

Perubahan Kosakata Gen-Z dalam Konten Tiktok sebagai Bentuk Kreativitas Berbahasa di Era Digital

Amella Anandita ^{1*}

Sri Yanuarsih²

I Wayan Letreng ³

¹²³Universitas PGRI Ronggolawe Tuban, Indonesia

¹Aanandita029@gmail.com

²Sriyanuarsih1@gmail.com

³wletreng@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas fenomena perubahan kosakata yang digunakan oleh Generasi Z dalam konten TikTok sebagai wujud kreativitas berbahasa di era digital. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bentuk perubahan kosakata serta memahami fungsi sosial dan konteks penggunaannya dalam interaksi digital. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan data primer berupa kosakata dari video, caption, dan komentar TikTok, serta data sekunder dari literatur berbagai literatur yang mendukung analisis penelitian, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan penelitian terdahulu yang membahas perubahan bahasa dan kreativitas berbahasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z menciptakan dan memodifikasi kosakata melalui proses pemendekan, akronim, penyerapan bahasa asing, serta plesetan, seperti stecu, yapping, asbun, clingy, kalcer, cringe, flexing, dan fomo, yang berfungsi sebagai alat komunikasi sekaligus sarana ekspresi identitas, humor, kritik sosial, dan pembentukan kedekatan kelompok. Temuan ini menegaskan bahwa kreativitas berbahasa Gen Z merupakan respons terhadap kebutuhan komunikasi cepat, dinamis, dan kontekstual di era digital, serta mencerminkan keterkaitan erat antara bahasa, budaya populer, dan teknologi.

Kata Kunci: *Perubahan Kosakata, Gen Z, TikTok*

Abstract

This study examines the phenomenon of vocabulary changes used by Generation Z in TikTok content as a manifestation of language creativity in the digital era. The purpose of this study is to analyze the forms of vocabulary changes and understand the social functions and contexts of their use in digital interactions. The method used is descriptive qualitative with primary data in the form of vocabulary from TikTok videos, captions, and comments, as well as secondary data from various literature supporting the research analysis, such as scientific journals, books, articles, and previous studies discussing language change and language creativity. The results show that Gen Z creates and modifies vocabulary through the process of shortening, acronyms, foreign language absorption, and puns, such as stecu, yapping, asbun, clingy, kalcer, cringe, flexing, and fomo, which function as communication tools as well as means of expressing identity, humor, social criticism, and building group closeness. These findings confirm that Gen Z's language creativity is a response to the need for fast, dynamic, and contextual communication in the digital era, and reflects the close relationship between language, popular culture, and technology.

Keywords: *Vocabulary Chang, Gen Z, TikTok*

Pendahuluan

Kosakata merupakan kumpulan kata yang digunakan oleh suatu kelompok masyarakat untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri di dunia digital yang terus berubah dan berkembang serta mengikuti dinamika bahasa, atau tren di media sosial. Kosakata mencerminkan bagaimana cara berpikir serta nilai-nilai budaya yang hidup di kalangan penuturnya. Setiap kata memiliki makna yang tidak hanya bersifat leksikal, tetapi juga kultural dan juga sosial. Dalam konteks ini, kosakata bersifat dinamis atau terus berubah sesuai kebutuhan komunikasi dan perkembangan zaman. Menurut Chaer (2012) menegaskan bahwa perubahan kosakata merupakan wujud perkembangan bahasa yang terjadi karena penambahan kata baru, pergeseran makna, maupun adaptasi terhadap konteks sosial tertentu.

Sementara itu, Kridalaksana (2009) menyebutkan bahwa pembentukan kosakata baru bisa terjadi melalui derivasi, komposisi, akronimisasi, pemendekan, serta penyerapan unsur dari bahasa lain. Proses-proses ini menunjukkan fleksibilitas bahasa untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan sosial, budaya, dan ilmu pengetahuan. Kosakata menjadi bidang yang paling mudah berubah karena langsung bersentuhan dengan aktivitas komunikasi. Menurut Nababan (2010), kosakata berperan dalam pembentukan konsep dan struktur berpikir karena setiap kata mengandung kategori makna yang mewakili pengalaman manusia. Penguasaan kosakata yang luas mencerminkan keluasan pengetahuan seseorang. Dengan demikian, kosakata dapat dipahami sebagai sistem terbuka dalam bahasa yang terus berkembang mengikuti kebutuhan komunikasi manusia.

Perubahan dan perkembangan kosakata tidak dapat dilepaskan dari sifat dasar bahasa itu sendiri. Bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang bersifat arbitrer, digunakan oleh anggota masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasi diri (Kridalaksana, 2008:21). Seperti dijelaskan oleh Abdul Chaer (2010:32), bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan perasaan, pikiran, dan identitas sosial. Bahasa bersifat produktif, dinamis, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Menurut Kridalaksana (2010), bahasa selalu berubah karena adanya kebutuhan baru dalam masyarakat, baik karena kontak budaya, kemajuan teknologi, maupun perkembangan ilmu pengetahuan. Melalui bahasa, seseorang tidak hanya menyampaikan pengalaman, tetapi juga membingkai cara memahami dunia. Sejalan dengan itu, Verhaar (2010) menyebut bahwa bahasa adalah sistem tanda yang terbuka (*open system*), di mana unsur-unsur baru dapat masuk untuk mengakomodasi konsep, objek, dan fenomena baru dalam kehidupan manusia.

Pemahaman terhadap bahasa sebagai sistem sosial yang dinamis menunjukkan bahwa setiap perubahan di dalamnya mencerminkan perkembangan kehidupan masyarakat penuturnya. Bahasa tumbuh seiring perubahan budaya, pola pikir, dan kebutuhan komunikasi manusia. Setiap pergeseran bentuk, makna, maupun fungsi bahasa menggambarkan proses adaptasi penutur terhadap konteks sosial dan perkembangan zaman. Perubahan yang terjadi pada tataran kosakata merupakan manifestasi paling nyata dari sifat bahasa yang hidup dan terus berkembang.

Chaer (2012) menyebut kelompok usia muda sebagai penggerak utama perubahan bahasa karena sifatnya yang terbuka dan cepat menyesuaikan diri dengan lingkungan. Dari kelompok inilah lahir apa yang disebut sebagai Generasi Z, generasi yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital dan pola komunikasi yang serba cepat. Generasi Z adalah mereka yang lahir

kira-kira antara tahun 1997 sampai 2012. GenZ sangat akrab dengan internet, atau media sosial, sehingga cara mereka memandang komunikasi pun berbeda. Menurut Tapscott (2009), generasi ini dikenal adaptif, berpikir visual, dan lebih menyukai interaksi singkat namun intens. Karena itu, bahasa bagi Gen Z bukan lagi sekadar alat tukar informasi, melainkan cara menunjukkan diri dan menegaskan identitas sosial. Penelitian menunjukkan bahwa pengguna Gen Z di TikTok tidak hanya menggunakan singkatan dan pemendekan, tetapi juga membentuk kata baru yang kaya makna. Hal ini membuat pola komunikasi Gen Z berbeda secara signifikan dari generasi sebelumnya. Mereka seringkali menggunakan kata yang lahir dari spontanitas dan permainan makna.

Kebiasaan berbahasa Generasi Z paling mudah diamati melalui penggunaan media sosial, terutama platform TikTok. Platform ini tidak sekadar menjadi ruang hiburan, tetapi juga wadah bagi pengguna untuk berekspresi dan berinteraksi. Menurut Sari & Rahmawati (2021), TikTok menyediakan lingkungan multimodal yang mempercepat penyebaran istilah populer. Menurut Mereka tidak hanya menggunakan teknologi untuk mencari informasi, tetapi juga untuk membangun citra diri dan menjalin hubungan sosial. Hal ini membuat pola komunikasi Gen Z berbeda secara signifikan dari generasi sebelumnya. TikTok menyediakan fitur audio, filter, teks, dan kolom komentar yang memungkinkan pengguna mengekspresikan diri secara kreatif (Sari & Rahmawati, 2021). Di dalam konten tiktok sering memunculkan bahasa yang ringkas, lucu dan informal tapi terkesan gaul dan mudah di ingat oleh kalangan GenZ. Contohnya melalui inovasi seperti penggunaan slang, singkatan, emoji, dan neologisme (kata baru).

Fenomena kreativitas berbahasa Gen Z di TikTok mencerminkan perubahan mendasar dalam cara bahasa. Dalam konteks ini, kosakata yang muncul di TikTok merupakan hasil interaksi antara bahasa, budaya, dan teknologi. Contohnya seperti kata *flexing* untuk menunjukkan perilaku pamer, *fomo* (*fear of missing out*) sebagai ungkapan takut tertinggal tren, *kalcer* (plesetan dari culture), dan *stecu* (bentuk modifikasi dari stay cool atau sejenisnya). Kata-kata ini lahir dari spontanitas dan rasa ingin menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi cepat dan lucu. Perubahan tersebut tidak hanya sebagai bentuk ekspresi pribadi, tetapi juga sebagai adaptasi yang mengharuskan bahasa lebih ringkas, menarik, dan viral. Kreativitas berbahasa pada akhirnya memperlihatkan bagaimana bahasa mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan budaya populer.

Dalam teori perubahan kosakata dan kreativitas berbahasa, pendekatan yang paling relevan adalah teori Abdul Chaer dan Harimurti Kridalaksana. Dalam pandangan Abdul Chaer (2012), bahasa bersifat dinamis dan selalu mengalami perubahan sesuai perkembangan masyarakat penuturnya. Perubahan itu dapat terjadi dalam berbagai aspek, salah satunya kosakata. Menurutnya, kosakata suatu bahasa akan berkembang seiring dengan munculnya kebutuhan baru dalam komunikasi dan adanya pengaruh sosial, budaya, serta teknologi. Sementara itu, Harimurti Kridalaksana (2009) menjelaskan bahwa kreativitas berbahasa muncul dari sifat bahasa yang produktif dan terbuka terhadap inovasi. Dalam karyanya Pembentukan Kata dalam Bahasa Indonesia, Kridalaksana menegaskan bahwa penutur bahasa memiliki kebebasan untuk menciptakan bentuk baru melalui proses morfologis seperti pemendekan, penggabungan, penyengauan, maupun adopsi dari bahasa lain.

Beberapa penelitian yang relevan dengan kajian ini. Artikel pertama, penelitian oleh Amalia, D., Husna, H., Ripai, M., Purba, S. A., & Simbolon, F. (2025) yang berjudul "Variasi Bahasa Gaul pada Gen Z di Platform TikTok sebagai Cermin Dinamika Bahasa dalam Konteks Sosial Digital". Variasi bahasa gaul yang digunakan oleh Gen Z di TikTok, termasuk bentuk singkatan, akronim, penggabungan kata (compound), dan bagaimana

kata-kata gaul tersebut mencerminkan identitas sosial, komunitas digital, dan adaptasi bahasa terhadap budaya populer. Ini sangat sejalan dengan topik “perubahan kosakata Gen Z di TikTok. Artikel kedua, Penelitian oleh Wulansari, R., Octaviana, N. S., Nisrina, A., Wardhani, N. S., Julaika, D. R., & Anhar, A. (2025) yang berjudul “Pengaruh Bahasa Gaul Gen Z Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Baku di Media Sosial TikTok”. Menemukan bahwa bagaimana penggunaan bahasa gaul oleh Gen Z di TikTok berdampak pada penggunaan Bahasa Indonesia baku. Mereka menemukan bahwa slang seperti “mager”, “baper”, “kepo” sangat sering muncul dan bahkan melebihi penggunaan bahasa formal di beberapa konteks.

Kedua artikel tersebut membahas fenomena penggunaan kosakata baru oleh Generasi Z di TikTok sebagai bagian dari kreativitas berbahasa mereka. Artikel pertama oleh Amalia, D., Husna, H., Ripai, M., Purba, S. A., & Simbolon, F. (2025) membahas Variasi bahasa gaul yang digunakan oleh Gen Z di TikTok,. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis jenis kosakata dan fungsinya dalam interaksi digital. Sementara itu, artikel kedua Wulansari, R., Octaviana, N. S., Nisrina, A., Wardhani, N. S., Julaika, D. R., & Anhar, A. (2025) membahas penggunaan bahasa gaul oleh Gen Z di TikTok berdampak pada penggunaan Bahasa Indonesia baku. Penelitian ini menekankan bagaimana kosakata baru digunakan Gen Z untuk menyesuaikan diri dengan tren sosial digital dan membangun identitas sosial mereka.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti memfokuskan untuk meneliti perubahan kosakata Gen Z dalam konten TikTok sebagai bentuk kreativitas berbahasa di era digital. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena kosakata baru yang muncul di platform digital bukan sekadar tren, tetapi merupakan sarana bagi generasi muda untuk mengekspresikan identitas diri, menyesuaikan diri dengan tren sosial, dan membangun afiliasi komunitas daring. Istilah-istilah populer seperti fomo, flexing, stecu, dan kalcer menjadi contoh nyata bagaimana kreativitas berbahasa berkembang secara dinamis sesuai interaksi sosial digital. Penelitian ini juga menyoroti aspek sosiolinguistik, di mana perubahan kosakata menunjukkan hubungan erat antara bahasa, budaya, dan teknologi. Kosakata baru yang diciptakan atau dimodifikasi oleh Gen Z mencerminkan inovasi linguistik sekaligus respons terhadap kebutuhan komunikasi yang cepat dan interaktif di era media sosial. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana media digital seperti TikTok mempengaruhi perkembangan kosakata dan kreativitas berbahasa generasi muda di era digital.

Tujuan utama dari penelitian ini untuk menganalisis perubahan kosakata yang digunakan oleh Generasi Z di TikTok serta menelaah bagaimana kosakata tersebut mencerminkan kreativitas berbahasa dalam konteks media sosial.

Metode

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Fokus untuk memahami fenomena kebahasaan yang terjadi di kalangan GenZ melalui media sosial TikTok. Analisis kualitatif memungkinkan peneliti menelusuri makna, fungsi, serta konteks sosial dari perubahan kosakata yang muncul. Menurut Creswell (2014) metode penelitian kualitatif melibatkan pengumpulan data melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, dan analisis dokumen untuk memahami fenomena sosial secara holistik, seperti perubahan kosakata di media sosial. Data tersebut berupa kosakata, ungkapan, atau bentuk bahasa baru yang muncul dalam deskripsi video, komentar, serta caption yang mencerminkan kreativitas berbahasa di era digital. Temuan ini sejalan dengan Saputra & Junadi (2024), yang menyatakan bahwa TikTok merupakan ruang utama produksi kosakata baru melalui pemendekan, akronimisasi, dan permainan

makna. Sementara itu data sekunder diperoleh dari berbagai literatur yang mendukung analisis penelitian, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan penelitian terdahulu yang membahas perubahan bahasa dan kreativitas berbahasa.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap beragam konten TikTok unggahan pengguna GenZ. Peneliti menelusuri video, caption, serta kolom komentar yang menampilkan fenomena perubahan kosakata dan bentuk kreativitas berbahasa. Setiap data hasil temuan dicatat, dikategorikan, lalu dianalisis berdasarkan bentuk, makna, serta konteks penggunaannya. Pendekatan observasi ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena kebahasaan secara alami dan kontekstual. Pendekatan ini selaras dengan temuan Cahyani et al. (2025) yang menyebutkan bahwa analisis kosakata Gen Z harus mempertimbangkan konteks pemakaian dalam interaksi digital.

Hasil

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis data yang diperoleh dari konten TikTok yang dibuat oleh pengguna GenZ, muncul banyak kosakata baru yang menunjukkan adanya kreativitas berbahasa di era digital. Bahasa yang digunakan ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan jati diri, emosi, serta kedekatan sosial antar pengguna. Kosakata yang muncul sering kali merupakan hasil dari pemendekan, serapan bahasa asing, plesetan, serta penggabungan dua kata yang menghasilkan makna baru. Fenomena tersebut menggambarkan bagaimana generasi muda berusaha menciptakan bentuk komunikasi yang singkat, unik, dan relevan dengan gaya hidup digital mereka.

Perubahan kosakata yang ditemukan juga menunjukkan adanya pergeseran makna dari bentuk asalnya. Kata-kata yang sebelumnya memiliki makna umum kini diberi arti baru sesuai konteks penggunaan di media sosial. Misalnya, beberapa kata yang semula digunakan dalam situasi formal kini diubah menjadi ungkapan santai yang mencerminkan keakraban. Perubahan ini memperlihatkan bahwa bahasa di media sosial berkembang secara cepat mengikuti tren yang sedang populer. Selain itu, pengguna TikTok juga sering menciptakan istilah-istilah baru sebagai bentuk identitas kelompok yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya.

Fenomena perubahan kosakata ini memperlihatkan bahwa bahasa di era digital tidak bersifat statis, melainkan terus bergerak mengikuti dinamika sosial dan teknologi. TikTok sebagai media berbasis video pendek mendorong penggunaannya untuk menyampaikan pesan secara ringkas dan menarik. Oleh karena itu, kreativitas dalam berbahasa menjadi salah satu cara agar pesan dapat tersampaikan dengan cepat namun tetap berkesan. Temuan ini konsisten dengan Saputra & Junadi (2024), yang mendapati bahwa Gen Z sering memendekkan kata untuk menciptakan bentuk yang lebih efisien dan mudah diucapkan. Misalnya, kata *flexing*, *clingy*, dan *cringe* mengalami pergeseran dan adaptasi saat digunakan dalam konteks TikTok. Selain itu, perubahan kosakata ini mencerminkan bagaimana budaya populer dan teknologi membentuk praktik berbahasa. Ratnasari & Yuanita (2025) menegaskan bahwa media sosial mendorong percepatan pembentukan kosakata baru karena pola interaksi digital yang serba cepat dan berbasis tren.

Data 1

Data 001 diunggah tanggal 7 April 2025 oleh akun TikTok @mminmixx berdurasi 12 detik, menampilkan penggunaan kata **Stecu** yang merupakan singkatan dari **Stelan Cuek**. Kata ini berasal dari Gabungan + Pemendekatan + Akronim dan perubahan ejaan

kalimat, Gen-Z sangat kreatif menggabungkan dua kata (stelan-cuek) lalu di pendekkan menjadi kata *stecu*. Pemakaian huruf konsonan dominan membuat kata tersebut menjadi unik dan menarik.

Tujuan utama dari unggahan ini adalah untuk memperlihatkan bagaimana bahasa gaul digunakan sebagai sarana ekspresi diri dan pembentukan gaya hidup digital yang autentik. Melalui penggunaan kata *Stecu*, kreator berupaya menampilkan nilai kepercayaan diri, kesederhanaan, dan kemandirian khas generasi muda di era digital. Selain itu, istilah ini juga dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi untuk menarik perhatian audiens melalui gaya santai namun tetap estetik, sehingga menciptakan citra personal yang relatable bagi pengikutnya.



<https://vt.tiktok.com/ZSDXmxcB1/>

Dalam video yang diamati, **JUARA** 🏆 *susah punya pacar karena Stecu (Stelan Cuek)* Kata *Stecu* muncul sebagai akronim dari frasa stelan cuek, *Stecu* bukan hanya singkatan tetapi juga simbol gaya komunikasi gen-z karena terasa lebih enak di ucapkan, gaul dan gampang di ingat. Gen-Z sangat suka membuat istilah baru dari gabungan kata sehari hari untuk memberikan nuansa humor yang receh.

Data 2

Data 002 diunggah tanggal 4 juli 2025 oleh akun TikTok @tedjasigmaboy berdurasi 15 detik, menampilkan penggunaan kata *Yapping* yang diadaptasi dari bahasa Inggris informal yang berarti berbicara terus-menerus atau cerewet tanpa henti. Dalam konteks penggunaan di TikTok, istilah ini mengalami pergeseran makna menjadi ungkapan untuk menggambarkan seseorang yang terlalu banyak berkomentar, memberikan opini tanpa dasar, atau berbicara tanpa substansi, tujuannya untuk menyindir dengan cara yang santai dan gaul. Kata *Yapping* kemudian menjadi bentuk ekspresi khas Gen Z untuk menegaskan sikap kritis dan selektif terhadap perilaku komunikasi digital di media sosial.

Tujuan utama dari unggahan ini adalah untuk memperlihatkan bagaimana generasi muda menggunakan kosakata serapan asing sebagai bentuk kreativitas berbahasa dalam konteks digital. Penggunaan kata *Yapping* menunjukkan kemampuan adaptif pengguna TikTok dalam mengolah istilah global menjadi bagian dari komunikasi lokal yang lebih relevan dan kontekstual.



<https://vt.tiktok.com/ZSDXXN7Lv/>

Konteks penggunaannya memperlihatkan bahwa **Juara 1 🏆 paling suka Yapping** ini bukan sekadar kata pinjaman, tetapi juga kreativitas peminjaman bahasa asing yang disesuaikan dengan konteks di kalangan Gen Z. Istilah ini digunakan untuk membentuk identitas kelompok yang memahami gaya dan pola komunikasi tertentu, sehingga hanya dapat dipahami oleh komunitas digital yang sama. Dengan demikian, **Yapping** berfungsi sebagai penanda sosial sekaligus sarana membangun kedekatan antar pengguna TikTok. Secara makna, **Yapping** menunjukkan adanya perubahan dari arti asalnya menjadi makna baru yang disesuaikan dengan realitas sosial di dunia digital. Hal ini membuktikan bahwa kreativitas berbahasa di kalangan Gen Z tidak hanya muncul melalui penciptaan kata baru, tetapi juga melalui penyesuaian makna yang merefleksikan gaya hidup dan cara berpikir mereka di era digital.

Data 3

Data 003 diunggah pada tanggal 24 Juni 2025 oleh akun TikTok @davaariz_ berdurasi 15 detik, yang menampilkan penggunaan kata **Asbun** merupakan singkatan dari asal bunyi dan merujuk pada perilaku berbicara seseorang tanpa mempertimbangkan fakta atau kejelasannya. Kata ini juga mempunyai fungsi untuk menyindir seseorang yang berbicara sembarangan, jadi bukan hanya kata biasa tetapi ini adalah cara GenZ untuk mengekspresikan bahasa yang ringkas namun tetap lucu.

Tujuan utama penggunaan kata **Asbun** dalam konten TikTok adalah untuk menandai bentuk ujaran yang dianggap tidak memiliki dasar atau bukti yang kuat. Istilah ini berfungsi sebagai penegasan terhadap pernyataan yang diucapkan secara spontan tanpa pertimbangan, sehingga menjadi cara bagi pengguna untuk mengkritik atau menegur perilaku berbicara yang tidak bertanggung jawab. Dalam konteks komunikasi digital, penggunaan kata **Asbun** juga mencerminkan sikap sketis dan selektif masyarakat terhadap informasi yang beredar, terutama di ruang komentar atau forum diskusi. Selain itu, kata ini membantu menjaga kredibilitas percakapan daring dengan membedakan antara opini yang berbasis fakta dan sekedar ucapan tanpa isi. Penggunaan istilah **Asbun** memperlihatkan bahwa GenZ tidak hanya menciptakan kosakata baru, tetapi juga menggunakan bahasa sebagai alat kontrol sosial yang menegaskan nilai kejujuran, ketelitian, dan kesadaran kritis dalam berkomunikasi di era digital.



<https://vt.tiktok.com/ZSyp581R2/>

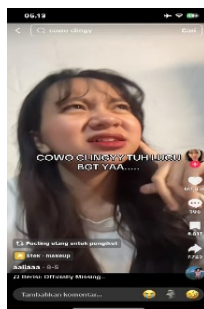
Dalam video di atas memperlihatkan bahwa **BISA GAK SIH JANGAN ASBUN 🙄**, Ungkapan semacam ini menunjukkan bahwa GenZ tidak hanya mengikuti tren bahasa, tetapi juga memanfaatkan kosakata gaul untuk mengontrol kualitas percakapan di ruang digital. Secara makna, **Asbun** mengalami pergeseran dari istilah informal menjadi alat ekspresi sosial yang memiliki fungsi korektif. Kata ini tidak hanya berperan sebagai bentuk sindiran, tetapi juga sebagai tanda kesadaran kolektif untuk mendorong komunikasi yang lebih cermat dan faktual. Dengan demikian, penggunaan **Asbun**

mencerminkan kreativitas berbahasa Gen Z yang tidak sekadar menciptakan istilah baru, melainkan juga menghidupkan nilai-nilai berpikir kritis dalam praktik berbahasa di era digital.

Data 4

Data 004 diunggah pada tanggal 5 Agustus 2025 oleh akun TikTok @maharani234 berdurasi 10 detik, yang menampilkan penggunaan kata **Clingy** kata ini dipakai oleh GenZ dalam TikTok. Istilah ini berasal dari bahasa Inggris yang berarti “terlalu melekat” atau “bergantung secara emosional kepada seseorang.” Dalam konteks penggunaannya, kata ini mengalami perluasan makna menjadi sebutan bagi seseorang yang sangat perhatian, selalu ingin bersama, atau terlalu sering berinteraksi dengan orang terdekatnya, baik pasangan maupun teman.

Tujuan utama dari penggunaan istilah **Clingy** dalam unggahan video TikTok tersebut untuk menunjukkan bagaimana GenZ menafsirkan ulang bentuk kedekatan dan perhatian di era digital. Kreator menggunakan kata ini untuk menggambarkan perilaku seseorang yang dianggap tidak bisa lepas dari pasangannya, namun disajikan dengan nuansa ringan dan ekspresif. Istilah **Clingy** juga menjadi sarana untuk menggambarkan relasi emosional yang terjadi secara terbuka di media sosial di mana keterikatan dianggap wajar, bahkan menjadi bagian dari cara mengekspresikan kasih sayang dan rasa aman terhadap kedekatan emosional tersebut.



<https://vt.tiktok.com/ZSypuymMD/>

Konteks penggunaannya memperlihatkan bahwa kata **Clingy** tidak hanya berfungsi untuk menggambarkan sifat seseorang, tetapi juga sebagai bentuk pengakuan sosial terhadap hubungan modern. Istilah ini sering dipakai secara reflektif oleh Gen Z untuk membicarakan kedekatan emosional mereka dengan cara yang lebih terbuka dan ekspresif. Seperti video unggahan TikTok di atas yaitu **COWO CLINGY ITU LUCU BGT YAA.....** terlihat bahwa istilah ini berfungsi memperkuat ikatan sosial dan membentuk pemahaman baru tentang bentuk perhatian di era digital. Secara makna, **Clingy** menunjukkan adanya adaptasi budaya dari istilah asing menjadi kosakata populer yang mencerminkan nilai-nilai hubungan sosial Gen Z. Perubahan ini memperlihatkan bahwa kreativitas berbahasa di media sosial tidak hanya menciptakan kata baru, tetapi juga menyesuaikan istilah global agar sesuai dengan pengalaman emosional dan realitas kehidupan sehari-hari generasi muda.

Data 5

Data 005 diunggah pada tanggal 25 Juli 2025 oleh akun TikTok @nia_tnssa02 berdurasi 19 detik yang menampilkan penggunaan kata **Kalcer**, istilah ini merupakan bentuk penyingkatan dari kata **Culture**, dalam bahasa Inggris yang berarti budaya. kata ini diserap ke bahasa Indonesia lalu diubah pelafalan dan ejaannya menjadi **Kalcer**. GenZ menuliskan sesuai bunyi yang di dengarkannya bukan dari ejaan asli bahasa

inggris. Kata ini digunakan untuk menyebut gaya hidup, tren, atau kebiasaan yang sedang populer di kalangan anak muda.

Tujuan utama dari penggunaan istilah **Kalcer** untuk mengekspresikan bentuk identitas sosial dan keterikatan terhadap tren budaya populer yang berkembang di ruang digital. Pengguna TikTok memakai istilah ini untuk menunjukkan kesadaran bahwa budaya bukan hanya sesuatu yang serius atau akademik, tetapi juga bisa hadir dalam bentuk sederhana seperti gaya berpakaian, cara berbicara, hingga preferensi hiburan. Kecenderungan GenZ membuat bahasa asing lebih singkat dan unik namun tetap berkesan gaul. Tidak hanya itu dengan menggunakan kata **Kalcer** Gen Z membangun cara baru dalam memahami dan mengkomunikasikan fenomena budaya yang mereka alami sehari-hari.



<https://vt.tiktok.com/ZSypQoBj7/>

Dalam salah satu unggahan video TikTok diatas yakni ***Sudah galau mu, ambil outfit kece mu, mari kita adu pose kece*** , sambil memperlihatkan gaya berpakaian kasual dan perilaku sosial khas anak muda. Hal ini menunjukkan bahwa simbol keanggotaan sosial dan gaya hidup memiliki fungsi untuk diidealkan. Makna dari kata **Kalcer** juga menunjukkan adanya proses kreativitas berbahasa yang khas, di mana penyingkatan dari kata asing dilakukan bukan sekadar untuk efisiensi, tetapi juga untuk menciptakan kesan akrab, gaul dan kekinian. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana Gen Z memanfaatkan bahasa untuk memperkuat rasa kebersamaan dan menegaskan identitas kelompoknya di dunia digital. Dengan demikian, **Kalcer** menjadi representasi dari cara Gen Z untuk mengonstruksi budaya mereka sendiri melalui bahasa dan media sosial.

Data 6

Data 006 diunggah pada tanggal 17 Maret 2025 oleh akun TikTok @julllsaurus berdurasi 6 detik, Istilah **Cringe** di sini berasal dari bahasa Inggris yang berarti merasa malu, risih, atau tidak nyaman terhadap sesuatu. Namun, dalam konteks bahasa Gen Z, kata ini mengalami perluasan makna menjadi ekspresi penilaian terhadap sesuatu yang dianggap aneh, berlebihan atau tidak keren. Istilah ini sangat populer di TikTok atau media sosial lainnya terutama untuk menggambarkan reaksi terhadap konten yang dianggap tidak pantas atau ketinggalan zaman.

Tujuan utama dari penggunaan kata **Cringe** untuk menyampaikan rasa ketidaknyamanan secara emosional terhadap situasi atau konten yang tidak sesuai dengan selera atau standar estetika Gen Z. Kata ini berfungsi sebagai bentuk evaluasi sosial, di mana pengguna media sosial seperti di TikTok dapat dengan cepat menandai sesuatu yang tidak sejalan dengan tren atau gaya komunikasi yang sedang dianggap relevan.



<https://vt.tiktok.com/ZSypXoaS4/>

Dalam video tersebut, yaitu *Ketika film yang lu tonton cringe bgtttt dan lu ga sanggup lanjut nonton lagi*: hal tidak hanya menggambarkan rasa malu, tetapi juga menunjukkan adanya batas simbolik antara apa yang dianggap relatable dan tidak pantas. Dengan menuliskan *lu ga sanggup lanjut nonton lagi*, pembuat konten menekankan reaksi spontan yang menggambarkan kejenuhan sekaligus penolakan terhadap hal-hal yang terasa tidak autentik atau tidak menarik lagi.

Makna kata **Cringe** mencerminkan bagaimana Gen Z menggunakan bahasa untuk mengelola rasa dan identitas sosial di dunia digital. Melalui kata ini, mereka membangun batas rasa nyaman, mempertegas selera kelompok, dan menunjukkan kesadaran kritis terhadap representasi diri maupun orang lain di ruang publik daring. Istilah ini menunjukkan kreativitas berbahasa yang muncul dari percampuran unsur bahasa asing dengan konteks budaya lokal, di mana ekspresi emosi dipadatkan menjadi simbol sosial yang mudah dikenali dan digunakan lintas komunitas.

Data 7

Data 007 diunggah pada tanggal 5 Februari 2025 oleh akun TikTok @syab.laa berdurasi 13 detik, kata **Flexing** berasal dari bahasa Inggris **Flex** yang semula artinya adalah mengencangkan tubuh, kemudian digunakan untuk menggambarkan pameran diri. Flexing sering dilakukan untuk mencari validasi meningkatkan status sosial/membangun citra diri. Gen-Z suka menggunakan istilah ini agar terlihat keren dan sesuai komunikasi digital tiktok.



<https://vt.tiktok.com/ZSypbhrAF/>

Bisa di simpulkan bahwa salah satu unggahan video TikTok di atas yang menampilkan kalimat *cukup aku yang jd korban flexing mu*, menunjukkan ekspresi kejengkelan sekaligus sindiran halus terhadap individu yang terlalu sering menunjukkan kemewahan atau keberhasilan pribadi. Dengan demikian, istilah ini bukan hanya berfungsi sebagai deskripsi tindakan, melainkan juga sebagai alat evaluasi sosial yang menggambarkan dinamika hubungan antarindividu di ruang digital.

Dalam konteks ini menunjukkan perubahan fungsi sosial bahasa, dari sekadar kata pinjaman menjadi simbol kritik terhadap perilaku pamer di media sosial. Penggunaan istilah ini menggambarkan kemampuan Gen Z dalam mengubah kata asing menjadi alat

komunikasi yang mencerminkan nilai, perasaan, dan norma kelompok mereka sendiri. Melalui kata **Flexing**, bahasa tidak hanya menjadi sarana ekspresi, tetapi juga ruang refleksi terhadap fenomena sosial yang muncul di era digital.

Data 8

Data 008 diunggah pada tanggal 18 Juli 2025 oleh akun TikTok @barld0 berdurasi 12 detik dengan tulisan di layar **DAY 1 anak rumahan tiba tiba fomo naik gunung**, istilah **Fomo** merupakan singkatan dari **Fear of Missing out**, yang berarti ada rasa takut tertinggal atau tidak ikut serta dalam suatu pengalaman yang sedang dilakukan oleh orang lain. Kata ini merupakan akronim dari bahasa Inggris lalu disingkat agar terkesan modern dan gaul. Cara Gen Z mengadopsi bahasa asing sangat menarik dan akhirnya menjadi kosakata di media sosial khususnya platform TikTok.



<https://vt.tiktok.com/ZSysHFRDm/>

Dalam video tersebut terlihat seseorang bersama temannya sedang mendaki, sambil tertawa saat tali sepatunya diikatkan karena sepatunya penuh lumpur. Dalam konteks ini menunjukkan bahwa rasa ingin ikut serta dalam keseruan kelompok agar tidak merasa terisolasi secara sosial. Kalimat **anak rumahan tiba-tiba fomo naik gunung** menunjukkan adanya perubahan perilaku akibat tekanan sosial dari lingkungan pertemanan dan budaya digital yang memunculkan kebutuhan untuk selalu terlihat update terhadap tren. Kata ini tidak hanya menandakan rasa takut ketinggalan, tetapi juga menyoroti fenomena keinginan untuk membangun citra diri yang aktif, petualang, dan gaul seperti yang sering digambarkan di media sosial.

Makna kata **Fomo** pada konten ini memperlihatkan kreativitas berbahasa sekaligus refleksi sosial terhadap gaya hidup digital. Gen Z memanfaatkan istilah ini untuk menggambarkan ekspresi atau psikologis antara keinginan ikut serta dan kesadaran diri terhadap ekspektasi sosial. Melalui kata **Fomo**, mereka menegaskan bahwa bahasa bukan hanya alat untuk mengikuti tren, tetapi juga sarana untuk memahami perasaan dan perilaku yang muncul akibat budaya media sosial yang serba cepat dan penuh tekanan sosial.

Data 9

Data 009 diunggah pada tanggal 28 Mei 2025 Oleh akun TikTok @1ky_hr berdurasi 18 detik, kata **Chill** dalam bahasa Inggris memiliki arti utama yaitu santai, sering digunakan untuk menggambarkan keadaan rileks atau tenang. GenZ lebih suka menggunakan istilah singkat ini, karena dianggap keren daripada bilang santai atau tenang yang terkesan biasa saja. Dari sini terlihat bahwa bahasa yang diucapkan GenZ bukan hanya komunikasi saja, tetapi juga soal identitas dan gaya hidup mereka pada sosial media.



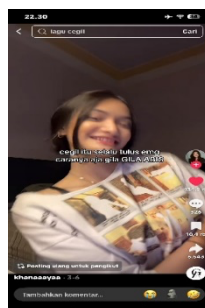
<https://vt.tiktok.com/ZSywmUvB7/>

Tujuan utama dari penggunaan kata **Chill** di konten tersebut adalah untuk memberikan pesan agar seseorang tidak terbebani oleh tuntutan atau tekanan hidup yang berat, dan memilih untuk mengambil sikap lebih rileks dalam menghadapi situasi sehari-hari. Ungkapan **Chill bro enjoy your life** menekankan ajakan untuk memberi jeda pada diri sendiri, melepaskan stres, dan fokus pada kenyamanan emosional. Pilihan kata ini mencerminkan gaya komunikasi GenZ yang cenderung ringkas, ekspresif, dan memprioritaskan keseimbangan diri.

Makna Chill dalam konten ini memperlihatkan bagaimana bahasa menjadi sarana untuk mengatur ritme hidup dan membangun ruang aman secara mental. Kata ini berfungsi sebagai pengingat bahwa tidak semua hal perlu ditanggapi secara serius atau terburu-buru, dan bahwa memberi jeda pada diri sendiri adalah bagian penting dari kesejahteraan emosional. Penggunaan Chill juga menunjukkan kemampuan Gen Z dalam memadukan kata serapan dengan nilai-nilai hidup yang mereka anggap penting, seperti ketenangan, kesederhanaan, dan self-care. Dengan demikian, Chill berkembang menjadi ekspresi yang bukan hanya menggambarkan suasana hati, tetapi juga cara pandang terhadap hidup yang lebih lembut dan penuh penerimaan.

Data 10

Data 010 diunggah pada tanggal 6 Maret 2025 Oleh akun TikTok @khanaaayaa berdurasi 15 detik dengan tulisan **Cegil itu selalu tulus emg caranya saja gila GILA ABIS, Cegil** biasanya diartikan dengan Cewek Gila, GenZ biasa menyebut cewek yang kelakuannya terlalu heboh atau konyol. Dalam video tersebut terlihat seseorang yang melakukan tindakan spontan dan agak ekstrem, sehingga menimbulkan kesan **Gila** tetapi tetap tulus. Istilah **Cegil** merupakan bentuk penggabungan dari kata **ce** (cantik/cakep) dan **gila**, yang digunakan Gen Z untuk menggambarkan seseorang yang punya sifat menyenangkan, penuh kejutan, dan sering melakukan hal-hal di luar dugaan, tetapi niatnya tetap baik dan tidak merugikan.



<https://vt.tiktok.com/ZSywHWCKa/>

Tujuan utama dari penggunaan kata Cegil dalam konteks ini adalah untuk menonjolkan karakter unik seseorang yang dianggap berbeda namun tetap positif. Ungkapan selalu tulus tapi caranya gila memperlihatkan kombinasi antara ketulusan

dan spontanitas yang menjadi ciri khas yang dihargai oleh teman-teman di sekitarnya. Kata ini digunakan untuk mengekspresikan kekaguman sekaligus keakraban terhadap seseorang yang perilakunya sulit diprediksi tetapi tetap membawa suasana hangat. Kata ini menjadi cara Gen Z merayakan keunikan dan ketidaksempurnaan seseorang, sekaligus mengapresiasi sisi spontan yang membuat hubungan pertemanan terasa lebih hidup.

Makna **Cegil** dalam data ini menunjukkan bahwa kreativitas berbahasa Gen Z bukan hanya muncul dari penciptaan istilah baru, tetapi juga dari bagaimana kata tersebut digunakan untuk membangun citra, kedekatan emosional, dan identitas kelompok. Istilah **Cegil** berfungsi sebagai bentuk pengakuan terhadap karakter seseorang yang berbeda tetapi tetap diterima dengan penuh kehangatan. Dengan demikian, kata ini berkembang menjadi ekspresi yang mencerminkan nilai kreativitas, apresiasi terhadap kepribadian unik, dan cara Gen Z menilai hubungan sosial di era digital. Secara keseluruhan, **Cegil** tidak hanya menggambarkan sifat seseorang, tetapi juga memperlihatkan bagaimana Gen Z merayakan spontanitas, keaslian, dan hubungan yang dibangun atas dasar kenyamanan. Istilah ini menjadi contoh bagaimana bahasa berkembang untuk menampung dinamika sosial, rasa humor internal, dan nilai pertemanan yang dihargai di era digital.

Pembahasan

Hasil analisis terhadap sepuluh data menunjukkan bahwa perubahan kosakata yang digunakan Generasi Z di TikTok merupakan respons terhadap karakter komunikasi digital yang cepat, ringkas, dan berorientasi pada ekspresi diri. Kosakata yang muncul terbentuk melalui empat pola utama: pemendekan, akronimisasi, permainan bunyi, dan penyerapan unsur bahasa asing. Pola ini mendukung pandangan Chaer dan Kridalaksana bahwa kosakata adalah unsur bahasa yang paling mudah berubah akibat kebutuhan sosial penuturnya. Kosakata seperti *stecu*, *kalcer*, dan *cegil* menunjukkan kreativitas morfologis berupa penyingkatan dan modifikasi fonologis yang menghasilkan bentuk baru yang lebih praktis dan mencerminkan gaya komunikasi Gen Z. Sementara itu, istilah seperti *yapping*, *clingy*, *cringe*, *chill*, dan *flexing* merupakan hasil adopsi dari bahasa Inggris yang kemudian mengalami penyesuaian makna. Adaptasi ini memperlihatkan bahwa Gen Z tidak hanya meminjam istilah asing, tetapi juga membentuk ulang maknanya agar sesuai dengan konteks sosial yang mereka hadapi di media digital.

Selain sebagai alat komunikasi, kosakata tersebut juga berfungsi sebagai simbol identitas kelompok dan media evaluasi sosial. Istilah seperti *asbun*, *flexing*, atau *fomo* digunakan untuk menilai perilaku tertentu. Sementara kata *clingy*, *cegil*, atau *chill* dipakai untuk menggambarkan hubungan interpersonal dan ekspresi emosional. Hal ini menunjukkan bahwa kosakata baru tidak hanya hadir sebagai variasi bentuk, tetapi juga memiliki fungsi pragmatis yang mencerminkan cara Gen Z memaknai pengalaman sosial di dunia digital. TikTok sebagai media turut mempercepat proses perubahan tersebut. Fitur komentar, audio, dan teks visual dalam video membuat istilah baru dapat tersebar secara luas dan digunakan oleh banyak pengguna dalam waktu singkat. Dengan demikian, perubahan kosakata di TikTok bukan hanya fenomena linguistik, melainkan juga bagian dari budaya digital yang membentuk pola komunikasi baru di kalangan generasi muda. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa kreativitas berbahasa Gen Z merupakan proses adaptasi terhadap dinamika teknologi dan budaya populer. Perubahan kosakata yang muncul mencerminkan fleksibilitas bahasa dalam

merespons kebutuhan komunikasi modern dan memperlihatkan hubungan yang erat antara bahasa, identitas, dan lingkungan sosial digital.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perubahan kosakata Gen Z di TikTok terbentuk melalui proses linguistik seperti pemendekan, akronimisasi, penyerapan bahasa asing, dan permainan bunyi yang kemudian mengalami penyesuaian makna. Istilah seperti stecu, yapping, asbun, clingy, kalcer, cringe, flexing, fomo, chill, dan cegil menunjukkan bahwa kosakata baru berfungsi sebagai sarana komunikasi yang efektif, ekspresi identitas kelompok, serta alat evaluasi sosial dalam interaksi digital. TikTok berperan sebagai medium yang memungkinkan penyebaran istilah baru secara lebih cepat karena karakteristiknya yang interaktif dan multimodal. Perubahan kosakata tersebut mencerminkan dinamika bahasa Indonesia kontemporer yang dipengaruhi oleh teknologi, budaya populer, dan pola komunikasi generasi muda.

Dengan demikian, kreativitas berbahasa Gen Z di TikTok dapat dipahami sebagai wujud adaptasi linguistik terhadap perkembangan media digital sekaligus sebagai indikator perubahan sosial yang terjadi dalam kehidupan generasi muda di era modern. Selain itu, penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, memegang peran penting sebagai ruang produksi dan penyebaran bahasa baru. Proses interaksi yang multimodal (menggabungkan audio, teks, dan visual) membuat kosakata lebih mudah viral, sehingga mempercepat perubahan linguistik di kalangan remaja dan dewasa muda. Dengan demikian, perubahan kosakata Gen Z dalam konten TikTok merupakan fenomena linguistik yang mencerminkan adaptasi bahasa terhadap perkembangan teknologi dan budaya digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian kebahasaan, terutama terkait dinamika kosakata dan kreativitas berbahasa pada generasi muda.

Daftar Pustaka

- Amalia, D., Husna, H., Ripai, M., Purba, S. A., & Simbolon, F. (2025). Variasi bahasa gaul pada Gen Z di platform TikTok sebagai cermin dinamika bahasa dalam konteks sosial digital. *Jurnal Linguistik Terapan Digital*, 3(1), 12–28.
- Chaer, Abdul. (2010). *Linguistik umum (Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. (2012). *Pengantar linguistik: Semantik dan perubahan bahasa (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyani, D., Sari, N., & Prasetyo, A. (2025). Analisis kosakata generasi Z dalam interaksi media sosial digital. *Jurnal Kajian Bahasa dan Budaya*, 8(2), 45–59.
- Kridalaksana, Harimurti. (2009). *Pembentukan kata dalam bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kridalaksana, Harimurti. (2010). *Kajian linguistik umum*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nababan, P. W. J. (2010). *Linguistik umum: Bahasa dan pengalaman manusia*. Jakarta: Gramedia.
- Ratnasari, F., & Yuanita, E. (2025). Percepatan pembentukan kosakata baru di media sosial: Studi sosial budaya pada pengguna TikTok. *Jurnal Bahasa dan Media Sosial*, 5(1), 22–36.
- Saputra, A., & Junadi, A. (2024). Produksi kosakata baru di media sosial TikTok: Studi tentang pemendekan, akronimisasi, dan permainan makna. *Jurnal Bahasa dan Budaya Digital*, 2(3), 55–70.

- Sari, A., & Rahmawati, L. (2021). TikTok sebagai ruang ekspresi bahasa generasi Z: Studi multimodal dan sociolinguistik. *Jurnal Komunikasi Digital*, 6(4), 89–104.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill.
- Verhaar, J. W. M. (2010). *Asas-asas linguistik umum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wulansari, R., Octaviana, N. S., Nisrina, A., Wardhani, N. S., Julaika, D. R., & Anhar, A. (2025). Pengaruh bahasa gaul Gen Z terhadap penggunaan bahasa Indonesia baku di media sosial TikTok. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 13(2), 78–92.