

Ragam Bahasa Gaul Pada Media Sosial: Analisis Sociolinguistik Terhadap Identitas Generasi Z

Yanti Linarsih¹, Kusyairi², Khoiri³

^{1,2,3}Pendidikan Bahasa Indonesia, FKIP, Universitas Madura, Indonesia

E-mail : yantiarmajaya@unira.ac.id, kusyairi@unira.ac.id, khoiri83@unira.ac.id

Article History:

Received: 15 September 2025

Revised: 10 November 2025

Accepted: 22 November 2025

Keywords: *slang, social media, sociolinguistics, identity, Generation Z*

Abstract: *Social media has become the main arena of communication for Generation Z, who are widely recognised as digital natives. A prominent linguistic phenomenon in their interaction is the use of slang, which is creative, dynamic, and rich in social meaning. This study aims to describe the forms of slang used on social media, analyse its social functions, and reveal its relation to the identity of Generation Z. The research employed a descriptive qualitative method with a sociolinguistic approach. Data were collected from posts, comments, and interactions of Generation Z on TikTok, Instagram, and Twitter/X through documentation, online observation, and note-taking. The analysis was carried out through identification, classification, and interpretation of social meaning. The findings indicate that slang encompasses new vocabulary, abbreviations, acronyms, code-mixing, and digital non-verbal symbols. Its social functions include strengthening solidarity, creating humour, delivering criticism, and asserting group identity. This study concludes that slang represents the identity of Generation Z and constitutes part of the dynamic development of the Indonesian language in the digital era.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah menghadirkan media sosial sebagai ruang komunikasi utama masyarakat global. Kehadirannya bukan hanya memudahkan pertukaran informasi, melainkan juga membentuk pola komunikasi baru yang ditandai dengan kecepatan, kreativitas, dan keberagaman ekspresi bahasa. Di Indonesia, media sosial menempati posisi penting dalam kehidupan sehari-hari. Laporan terbaru menunjukkan bahwa lebih dari separuh populasi Indonesia aktif menggunakan media sosial, menjadikannya ruang sosial yang padat interaksi (We Are Social & Kepios, 2023). Fenomena ini membuka peluang luas bagi lahirnya variasi bahasa yang unik, salah satunya adalah bahasa gaul yang berkembang pesat di ruang digital.

Generasi Z, yakni individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, menjadi kelompok yang paling dominan dalam penggunaan media sosial. Mereka dikenal sebagai *digital natives* karena sejak kecil telah terbiasa dengan internet, gawai pintar, dan aplikasi berbasis digital

(Dimock, 2019). Intensitas keterlibatan mereka dalam media sosial menjadikan kelompok ini sangat adaptif terhadap dinamika komunikasi daring. Bahasa bagi Generasi Z tidak hanya sekadar sarana menyampaikan pesan, tetapi juga medium ekspresi diri, simbol identitas, dan cara membangun keanggotaan komunitas (Boyd, 2014). Hal ini membedakan mereka dari generasi sebelumnya yang menggunakan media sosial lebih terbatas.

Salah satu ciri paling menonjol dalam komunikasi Generasi Z adalah penggunaan bahasa gaul. Ragam bahasa ini ditandai dengan penciptaan kosakata baru, penggunaan singkatan dan akronim, pembentukan plesetan, serta praktik campur kode antara bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahkan bahasa daerah. Selain itu, mereka juga memanfaatkan simbol nonverbal digital seperti emoji, GIF, dan stiker sebagai bagian integral dari komunikasi. Bahasa gaul muncul bukan hanya sebagai bentuk inovasi linguistik, melainkan juga sebagai cermin kreativitas budaya digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa senantiasa hidup, berkembang, dan beradaptasi sesuai kebutuhan penggunaannya (Holmes, 2013; Crystal, 2011).

Bahasa gaul yang digunakan Generasi Z memiliki fungsi sosial yang beragam. Pertama, berfungsi untuk mempererat solidaritas dengan sesama anggota komunitas digital. Penggunaan istilah seperti *ngab*, *bestie*, atau *cuy* menandai kedekatan dan kebersamaan. Kedua, berperan sebagai sarana humor dan hiburan, misalnya melalui ungkapan *receh*, *kocak parah*, atau plesetan kata yang memancing tawa. Ketiga, menjadi medium kritik dan sarkasme, seperti istilah *flexing* yang sering digunakan untuk menyindir perilaku pamer kekayaan. Keempat, berfungsi sebagai simbol identitas kelompok yang membedakan Generasi Z dari generasi lain. Dengan kata lain, bahasa gaul tidak hanya menjadi variasi komunikasi, tetapi juga alat untuk menunjukkan siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dikenali (Eckert, 2012).

Fenomena ini perlu ditelaah secara ilmiah dalam kerangka sosiolinguistik. Sosiolinguistik memandang bahasa sebagai bagian dari praktik sosial yang erat kaitannya dengan identitas dan struktur masyarakat (Wardhaugh, 2010). Dengan perspektif ini, bahasa gaul tidak lagi dipandang sebagai penyimpangan dari bahasa baku, melainkan sebagai variasi yang sah dan relevan. Kajian ini penting karena memperlihatkan bahwa bahasa tidak netral, tetapi sarat makna sosial, politik, dan budaya. Analisis terhadap bahasa gaul Generasi Z akan membuka pemahaman mengenai bagaimana identitas sosial terbentuk, dipertahankan, sekaligus dinegosiasikan di ruang digital (Tajfel & Turner, 1986).

Meskipun fenomena bahasa gaul telah banyak diteliti, sebagian besar kajian masih terfokus pada inventarisasi kosakata atau analisis linguistik semata (Suryani, 2020). Penelitian-penelitian tersebut cenderung berhenti pada pendeskripsian bentuk kata tanpa mengaitkannya dengan konteks sosial yang lebih luas. Padahal, bahasa gaul memiliki keterkaitan erat dengan identitas generasi pengguna media sosial. Belum banyak penelitian yang menelaah bahasa gaul sebagai sarana konstruksi identitas Generasi Z, khususnya dalam konteks media sosial yang bersifat dinamis dan multimodal (Pratama & Arifin, 2021). Celah penelitian inilah yang menjadi dasar bagi penelitian ini untuk hadir memberikan perspektif baru.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan utama. Pertama, bagaimana bentuk ragam bahasa gaul yang digunakan Generasi Z di media sosial? Kedua, apa saja fungsi sosial yang dijalankan bahasa gaul dalam interaksi daring? Ketiga, bagaimana ragam bahasa gaul merepresentasikan identitas Generasi Z sebagai kelompok sosial? Rumusan masalah ini diarahkan untuk menjawab kebutuhan kajian akademik yang lebih menyeluruh tentang bahasa gaul dalam perspektif sosiolinguistik.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini memiliki tiga tujuan. Pertama, mendeskripsikan bentuk-bentuk ragam bahasa gaul yang muncul di media sosial. Kedua,

menganalisis fungsi sosial bahasa gaul yang dipraktikkan Generasi Z dalam interaksi digital. Ketiga, mengungkap hubungan antara bahasa gaul dengan konstruksi identitas Generasi Z. Dengan tujuan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi linguistik, khususnya sosiolinguistik digital, sekaligus memperkaya pemahaman tentang dinamika bahasa Indonesia kontemporer.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis yang tidak hanya mendeskripsikan bentuk bahasa gaul, tetapi juga menekankan keterkaitannya dengan identitas sosial Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kontribusi ganda. Secara teoretis, memperluas pemahaman tentang variasi bahasa sebagai praktik sosial yang dinamis (Fishman, 1972). Secara praktis, memberikan wawasan bagi pendidik, orang tua, dan pemerhati bahasa untuk memahami pola komunikasi generasi muda dengan perspektif yang lebih positif. Alih-alih dianggap ancaman bagi bahasa baku, bahasa gaul dapat dipahami sebagai bagian dari proses alami perkembangan bahasa yang mencerminkan perubahan budaya digital.

Singkatnya, penelitian ini hadir untuk memperlihatkan bahwa ragam bahasa gaul di media sosial adalah lebih dari sekadar permainan kata. Ia adalah cermin identitas, solidaritas, kreativitas, bahkan resistensi Generasi Z. Bahasa gaul menjadi arena di mana generasi muda mendefinisikan dirinya sendiri di tengah arus globalisasi budaya. Oleh sebab itu, kajian ini penting tidak hanya bagi ilmu bahasa, tetapi juga bagi pemahaman yang lebih luas tentang masyarakat digital di Indonesia masa kini.

LANDASAN TEORI

1. Sosiolinguistik sebagai Kerangka Kajian

Sosiolinguistik merupakan bidang ilmu yang mengkaji hubungan timbal balik antara bahasa dan masyarakat. Fokus utamanya adalah bagaimana variasi bahasa mencerminkan struktur sosial, identitas, serta interaksi antaranggota masyarakat. Fishman (1972) menegaskan bahwa bahasa tidak dapat dipisahkan dari fungsi sosial yang melekat padanya, karena bahasa bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga instrumen identitas dan solidaritas. Wardhaugh (2010) menyebut variasi bahasa sebagai fenomena alamiah dalam masyarakat multibahasa. Oleh sebab itu, bahasa gaul sebagai variasi bahasa yang lahir di kalangan generasi muda tidak dapat dipandang sebagai penyimpangan, melainkan bagian dari dinamika linguistik yang sah. Dalam penelitian ini, sosiolinguistik menjadi kerangka utama untuk memahami bahasa gaul Generasi Z sebagai praktik sosial.

2. Ragam Bahasa dan Perkembangan Bahasa Gaul di Indonesia

Variasi bahasa dalam masyarakat meliputi dialek, register, style, jargon, hingga slang atau bahasa gaul. Holmes (2013) menyebut slang sebagai variasi yang muncul dari kreativitas linguistik kelompok tertentu, terutama anak muda, dengan ciri kosakata baru, singkatan, dan ekspresi khas. Chaer dan Agustina (2010) menambahkan bahwa ragam bahasa muncul sesuai kebutuhan sosial penggunaannya, sehingga wajar jika kelompok muda sering menciptakan istilah baru untuk menunjukkan eksistensi mereka.

Di Indonesia, fenomena bahasa gaul telah berkembang sejak era urban 1990-an, dengan istilah populer seperti *cuy*, *bokap*, *nyokap*, hingga *gaul abis*. Perkembangan teknologi digital kemudian mempercepat penyebaran istilah baru, misalnya *alay*, *gabut*, *baper*, *santuy*, hingga *flexing*. Media sosial berperan sebagai ruang publik yang mempercepat transformasi bahasa gaul dari sekadar komunikasi lokal menjadi fenomena nasional. Penelitian Pratama dan Arifin (2021) menunjukkan bahwa bahasa gaul di media sosial mencerminkan kreativitas linguistik dan menjadi sarana solidaritas. Suryani (2020) menambahkan bahwa bahasa gaul berfungsi sebagai

simbol identitas generasi muda dalam membedakan diri dari kelompok sosial lainnya. Dengan demikian, perkembangan bahasa gaul di Indonesia memperlihatkan dinamika yang khas: lokal dalam penciptaan, global dalam penyebaran.

3. Media Sosial sebagai Ruang Wacana Digital

Media sosial menghadirkan pola komunikasi baru yang singkat, cepat, multimodal, dan interaktif. Crystal (2011) menyebut fenomena ini sebagai linguistik digital, di mana bahasa tidak lagi terbatas pada teks, melainkan berpadu dengan simbol visual, emoji, GIF, dan multimodalitas lainnya. Dalam kerangka *computer-mediated communication* (CMC), Androutsopoulos (2014) menekankan bahwa bahasa di media digital berfungsi tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga untuk membangun citra diri dan identitas sosial.

Bagi Generasi Z, media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Twitter/X menjadi arena utama untuk berinteraksi sekaligus bereksperimen dengan bahasa. Bahasa gaul lahir, menyebar, dan berkembang dalam ruang digital yang bersifat partisipatif. Kecepatan arus informasi membuat kosakata gaul tertentu bisa viral dalam waktu singkat, lalu menghilang, atau bertahan menjadi bagian dari komunikasi sehari-hari. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial adalah ekosistem linguistik yang dinamis, yang mendorong munculnya bentuk-bentuk bahasa baru.

4. Bahasa dan Identitas Sosial

Bahasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai simbol identitas sosial. Tajfel dan Turner (1986) dalam *Social Identity Theory* menekankan bahwa identitas kelompok dibentuk melalui perbedaan dengan kelompok lain, dan bahasa menjadi penanda utama afiliasi tersebut. Eckert (2012) menyatakan bahwa bahasa adalah praktik identitas (*practice of identity*), di mana pilihan kata, gaya bahasa, dan cara berkomunikasi menunjukkan siapa seseorang dan kelompok mana ia wakili.

Dalam konteks bahasa gaul, Generasi Z menggunakan variasi linguistik ini untuk menegaskan identitas kolektif mereka sebagai kelompok digital native. Istilah seperti *bestie*, *receh*, atau *ngab* tidak hanya menjadi kosakata, melainkan simbol keanggotaan komunitas. Dengan menggunakan bahasa gaul, Generasi Z membangun batas identitas yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya, sekaligus memperkuat solidaritas internal.

5. Generasi Z dan Pola Komunikasi Digital

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang lahir dan tumbuh bersama teknologi digital, sehingga mereka disebut *digital natives* (Dimock, 2019). Pola komunikasi mereka cenderung cepat, ringkas, kreatif, dan penuh simbol. Mereka lebih nyaman menggunakan singkatan, akronim, campur kode, atau bahkan emoji dibanding bahasa baku yang dianggap kaku. Boyd (2014) menekankan bahwa bagi remaja dan dewasa muda, media sosial bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga ruang sosial di mana identitas dinegosiasikan.

Dalam praktiknya, Generasi Z sering memanfaatkan bahasa gaul untuk menandai kedekatan, humor, bahkan resistensi terhadap norma formal. Mereka juga menggunakan campur kode bahasa Inggris-Indonesia untuk menunjukkan kosmopolitanisme dan keterhubungan global. Pola ini memperlihatkan bahwa komunikasi Generasi Z lebih ekspresif, multimodal, dan berorientasi identitas.

6. Penelitian Terdahulu dan Celah Penelitian

Kajian mengenai bahasa gaul di Indonesia telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Suryani (2020) meneliti fenomena kosakata gaul pada remaja pengguna media sosial dan menemukan bahwa bahasa gaul digunakan sebagai simbol perbedaan generasi. Pratama dan Arifin (2021) mengkaji fungsi sosial bahasa gaul di media sosial dan menemukan bahwa bahasa tersebut

memperkuat solidaritas antar pengguna. Nugroho (2018) meneliti campur kode dalam percakapan remaja dan menafsirkannya sebagai strategi identitas linguistik.

Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada aspek deskriptif, seperti inventarisasi kosakata, fungsi pragmatik, atau bentuk campur kode. Belum banyak penelitian yang mengaitkan bahasa gaul secara langsung dengan pembentukan identitas Generasi Z dalam konteks media sosial yang bersifat digital, multimodal, dan global. Sementara itu, penelitian internasional (Androutsopoulos, 2014) menunjukkan pentingnya analisis bahasa digital untuk memahami identitas pengguna media sosial. Celah penelitian inilah yang ingin diisi oleh penelitian ini, yakni menelaah bahasa gaul tidak hanya sebagai fenomena linguistik, tetapi juga sebagai representasi identitas Generasi Z di era digital.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah memahami makna sosial dan identitas yang terkandung dalam penggunaan bahasa gaul, bukan sekadar mengukur frekuensinya. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali fenomena sosial secara mendalam dengan menekankan interpretasi (Creswell, 2014). Perspektif sosiolinguistik digunakan karena kajian ini berfokus pada hubungan antara bahasa dan masyarakat, khususnya bagaimana bahasa gaul mencerminkan identitas sosial (Wardhaugh, 2010).

2. Konteks Penelitian

Penelitian dilakukan pada interaksi daring di media sosial, khususnya TikTok, Instagram, dan Twitter/X. Ketiga platform tersebut dipilih karena merupakan ruang komunikasi populer di kalangan Generasi Z serta kaya akan data linguistik. Penelitian bersifat etnografi virtual, di mana peneliti mengamati pola komunikasi secara daring tanpa terikat pada lokasi fisik tertentu (Hine, 2015).

3. Sumber Data dan Data Penelitian

Sumber data penelitian adalah konten yang diproduksi Generasi Z di media sosial, berupa unggahan, komentar, balasan, dan simbol digital. Data yang dianalisis berjumlah 500 item, dikumpulkan secara purposive sesuai kriteria relevansi (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Bentuk data meliputi kosakata gaul, akronim, singkatan, campur kode, serta penggunaan emoji dan GIF.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik. Pertama, dokumentasi dengan menyimpan tangkapan layar (*screenshot*) dan transkripsi komentar. Kedua, observasi daring dengan memantau akun atau tren bahasa gaul yang berkembang di kalangan Generasi Z. Ketiga, pencatatan konteks penggunaan bahasa untuk memberikan gambaran sosial di balik setiap data. Teknik pengumpulan ini sesuai dengan prinsip penelitian netnografi (Kozinets, 2015). Seluruh data diperoleh dengan memperhatikan aspek etis penelitian, di mana identitas akun dianonimkan sesuai pedoman etika penelitian daring (Markham & Buchanan, 2012).

5. Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Pada tahap reduksi, data diseleksi dan dikategorikan. Penyajian dilakukan dengan mengelompokkan bentuk bahasa gaul (kosakata baru, akronim, campur kode, simbol digital) serta fungsi sosialnya (solidaritas, humor, kritik, identitas). Pada tahap akhir, data ditafsirkan dengan menggunakan

teori sosiolinguistik dan teori identitas sosial untuk melihat keterkaitannya dengan identitas Generasi Z.

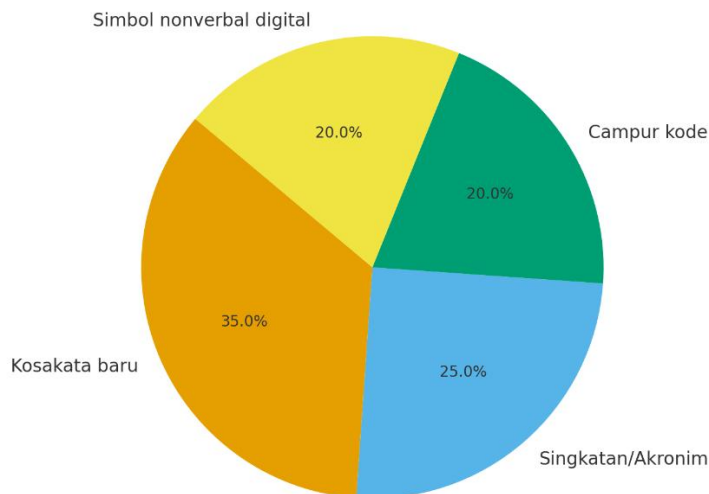
6. Keabsahan Data

Untuk menjaga validitas, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber (berbagai platform media sosial) dan triangulasi metode (dokumentasi, observasi, pencatatan). Diskusi sejawat (*peer debriefing*) dilakukan untuk menguji konsistensi analisis. Menurut Lincoln dan Guba (1985), strategi triangulasi dan diskusi sejawat penting dalam menjaga kredibilitas penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Data

Penelitian ini berhasil mengumpulkan 500 data linguistik berupa kosakata, frasa, kalimat, dan simbol nonverbal digital dari tiga platform media sosial: TikTok, Instagram, dan Twitter/X. Data dikumpulkan selama periode Januari hingga Maret 2025 melalui teknik dokumentasi, observasi daring, dan pencatatan. Dari jumlah tersebut, 275 data berasal dari TikTok (55%), 150 dari Instagram (30%), dan 75 dari Twitter/X (15%). Dominasi TikTok menunjukkan bahwa platform ini menjadi ruang paling produktif bagi lahirnya ragam bahasa gaul Generasi Z.



Gambar 1 bentuk bahasa gaul di media sosial (Gen Z)

Sebaran data memperlihatkan bahwa bentuk bahasa gaul yang ditemukan dapat dikelompokkan menjadi lima kategori utama: (1) kosakata baru, (2) singkatan dan akronim, (3) campur kode dan alih kode, (4) plesetan, dan (5) penggunaan simbol nonverbal digital. Klasifikasi ini menjadi dasar analisis lebih lanjut mengenai fungsi sosial dan representasi identitas Generasi Z.

Tabel 1. Ringkasan Bentuk Ragam Bahasa Gaul yang Ditemukan

Kategori	Jumlah Data	Persentase	Contoh
Kosakata baru	160	32%	<i>bestie, receh, flexing</i>
Singkatan dan akronim	110	22%	<i>OTW, BTW, LOL, mantul</i>
Campur kode & alih kode	85	17%	<i>Gila vibes-nya aesthetic</i>
Plesetan	70	14%	<i>santuy (santai), ngab (bang)</i>
Simbol nonverbal digital	75	15%	, , GIF animasi

Dari tabel di atas terlihat bahwa kosakata baru mendominasi (32%), diikuti singkatan/akronim (22%) dan campur kode (17%). Hal ini memperlihatkan kecenderungan Generasi Z untuk terus menciptakan bentuk-bentuk bahasa baru yang fleksibel, efisien, dan ekspresif.

2. Bentuk Ragam Bahasa Gaul

2.1 Kosakata Baru

Kosakata baru muncul dari kreativitas linguistik Generasi Z dalam menciptakan istilah segar yang relevan dengan kehidupan digital. Misalnya:

- *Flexing* → berasal dari bahasa Inggris *to flex*, dipakai untuk menyebut perilaku pamer kekayaan.
- *Receh* → semula berarti uang logam, bergeser menjadi sesuatu yang lucu atau ringan.
- *Bestie* → serapan dari *best friend*, dipakai untuk memanggil sahabat.

Kosakata baru sering lahir dari peristiwa viral. Misalnya, istilah “*anjay*” yang populer lewat konten musik, atau “*gaskeun*” sebagai bentuk ajakan penuh semangat. Kreativitas ini menunjukkan dinamika semantik di ruang digital. Generasi Z tidak hanya mengadopsi istilah, tetapi juga mengubah maknanya sesuai konteks sosial. Fenomena ini menunjukkan terjadinya *semantic shift* (pergeseran makna) dan *lexical innovation* (inovasi leksikal). Generasi Z menggunakan kosakata baru untuk menegaskan eksistensi mereka, sekaligus membedakan diri dari generasi lain yang cenderung menggunakan bahasa baku.

2.2 Singkatan dan Akronim

Generasi Z gemar menggunakan singkatan dan akronim karena alasan efisiensi. Bentuk ini mempermudah komunikasi yang cepat dan singkat, sejalan dengan karakter komunikasi di media sosial. Beberapa contoh:

- *OTW* = On The Way
- *BTW* = By The Way
- *LOL* = Laugh Out Loud
- *Mantul* = Mantap Betul
- *Gaje* = Nggak Jelas

Penggunaan singkatan tidak hanya mengikuti tren global, tetapi juga menampilkan kekhasan lokal. Misalnya, *mantul* merupakan kreasi khas warganet Indonesia yang menggabungkan kata “mantap” dengan “betul.” Fenomena ini memperlihatkan prinsip *economy of language*, yakni kecenderungan untuk menggunakan bentuk singkat yang efisien. Selain itu, singkatan juga berfungsi sebagai simbol in-group, karena hanya anggota komunitas yang paham makna istilah tersebut.

2.3 Campur Kode dan Alih Kode

Campur kode banyak ditemukan dalam percakapan Generasi Z di media sosial. Contohnya:

- “Gila sih, vibes-nya aesthetic banget.”
- “Capek banget kerja, but it’s okay I’m happy.”

Alih kode juga sering terjadi, misalnya ketika beralih dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris untuk menekankan ekspresi:

- “Yaudah sih, don’t be so drama, chill aja.”

Fenomena ini memperlihatkan identitas kosmopolitan Generasi Z. Campur kode digunakan untuk menunjukkan prestise, modernitas, sekaligus keterhubungan global. Hal ini sejalan dengan karakter Generasi Z yang terbuka pada budaya global namun tetap mempertahankan bahasa lokal.

2.4 Plesetan

Plesetan adalah bentuk kreatif yang memodifikasi kata asli menjadi bentuk baru dengan nuansa humor. Contohnya:

- *Santuy* = plesetan dari “santai.”
- *Ngab* = kebalikan dari “bang.”
- *Mager* = singkatan dari “malas gerak.”

Plesetan mencerminkan kreativitas fonologis dan morfologis. Bahasa gaul ini sering dipakai untuk mencairkan suasana komunikasi, sehingga menciptakan nuansa keakraban.

2.5 Simbol Nonverbal Digital

Emoji, GIF, dan stiker berperan penting dalam komunikasi Generasi Z. Misalnya:

- = menunjukkan tawa, meskipun konteksnya kadang untuk menandai hal “receh.”
- = tidak hanya untuk kesedihan, tetapi juga untuk ekspresi berlebihan (overwhelmed).
- GIF reaksi digunakan untuk memperkuat makna emosional.

Analisis: Simbol nonverbal digital merupakan bentuk *digital paralinguistics* yang memperluas komunikasi verbal. Generasi Z tidak hanya bermain dengan kata, tetapi juga memanfaatkan unsur visual untuk mempertegas identitas digital mereka.

3. Fungsi Sosial Bahasa Gaul

3.1 Solidaritas dan Keakraban

Bahasa gaul digunakan untuk memperkuat rasa kebersamaan. Kata seperti “*ngab*”, “*bestie*”, atau “*cuy*” berfungsi sebagai sapaan akrab. Contoh:

- “Mantap banget, ngab, videonya!”

Bahasa berfungsi sebagai *in-group marker* yang menegaskan keanggotaan komunitas. Generasi Z menggunakannya untuk membangun identitas kolektif sekaligus menunjukkan solidaritas.

3.2 Humor dan Hiburan

Humor menjadi ciri khas interaksi Generasi Z. Kosakata seperti “*receh*”, “*kocak parah*”, atau “*ngakak*” digunakan untuk menandai momen lucu. Contoh komentar:

- “Receh banget jokes lo, ngakak sampe guling .”

Humor berfungsi sebagai mekanisme sosial untuk mempererat hubungan. Generasi Z mengekspresikan humor sebagai bentuk rekreasi sekaligus identitas gaya komunikasi.

3.3 Kritik dan Sarkasme

Bahasa gaul juga digunakan sebagai media kritik sosial. Contoh:

- “Santuy dulu bestie, padahal dompet tipis.”
- “Flexing mulu, padahal cicilan belum lunas.”

Kritik melalui bahasa gaul bersifat ringan dan sarkastis. Generasi Z lebih memilih humor dan plesetan dibanding bahasa formal untuk menyampaikan ketidakpuasan. Hal ini mencerminkan strategi resistensi simbolik mereka.

3.4 Identitas Generasi Z

Bahasa gaul menjadi simbol identitas khas Generasi Z. Mereka menampilkan diri sebagai generasi kreatif, ekspresif, kosmopolitan, dan dekat dengan teknologi. Pemakaian bahasa gaul membedakan mereka dari generasi lain sekaligus memperlihatkan gaya hidup digital native. Bahasa berfungsi sebagai *badge of identity*. Generasi Z menggunakan ragam bahasa gaul untuk mengonstruksi citra diri kolektif: modern, humoris, dan kritis terhadap realitas sosial.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ragam bahasa gaul di media sosial merupakan fenomena linguistik sekaligus sosial yang mencerminkan dinamika komunikasi Generasi Z. Bentuk-bentuk yang ditemukan meliputi kosakata baru, singkatan dan akronim, campur kode, plesetan, serta simbol nonverbal digital seperti emoji dan GIF. Dari segi fungsi, bahasa gaul digunakan untuk memperkuat solidaritas, membangun keakraban, menghadirkan humor, menyampaikan kritik dengan cara sarkastis, serta menegaskan identitas kelompok. Bahasa gaul dengan demikian tidak dapat dipandang sekadar penyimpangan dari bahasa baku, tetapi sebagai praktik komunikasi yang sah dan adaptif terhadap konteks digital. Secara lebih luas, bahasa gaul menjadi representasi identitas Generasi Z. Melalui kreativitas linguistik, mereka menampilkan diri sebagai generasi yang ekspresif, kritis, kosmopolitan, dan dekat dengan budaya digital. Fenomena ini sekaligus memperlihatkan bahwa perkembangan bahasa di era media sosial merupakan bagian dari evolusi alami bahasa Indonesia dalam merespons perubahan sosial dan teknologi.

DAFTAR REFERENSI

- Androutsopoulos, J. (2014). Computer-mediated communication and sociolinguistics. In J. Holmes & K. Hazen (Eds.), *Research methods in sociolinguistics* (pp. 236–255). Wiley.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal*. Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Crystal, D. (2011). *Internet linguistics: A student guide*. Routledge.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org>
- Eckert, P. (2012). Three waves of variation study: The emergence of meaning in the study of sociolinguistic variation. *Annual Review of Anthropology*, 41(1), 87–100. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-092611-145828>
- Fishman, J. A. (1972). *The sociology of language: An interdisciplinary social science approach to language in society*. Newbury House.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Academic.
- Holmes, J. (2013). *An introduction to sociolinguistics* (4th ed.). Routledge.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. SAGE Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Markham, A., & Buchanan, E. (2012). Ethical decision-making and Internet research: Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee. *Association of Internet Researchers*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Nugroho, A. (2018). Campur kode dalam percakapan remaja di media sosial: Kajian identitas linguistik. *Jurnal Bahasa dan Komunikasi*, 9(1), 45–59.
- Pratama, R., & Arifin, Z. (2021). Bahasa gaul dalam media sosial: Kajian sosiolinguistik. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 19(2), 145–160.
- Suryani, L. (2020). Fenomena bahasa gaul pada remaja pengguna media sosial. *Lingua: Jurnal Ilmiah Bahasa*, 15(1), 23–36.

- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7–24). Nelson-Hall.
- Wardhaugh, R. (2010). *An introduction to sociolinguistics* (6th ed.). Wiley-Blackwell.
- We Are Social & Kepios. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://wearesocial.com>