politik. Analisis dilakukan dengan dua metode, yaitu semiotika dua tahap Roland Barthes yang mencakup denotasi, konotasi, dan mitos (Barthes, 2012), serta analisis intertekstual (Allen, 2000) untuk menelusuri keterkaitan makna antar teks. Objek penelitian adalah tweet balasan Anies Rasyid

Baswedan pada 31 Maret 2026 yang memuat frasa “Pokoknya ada...”. Data terdiri dari data primer berupa dokumentasi tweet dan percakapannya di X, serta data sekunder berupa pemberitaan media daring dan data keterlibatan publik. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi digital, sedangkan analisis dilakukan secara bertahap meliputi denotatif, konotatif, mitos, dan intertekstual secara iteratif. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil analisis dengan informasi dari media daring.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data: Tweet Balasan sebagai Artefak Komunikasi Politik

Objek kajian penelitian ini adalah sebuah tweet balasan yang diunggah Anies Rasyid Baswedan melalui akun @aniesbaswedan pada 31 Maret 2026 pukul 19.30 WIB. Tweet ini merupakan respons langsung terhadap pertanyaan warganet @JoshuaOchu34866 yang berbunyi: "Kalau ada waktu.. Wkwkwkw emangnya sekarang lagi sibuk apa pak?" Pertanyaan tersebut muncul dalam rangkaian komentar pada unggahan Anies sebelumnya tentang movie date bersama istrinya menonton dua film anak Indonesia, yaitu Pelangi di Mars dan Na Willa, dalam rangka peringatan Hari Film Nasional. Unggahan induk itu sendiri telah mendapat respons signifikan dengan 694 unggah ulang, 8.600 tanda suka, dan 257.000 tayangan.



Gambar 1. Screenshot Tweet Induk Dan Tweet Balasan @aniesbaswedan Beserta Pertanyaan @JoshuaOchu34866 (31 Maret 2026)

Isi tweet balasan yang menjadi objek analisis ini sangat singkat, hanya terdiri dari tiga kata, sebuah tanda elipsis, dan satu tautan: "Pokoknya ada... [link]". Meski demikian, kesederhanaan teks ini justru menyimpan kekayaan makna yang luar biasa. Tingkat keterlibatan publik terhadap tweet ini mencerminkan hal tersebut: dalam kurun sepuluh hari sejak diunggah, tweet ini mencatatkan 817.561 tayangan, 14.987 tanda suka, 5.197 unggah ulang, 1.023 kutipan, dan 934 balasan (data analitik X, 10 April 2026). Angka ini tergolong keterlibatan tinggi untuk sebuah tweet balasan dari akun politisi pasca-jabatan, dan mengindikasikan bahwa publik menangkap sesuatu yang melampaui makna literalnya.

### *Analisis Denotatif: Membaca Teks pada Tataran Pertama*

Untuk memberikan gambaran menyeluruh sebelum analisis berlapis dilakukan, berikut disajikan tabel ringkasan hasil analisis semiotika dua tahap Barthes terhadap tweet balasan @aniesbaswedan:"

**Tabel 1. Analisis Semiotika Dua Tahap pada Tweet Balasan @aniesbaswedan**

Level Analisis	Penanda (Signifier)	Petanda (Signified)	Makna
Denotasi	Frasa "Pokoknya ada..." + elipsis + tautan	Afirmasi keberadaan tanpa keterangan detail	Jawaban singkat atas pertanyaan tentang kesibukan; penutur mengkonfirmasi sesuatu "ada" tanpa menjelaskan lebih lanjut
Konotasi (Lapis 1)	Frasa identik dengan pernyataan viral Seskab Teddy Indra Wijaya (28 Maret 2026)	Pengutipan terselubung dari konteks birokrasi formal	Parodi terhadap gaya komunikasi pejabat yang vague dan tidak transparan terhadap publik
Konotasi (Lapis 2)	Frasa digunakan menjawab pertanyaan "sibuk apa sekarang?"	Pengakuan implisit atas kondisi pasca-jabatan	Humor <i>self-deprecating</i> : mengolok diri sendiri yang kini memiliki banyak waktu luang tanpa terkesan defensif
Konotasi (Lapis 3)	Penggunaan bahasa meme yang sedang viral di ruang digital	Partisipasi aktif dalam budaya internet	Ekspresi solidaritas kultural dengan audiens digital yang melek meme dan budaya internet

Mitos	Frasa	Jawaban	Naturalisasi
(Pertama)	"Pokoknya ada" sebagai jawaban resmi pejabat	vague pejabat publik dianggap cukup dan lumrah	ketidaktransparanan birokrasi: publik dikondisikan menerima jawaban tanpa substansi dari pejabat negara
Mitos (Kedua)	Tweet humor tiga kata sebagai instrumen kritik politik	Kritik tidak harus disampaikan secara frontal dan formal	Dekonstruksi mitos bahwa politisi oposisi harus selalu mengkritik secara serius, eksplisit, dan konfrontatif

*Sumber: Analisis peneliti berdasarkan kerangka semiotika Roland Barthes (2012)*

Pada tataran ini, makna yang tersaji masih sangat dangkal dan tidak mengandung muatan politik apa pun. Inilah yang disebut Sobur (2013) sebagai makna pertama yang bersifat transparan, natural, dan tak terbantahkan. "Kemasan" inilah yang justru menyembunyikan makna yang jauh lebih kaya di level berikutnya.

### ***Analisis Konotatif: Intertekstualitas dan Makna Tersembunyi***

Pada tataran konotasi, analisis bergerak melampaui makna literal untuk menelusuri interaksi antara tanda dengan nilai-nilai budaya, ideologi, dan konteks sosial yang melingkupinya (Barthes, 2012). Di sinilah frasa "Pokoknya ada..." membuka dirinya sebagai teks yang sarat makna.

Frasa ini tidak lahir dari ruang kosong. Sebagaimana didokumentasikan Suara.com (2026), frasa "Pokoknya ada" pertama kali viral setelah diucapkan Sekretaris Kabinet Teddy Indra Wijaya pada 28 Maret 2026, hanya tiga hari sebelum tweet Anies diunggah. Konteksnya adalah Bazar Rakyat di halaman Monas yang digelar atas instruksi Presiden Prabowo Subianto. Saat wartawan mempertanyakan sumber dana program tersebut kepada Menteri Koperasi, Teddy menimpali dengan nada tegas: "Pokoknya ada, oke." Klip pendek ini langsung viral, ditonton jutaan kali, dan memicu gelombang kritik publik tentang ketidaktransparanan komunikasi pejabat negara dalam soal penggunaan uang rakyat (Suara.com, 2026).

Dalam waktu singkat, frasa itu telah memiliki muatan konotatif yang kuat dan disepakati secara luas di ruang digital Indonesia: ia menjadi simbol komunikasi pejabat yang vague, tidak akuntabel, dan menghindari pertanyaan substansial dengan jawaban yang terkesan menutup diskusi. Tagar #PokoknyaAda trending di X dengan ribuan unggahan, sebagian besar berupa sindiran terhadap transparansi pemerintah (Suara.com, 2026).

Ketika Anies menggunakan frasa yang sama persis tiga hari kemudian untuk menjawab pertanyaan ringan tentang kesibukannya, ia tidak sedang mengucapkan

frasa biasa. Ia sedang melakukan apa yang Allen (2000) sebut sebagai tindakan intertekstual: meminjam teks yang sudah dikenal publik dan memasukkannya ke dalam konteks baru yang berbeda, sehingga makna yang melekat pada teks asal ikut terbawa dan bertransformasi dalam konteks yang baru. Piliang (2012) menyebut mekanisme serupa sebagai praktik hipersemiotika, di mana tanda meminjam, mengutip, dan mendaur ulang kode dari teks lain secara simultan untuk menciptakan lapisan makna berlipat.

Secara konotatif, tindakan Anies ini menghasilkan setidaknya tiga lapisan makna sekaligus. Pertama, parodi terhadap gaya komunikasi pemerintah: dengan menggunakan frasa yang dalam tiga hari terakhir identik dengan ketidaktransparanan birokrasi, Anies secara implisit menyindir cara pejabat menjawab pertanyaan publik, tanpa harus menyebut nama siapa pun secara langsung. Kedua, humor yang bersifat self-deprecating: frasa itu digunakan untuk menjawab pertanyaan "sibuk apa sekarang?", yang secara implisit mengakui bahwa ia kini memiliki banyak waktu luang pasca-jabatan; namun pengakuan ini disampaikan dengan cara yang jenaka sehingga tidak terkesan defensif atau menyedihkan. Ketiga, solidaritas kultural dengan audiens digital: dengan menggunakan bahasa meme yang sedang viral, Anies menunjukkan bahwa ia melekat budaya internet dan mampu berpartisipasi dalam gelombang humor yang sedang berlangsung di ruang publik digital (Ismoyo & Basaevha, 2025).

Iniilah yang menjadikan tweet ini melampaui sekadar respons biasa. Ia adalah tindakan komunikasi yang sangat terkalkulasi, di mana kesederhanaan teks justru menjadi kekuatannya. Hanya pembaca yang memiliki pengetahuan kontekstual tentang frasa Seskab Teddy yang akan menangkap seluruh lapisan maknanya. Bagi yang tidak tahu konteksnya, tweet itu terlihat biasa saja. Bagi yang tahu, ia adalah trolling level tinggi yang sangat cerdas.

### *Analisis Mitos: Naturalisasi dan Dekonstruksi*

Pada tataran mitos, Barthes (2012) menjelaskan bahwa mitos bekerja dengan mengubah sesuatu yang bersifat historis dan politis menjadi sesuatu yang tampak natural dan universal, seolah-olah "memang begitulah adanya". Dalam analisis ini, dua mitos yang saling berhadapan dapat diidentifikasi.

Mitos pertama adalah mitos tentang gaya komunikasi kekuasaan: yakni keyakinan yang dinaturalisasi bahwa pejabat publik boleh memberikan jawaban yang vague dan tidak rinci atas pertanyaan-pertanyaan tentang kebijakan dan anggaran negara, dengan dalih "yang penting programnya jalan". Pernyataan Seskab Teddy "Pokoknya ada, oke" merepresentasikan mitos ini secara telanjang: ia mengandaikan bahwa publik tidak perlu tahu detailnya, cukup diyakinkan bahwa sesuatu "ada". Mitos ini berakar pada relasi kekuasaan yang tidak setara antara negara dan warga, dan telah lama menjadi bagian dari budaya komunikasi birokrasi Indonesia (Heryanto, 2018).

Mitos kedua adalah mitos tentang politisi oposisi: bahwa seorang politisi yang tidak berkuasa dan ingin mengkritik pemerintah harus melakukannya secara

serius, formal, dan frontal melalui pernyataan pers, pidato, atau debat publik. Tweet Anies mendekonstruksi mitos ini sepenuhnya. Dengan humor tiga kata, ia menyampaikan kritik yang efektif tanpa satu pun kata yang bersifat menyerang atau konfrontatif. Ia membalikkan ekspektasi tentang bagaimana seorang oposisi seharusnya berbicara; justru karena itulah pesannya lebih mudah diterima dan lebih luas jangkauannya (Pamungkas et al., 2024).

Dekonstruksi mitos kedua ini sejalan dengan apa yang Astuti dan Wulandari (2025) temukan dalam kajian satire politik di media sosial Indonesia: bahwa humor dan satire telah menjadi mode komunikasi politik alternatif yang efektif, terutama karena ia memberi kebebasan kepada audiens untuk menerima atau menolak pesan yang disampaikan, tanpa tekanan konfrontasi langsung. Publik tidak merasa "digurui" atau "diajak berpihak", melainkan diajak tertawa bersama, yang pada akhirnya jauh lebih persuasif.

### *Resepsi Audiens: Konfirmasi Makna Konotatif*

Analisis semiotika yang berhenti pada level teks saja belum lengkap tanpa melihat bagaimana makna itu diterima oleh audiens. Data resepsi dari sampel 30 balasan dan kutipan tweet yang dipilih secara purposif berdasarkan relevansi tema dan keterwakilan variasi respons menunjukkan pola yang sangat konsisten dengan temuan analisis di atas.

Tema yang paling dominan (~70% interaksi) adalah pembacaan tweet sebagai humor dan satire, dengan respons seperti "blio ini certified troll master" dan "Pak Anies jangan terlalu chronically online pak, nanti keliatan banget lagi nganggur". Ini mengkonfirmasi bahwa lapisan self-deprecating humor dalam tweet berhasil ditangkap dan diapresiasi oleh sebagian besar audiens (data analitik X, 10 April 2026).

Tema kedua yang signifikan (~60% interaksi) adalah pembacaan tentang reliabilitas dan kesan "gaul": "cuma orang nganggur yg tau jokes gini2an" dan "Abah punten. Gatel bgt tangan hamba...". Ini mengkonfirmasi bahwa strategi komunikasi Anies berhasil membangun kesan sebagai politisi yang dekat dengan budaya digital anak muda. Ini merupakan sebuah dimensi image management yang tidak bisa diraih melalui pidato formal (Ismoyo & Basaevha, 2025).

Sekitar 40% interaksi menunjukkan ekstensi meme, di mana audiens mengambil frasa tersebut dan memperluas pemakaiannya ke konteks-konteks lain: "Harusnya jokes ini muncul sebelum lebaran... Pacarnya mana? → Pokoknya ada." Pola ini mencerminkan mekanisme intertekstualitas berlanjut: frasa yang sudah dipinjam Anies dari konteks birokrasi kini dipinjam kembali oleh audiens untuk konteks-konteks baru yang lebih personal (Allen, 2000). Fenomena ini mempertegas bahwa tweet Anies tidak hanya menjadi konsumsi pasif, melainkan mendorong partisipasi aktif audiens dalam produksi makna.

Hanya sekitar 10% interaksi yang berupa kritik etis tentang kepantasan, sementara mayoritas justru menerima dan memperluas logika humor tersebut. Pola resepsi ini selaras dengan temuan Pamungkas et al. (2024) bahwa humor dalam

---

komunikasi politik secara signifikan meminimalkan risiko serangan balik, karena pesan kritis yang dibungkus humor jauh lebih sulit untuk dikritisi secara langsung dibandingkan pernyataan politik yang eksplisit.

### ***Komunikasi Politik Pasca-Jabatan: Relevansi Tanpa Kekuasaan***

Temuan-temuan di atas juga membuka dimensi yang lebih luas tentang bagaimana seorang politisi mempertahankan relevansi politiknya ketika tidak lagi memegang jabatan. Tweet tiga kata ini, yang diunggah di sela-sela kegiatan menonton film bersama istri, sesungguhnya merupakan tindakan komunikasi politik yang sangat efisien. Tanpa konferensi pers, tanpa pernyataan resmi, tanpa satu kata pun yang bersifat menyerang, Anies berhasil menempatkan dirinya dalam percakapan politik nasional yang sedang hangat, menunjukkan keberpihakannya pada kritik publik terhadap pemerintah, sekaligus membangun citra sebagai figur yang relatable, cerdas, dan humoris.

Ini selaras dengan apa yang Ismoyo dan Basaevha (2025) temukan: bahwa politisi pasca-jabatan menggunakan media sosial bukan sekadar untuk berbagi aktivitas pribadi, melainkan sebagai arena manajemen citra dan pesan politik yang terencana, di mana batas antara konten personal dan konten politik sengaja dibuat kabur. Cangara (2016) menyebutnya sebagai strategi positioning jangka panjang, yakni membangun dan mempertahankan modal simbolik yang akan berguna ketika momentum politik berikutnya tiba.

Yang membedakan kasus ini dari komunikasi politik konvensional adalah penggunaan intertekstualitas sebagai mekanisme utamanya. Alih-alih berbicara langsung tentang isu politik, Anies membiarkan frasa yang sudah sarat makna politik itu berbicara sendiri, sembari membiarkan audiens yang cerdas melengkapi makna yang tidak pernah ia ucapkan secara eksplisit. Ini adalah bentuk komunikasi politik yang sangat cocok dengan ekosistem media sosial: padat, efisien, plausibly deniable, dan memiliki potensi viral yang tinggi.

### **SIMPULAN**

Penelitian ini telah menganalisis tweet balasan Anies Baswedan yang menggunakan frasa "Pokoknya ada..." melalui pendekatan semiotika dua tahap Roland Barthes dan analisis intertekstual. Dari analisis yang telah dilakukan, terdapat tiga kesimpulan utama yang dapat ditarik Pertama, frasa "Pokoknya ada..." dalam tweet balasan Anies Baswedan beroperasi pada dua tataran makna yang berbeda secara radikal. Pada tataran denotasi, teks ini tidak lebih dari sebuah respons kasual dan tidak informatif. Namun pada tataran konotasi, ia menyimpan muatan kritik politik yang kaya dan berlapis: parodi terhadap gaya komunikasi birokrasi yang tidak transparan, humor self-deprecating tentang kondisi pasca-jabatan, sekaligus ekspresi solidaritas kultural dengan audiens digital yang melek meme. Kesederhanaan teks justru menjadi kekuatan strategisnya. Makna politisnya hanya dapat ditangkap oleh pembaca yang memiliki pengetahuan kontekstual

tentang frasa viral Seskab Teddy Indra Wijaya, sementara bagi yang tidak tahu konteksnya, tweet tersebut tampak biasa saja.

Kedua, mekanisme utama yang bekerja dalam teks ini adalah intertekstualitas. Frasa "Pokoknya ada" bukanlah ungkapan orisinal, melainkan kutipan terselubung yang dipindahkan dari konteks pernyataan resmi pejabat negara ke dalam percakapan humor di ruang digital. Perpindahan konteks inilah yang menciptakan efek ironi dan satire: seluruh muatan kritik yang telah melekat pada frasa asalnya: ketidaktransparanan, jawaban yang menghindari substansi, aroganisme birokratis; semua itu ikut terbawa dan bekerja secara implisit dalam konteks baru, tanpa satu pun kata yang bersifat menyerang secara langsung. Dengan demikian, tweet ini merupakan contoh nyata dari apa yang dapat disebut sebagai kritik terselubung berbasis interteks dalam komunikasi politik digital. Ketiga, temuan ini mengonfirmasi dan memperluas pemahaman tentang komunikasi politik pasca-jabatan di media sosial. Tweet tiga kata yang diunggah di sela kegiatan personal ini sesungguhnya adalah tindakan komunikasi politik yang sangat efisien: tanpa pernyataan resmi, tanpa konfrontasi terbuka, Anies berhasil menempatkan diri dalam percakapan politik nasional yang sedang hangat, membangun citra sebagai figur yang cerdas dan relatable, sekaligus menyampaikan keberpihakan politisnya kepada publik yang kritis terhadap gaya komunikasi pemerintah. Humor intertekstual terbukti menjadi strategi komunikasi yang sangat cocok dengan ekosistem media sosial: padat, efisien, berpotensi viral tinggi, dan plausibly deniable. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian semiotika komunikasi politik digital di Indonesia dengan menunjukkan bahwa objek analisis semiotika tidak harus berupa teks panjang atau konten visual yang kompleks. Sebuah frasa tiga kata pun dapat menyimpan kedalaman makna yang layak dikaji secara akademis, asalkan pembacaannya ditempatkan dalam konteks intertekstual yang tepat. Penelitian ini juga menegaskan relevansi kombinasi semiotika Barthes dan analisis intertekstual sebagai kerangka yang produktif untuk membongkar lapisan makna dalam komunikasi politik digital kontemporer. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada fokusnya yang hanya menganalisis satu artefak teks tunggal. Penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan dengan menganalisis pola komunikasi intertekstual Anies Baswedan secara longitudinal, atau membandingkan strategi serupa yang diterapkan oleh politisi pasca-jabatan lain di Indonesia. Selain itu, kajian tentang bagaimana audiens dari latar belakang yang berbeda memaknai teks intertekstual semacam ini, terutama mereka yang tidak memiliki pengetahuan kontekstual tentang frasa asalnya, juga menjadi agenda penelitian yang menarik untuk dikembangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M., & Mona, N. (2024). Strategi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial oleh Calon Presiden Indonesia 2024. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*, 15(1), 1–20. <https://doi.org/10.14710/politika.15.1.2024.1-20>
- Allen, G. (2000). *Intertextuality*. Routledge.

- Astuti, D. P., & Wulandari, L. (2025). Satire Media Sosial: Medium Baru Pembentukan Persepsi Politik Generasi Z. *JISPO: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 15(1), 1–30. <https://doi.org/10.15575/jispo.v15i1.43980>
- Barthes, R. (2012). *Mitologi* (N. Setiawan, Trans.). Kreasi Wacana.
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi* (Rev. ed.). Rajawali Pers.
- Data analitik X. (2026, April 10). Engagement Metrics Tweet @aniesbaswedan (ID: 2038957140250144788) [Data set]. Platform X (Twitter).
- Heryanto, G. G. (2018). *Media komunikasi politik*. IRCiSoD.
- Ismoyo, S. L., & Basaevha, M. (2025). Analisis komunikasi politik satire Anies Baswedan di Instagram: Kajian semiotika Roland Barthes. *Communications*, 7(1), 104–127. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/communications/article/view/52717>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Rev. ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Mukodas, M., Mukhtar, R. H., Ekowati, A., Effendi, R., & Zistiana, W. (2025). Analisis semiotika Roland Barthes pada postingan bertema politik pada Instagram akun @Tempodotcom. *Triangulasi: Jurnal Pendidikan Kebahasaan, Kesastraan, dan Pembelajaran*, 5(2), 158–169. <https://triangulasi-fkip.unpak.ac.id/index.php/triangulasi/article/view/40>
- Pamungkas, R. N., Permadi, D., & Florina, I. D. (2024). Strategi humor Gibran Rakabuming dalam komunikasi politik di media sosial X (Twitter). *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 9(3), 175–182. <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i3.4057>
- Piliang, Y. A. (2012). *Semiotika dan hipersemiotika: Kode, gaya, & matinya makna*. Matahari.
- Rahmawati, C., Busri, H., & Badrih, M. (2024). Makna denotasi dan konotasi meme dalam media sosial Twitter: Kajian semiotika Roland Barthes. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(2), 1244–1256. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i2.3479>
- Reilly, I. (2013). From critique to mobilization: The Yes Men and the utopian politics of satirical fake news. *International Journal of Communication*, 7, 1243–1264.
- Sobur, A. (2013). *Semiotika komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Suara.com. (2026, April 1). Asal-usul “pokoknya ada” yang viral dan jadi meme di media sosial. <https://www.suara.com/lifestyle/2026/04/01/094643/asal-usul-pokoknya-ada-yang-viral-dan-jadi-meme-di-media-sosial>
- Talani, N. S. (2023). Problem tafsir semiotika dalam kajian media dan komunikasi: Sebuah tinjauan kritis. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(1), 103–116. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/article/view/3407>

Thai, A. (2014, February 6). Political satire: Beyond the humor. *The Harvard Crimson*. <https://www.thecrimson.com/article/2014/2/6/harvard-political-satire/>