

**Penggunaan Bahasa Slang di Kalangan Gen Z pada TikTok: Kajian
Sosiolinguistik**

Amella Anandita, Yunita Suryani, & Sri Yanuarsih

Universitas PGRI Ronggolawe Tuban, Indonesia

Aanandita029@gmail.com, you.n1t4@gmail.com, Sriyanuarsih1@gmail.com

Dikirim: 18 April 2026	Direvisi: 2 Mei 2026	Diterima: 3 Mei 2026	Diterbitkan: 31 Agustus 2026
------------------------	----------------------	----------------------	------------------------------

How to Cite: Anandita, Amella. et. al. "Penggunaan Bahasa Slang di Kalangan Gen Z pada TikTok: Kajian Sosiolinguistik" *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, Vol. 9, no. 2, 2026, pp. 258–269.

Published by Program Magister Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Suryakencana



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

ABSTRACT

This article examines variations in slang used by Generation Z in TikTok content from a sociolinguistic perspective. TikTok, as a short video-based social media platform, encourages concise, expressive, and informal language. This study employed a qualitative descriptive method with observation and content analysis techniques for captions, video text, and the comments section of TikTok content appearing on the For You Page (FYP). The results indicate that slang is predominantly used as a means of emotional expression, attitude affirmation, social judgment, and the formation of group identity and solidarity. The slang variations found include three forms: foreign language borrowings, shortenings, and lexical creations, which emerge in response to the need for fast and contextual digital communication. The meaning of slang is not always lexical, but rather is understood based on the context of use and social agreements within the speech community. These findings suggest that the use of slang by Generation Z on TikTok reflects the dynamics of Indonesian language development in the digital era.

Keywords: Slang, Generation Z, TikTok

ABSTRAK

Artikel ini membahas penggunaan bahasa slang yang digunakan oleh Generasi Z pada konten TikTok dalam perspektif sosiolinguistik. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi dan analisis isi terhadap caption, teks dalam video, dan kolom komentar di halaman For You Page (FYP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa slang yang digunakan secara dominan sebagai sarana ekspresi emosi, penegasan sikap, penilaian sosial, serta pembentukan identitas dan solidaritas kelompok. Variasi bahasa slang yang ditemukan meliputi tiga bentuk, yaitu serapan bahasa asing, pemendekan, dan kreasi leksikal, yang muncul sebagai respons terhadap kebutuhan komunikasi digital yang cepat dan kontekstual. Makna bahasa slang tidak selalu bersifat leksikal, melainkan dipahami berdasarkan konteks penggunaan dan kesepakatan sosial dalam komunitas tutur. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa slang oleh Generasi Z di TikTok mencerminkan dinamika perkembangan bahasa Indonesia di era digital.

Kata Kunci: generasi Z; slang; TikTok

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat utama yang digunakan manusia untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam konteks sosial, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai cerminan hubungan sosial, identitas, serta nilai-nilai yang hidup dalam suatu masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan bahasa tidak dapat dipisahkan dari faktor sosial penuturnya. Latar belakang sosial penutur terbukti memengaruhi pilihan bahasa yang digunakan dalam berbagai situasi komunikasi (Wahyuni, 2026). Kajian yang membahas hubungan antara bahasa dan masyarakat dikenal sebagai *sosiolinguistik*. Dalam kajian ini, bahasa dipahami sebagai praktik sosial yang penggunaannya selalu dipengaruhi oleh latar belakang penutur, situasi komunikasi, serta konteks sosial tempat bahasa tersebut digunakan (Chaer, 2010; Kridalaksana, 2008). Dalam kehidupan sehari-hari, bahasa tidak digunakan secara seragam oleh seluruh penuturnya. Perbedaan usia, kelompok sosial, tingkat pendidikan, serta situasi komunikasi menyebabkan munculnya perbedaan dalam penggunaan bahasa.

Perbedaan tersebut melahirkan variasi bahasa. Variasi bahasa merupakan bentuk-bentuk penggunaan bahasa yang muncul sebagai akibat dari keberagaman penutur dan keberagaman situasi pemakaian bahasa. Dalam *sosiolinguistik*, variasi bahasa dipandang sebagai fenomena yang wajar dan tidak dapat dihindari, karena bahasa harus menyesuaikan diri dengan kebutuhan komunikasi penuturnya dalam konteks sosial tertentu (Chaer & Agustina, 2014). Salah satu jenis variasi bahasa yang berkembang berdasarkan faktor sosial penutur adalah variasi bahasa slang. Bahasa slang merupakan ragam bahasa nonbaku yang umumnya digunakan dalam situasi tidak resmi dan banyak digunakan oleh kelompok sosial tertentu, khususnya generasi muda. Dalam perspektif *sosiolinguistik*, bahasa slang berfungsi sebagai penanda identitas kelompok dan sarana membangun solidaritas sosial antarpenggunanya. Penggunaan bahasa slang memungkinkan penutur menunjukkan kedekatan sosial, rasa kebersamaan, serta keanggotaan dalam suatu komunitas sosial tertentu (Hamidah et al., 2023).

Bahasa slang bersifat dinamis dan mudah berubah seiring dengan perkembangan zaman dan budaya. Istilah-istilah slang dapat muncul, berkembang, dan menghilang dalam waktu yang relatif singkat. Perkembangan ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial tempat bahasa tersebut digunakan. Pada era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu ruang utama berkembangnya bahasa slang. Media sosial menyediakan ruang komunikasi yang terbuka, cepat, dan luas sehingga memungkinkan penyebaran variasi bahasa secara masif (Tasyarasita et al., 2023).

Salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap penggunaan bahasa slang adalah TikTok. TikTok merupakan platform berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna berinteraksi melalui konten audiovisual dan kolom komentar. Karakteristik TikTok yang menekankan kreativitas, kecepatan, dan viralitas menjadikan platform ini sebagai ruang sosial yang sangat produktif dalam menciptakan dan menyebarkan variasi bahasa. Konten TikTok terbukti berfungsi sebagai stimulus linguistik yang mendorong perkembangan dan variasi bahasa di kalangan penggunanya (Haerana et al., 2026). Pengguna TikTok cenderung menggunakan bahasa yang ringkas, ekspresif, dan tidak formal, termasuk bahasa slang, untuk menyesuaikan diri dengan budaya komunikasi yang berlaku di platform tersebut (Dewi, 2024). Penggunaan bahasa slang di TikTok tidak dapat dilepaskan dari peran Generasi Z sebagai pengguna dominan platform ini. Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang

dalam lingkungan digital sehingga memiliki karakteristik komunikasi yang khas. Dalam perspektif sosiolinguistik, Generasi Z dapat dipandang sebagai komunitas tutur yang memiliki norma dan kebiasaan berbahasa tersendiri. Penggunaan bahasa slang oleh Generasi Z di TikTok menjadi bentuk adaptasi sosial terhadap lingkungan komunikasi digital yang mereka hadapi (Rahmawati, 2024).

Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, bahasa slang di TikTok juga berfungsi sebagai sarana pembentukan identitas sosial. Pengguna yang memahami dan menggunakan istilah slang tertentu akan dianggap sebagai bagian dari komunitas digital yang sama. TikTok juga menjadi ruang representasi identitas sosial penggunanya, termasuk representasi gender yang tercermin melalui pilihan bahasa dan gaya komunikasi (Fadillah et al., 2026). Bahasa slang juga digunakan untuk mengekspresikan sikap, emosi, serta penilaian sosial terhadap fenomena tertentu yang muncul dalam konten TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa slang tidak hanya berperan secara linguistik, tetapi juga memiliki fungsi sosial yang kuat dalam interaksi digital (Atuzzahro et al., 2025).

Namun, penggunaan bahasa slang di TikTok juga menimbulkan implikasi sosial yang lebih luas. Perbedaan pemahaman terhadap istilah slang dapat menimbulkan kesenjangan komunikasi, terutama antara generasi muda dan generasi yang lebih tua. Selain itu, intensitas penggunaan bahasa slang berpotensi memengaruhi kebiasaan berbahasa penutur dalam konteks formal apabila tidak disertai dengan kemampuan menyesuaikan bahasa sesuai situasi (Situmorang et al., 2024).

Dalam kajian sosiolinguistik, variasi bahasa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor situasi formal dan informal, tetapi juga oleh faktor sosial penutur, seperti usia dan kelompok generasi. Setiap generasi memiliki karakteristik bahasa yang berbeda sesuai dengan pengalaman sosial dan lingkungan komunikasinya. Generasi muda, khususnya Generasi Z, dikenal sebagai kelompok yang aktif menciptakan dan menyebarkan bentuk-bentuk bahasa baru. Hal ini disebabkan oleh intensitas interaksi sosial mereka yang tinggi di ruang digital serta keterbukaan terhadap perubahan bahasa (Chaer, 2010). Variasi bahasa slang yang digunakan oleh Generasi Z tidak dapat dilepaskan dari fungsi sosial bahasa itu sendiri. Dalam sosiolinguistik, bahasa dipahami sebagai alat untuk menegosiasikan identitas dan membangun relasi sosial. Penggunaan slang memungkinkan penutur menyesuaikan diri dengan norma kelompok dan memperkuat rasa kebersamaan. Hamidah, Rosalina, dan Triyadi (2023) menjelaskan bahwa bahasa slang di media sosial berfungsi sebagai simbol keanggotaan sosial dan menjadi penanda kedekatan antarpengguna dalam komunitas digital.

Media sosial sebagai ruang komunikasi modern mempercepat proses penyebaran variasi bahasa. Tasyarasita et al. (2023) menyatakan bahwa TikTok sebagai media sosial berbasis konten video pendek mendorong pengguna untuk menggunakan bahasa yang ringkas, ekspresif, dan mudah dipahami agar pesan dapat diterima secara efektif oleh audiens yang luas. Kondisi ini menjadikan TikTok sebagai salah satu ruang utama berkembangnya variasi bahasa slang di kalangan Generasi Z. Selain itu, karakteristik komunikasi di TikTok bersifat multimodal, yaitu memadukan unsur visual, audio, dan teks. Kombinasi ini memengaruhi cara pengguna memilih dan menggunakan bahasa. Dewi (2024) menemukan bahwa bahasa slang sering digunakan dalam teks pendukung video dan kolom komentar sebagai bentuk respons sosial terhadap konten yang ditampilkan. Penggunaan bahasa slang dalam konteks ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan pesan, tetapi juga untuk mengekspresikan sikap, emosi, dan penilaian sosial

pengguna terhadap suatu fenomena. Norma tersebut terbentuk melalui interaksi yang berulang dan intens di media sosial. Rahmawati (2024) menjelaskan bahwa penggunaan bahasa slang oleh Generasi Z di media sosial merupakan bentuk adaptasi terhadap lingkungan komunikasi digital yang menuntut kecepatan, kreativitas, dan efisiensi bahasa. Dengan demikian, variasi bahasa slang tidak muncul secara acak, melainkan mengikuti pola dan kesepakatan sosial dalam komunitas tersebut.

Bahasa slang yang digunakan di TikTok juga menunjukkan adanya hubungan antara bahasa dan budaya populer. Banyak istilah slang yang berasal dari tren hiburan, selebritas digital, atau peristiwa viral tertentu. Atuzzahro, Handatika, dan Puspita (2025) menyatakan bahwa bahasa slang di TikTok sering kali mengalami pergeseran makna sesuai dengan konteks sosial dan budaya penggunaannya. Situmorang et al. (2024) menjelaskan bahwa generasi yang tidak akrab dengan bahasa slang digital cenderung mengalami kesulitan dalam memahami pesan yang disampaikan oleh generasi muda di media sosial. Selain itu, Sebayang et al. (2024) mengemukakan bahwa penggunaan bahasa slang yang berlebihan berpotensi memengaruhi kebiasaan berbahasa penutur dalam situasi formal apabila tidak disertai dengan kemampuan beralih kode secara tepat.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji bahasa slang Generasi Z di media sosial dari berbagai sudut pandang. Tasyarasita et al. (2023) meneliti ragam bahasa slang remaja Gen Z pada media sosial TikTok dan menemukan bahwa bahasa slang yang digunakan didominasi oleh bentuk serapan bahasa asing dan pemendekan kata, dengan fungsi utama sebagai penanda identitas kelompok dan sarana komunikasi yang efisien. Dewi (2024) mengkaji penggunaan variasi bahasa slang pada platform TikTok untuk Generasi Z dari perspektif sosiolinguistik dan menyimpulkan bahwa bahasa slang berfungsi sebagai alat ekspresi diri serta pembentukan identitas sosial, namun kajiannya lebih berfokus pada identifikasi bentuk dan fungsi bahasa tanpa mendalami aspek makna kontekstual secara mendalam. Hamidah et al. (2023) meneliti ragam bahasa gaul di media sosial TikTok pada masa pandemi Covid-19 dan menemukan bahwa bahasa gaul berfungsi sebagai simbol keanggotaan sosial dalam komunitas digital, tetapi penelitian tersebut terbatas pada konteks pandemi dan belum mencakup perkembangan kreasi leksikal baru yang muncul setelahnya.

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian-penelitian tersebut, teridentifikasi bahwa kajian yang ada umumnya berfokus pada salah satu aspek saja, yakni bentuk, fungsi, atau identitas sosial, tanpa mengintegrasikan ketiganya sekaligus dalam analisis yang komprehensif. Selain itu, belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji bentuk kreasi leksikal asli berbahasa Indonesia sebagai salah satu varian bahasa slang Generasi Z di TikTok pada konten terkini. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian analisis bentuk, fungsi sosial, dan makna kontekstual bahasa slang Generasi Z di TikTok secara bersamaan, dengan menempatkan kreasi leksikal bahasa Indonesia sebagai fokus yang belum banyak dikaji dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Dengan demikian, variasi bahasa slang Generasi Z pada konten TikTok merupakan fenomena yang tidak hanya berkaitan dengan aspek kebahasaan, tetapi juga dengan aspek sosial, budaya, dan teknologi. Fenomena ini mencerminkan dinamika hubungan antara bahasa dan masyarakat di era digital. Oleh karena itu, penelitian mengenai variasi bahasa slang Gen Z pada konten TikTok dalam kajian sosiolinguistik penting dilakukan untuk memberikan pemahaman

yang lebih komprehensif mengenai perkembangan bahasa Indonesia serta perubahan pola komunikasi generasi muda di media social.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami makna dan fungsi sosial bahasa sebagaimana digunakan oleh penuturnya dalam konteks sosial tertentu (Moleong, 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami fenomena kebahasaan yang mendalam, khususnya variasi Bahasa slang yang digunakan oleh Generasi Z pada konten Tiktok. Variasi bahasa yang dimaksud mencakup perbedaan bentuk dan penggunaan bahasa slang yang muncul dalam caption, teks dalam video, serta kolom komentar. Dalam kajian sociolinguistik, fokus pada variasi bahasa penting untuk melihat hubungan antara bahasa dan faktor sosial penuturnya (Chaer & Agustina, 2014).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui pengamatan (observasi) dan analisis isi (content analysis). Teknik pengamatan digunakan untuk mengamati secara langsung penggunaan bahasa slang pada konten TikTok yang muncul pada halaman For You Page (FYP), termasuk caption video, teks dalam video, dan kolom komentar. Melalui pengamatan, peneliti memperoleh data bahasa sebagaimana digunakan secara alami dalam interaksi digital. Selanjutnya, teknik analisis isi digunakan untuk menyeleksi dan mengidentifikasi tuturan yang mengandung bahasa slang sesuai dengan fokus penelitian. Analisis isi dilakukan dengan cara menelaah isi pesan kebahasaan secara sistematis untuk menemukan pola penggunaan bahasa slang serta makna dan fungsi sosialnya dalam konteks komunikasi dalam Tiktok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Tasyarasita et al. (2023) yang menemukan bahwa bahasa slang Gen Z di TikTok didominasi oleh bentuk serapan bahasa asing dan pemendekan. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut dengan membuktikan bahwa kedua bentuk itu tetap menjadi varian dominan dalam konten TikTok terkini, seperti tampak pada penggunaan kata cringe, slay, lowkey, valid, dan yapping yang semuanya berasal dari serapan bahasa Inggris, serta auto dan fix yang merupakan bentuk pemendekan. Di samping itu, penelitian ini juga menemukan adanya bentuk kreasi leksikal asli berbahasa Indonesia, seperti stecu dan asbun, yang belum menjadi fokus dalam penelitian Tasyarasita et al. (2023) maupun Dewi (2024). Temuan ini memperluas peta variasi bahasa slang Gen Z dengan menunjukkan bahwa kreativitas berbahasa penutur tidak hanya bersandar pada bahasa asing, tetapi juga melahirkan kosakata baru dari unsur bahasa Indonesia itu sendiri. Hal ini memperkuat gagasan Hamidah et al. (2023) bahwa bahasa slang di media sosial berfungsi sebagai simbol keanggotaan sosial, karena kata-kata seperti stecu dan asbun hanya dapat dipahami oleh penutur yang aktif dalam komunitas digital Gen Z. Adapun dari sisi fungsi sosial, penelitian ini selaras dengan Dewi (2024) bahwa bahasa slang di TikTok digunakan untuk mengekspresikan emosi dan membentuk identitas, namun penelitian ini menambahkan dimensi penegasan sikap dan penilaian sosial sebagai fungsi yang juga menonjol, sebagaimana tercermin dalam penggunaan kata fix, valid, stecu, dan asbun. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi temuan penelitian-penelitian sebelumnya, tetapi juga melengkapinya dengan menambahkan kategori bentuk dan fungsi yang belum teridentifikasi secara eksplisit.

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis isi terhadap konten TikTok yang digunakan oleh Generasi Z, ditemukan bahwa variasi bahasa slang muncul secara dominan dalam bentuk kata dan ungkapan nonbaku yang digunakan pada caption, teks dalam video, serta kolom komentar. Variasi bahasa slang tersebut menunjukkan adanya perbedaan penggunaan bahasa yang dipengaruhi oleh konteks sosial, media, dan kelompok penutur, sehingga sejalan dengan pandangan sosiolinguistik yang menempatkan bahasa sebagai praktik sosial yang selalu bervariasi sesuai dengan situasi pemakaiannya (Chaer, 2010; Chaer & Agustina, 2014). Bahasa slang yang digunakan oleh Generasi Z di TikTok tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana ekspresi emosi, penegasan sikap, serta pembentukan solidaritas sosial antar pengguna TikTok. Selain itu, penggunaan bahasa slang yang bersifat ringkas, ekspresif, dan kontekstual menunjukkan karakter komunikasi Generasi Z yang adaptif terhadap media sosial sebagai ruang interaksi modern, di mana bahasa berkembang secara dinamis dan kreatif (Mahsun, 2017; Krippendorff, 2018).

Berikut ini merupakan variasi bahasa slang yang digunakan Generasi Z pada konten TikTok.

Pada akun TikTok @akumars78 yang diunggah pada 6 Januari 2026 dengan durasi 12 detik, ditemukan tuturan “Waktu lu nonton film tapi adegannya *cringe* banget sampe lu ga kuat buat nonton”. Kata *cringe* dalam konteks tersebut masuk kategori evaluatif negatif (ekspresi emosi) karena dipakai untuk menilai sesuatu secara negatif dan menyatakan rasa tidak nyaman atau risih.

Pada akun TikTok @ahmaddddd675 yang diunggah pada 2 Juli 2025 dengan durasi 10 detik, ditemukan tuturan “Ketika baca chat temen aja bisa *Auto* ngakak karena lo tau cara mereka ngomong dan langsung kebayang suaranya dikepala”. Kata *auto* masuk kategori reaksi spontan karena digunakan untuk menyatakan respons yang terjadi secara langsung atau otomatis akibat suatu pemicu.

Pada akun TikTok @ramadaaisiaa yang diunggah pada 3 Januari 2026 dengan durasi 6 detik, ditemukan tuturan “Ah udah ga sanggup ini mah, udah *Fix* ini aku chat lagi dia deh (kangen bgt gakuat)”. Kata *fix* masuk kategori penegasan karena digunakan untuk memperkuat kepastian pendapat, keputusan, atau sikap penutur.

Pada akun TikTok @panggilakusilfi yang diunggah pada 16 Januari 2025 dengan durasi 15 detik, ditemukan tuturan “Semakin pelan suaranya semakin *Valid* ceritanya”. Kata *valid* masuk kategori evaluatif positif karena digunakan untuk menyatakan persetujuan atau penilaian bahwa suatu pendapat dianggap benar dan dapat diterima.

Pada akun TikTok @graceanindia yang diunggah pada 17 April 2025 dengan durasi 12 detik, ditemukan tuturan “Harus tetap *slay* menghadapi gebrakan dunia”. Kata *slay* masuk kategori evaluatif positif (apresiatif) karena digunakan untuk memberikan pujian atau penilaian positif terhadap penampilan, tindakan, atau hasil sesuatu.

Pada akun TikTok @ikiwrrr yang diunggah pada 26 November 2025 dengan durasi 8 detik, ditemukan tuturan “Suka banget liat orang yang *lowkey*, ga banyak suara, ga ngejar perhatian, tapi hidup dia penuh berkah, kerja stabil, hati tenang, rezeki cukup. Subtle success”. Kata *lowkey* masuk kategori sikap tidak langsung (mitigasi) karena digunakan untuk menyampaikan perasaan atau pendapat secara halus, tersirat, dan tidak berlebihan.

Pada akun TikTok @nayyarafeeza09 yang diunggah pada 22 Oktober 2025 dengan durasi 14 detik, ditemukan tuturan “Ga ganggu ga tau gamau tau akumah **stecu**”. Kata **stecu** masuk kategori evaluatif (penilaian sikap) karena digunakan untuk menilai perilaku sosial seseorang yang dianggap berpura-pura cuek atau dibuat-buat.

Pada akun TikTok @maharani234 yang diunggah pada 18 Desember 2025 dengan durasi 15 detik, ditemukan tuturan “Sisain aku cowo yang **clingy** plsplssssss”. Kata **clingy** masuk kategori evaluatif (penilaian perilaku interpersonal) karena digunakan untuk menilai sikap seseorang yang dianggap terlalu bergantung atau terlalu membutuhkan kedekatan emosional.

Pada akun TikTok @cowardlyforeverything yang diunggah pada 17 Oktober 2025 dengan durasi 6 detik, ditemukan tuturan “Ternyata **yapping** ke orang yang salah itu nguras energi banget, niat hati mau cerita semua hal dengan respon antusias malah dapet respon yang nyakitin, emang paling bener **yapping** ke diri sendiri”. Kata **yapping** masuk kategori evaluatif (penilaian perilaku berbicara) karena digunakan untuk menilai seseorang yang dianggap berbicara berlebihan atau bertele-tele.

Pada akun TikTok @leonardusagra yang diunggah pada 8 Agustus 2025 dengan durasi 16 detik, ditemukan tuturan “juara 🏆 asbun dulu baru mikir”. Kata **asbun** masuk kategori evaluatif (penilaian terhadap tuturan) karena digunakan untuk menilai ucapan atau pendapat yang dianggap asal bicara dan tidak berdasar.

Bentuk Serapan Bahasa Asing

Bentuk serapan bahasa asing merupakan kosakata yang berasal dari bahasa lain dan digunakan kembali oleh penutur dalam komunikasi sehari-hari dengan penyesuaian makna sesuai konteks sosial. Dalam penggunaan di media sosial, khususnya TikTok, bentuk serapan ini banyak digunakan oleh Generasi Z karena dianggap lebih ringkas, ekspresif, dan mudah dipahami oleh sesama pengguna. Makna kata-kata serapan tersebut sering kali mengalami pergeseran atau perluasan sehingga tidak selalu sama dengan makna aslinya, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi di lingkungan digital.

1. Cringe

“Waktu lu nonton film tapi adegannya **cringe** banget sampe lu ga kuat buat nonton”. kata cringe banyak digunakan dalam komunikasi santai di media sosial dan dipahami maknanya berdasarkan kebiasaan bersama para penggunanya, khususnya Generasi Z. Penggunaannya tidak lagi mengacu pada arti harfiah, melainkan berkembang sebagai bentuk penilaian terhadap situasi atau perilaku yang menimbulkan rasa risih, malu, atau tidak nyaman. Dalam konteks tuturan yang muncul di TikTok, kata ini dipakai untuk mengekspresikan reaksi emosional sekaligus evaluasi sosial secara singkat, sehingga sesuai dengan gaya komunikasi digital yang cepat dan ekspresif.

2. Slay

“Harus tetap **slay** menghadapi gebrakan dunia”. Penggunaan kata slay banyak dijumpai dalam percakapan santai di media sosial dan dipahami maknanya secara bersama oleh Generasi Z. Kata ini tidak dimaknai secara literal, tetapi digunakan sebagai bentuk penilaian positif terhadap sikap atau cara seseorang menghadapi situasi tertentu. Slay merepresentasikan sikap percaya diri, kuat, dan tetap tampil maksimal meskipun berada

dalam kondisi yang menantang. Pemakaian kata ini berfungsi sebagai ungkapan motivatif yang menekankan semangat dan keteguhan dalam menjalani kehidupan.

3. **Lowkey**

“Suka banget liat orang yang **lowkey**, ga banyak suara, ga ngejar perhatian, tapi hidup dia penuh berkah, kerja stabil, hati tenang, rezeki cukup. Subtle success”. Istilah **lowkey** digunakan dalam komunikasi nonformal dan berkembang luas di kalangan Generasi Z, terutama di media sosial, sehingga maknanya dipahami berdasarkan kesepakatan pengguna, bukan lagi pada arti harfiahnya. Dalam konteks tuturan tersebut, **lowkey** merujuk pada sikap hidup yang dijalani secara tenang, tidak menonjolkan diri, dan tidak mencari perhatian. Kata ini dipakai untuk menggambarkan seseorang yang terlihat sederhana, tetapi memiliki kehidupan yang stabil, tenang, dan penuh makna, sehingga menunjukkan keberhasilan yang bersifat halus dan tidak dipamerkan.

4. **Clingy**

Pemakaian kata **clingy** dalam tuturan “sisain aku cowo yang **clingy** plssplspls” muncul dalam konteks komunikasi santai dan ekspresif di media sosial. Kata ini digunakan untuk menggambarkan sikap seseorang yang ingin selalu dekat, perhatian, dan bergantung secara emosional pada pasangannya. Dalam tuturan tersebut, **clingy** tidak dipakai dengan nada sepenuhnya negatif, melainkan sebagai bentuk pengakuan diri yang disampaikan secara bercanda dan persuasif. Makna kata ini dipahami berdasarkan kebiasaan bersama pengguna, khususnya Generasi Z, sehingga cukup satu kata untuk mewakili gambaran sikap emosional tertentu dalam hubungan interpersonal.

5. **Valid**

Penggunaan kata **valid** berkembang dalam komunikasi santai di media sosial dan tidak lagi terbatas pada makna formal atau akademis. Dalam tuturan “semakin pelan suaranya semakin **valid** ceritanya”, kata **valid** digunakan untuk menilai tingkat kebenaran atau meyakinkan tidaknya sebuah cerita berdasarkan cara penyampaian. Makna tersebut dipahami secara kontekstual oleh penutur dan pendengar, khususnya Generasi Z, sebagai bentuk persetujuan atau penguatan terhadap suatu pernyataan. Pemakaian **valid** dalam konteks ini bersifat nonformal, ekspresif, dan tidak mengikuti kaidah penggunaan resmi, sehingga berfungsi sebagai cara singkat untuk menyampaikan penilaian sosial dalam interaksi digital.

6. **Yapping**

Pemakaian kata **yapping** dalam tuturan “Ternyata **yapping** ke orang yang salah itu nguras energi banget...” muncul dalam konteks komunikasi santai di media sosial dan digunakan untuk menggambarkan aktivitas bercerita atau berbicara panjang lebar tentang perasaan atau pengalaman pribadi. Kata ini berasal dari bahasa Inggris, tetapi dalam penggunaan oleh Generasi Z, maknanya mengalami penyesuaian sehingga tidak lagi sekadar berarti berbicara, melainkan berbicara secara emosional dan terus-menerus kepada orang yang dianggap dekat. Makna tersebut dipahami berdasarkan kebiasaan bersama para pengguna, sehingga **yapping** berfungsi sebagai cara singkat untuk mewakili aktivitas curhat yang menguras emosi. Penggunaannya bersifat nonformal, kontekstual, dan lazim ditemukan dalam interaksi digital, yang menunjukkan bahwa kata ini hidup dan berkembang sesuai kebutuhan komunikasi penuturnya.

Bentuk Pemendekan

Bentuk pemendekan merupakan proses pembentukan kata dengan cara mempersingkat bentuk ujaran agar lebih ringkas dan mudah digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Pemendekan ini umumnya muncul dalam situasi nonformal dan berkembang karena kebutuhan penutur untuk berkomunikasi secara cepat dan efisien. Dalam konteks media sosial seperti TikTok, bentuk pemendekan banyak digunakan oleh Generasi Z karena sesuai dengan karakter komunikasi digital yang singkat, spontan, dan ekspresif. Kata-kata hasil pemendekan tersebut tidak selalu mengikuti kaidah bahasa baku, melainkan dipahami berdasarkan kesepakatan makna dalam komunitas tutur. Oleh karena itu, bentuk pemendekan menjadi salah satu ciri menonjol dalam penggunaan bahasa slang di media sosial.

1. Auto

“Ketika baca chat temen aja bisa **Auto** ngakak karena lo tau cara mereka ngomong dan langsung kebayang suaranya dikepala”. Kata **auto** digunakan dalam tuturan informal untuk menyatakan reaksi yang terjadi secara langsung dan spontan tanpa perlu dipikirkan terlebih dahulu, seperti pada ungkapan **auto ngakak** yang menunjukkan respons tertawa yang muncul seketika. Penggunaan kata **auto** termasuk bahasa slang karena maknanya tidak lagi mengikuti arti leksikal aslinya, melainkan mengalami perluasan makna yang dipahami secara kolektif oleh komunitas penutur, khususnya Generasi Z di media sosial. Selain itu, **auto** termasuk bentuk pemendekan karena berasal dari kata *automatic* atau otomatis yang dipersingkat menjadi satu bentuk ujaran yang lebih singkat, praktis, dan efisien dalam komunikasi digital. Pemendekan ini membuat tuturan terasa lebih santai, ekspresif, dan sesuai dengan karakter percakapan di TikTok yang menuntut kecepatan dan keakraban antar penutur.

2. Fix

Dalam tuturan “Ah udah ga sanggup ini mah, udah **fix** ini aku chat lagi dia deh” digunakan untuk menegaskan keputusan yang dianggap sudah pasti dan tidak dapat diubah. Kata ini berasal dari bahasa Inggris *fixed* yang berarti “tetap” atau “pasti”, namun dalam penggunaan Generasi Z maknanya mengalami penyempitan dan pergeseran fungsi. **Fix** tidak lagi merujuk pada keadaan teknis, melainkan dipakai sebagai penanda kepastian sikap atau keputusan emosional dalam situasi santai. Penggunaan kata ini bersifat nonbaku, kontekstual, dan hanya lazim dipahami dalam interaksi informal, khususnya di media sosial. Karena itulah **fix** dikategorikan sebagai bahasa slang yang berfungsi memperkuat ekspresi penutur secara singkat dan ekspresif.

Bentuk Kreasi Leksikal

Bentuk kreasi leksikal yaitu proses pembentukan kata atau ungkapan baru yang lahir dari kreativitas penutur dalam menggunakan bahasa, tanpa terikat pada kaidah bahasa baku maupun asal-usul bahasa tertentu. Bentuk ini muncul dari kebiasaan berbahasa dalam lingkungan sosial tertentu dan digunakan secara berulang hingga maknanya dipahami serta disepakati bersama oleh para penutur. Dalam kajian sosiolinguistik, kreasi leksikal dipandang sebagai wujud dinamika bahasa yang bersifat fleksibel dan terus berkembang mengikuti kebutuhan komunikasi masyarakat, terutama di ruang digital. Media sosial mendorong kemunculan bentuk ini karena menuntut komunikasi yang cepat,

santai, dan ekspresif. Oleh sebab itu, kreasi leksikal menjadi bagian penting dari variasi bahasa slang yang mencerminkan peran aktif penutur, khususnya Generasi Z, dalam membentuk dan menyesuaikan bahasa dengan realitas sosial dan budaya yang mereka hadapi.

1. **Stecu (Stelan Cuek)**

Kata *stecu* digunakan untuk mengekspresikan sikap acuh, dingin, atau pura-pura tidak peduli terhadap situasi tertentu, seperti terlihat dalam tuturan “ga ganggu ga tau gamau tau akumah **stecu**” yang menegaskan posisi penutur untuk tidak ingin terlibat. Penggunaan kata ini bersifat santai, tidak resmi, dan lazim dipakai dalam interaksi sehari-hari di media sosial, sehingga *stecu* dapat dikategorikan sebagai bahasa slang karena hanya dipahami dan digunakan oleh kelompok sosial tertentu, khususnya Generasi Z. Selain itu, *stecu* termasuk bentuk kreasi leksikal karena tidak berasal dari kosakata baku maupun serapan langsung dari bahasa asing, melainkan terbentuk dari kreativitas penutur dalam merangkum sikap “tidak peduli” ke dalam satu istilah yang ringkas dan ekspresif. Makna kata ini terbentuk melalui kesepakatan sosial antarpengguna bahasa dan berkembang seiring frekuensi penggunaannya dalam konteks yang serupa, sehingga mencerminkan sifat bahasa yang dinamis dan adaptif dalam komunikasi di TikTok.

2. **Asbun (Asal Bunyi)**

“juara 🏆 asbun dulu baru mikir”, Kata *asbun* termasuk bahasa slang karena digunakan dalam situasi tidak resmi untuk menilai cara berbicara seseorang yang dianggap asal ngomong tanpa dipikirkan terlebih dahulu, dengan makna yang dipahami berdasarkan kebiasaan bersama para penuturnya, terutama di media sosial. Penggunaannya sering muncul dalam konteks santai, bercanda, atau menyindir, sehingga berfungsi sebagai penanda sikap dan penilaian sosial dalam interaksi sehari-hari. Selain itu, *asbun* juga dapat dikategorikan sebagai bentuk kreasi leksikal karena terbentuk dari pengolahan kreatif frasa “asal bunyi” yang dipendekkan dan disatukan menjadi satu kata baru tanpa mengikuti kaidah bahasa baku. Melalui pemakaian yang berulang dan konsisten, kata ini kemudian memperoleh makna yang relatif stabil dan diterima secara luas oleh komunitas penutur, menunjukkan bagaimana kreativitas berbahasa melahirkan variasi bahasa slang dalam ruang komunikasi digital.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis terhadap variasi bahasa slang Generasi Z pada konten TikTok dalam kajian sosiolinguistik, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa slang merupakan fenomena yang sangat erat kaitannya dengan konteks sosial, karakter penutur, serta media yang digunakan. TikTok sebagai ruang komunikasi digital mendorong munculnya ragam bahasa yang bersifat santai, ringkas, dan ekspresif. Bahasa slang yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan sikap, emosi, dan identitas sosial penuturnya. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa dalam media sosial tidak digunakan secara acak, melainkan mengikuti pola dan fungsi sosial tertentu yang dipahami bersama oleh komunitas penuturnya.

Variasi bahasa slang yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan adanya beberapa bentuk kebahasaan, seperti pemendekan, serapan bahasa asing, dan kreasi leksikal. Masing-masing bentuk tersebut muncul sebagai respons terhadap kebutuhan komunikasi yang cepat dan

praktis di ruang digital. Selain itu, makna bahasa slang tidak selalu dapat dipahami secara leksikal, melainkan harus dilihat berdasarkan konteks penggunaan dan situasi tutur. Penggunaan bahasa slang oleh Generasi Z di TikTok juga mencerminkan dinamika bahasa Indonesia yang terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan zaman. Oleh karena itu, kajian mengenai variasi bahasa slang dalam media sosial penting dilakukan untuk memahami perkembangan bahasa Indonesia di era digital serta hubungan antara bahasa dan masyarakat secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Atuzzahro, N., Handatika, A., & Puspita, R. (2025). Pergeseran makna bahasa slang dalam media sosial TikTok di kalangan generasi muda. *Jurnal Linguistik dan Budaya Digital*, 7(1), 45–58.
- Chaer, A. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2014). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal* (Edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Situmorang, R., Manalu, R. S., Napitupulu, K. R., & Tansliova, L. (2024). Dampak media sosial terhadap penggunaan bahasa gaul di aplikasi TikTok pada remaja. *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, 2(2), 281–289. <https://doi.org/10.61132/semantik.v2i2.668>
- Tasyarasita, A. Z., Duhita, M. E., Yulianti, W., & Yustanto, H. (2023). Ragam bahasa slang oleh remaja Gen Z pada media sosial TikTok: Kajian sosiolinguistik. *Translation and Linguistics (Transling)*, 3(2), 98–109. <https://jurnal.uns.ac.id/transling/article/view/74673>
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus linguistik* (Edisi keempat). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mahsun. (2017). *Metode penelitian bahasa: Tahapan strategi, metode, dan tekniknya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hamidah, A. A. A., Rosalina, S., & Triyadi, S. (2023). Kajian sosiolinguistik ragam bahasa gaul di media sosial TikTok pada masa pandemi Covid-19 dan pemanfaatannya sebagai kamus bahasa gaul. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 9(1), 61–68. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i1.2029>
- Dewi, N. P. J. L. (2024). Penggunaan variasi bahasa “slang language” pada platform TikTok untuk generasi Z: Kajian sosiolinguistik. *Scholars: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.31959/js.v2i1.2352>

- Sebayang, R. R., Purba, E., Damanik, S. P., & Surip, M. (2024). Dinamika bahasa gaul dan serapan asing di era digital: Dampaknya terhadap kemampuan berbahasa Indonesia baku. *BAHTRA: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(2), 10–22.
- Rahmawati, R. (2024). Analisis pengaruh TikTok dalam penggunaan variasi bahasa terhadap Gen Z. *Jubah Raja: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajaran*, 3(2), 148–157. <https://doi.org/10.30734/jr.v3i2.4894>
- Wahyuni, R. S. (2026). Social background effect on the choice of the students language. *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.35194/jd.v9i1.5805>
- Haerana, H., Juanda, J., & Nensilanti, N. (2026). Stimulasi linguistik melalui TikTok dan lingkungan sosial pada anak usia 3–6 tahun: Analisis behaviorisme Skinner. *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 9(1), 86–103. <https://doi.org/10.35194/jd.v9i1.5871>
- Fadillah, W., Juanda, J., & Nensilanti, N. (2026). Representasi gender dalam media sosial TikTok: Kajian semiotika visual sosial Theo van Leeuwen dan Gunther Kress. *Dinamika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 9(1), 10–26. <https://doi.org/10.35194/jd.v9i1>