

Transformasi Bahasa dan Konteks Sosial dalam Praktik Komunikasi Digital Gen-Z di *TikTok*: Suatu Kajian Pragmatik

Stevani Situmorang¹, Johanes Bagas Sitorus², Stela Parta Siagian³, Uhal Yedija Sihotang⁴, Ferdinand Simbolon⁵

¹⁻⁵Universitas Negeri Medan, Indonesia

Penulis Korespondensi:

Stevani Situmorang

vanisitumorang014@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada *transformasi bahasa* dan *konteks sosial* yang terjadi di kalangan Generasi Z dalam praktik komunikasi digital di media sosial TikTok. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bentuk perubahan bahasa yang digunakan Gen-Z serta memahami bagaimana konteks sosial memengaruhi cara mereka berkomunikasi di ruang digital. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi terhadap konten TikTok yang mencerminkan gaya bahasa khas Gen-Z, seperti penggunaan slang, campur kode, singkatan, serta ekspresi khas media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan Gen-Z di TikTok mengalami transformasi dari bentuk formal ke bentuk yang lebih kreatif, ekspresif, dan kontekstual. Ungkapan seperti "*menyala abangku*," "*gaskeun*," "*slay*," "*bestie*," dan "*it's giving*" menjadi bagian dari identitas sosial Gen-Z yang menunjukkan keakraban, solidaritas, serta pengaruh budaya global. Selain sebagai alat komunikasi, bahasa di TikTok juga berfungsi sebagai sarana pembentukan identitas, ekspresi diri, dan refleksi terhadap dinamika sosial di era digital. Dengan demikian, TikTok menjadi ruang baru bagi Gen-Z dalam membangun makna sosial melalui bahasa yang terus berkembang sesuai perubahan zaman.

Kata kunci: *transformasi bahasa, konteks sosial, Gen-Z, TikTok, komunikasi digital*

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penetrasi media sosial tertinggi di dunia, dengan mayoritas penduduknya menggunakan platform media sosial. Berdasarkan survei dari berbagai lembaga riset seperti We Are Social, Hootsuite, Statista, dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hingga tahun 2023 tentang pengguna media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa sekitar 84% dari pengguna internet di Indonesia aktif menggunakan media sosial. Data survei menunjukkan bahwa 88% pengguna internet aktif di Instagram, 85% pengguna internet menggunakan Facebook, dan 64% pengguna internet aktif di TikTok. Selain itu, penggunaan media sosial didominasi oleh pengguna usia 16–24 tahun sebesar 35% dari total pengguna media sosial dengan rata-rata menghabiskan 3 jam 56 menit per hari untuk menggunakan media sosial. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook telah menjadi ruang publik virtual sehingga individu dapat mengekspresikan diri secara bebas. Bahasa digunakan untuk membangun identitas, menyampaikan ideologi, dan menciptakan identitas generasi muda yang ingin tampil unik dan inklusif dalam komunitas daring mereka.

Transformasi ini menciptakan varian bahasa baru, seperti slang digital, singkatan, emoji, hingga campuran kode antara bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan

bahasa asing. Sehingga banyak pengguna, terutama generasi muda, cenderung menggunakan bahasa yang lebih santai, informal, dan kadang-kadang tidak sesuai dengan kaidah tata bahasa yang baku. Hal ini menimbulkan perdebatan tentang apakah fenomena ini merupakan bentuk inovasi linguistik atau justru ancaman terhadap keberlangsungan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Selain itu, media sosial juga menjadi ruang bagi penyebaran disinformasi, hoaks, dan ujaran kebencian, yang sering kali dikemas dalam bentuk bahasa yang provokatif atau manipulatif (Muni, dalam Ulya, R. H. 2024).

TikTok merupakan sebuah jaringan sosial yang dirilis pada September 2016 dan berasal dari Cina. Aplikasi ini merupakan aplikasi pembuatan video pendek berdurasi sekitar 1 menit dengan didukung music, yang sangat digemari oleh orang banyak diantaranya orang dewasa sampai dibawah umur (Ramdani et al., dalam Soetanto, B. J., et al., 2023). Aplikasi tiktok mempunyai algoritma yang sangat tidak terproteksi untuk jenjang umur, beberapa konten mengandung ucapan kata yang tabu untuk dikonsumsi anak-anak. Juga TikTok mempunyai efek viral yang luar biasa, umpatan-umpatan yang tidak pantas atau jorok sering viral dalam waktu yang cepat. Generasi Z (Gen-Z) merupakan generasi yang tumbuh dalam era digital dan memiliki kebiasaan komunikasi yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi, membangun identitas, dan mengungkapkan diri. TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan Gen-Z, dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif di seluruh dunia. Dalam konteks TikTok, Gen-Z menggunakan bahasa dan strategi komunikasi yang unik untuk berinteraksi dengan pengguna lain. Mereka menggunakan bahasa slang, emoji, dan emotikon untuk mengungkapkan emosi dan perasaan mereka. Selain itu, mereka juga menggunakan fitur-fitur seperti hashtag dan challenge untuk membangun komunitas dan meningkatkan visibilitas konten mereka. Namun, transformasi bahasa dan konteks sosial dalam praktik komunikasi digital Gen-Z di TikTok juga memiliki implikasi yang signifikan. Misalnya, penggunaan bahasa slang dan emoji dapat mempengaruhi kemampuan bahasa dan komunikasi Gen-Z dalam konteks formal. Selain itu, penggunaan media sosial yang berlebihan dapat mempengaruhi kesehatan mental dan hubungan sosial Gen-Z.

TikTok bukan hanya platform hiburan, tetapi juga arena di mana ideologi, nilai, dan norma sosial diproduksi dan disebarkan. Akun-akun creator tiktok mencerminkan dinamika ini dengan menyampaikan konten yang sering memuat tema-tema sosial, budaya, dan politik. Dalam konteks ini, penting untuk mengeksplorasi bagaimana ideologi tertentu direpresentasikan dalam konten TikTok, terutama dalam wacana yang dihasilkan oleh generasi Z yang disebut juga sebagai digital natives, yaitu sebutan untuk generasi yang tumbuh di lingkungan yang didominasi oleh teknologi digital terutama internet. (Prensky, dalam Rahma, N., et al., 2025).

Kajian Teoritis

Bahasa adalah salah satu bentuk komunikasi yang meliputi tujuan dan simbol yang didasarkan pada sistem simbol (Musfiroh, dalam Situmorang, R., Manalu, RS, Napitupulu, KR, & Tansliova, L., 2024). Manusia mulai mengenal bahasa sejak masa kanak-kanak, di mana mereka sudah mulai berkomunikasi dengan lingkungannya dan menggunakan bahasa anak-anak. Bahasa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada orang lain yang dapat dimengerti oleh pendengar atau lawan bicara melalui kata-kata yang diucapkan. Bahasa memungkinkan manusia berbagi pemikiran,

informasi, dan ide. Selain itu, bahasa berfungsi sebagai alat untuk mengekspresikan diri, membangun hubungan sosial, dan melestarikan budaya. Ragam Bahasa Apa ini yang dimaksudkan oleh pembicara dapat dimengerti oleh pendengar atau lawan bicara melalui bahasa yang diucapkan. Teori oleh Austin (1962) dan dikembangkan oleh Searle (1969) dalam Lutpiana, N., dkk (2025), memandang bahwa setiap ujaran tidak hanya menyampaikan informasi (lokusi), tetapi juga memiliki maksud tertentu (ilokusi) dan dapat menimbulkan dampak pada pendengar (perlokusi). Salah satu ahli, Bachtman, yang dikutip dari buku Sri Satata, menyebutkan bahwa ragam bahasa merupakan variasi bahasa yang berubah-ubah tergantung pada topik yang dibahas. Bahasa berkembang seiring waktu melalui interaksi manusia dalam berbagai konteks sosial dan geografis. Setiap bahasa memiliki sejarah panjang yang mencakup pengaruh dari budaya, migrasi, penaklukan, dan pertukaran budaya. Perkembangan teknologi dan globalisasi telah memperluas interaksi antara berbagai budaya dan bahasa. Hal ini dapat menyebabkan penerimaan kata-kata baru, perubahan dalam penggunaan bahasa, dan bahkan munculnya pidgin atau bahasa kreol baru. Ragam bahasa dapat berubah tergantung pada fungsi komunikatifnya. Misalnya, bahasa yang sering digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Mungkin lebih santai dan informal dibandingkan dengan bahasa yang digunakan dalam situasi formal.

Fenomena penggunaan bahasa gaul dalam komunikasi digital, khususnya di platform media sosial seperti TikTok, menjadi objek kajian penting dalam ranah sosiolinguistik karena mencerminkan perkembangan bentuk komunikasi generasi muda di era digital (Hutauruk dkk., t.t., 2025). Bahasa gaul bukan hanya sekadar variasi bahasa informal, melainkan juga merupakan refleksi identitas sosial, kelompok usia, kreativitas bahasa, serta pengaruh budaya global terhadap generasi digital (Triafida dkk., dalam Atuzzahro, A. A., Handatika, D. T., & Puspita, A. R., 2025).

Menurut teori identitas sosial yang dikemukakan oleh Tajfel (1979) dalam Sakroni, S., dkk (2024), individu memperoleh sebagian identitas mereka dari keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Identitas sosial ini memberikan rasa pertunuan, keamanan, dan meningkatkan loyalitas terhadap kelompok tersebut. TikTok juga menjadi sarana untuk membangun koneksi sosial, menunjukkan identitas diri, dan mengikuti tren yang sedang berkembang. Keberagaman konten dengan ekspresi yang unik dan menarik menjadi salah satu daya tarik utama yang membuat TikTok sangat digemari oleh remaja (Sebayang dkk., dalam Atuzzahro, A. A., Handatika, D. T., & Puspita, A. R., 2025). Bahkan, dalam banyak kasus, TikTok mampu menciptakan komunitas virtual yang solid dan saling mendukung di antara para penggunanya. Dengan kemampuannya untuk menyatukan hiburan, kreativitas, dan interaksi sosial dalam satu platform, TikTok berhasil merebut perhatian generasi muda dan menjadi bagian penting dari gaya hidup digital mereka.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode analisis pragmatik untuk mengkaji transformasi bahasa dan konteks sosial dalam praktik komunikasi digital Gen-Z di TikTok. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan pragmatik. Desain penelitian ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam tentang transformasi bahasa dan konteks sosial dalam praktik komunikasi digital Gen-Z di TikTok. Data penelitian ini berupa konten video TikTok yang dibuat oleh pengguna Gen-Z, yang dianalisis menggunakan teori pragmatik dan sosiolinguistik. Data dikumpulkan melalui metode observasi dan pengunduhan konten video TikTok yang relevan dengan topik penelitian. Teknik analisis

yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: 1. Analisis isi: Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan fitur-fitur bahasa dan konteks sosial dalam konten video TikTok; 2. Analisis wacana: Analisis wacana digunakan untuk memahami bagaimana bahasa digunakan dalam konteks sosial untuk mencapai tujuan komunikasi.

Hasil

Dalam penelitian ini, derasnya arus paparan konten pada generasi muda dapat menimbulkan perbedaan etika dan gaya komunikasi pada dunia maya maupun realitas sebenarnya. Hal tersebut mendorong terbentuknya fenomena hiperrealitas akibat paparan konten di TikTok dan di nilai menjadi salah satu penyebab menurunnya nilai, norma, dan etika, khususnya Gen Z dalam berkomunikasi (Rida et al., dalam Deviona, E., & Alamiyah, S. S. 2024). Sebagai generasi yang telah terbiasa hidup beriringan dengan kemajuan teknologi, generasi Z atau kerap disebut Gen Z, memiliki tingkat eksposisi yang lebih tinggi terhadap konten-konten di media sosial dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Giarla, dalam Deviona, E., & Alamiyah, S. S. 2024). Dengan demikian, Gen Z menjadi lebih rentan terpengaruh oleh tren-tren yang berkembang di dunia maya khususnya TikTok.

Dalam beberapa video, predikasi (atribusi sifat) digunakan untuk memperkuat identitas generasi Z sebagai kelompok yang progresif dan peduli terhadap keberlanjutan. Identitas remaja dapat dipengaruhi oleh penggunaan media digital" (Buckingham, dalam Rahma, N., et al., 2025). Selain itu, penggunaan humor dan ironi menjadi strategi diskursif yang dominan, yang bertujuan untuk menyampaikan kritik social secara ringan namun tetap bermakna. Selain itu, konteks sosial-budaya memainkan peran signifikan dalam pembentukan konten. Di tingkat lokal, isu-isu seperti ketimpangan sosial, pendidikan, dan kebudayaan tradisional Indonesia sering diangkat dalam narasi. Sementara itu, tren global seperti kesadaran lingkungan, kesehatan mental, dan feminisme juga hadir dalam konten, mencerminkan bagaimana generasi Z terhubung dengan arus globalisasi. Hal ini sejalan dengan temuan Artik dan Kohl (dalam Rahma, N., et al., 2025), yang menyebutkan bahwa media sosial memfasilitasi penyebaran ideologi transnasional di kalangan generasi Z. Namun, adaptasi konten terhadap konteks lokal menunjukkan bahwa wacana yang muncul tidak sepenuhnya dikendalikan oleh tren global, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman dan tantangan lokal. Konteks sosial dalam praktik komunikasi digital Gen-Z di TikTok dipengaruhi oleh identitas digital, komunitas online, dan interaksi sosial. Gen-Z membangun identitas digital mereka melalui profil dan konten yang dibagikan, serta berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar, pesan, dan reaksi pada konten yang dibagikan. Hal ini menunjukkan bahwa Gen-Z memiliki kemampuan untuk membangun dan mengelola identitas digital mereka sendiri.

Penelitian ini menemukan bahwa transformasi bahasa dan konteks sosial dalam praktik komunikasi digital Gen-Z di TikTok dapat diuraikan sebagai berikut: 1. Transformasi Bahasa: Bahasa yang digunakan dalam praktik komunikasi digital Gen-Z di TikTok mengalami perubahan yang signifikan, termasuk penggunaan bahasa slang yang unik dan kreatif, penggunaan emoji dan emotikon untuk mengungkapkan emosi dan perasaan, penggunaan bahasa singkat dan padat untuk menghemat waktu dan meningkatkan efisiensi komunikasi; 2. Konteks Sosial: Konteks sosial dalam praktik komunikasi digital Gen-Z di TikTok dipengaruhi oleh identitas digital yang dibangun melalui profil dan konten yang dibagikan komunitas online yang terbentuk melalui interaksi dan kolaborasi dengan pengguna lain, interaksi sosial yang terjadi melalui komentar, pesan, dan reaksi pada konten yang dibagikan; 3. Strategi Komunikasi: Gen-Z menggunakan strategi komunikasi yang unik dalam membangun identitas digital mereka di TikTok, termasuk penggunaan hashtag untuk

meningkatkan visibilitas konten, penggunaan challenge untuk membangun komunitas dan meningkatkan interaksi, interaksi dengan pengguna lain melalui komentar dan pesan dalam percakapan yang berlangsung.

Tabel 1. Ungkapan Gen-Z di TikTok dan Konteks Sosialnya

frasa	Makna/ Penjelasan	Konteks Sosial
Menyala abangku!	Ungkapan semangat/penghargaan (pujian khas Gen-Z)	Membangun solidaritas dan kebersamaan komunitas.
Slay banget outfit-nya	Keren, memukau, berhasil	Pujian terhadap penampilan seseorang; bentuk pengakuan sosial dalam budaya fesyen Gen-Z.
It's giving classy vibes	Menunjukkan kesan atau aura tertentu	Pengaruh globalisasi bahasa Inggris dalam ruang lokal Gen-Z.
Gaskeun!	Ayo lanjutkan, jangan ragu	Bentuk bahasa santai yang menekankan keakraban.
Capek banget jadi rakyat jelata	Kritik sosial dalam bentuk humor	Media kritik ringan terhadap kondisi sosial-ekonomi.
Skena banget gak sih?	Identik dengan komunitas musik/anak nongkrong tertentu	Penanda identitas kelompok sosial tertentu (subkultur anak muda).
Baper banget denger lagunya	Baper” = bawa perasaan / terbawa emosi; “banget” memperkuat perasaan.	Mengungkapkan emosi terhadap konten musik atau video; membuat hubungan emosional antar pengguna.
Mager banget keluar, vibes-nya gak dapet	Malas keluar karena suasananya tidak mendukung	Gaya komunikasi emosional yang menunjukkan perasaan santai namun ekspresif.
Sumpah ngakak parah	Menunjukkan ekspresi tawa yang berlebihan	Bentuk ekspresi spontan dalam percakapan ringan atau komentar lucu di video.

Dari table di atas dapat dikatakan, pengguna dapat membuat kosa kata baru dan gaya bahasa tanpa selalu memperhatikan aturan standar. Ini diperburuk oleh pengaruh budaya populer dan tren internet yang berubah dengan cepat. Ini menciptakan istilah - istilah baru yang hanya dipahami oleh kelompok tertentu dan hanya bertahan dalam waktu singkat (Bangun, dalam Gea, B. J., et al 2025).

Berdasarkan pengamatan terhadap konten-konten TikTok dan tabel ungkapan Gen-Z, ditemukan bahwa:

1. Transformasi bahasa terjadi pada tingkat leksikal dan pragmatik.

Gen-Z menciptakan atau mengadaptasi kata dan frasa baru seperti *menyala abangku*, *gaskeun*, *slay*, dan *it's giving*, yang menyimpang dari kaidah baku bahasa Indonesia, tetapi berfungsi untuk menandai identitas dan solidaritas kelompok (Atuzzahro, Handatika, & Puspita, 2025).

2. Campur kode dan pengaruh globalisasi.

Penggunaan frasa campuran seperti *“it’s giving classy vibes”* menunjukkan penetrasi budaya global—khususnya bahasa Inggris—ke dalam ranah komunikasi lokal Gen-Z (Situmorang et al., 2024).

3. **Kreativitas dan spontanitas linguistik.**
Ungkapan-ungkapan tersebut muncul spontan dan kontekstual, menggambarkan cara Gen-Z menyesuaikan diri dengan tempo komunikasi cepat di TikTok.
4. **Fungsi sosial-emosional bahasa.**
Kata seperti *baper*, *ngakak*, *vibes* digunakan untuk menyampaikan emosi secara langsung. Hal ini menguatkan temuan bahwa bahasa Gen-Z di TikTok lebih menonjolkan fungsi ekspresif daripada informatif (Deviona & Alamiyah, 2024).
5. **Pembentukan identitas dan komunitas digital.**
Ungkapan seperti *“skena banget gak sih”* atau *“menyala abangku”* menandakan adanya identitas kelompok, di mana bahasa berfungsi sebagai simbol keanggotaan komunitas daring (Gea et al., 2025).

Pembahasan

Fenomena bahasa Gen-Z di TikTok memperlihatkan dinamika antara inovasi linguistik dan konteks sosial digital:

1. **Bahasa sebagai identitas sosial**
Sejalan dengan pendapat Triafida dkk. (dalam Atuzzahro et al., 2025), bahasa gaul digital tidak sekadar bentuk informalitas, melainkan refleksi identitas sosial dan kreativitas linguistik Gen-Z. Mereka menggunakan bahasa untuk tampil unik dan memperkuat solidaritas komunitasnya.
2. **Pengaruh budaya global dan lokalisasi makna**
Globalisasi membuat Gen-Z mengadopsi bahasa Inggris ke dalam konteks lokal. Namun, seperti terlihat pada frasa *“it’s giving classy vibes”*, maknanya ditafsir ulang sesuai gaya hidup lokal. Hal ini menegaskan apa yang dikatakan Rahma et al. (2025) bahwa TikTok menjadi ruang penyebaran ideologi dan nilai transnasional yang diadaptasi ke konteks lokal.
3. **Bahasa sebagai alat ekspresi dan hiburan**
Penggunaan humor, hiperbola, dan ironi seperti *“capek banget jadi rakyat jelata”* menunjukkan bahwa Gen-Z memakai bahasa untuk menyampaikan kritik sosial secara ringan. Ini sejalan dengan temuan Deviona & Alamiyah (2024) tentang munculnya gaya komunikasi hiperrealitas yang bercampur antara fakta dan hiburan.
4. **Perubahan norma kebahasaan dan etika komunikasi**
Gaya bahasa TikTok menantang batas formalitas bahasa Indonesia. Seperti dikemukakan oleh Gea et al. (2025), munculnya kosakata baru yang cepat berganti dapat menyebabkan “pemborosan kata” dan menurunkan kesadaran terhadap nilai bahasa Indonesia baku.
5. **Konteks sosial sebagai penggerak makna**
Setiap frasa memiliki konteks sosial tertentu: *“gaskeun”* digunakan dalam konteks ajakan kolektif, *“baper banget”* dalam konteks emosional, sedangkan *“skena banget”* merepresentasikan subkultur. Ini memperlihatkan hubungan erat antara makna bahasa dan situasi komunikasi, sesuai pandangan Musfiroh (dalam Situmorang et al., 2024) bahwa fungsi bahasa selalu bergantung pada tujuan komunikatif dan konteks sosialnya.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi bahasa dan konteks sosial dalam praktik komunikasi digital Gen-Z di TikTok memiliki implikasi yang signifikan. Gen-Z menggunakan bahasa yang unik dan kreatif, membangun identitas digital melalui profil dan

konten yang dibagikan, dan berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar, pesan, dan reaksi pada konten yang dibagikan. Konteks sosial dalam praktik komunikasi digital Gen-Z di TikTok dipengaruhi oleh identitas digital, komunitas online, dan interaksi sosial. Gen-Z membangun identitas digital mereka melalui profil dan konten yang dibagikan, serta berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar, pesan, dan reaksi pada konten yang dibagikan. Hal ini menunjukkan bahwa Gen-Z memiliki kemampuan untuk membangun dan mengelola identitas digital mereka sendiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan bahasa dan komunikasi perlu disesuaikan dengan kebutuhan Gen-Z dalam konteks digital, komunikasi antara Gen-Z dan generasi lainnya perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing, dan pengembangan media sosial perlu mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi Gen-Z dalam konteks digital.

Referensi

- Atuzzahro, A. A., Handatika, D. T., & Puspita, A. R. (2025). Penggunaan Bahasa Gaul dalam Komunikasi Digital pada Konten Tiktok Nathalie Tresya. *Jurnal Bahasa dan Sastra dalam Pendidikan Linguistik dan Pengembangan*, 3(2), 169-178.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press.
- Deviona, E., & Alamiyah, S. S. (2024). Hiperrealitas dan Perubahan Gaya Komunikasi Gen Z pada TikTok. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 13412-13417.
- Gea, B. J., Manik, A. P. H., Manik, F. R., Sirait, R. R., Marbun, S. K., Manurung, T. D. T., & Jakaria, J. (2025). Implikasi Pemborosan kata Gen Z dan Gen Alpha di Media Sosial Instagram dan TikTok Mengikiskan Nilai Bahasa Indonesia. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(2), 761-767.
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. Edward Arnold.
- Hymes, D. H. (1974). *Foundations in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. University of Pennsylvania Press.
- Lutpiana, N., Nahdi, K., & Irfan, M. (2025). S Speech act dalam media sosial TikTok Gen Z Lombok Timur: Analisis tindak tutur. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10 (03), 213-230.
- Rahma, N., Mahmudah, M., Sultan, S., Amir, J., & Saleh, M. (2025). Ideologi dalam Konten Tiktok Gen Z (@ Rianfahardhi): Tinjauan Analisis Wacana Kritis Ruth Wodak. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 10(1), 825-829.
- Sakroni, S., Subardhini, M., & Riyadi, S. (2024). Pelaku Bullying Ditinjau Dari Perspektif Teori Identitas Sosial Sebuah Systematic Review Literature. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 8(1), 1042-1051.
- Situmorang, R., Manalu, RS, Napitupulu, KR, & 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.
- Soetanto, B. J., Akbar, D. A. H., Anindhyta, E. D. X., Fadlurahman, F., Nurunnisa, I. A., Paramita, M. D., ... & Sholihatin, E. (2023). Penggunaan bahasa tabu oleh generasi Z Kota Surabaya di media sosial TikTok. *Serunai: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 9(2).
- Ulya, R. H. (2024). Transformasi makrolinguistik Bahasa Indonesia dalam gamitan media digital: Analisis wacana kritis pada platform media sosial. *Jurnal Ilmiah Langue and Parole*, 8(1), 91-99.